

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Media internet merupakan media digital. Meliputi World Wide Web, perusahaan pelayanan on-line. Strategi memilih media internet merupakan penentuan media yang paling efektif biaya untuk penyampaian pesan yang diinginkan kepada pasar sasaran¹

Tempat wisata Gerbang Mas Bahari Waterpark yang berada di daerah Tegal ini ada 89.949 visitor di tahun pertama yaitu tahun 2012 dan visitornya semakin meningkat per tahunnya. Untuk itu, kami ingin mempromosikan tempat wisata Gerbang Mas Bahari Waterpark dengan media Website.

Dengan adanya media promosi ini, dianggap mampu untuk menarik perhatian wisatawan baik dari dalam kota maupun luar kota. Sehingga bisa menjadi referensi untuk tempat berlibur. Dilihat dari permasalahan diatas, maka kami akan merancang suatu program yang berbasis website dengan judul **“MEDIA PROMOSI BERBASIS WEBSITE PADA GERBANG MAS BAHARI WATERPARK TEGAL”**.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana cara membangun website yang bisa member informasi bagi wisatawan sebagai media promosi untuk Gerbang Mas Bahari Waterpark.

¹ M Suyanto, 2003. *Periklanan Pada e-Commerce Perusahaan Top Dunia*. Yogyakarta : Penerbit ANDI. Hal 179.

1.3 Batasan Masalah

Ada beberapa batasan masalah dalam penyusunan tugas akhir ini, diantaranya:

1. Penyajian informasi seputar Gerbang Mas Bahari Waterpark.
2. File website yang dimaksud dalam tugas akhir ini berupa media promosi yang dirancang menggunakan database.
3. Tampilan media promosi ini lebih menekankan terhadap informasi dan promosi Gerbang Mas Bahari Waterpark.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Terciptanya website Gerbang Mas Bahari Waterpark sebagai media informasi dan promosi.
2. Sebagai prasyarat Tugas Akhir untuk kelulusan pada jenjang Diploma III jurusan Manajemen Informatika STMIK "AMIKOM" Yogyakarta.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah :

1. Bagi penulis :
 - 1) Menerapkan ilmu yang diperoleh selama kuliah.
 - 2) Memperoleh gelar Diploma pada STMIK "AMIKOM" Yogyakarta.

2. Bagi perusahaan :

- 1) Mempunyai web sebagai media yang mempermudah penyampaian informasi dan promosi.
- 2) Sebagai pertimbangan dalam mengembangkan usaha pariwisata Gerbang Mas Bahari Waterpark berbasis website.

3. Bagi masyarakat :

- 1) Mempermudah masyarakat mendapat informasi tentang Gerbang Mas Bahari Waterpark.

1.6 Metode Penelitian

Metode yang dilakukan dalam penelitian ini adalah :

1. Metode Wawancara

Metode ini dilakukan dengan mengadakan tanya jawab mengenai permasalahan yang ada pada perusahaan yang bersangkutan agar memperoleh informasi yang akurat.

2. Metode Observasi

Metode ini untuk melakukan pengamatan secara langsung dengan kegiatan pada Gerbang Mas Bahari Waterpark.

3. Metode Kepustakaan

Metode ini dilakukan dengan mempelajari beberapa teori yang diperoleh dari berbagai sumber buku, referensi internet dan mata perkuliahan yang telah diikuti.

4. Metode Implementasi

Metode ini digunakan dengan mengimplementasikan aplikasi pengolahan data sebagai karya ilmiah.

1.7 Sistematika Penulisan Laporan Penelitian

Dalam laporan tugas akhir ini, disusun menggunakan sistematika penulisan sebagai berikut:

1. BAB I PENDAHULUAN

Bagian ini merupakan bagian dari pokok permasalahan, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian.

2. BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab II ini berisi tentang teori dasar, landasan teori merupakan rangkuman dari hasil studi pustaka oleh penulis.

3. BAB III TINJAUAN UMUM

Pada bab III ini membahas tentang gambaran dari objek penelitian, dan profile perusahaan.

4. BAB IV PEMBAHASAN

Pada bab IV ini tentang perancangan website mengenai company profile pada Gerbang Mas Bahari Waterpark.

5. BAB V PENUTUP

Pada bab V menjelaskan dan menguraikan kesimpulan dari seluruh program yang telah dibuat. Serta kritik dan saran kepada pihak yang melaksanakan penelitian dengan tema yang sama.