

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi yang sangat pesat di era globalisasi saat ini telah memberikan banyak manfaat dalam kemajuan di berbagai aspek sosial. Penggunaan teknologi informasi oleh manusia dalam membantu melakukan aktivitas merupakan hal yang menjadi keharusan dalam kehidupan, dengan semakin berkembangnya teknologi informasi menunjukkan kemajuan yang sangat pesat. Perkembangan teknologi informasi yang begitu pesatnya ini telah memberikan manfaat yang sangat luar biasa bagi peradaban umat manusia. Adapun faktor yang memicu perkembangan teknologi adalah kebutuhan manusia akan teknologi dan informasi yang cepat dan akurat serta didukung dengan perkembangan internet yang semakin pesat, sehingga menyentuh banyak pengguna dalam mengakses informasi dimanapun dan kapanpun.

Pemanfaatan internet saat ini sudah digunakan secara luas sebagai sarana pertukaran informasi. Perkembangan pengguna internet di Indonesia pada tahun 2017 sudah mencapai 143,26 juta orang. Berdasarkan hasil survei dari jenis kelamin, komposisi pengguna internet di Indonesia adalah 51,43% laki-laki dan 48,57% perempuan. Adapun berdasarkan usia, sebanyak 16,68% pengguna berusia 13-18 tahun dan 49,52% berusia 19-34 tahun. Sementara itu, %tase pengguna internet berusia 35-54 tahun mencapai 29,55%. Pengguna internet berusia 54 tahun ke atas mencapai 4,24%.

Sementara itu berdasarkan wilayah, lebih dari separuh atau 58,08% pengguna internet di Indonesia pada tahun 2017 berada di kota-kota besar di Pulau Jawa. Adapun untuk wilayah lainnya di luar dari kota besar yang disebutkan di atas, sekitar 19 % berada di Sumatera, 7,97% di Kalimantan, 5,63% berada di Bali dan Nusa Tenggara, 6,73% berada di Sulawesi, serta 2,49% di Maluku dan Papua.

Rata-rata data perilaku pengguna internet di Indonesia. Berdasarkan konten yang paling sering dikunjungi, pengguna internet paling sering mengunjungi *website* yang menampilkan jasa jual-beli produk mencapai 62%, bisnis *profesional/personal branding* berada di angka 34,2% serta konten lainnya sebanyak 3,8% (<http://www.apjii.or.id>). Di dalam internet berbagai fasilitas tersedia dalam bentuk tulisan, gambar, video ataupun *file multimedia* yang bisa diakses oleh siapapun di seluruh dunia melalui internet. Umumnya penggunaan internet digunakan untuk mencari informasi yang dibutuhkan oleh manusia, dan untuk saat ini, internet tidak hanya berguna pada pencarian informasi saja, namun digunakan pula sebagai kegiatan promosi dalam memperkenalkan produk atau jasa baik individu maupun lembaga organisasi atau perusahaan, dari kegiatan promosi tersebut, akan ditampilkan beberapa produk atau jasa yang sebelumnya tidak dikenal menjadi dikenal karena dipublikasikan melalui internet. Pengguna internet semakin hari semakin bertambah, ini pula yang dimanfaatkan oleh banyak orang untuk memasarkan produk atau jasa kepada calon konsumen, pemasaran produk atau jasa melalui internet biasa disebut dengan *E-marketing*, dimana dulu kegiatan pemasaran dijalankan oleh manusia, sekarang bisa dimudahkan dengan adanya internet, dimana pencarian produk atau jasa bisa dilakukan dengan sambungan

internet. Salah satu alasan bisnis atau pribadi membeli barang atau jasa melalui internet adalah karena kemudahan dalam memesan produk barang atau jasa yang bisa diakses di mana saja dan pada waktu kapan saja, di sini terlihat bahwa begitu pentingnya pemanfaatan internet terutama untuk mendapatkan *competitive advantage*. Hal ini dikarenakan fungsi dari internet dapat dijadikan sebagai sarana promosi dan pemasaran untuk memperluas jangkauan pasar. Dengan fungsi yang ada, sebuah perusahaan dapat mengoptimalkan penggunaan internet dalam mendukung kegiatan proses pemasaran yaitu dengan *website* perusahaan. Menurut Gregorius (dalam Priansa, 2017:178). *Website* adalah kumpulan halaman *web* yang saling terhubung dan *file* saling terkait. *Web* terdiri dari *page* atau halaman, dan kumpulan halaman yang dinamakan *homepage*. *Homepage* berada pada posisi teratas, dengan halaman-halaman terkait berada di bawahnya. Biasanya setiap halaman di bawah *homepage* disebut *child page*, yang berisi *hyperlink* ke halaman lain dalam *web*.

PT. Karya Satria adalah salah satu perusahaan yang memanfaatkan *website* sebagai media promosi untuk memasarkan produk dan jasa berupa reklame ataupun *branding product* yang ingin diperkenalkan kepada pengguna jasa yang dikelola oleh bagian *Public Relations* dari PT. Karya Satria. Adapun salah satu pemanfaatan teknologi informasi oleh PT. Karya Satria adalah dengan menggunakan *website* www.karyasatria.com. Diharapkan *website* PT. Karya Satria mampu memberikan kemudahan bagi pengguna jasa yang ingin memperoleh informasi tentang PT. Karya Satria secara penuh, baik dari produk

yang ditawarkan di dalam *website*, maupun layanan jasa yang terdapat di dalam *website*.

Berdasarkan uraian di atas, penulis bermaksud melakukan penelitian tentang pemanfaatan media *website* untuk mendukung kebutuhan informasi dan pemasaran iklan media luar ruang. Maka penulis memilih judul skripsi: “PEMANFAATAN *WEBSITE* WWW.KARYASATRIA.COM SEBAGAI MEDIA PROMOSI OLEH *PUBLIC RELATIONS* PT. KARYA SATRIA”.

1.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk mengajukan rumusan masalah sebagai berikut:

- a. Bagaimanakah pemanfaatan media *website* www.karyasatria.com yang digunakan sebagai media promosi dalam memasarkan produk dan jasanya?
- b. Bagaimanakah strategi yang dilakukan *Public Relations* PT. Karya Satria dalam mengelola *website* www.karyasatria.com untuk meningkatkan jumlah pelanggan?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

- a. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pemanfaatan dari *website* www.karyasatria.com sebagai media promosi PT. Karya Satria dalam memasarkan produk dan jasanya.

- b. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi yang dilakukan *Public Relations* PT. Karya Satria dalam mengelola *website* www.karyasatria.com untuk meningkatkan jumlah pelanggan.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat melengkapi dan menambah pengetahuan serta wawasan penulis maupun mahasiswa lainnya, khususnya mengenai manfaat *website* sebagai media promosi untuk memasarkan produk dan jasa.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis penelitian ini juga diharapkan mampu dimanfaatkan oleh berbagai kalangan, seperti:

- a. Penulis

Memahami dengan praktis pemanfaatan *website* sebagai media promosi suatu organisasi atau perusahaan.

- b. Perusahaan

Perusahaan mengetahui manfaat besar dari *website* sebagai media promosi untuk mengenalkan serta memasarkan produk dan jasa mereka kepada pelanggan.

c. Masyarakat

Masyarakat memahami manfaat dari *website* sebagai media informasi untuk memenuhi kebutuhan dirinya dan usahanya.

