

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam era yang terus berubah dengan cepat ini, perjalanan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah menjadi transformasi yang luar biasa dalam cara kita hidup, berinteraksi, dan memahami dunia disekitar kita. Sejak kelahiran komputer pertama hingga pesatnya konektivitas global melalui internet, serta revolusi dalam bentuk dan fungsi perangkat komunikasi, kita telah menyaksikan lonjakan tak terduga dalam cara manusia berkomunikasi dan mengakses informasi. Teknologi informasi dan komunikasi bukan sekadar instrumen pembantu, melainkan dinamika pusat yang membentuk peradaban modern. Dibalik setiap inovasi dan terobosan terdapat latar belakang kreativitas manusia dan hasrat untuk menyederhanakan, mempercepat, dan meningkatkan cara kita berinteraksi dengan dunia digital yang semakin kompleks. Bukti perkembangan teknologi informasi dan komunikasi adalah dengan terlahir nya revolusi industri dari era ke era mulai dari revolusi industri 1.0 hingga saat ini memasuki era revolusi industri 5.0.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi dengan revolusi industri merupakan dua hal yang saling terkait dan saling melengkapi, teknologi informasi dan komunikasi merupakan salah satu faktor pendorong utama revolusi industri, dan pada saat yang sama, revolusi industri menciptakan peluang baru untuk pengembangan teknologi informasi dan komunikasi. Di masa depan, teknologi informasi dan komunikasi akan terus memainkan peran penting dalam mendorong revolusi industri dan menciptakan peluang baru untuk kemajuan manusia.

Revolusi industri sendiri telah menjadi tonggak sejarah yang mengubah paradigma produksi dan kehidupan manusia secara keseluruhan. Seiring dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, salah satu elemen yang muncul dan memiliki peran krusial dalam era revolusi industri adalah *website*. *Website* bukan hanya sekadar media informasi, tetapi juga menjadi fondasi bagi transformasi bisnis, komunikasi, dan cara manusia berinteraksi di era digital ini.

Perkembangan *website* dari masa ke masa mencerminkan kemajuan teknologi dan perubahan gaya hidup manusia. Dari halaman statis awal hingga *website* dinamis

dan interaktif saat ini, *website* telah menjadi elemen kritis dalam cara kita mengakses informasi, berkomunikasi, dan berpartisipasi dalam ekosistem digital. Dengan teknologi terus berkembang, masa depan *website* diyakini akan membawa inovasi lebih lanjut, membentuk dan mengubah cara kita berinteraksi dengan dunia digital.

Berbicara tentang *website* tentu tidak bisa dipisahkan dengan desain komunikasi visual, keterkaitan yang harmonis antara *website* dan desain komunikasi visual dapat menciptakan tampilan yang estetis, dan juga memainkan peran krusial dalam membentuk identitas merek, meningkatkan pengalaman pengguna, dan memberikan daya tarik visual. Melalui kolaborasi yang baik antara visual dengan *website* dapat menjadi sarana yang efektif untuk menyampaikan pesan, membangun merek, dan memberikan pengalaman *online* yang memikat. Seiring dengan terus berkembangnya teknologi dan *trend* desain, peran desain komunikasi visual dalam dunia *website* akan terus menjadi fokus utama dalam menciptakan lingkungan digital yang menarik dan relevan.

Tentunya kemajuan dan perkembangan internet dan *website* juga terjadi di Indonesia, perkembangan internet dan *website* di Indonesia mencerminkan dinamika masyarakat yang semakin terhubung secara digital. Dari awal yang terbatas hingga era di mana internet menjadi bagian penting bagi kehidupan sehari-hari, Indonesia telah menunjukkan kemajuan yang signifikan. Dengan terus berkembangnya teknologi dan inovasi, masa depan internet dan *website* di Indonesia menawarkan potensi besar untuk memberikan dampak positif pada bidang teknologi, informasi dan komunikasi serta bidang lainnya.

Dengan 78 juta orang, Indonesia berada di peringkat keempat di Asia berdasarkan data dari *internetworldstats.com*, setelah Tiongkok, India, dan Jepang, dengan persentasi 30,5% dari populasi total. Hampir semua bisnis dimotivasi untuk membuat dan mengembangkan identitas digital mereka untuk lebih dikenal publik. Salah satu cara untuk membuat citra digital perusahaan adalah dengan membuat situs *website* yang berisi informasi tentang perusahaan. Bisnis dapat memanfaatkan banyak peluang melalui pemasaran online dan bersaing dengan perusahaan yang lebih besar.

Perusahaan harus menilai seberapa efektif penggunaan internet dan media sosial untuk mempromosikan produk mereka. Perusahaan dapat mencoba metode promosi alternatif untuk meningkatkan pengetahuan konsumen tentang produk. Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan menggunakan jaringan internet melalui media *website*. Dengan menggunakan media informasi dan komunikasi dalam bentuk *website*, perusahaan dapat meningkatkan minat pelanggan terhadap barang atau jasa yang ditawarkan. Hal ini dimungkinkan karena tampilan interaktif media *website* membuat produk lebih menarik bagi konsumen. (Panja et al., 2023) Oleh karena itu perlu adanya solusi dalam mengatasi permasalahan tersebut, dengan membangun sistem informasi dan promosi berbasis *website* yang dapat membantu proses bisnis yang lebih berfokus pada promosi dan penyampaian informasi tentang produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan.

Dengan memiliki situs *website*, Anda dapat mencapai pasar pelanggan muda yang terdidik, berpendapatan tinggi. *Website* yang sukses memiliki tampilan yang menarik, mudah dinavigasi, interaktif, dan menawarkan nilai tambahan kepada penggunanya (Scarborough et al, 2009). Banyak orang menganggap ini sebagai kesempatan dan peluang untuk memulai bisnis baru. Bisnis desain *website* adalah salah satu bisnis yang mendukung program pemerintah dalam mengembangkan ekonomi kreatif di sektor jasa dengan memanfaatkan kemajuan teknologi dan perkembangan era digital. (Sunardi, 2021).

Salah satu startup bisnis yang bergerak dibidang produk digital dan desain *website* yang sedang berkembang dan merajut karir adalah Cuberaksi. Cuberaksi merupakan anak perusahaan dari PT. Wisesa Rakha Nandang. Awalnya Cuberaksi hanyalah usaha sampingan yang dilakukan oleh Syarief Hidayat sejak tahun 2012, namun Cuberaksi belum mengalami peningkatan yang signifikan baik dari pendapatan maupun jenjang karir karena menghadapi tantangan dan masalah yang ada, seperti sumber daya manusia, finansial, strategi bisnis, promosi, dan masalah lainnya. Salah satu masalah bagi *startup* ini adalah belum adanya media promosi dan informasi yang efektif dan mumpuni untuk mempromosikan jasa dan produk digital mereka. Saat ini Cuberaksi hanya memiliki sebuah *landing page wordpress* yang mempunyai *traffic visitor* rata-rata berjumlah 92,6 *visitor* perbulan yang mana jumlah tersebut tergolong rendah untuk *website* komersil menurut analitik *hubspot*.

Untuk mengatasi masalah tersebut, maka *website* dipilih sebagai media utama untuk mempromosikan dan menyampaikan informasi kepada khalayak sasaran tentang *startup* Cuberaksi. *Website* dapat membantu Cuberaksi untuk menjangkau lebih banyak calon pelanggan, meningkatkan kredibilitas mereka, dan membangun hubungan yang erat dengan pelanggan, dengan adanya *website* yang memiliki tampilan menarik akan membangun kepercayaan kepada calon pelanggan dan menunjukkan bahwa Cuberaksi memiliki kompetensi dibidang tersebut dan akan membangun kredibilitas kepada calon pelanggan.

Tentunya bisnis di bidang *website* khusus nya di Provinsi Lampung bukan Cuberaksi satu-satunya, tapi ada banyak perusahaan yang juga menjalankan bisnis yang sama. Berikut adalah daftar beberapa kompetitor jasa *website* di Lampung :

No	Nama Usaha	Alamat <i>Website</i>
1.	Lampung Cyber Media	<a href="https://www.lampungcyber.co.id/">https://www.lampungcyber.co.id/</a>
2.	VLOBS	<a href="https://vlobs.com/">https://vlobs.com/</a>
3.	Kadung	<a href="https://kadung.id/">https://kadung.id/</a>
4.	Force Information Technology	<a href="https://forceteknologi.com/">https://forceteknologi.com/</a>
5.	Brilian Teknologi	<a href="https://brilianteknologi.co.id/">https://brilianteknologi.co.id/</a>

Tabel 1.1 Daftar Kompetitor Jasa *Website* di Lampung  
(sumber: observasi, 2024)

Beberapa kompetitor yang disebutkan pada table diatas bahkan sudah dan berkembang, memiliki desain *website* yang cukup menarik dan mampu menarik konsumen. Oleh karena itu Cuberaksi membutuhkan sebuah *website* yang bisa bersaing dengan para kompetitor. Perancangan *website* ini akan menggunakan dan mengacu pada proses desain *website* yang *modern* yang dijelaskan pada buku “*The Modern Web Design Process*” yang ditulis oleh Jeff Cardello sebagai acuan untuk merancang desain *website*.

Dengan latar belakang masalah yang telah disebutkan diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan perancangan dengan judul “PERANCANGAN *WEBSITE* SEBAGAI MEDIA PROMOSI DAN INFORMASI STARTUP CUBERAKSI” dengan harapan mampu membuat perancangan yang bermanfaat bagi penulis, bagi institusi dan bagi startup cuberaksi, serta bagi calon konsumen cuberaksi dan seluruh masyarakat.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Pada topik perancangan ini, berikut adalah masalah-masalah yang ada pada topik perancangan ini:

1. Cuberaksi belum memiliki media promosi dan informasi yang efektif yang bisa menarik khalayak sasaran.
2. Cuberaksi merupakan *startup* jasa pembuatan *website* namun belum memiliki *website* yang efektif sebagai media promosi dan informasi.
3. Cuberaksi belum memiliki media pendukung yang selaras dengan gaya visual *website* mereka.

## 1.3 Rumusan Masalah

Setelah mengidentifikasi masalah yang ada, selanjutnya mengembangkan masalah tersebut menjadi pertanyaan-pertanyaan untuk merumuskan masalah, berikut rumusan masalah dari topik perancangan ini:

1. Media apa yang bisa dijadikan media utama untuk *startup* cuberaksi untuk mempromosikan *brand*, produk dan jasa mereka serta media informasi mereka?
2. Bagaimana cara merancang *website* yang efektif sebagai media promosi dan informasi *startup* Cuberaksi?
3. Media apa saja yang akan digunakan sebagai pendukung media utama perancangan *website startup* cuberaksi?

## 1.4 Tujuan Perancangan

1. Merancang sebuah media utama untuk *startup* cuberaksi sebagai media promosi dan informasi *startup* cuberaksi
2. Merancang sebuah *website* yang efektif dan menjelaskan serta mempresentasikan bisnis, produk dan jasa yang ditawarkan oleh cuberaksi secara keseluruhan kepada *target audiens*.
3. Merancang media pendukung untuk membantu media utama merealisasikan tujuannya.

## 1.5 Batas Lingkup Perancangan

1. Perancangan hanya terbatas pada perancangan *website* dan elemen-elemen

pendukung lainnya, seperti; tipografi, warna, ilustrasi, *pattern*, dan elemen visual lainnya yang dibutuhkan pada *website*. Tidak dengan perancangan bisnis ataupun visual *branding* seperti logo dan *graphic standard manual*. Warna dan tipografi mengikuti yang sudah ada pada logo Cuberaksi.

2. Perancangan media pendukung hanya meliputi atribut-atribut yang dapat membantu media utama melaksanakan perannya sebagai media promosi dan informasi *startup* cuberaksi, dalam hal ini media yang dipilih adalah *rate card*, *X banner*, poster, *flyer* yang gaya visual nya selaras dengan gaya visual *website*, serta mockup design seperti *stationary* dan kartu nama.

## **1.6 Manfaat Perancangan**

### **1.6.1 Bagi Mahasiswa**

1. Dapat menjadi sarana pembelajaran bagi mahasiswa dalam mengimplementasikan ilmu yang didapat dari kampus untuk dunia kerja.
2. Mengembangkan kemampuan dan profesionalitas
3. Menambah pengetahuan dan mendapatkan wawasan dalam membandingkan teori yang diperoleh penulis selama dibangku kuliah dengan kenyataan sebenarnya yang terjadi di tempat kerja terutama tentang penerapan desain *website* sebagai media promosi dan informasi.

### **1.6.2 Bagi Institusi**

1. Sebagai sarana promosi bagi Civitas Akademika IIB Darmajaya agar lebih dikenal masyarakat.
2. Menjadi salah satu penilaian atau tolak ukur mengenai hasil pembelajaran kepada mahasiswa.
3. Hasil dari perancangan ini diharapkan dapat menjadi bahan literatur Mahasiswa yang akan membuat tugas akhir berikutnya.

### **1.6.3 Bagi Perusahaan**

1. Mendapat media promosi dan informasi mengenai produk dan jasa yang ditawarkan oleh mereka melalui media *website* dan media pendukung lainnya.
2. Memberikan sumbangan pemikiran yang bermanfaat serta memberikan masukan yang positif dan informasi sebagai bahan evaluasi untuk perkembangan *startup* Cuberaksi.