

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam kehidupan masyarakat sehari-hari tentu tidak lepas dari kegiatan berkomunikasi. Komunikasi menjadi hal dasar yang sangat penting dalam masyarakat yang berfungsi untuk menyampaikan pesan-pesan tertentu. Komunikasi sendiri adalah proses penyampaian pesan atau informasi dari satu pihak kepada pihak lain untuk mencapai pemahaman bersama. Dalam kehidupan sehari-hari, komunikasi memainkan peran penting, baik dalam hubungan pribadi, profesional, maupun sosial [1]. Selain bentuk komunikasi langsung, komunikasi juga dapat dilakukan melalui media. Saat ini terdapat beberapa jenis media komunikasi yang sering digunakan masyarakat seperti *smartphone*, media sosial, dan internet. Perkembangan media komunikasi tersebut mempermudah proses komunikasi yang membuat kegiatan komunikasi tidak langsung bisa dilakukan dengan jangkauan yang lebih luas dan dalam waktu yang singkat. Pihak yang sangat membutuhkan peran dari komunikasi tidak langsung adalah pebisnis. Pebisnis membutuhkan komunikasi tidak langsung sebagai sarana untuk mempromosikan produk atau jasa yang dijual kepada masyarakat. Komunikasi tersebut disebut juga dengan komunikasi massa. Komunikasi massa adalah proses penyampaian pesan atau informasi secara luas kepada khalayak yang besar, heterogen, dan tersebar melalui media massa. Media massa dapat berupa media cetak (koran, majalah), media elektronik (radio, televisi), maupun media digital (internet, media sosial). Komunikasi ini dirancang untuk menjangkau banyak orang dalam waktu yang relatif singkat [1]. Komunikasi massa sangat penting dalam membentuk opini publik, menyebarkan informasi, dan mempengaruhi masyarakat secara luas untuk dapat membeli produk atau menggunakan jasa tertentu. Karena peran yang cukup penting maka tercipta kebutuhan terhadap penggunaan media komunikasi masa. Sebanyak 15% masyarakat Indonesia masih menggunakan media cetak sebagai sarana komunikasi masa [2]. Berdasarkan data tersebut maka diketahui bahwa media cetak masih penting digunakan masyarakat sebagai media komunikasi masa.

Salah satu penyedia jasa media cetak adalah jasa *digital printing*. Pada tahun 2020 terjadi pertumbuhan pada industri *digital printing* sebesar 15% [3]. Hal tersebut memperlihatkan bahwa sektor bisnis *digital printing* masih memiliki banyak konsumen di Indonesia sehingga dapat diketahui bahwa kebutuhan akan media cetak juga masih cukup besar. Salah satu contoh perusahaan yang bergerak dalam jasa *digital printing* tersebut adalah Alfa *Digital Printing* yang berlokasi di Klaten Jawa Tengah. Alfa *Digital Printing* telah hadir dan melayani kebutuhan cetak masyarakat Klaten sejak tahun 2021 hingga saat ini di tahun 2025 yang kemudian juga menjadi salah satu pioner bisnis percetakan di Klaten. Namun meskipun telah beroperasi selama kurang lebih 4 tahun, Alfa *Digital Printing* masih belum memiliki *website* resmi sebagai *company profile* ataupun sebagai sarana pemasaran.

Tercatat hingga tahun 2023 terdapat sebesar 213 juta penduduk Indonesia memiliki akses dan mampu menggunakan internet [4]. Selain itu sebanyak 83% masyarakat Indonesia yang menggunakan internet memiliki tujuan untuk mencari informasi dengan akses terbesar pada [google.com](https://www.google.com), sehingga dapat disimpulkan bahwa perilaku penggunaan internet masyarakat Indonesia adalah mencari informasi melalui [google](https://www.google.com) [5]. Maka dapat dikatakan bahwa sangat penting bagi Alfa *digital printing* untuk memiliki *website* agar segala informasi mengenai *alfa digital printing* juga memiliki potensi untuk muncul pada mesin pencari [google](https://www.google.com). Penggunaan *website* mampu memberikan pengaruh signifikan yang positif terhadap minat beli konsumen [6]. Hal tersebut berarti bahwa penggunaan *website* mampu meningkatkan potensi minat beli dari konsumen, sehingga apabila Alfa *Digital Printing* menggunakan *website* maka dapat meningkatkan minat beli konsumen. Melalui peningkatan dari minat beli konsumen maka penggunaan *website* juga dapat memberikan pengaruh terhadap perkembangan usaha [7], sehingga jika Alfa *Digital Printing* memiliki keinginan untuk mengembangkan usahanya maka salah satu cara yang bisa dilakukan adalah dengan mengembangkan *website*.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dari penelitian yang dilakukan adalah :

Contoh:

1. Bagaimana perancangan *website* untuk media informasi dan promosi Alfa *Digital Printing* menggunakan *framework* laravel dan didukung oleh *chatbot*?
2. Bagaimana *kesesuaian website* terhadap ekspektasi Alfa *Digital Printing* ?

1.3 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah pada penelitian yang dilakukan adalah :

1. Penelitian ini hanya dilakukan di Alfa *Digital Printing* dan tidak mencakup perusahaan lain yang bergerak di bidang serupa.
2. Perancangan sistem hanya difokuskan pada fitur yang mendukung kebutuhan promosi, tanpa mencakup aspek lain seperti manajemen keuangan atau operasional produksi.
3. Objek penelitian hanya terbatas pada pengelolaan informasi promo dan pengelolaan informasi status pesanan konsumen.
4. Alfa *digital printing* belum memiliki *website* resmi perusahaan sehingga dibuat sebuah *website* untuk menjadi media promo sekaligus menjadi *company profile* Alfa *Digital Printing* Klaten.
5. Sistem hanya memberikan informasi status pesanan secara transparan melalui *website*, tetapi tidak mencakup fitur otomatisasi notifikasi ke pelanggan melalui *SMS* atau *email*.

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian yang dilakukan memiliki tujuan antara lain :

1. Mengetahui dan menganalisis perancangan *website* untuk media promosi Alfa Digital Printing menggunakan *framework* laravel dan *chatbot* untuk mempermudah promosi, informasi, dan pengecekan status pesanan secara efisien.
2. Mengetahui dan menganalisis kesesuaian *website* terhadap ekspektasi Alfa Digital Printing

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat Akademis
Penelitian yang dilakukan dapat digunakan sebagai acuan ataupun referensi untuk penelitian selanjutnya terkait dengan perancangan *website* sebagai media promo suatu perusahaan.
2. Manfaat Praktis
Melalui pelaksanaan penelitian dapat meningkatkan kemampuan dan menambah pengalaman programming serta hasil rancangan *website* dapat digunakan atau dikembangkan lebih lanjut oleh Alfa Digital Printing.

1.6 Sistematika Penulisan

Hasil Penelitian yang dilakukan kemudian dituliskan kedalam bentuk laporan penelitian yang berisikan lima bab utama yaitu :

1. BAB I PENDAHULUAN, berisi Latar belakang masalah, rumusan masalah, Batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan
2. BAB II TINJAUAN PUSTAKA, berisi tinjauan pustaka, dasar-dasar teori yang digunakan, pada penelitian

3. BAB III METODE PENELITIAN berisi tinjauan umum tentang objek penelitian, alur penelitian, alat dan bahan penelitian
4. BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN, bab ini berisikan tentang analisis dan pembahasan tentang perancangan *website* yang dilakukan serta analisis tentang kesesuaian hasil *website* terhadap ekspektasi Alfa Digital Printing.
5. BAB V PENUTUP, bab terakhir yang berisi kesimpulan dan saran penelitian

