

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perusahaan merupakan tempat terjadinya kegiatan produksi, tetapi terdapat juga perusahaan yang hanya menjual barang saja seperti perusahaan dagang. Perusahaan juga dapat didefinisikan sebagai suatu lembaga dalam bentuk organisasi yang dioperasikan dengan tujuan untuk menyediakan barang dan jasa bagi masyarakat dengan motif atau insentif keuntungan. Dalam perusahaan banyak jenis-jenis salah satunya adalah perusahaan perdagangan perusahaan yang bergerak di bidang jual beli barang, membeli barang yang sudah jadi tanpa diolah lagi, lalu menjual kembali barang-barang dagang untuk mencari keuntungan tanpa memberikan nilai tambah pada barang-barang tersebut.

Tactical merupakan bahasa inggris yang apabila diterjemahkan kedalam bahasa indonesia menjadi taktis. Pengertian dari kata taktis secara harifah adalah taktik, strategi, atau siasat. Penggunaan kata taktis ini banyak dilakukan oleh instansi militer misal mobil taktis, tas taktis, rompi taktis dan lain sebagainya. Oleh karena ini peralatan yang digunakan dalam proses penyusunan taktis/strategi dalam dunia militer sering disebut sebagai *tactical*. Peralatan atau barang *tactical* yang impor dari luar negeri adalah tas, seragam (celana / baju), topi, rompi, sepatu dan lain sebagainya.

Saat ini perkembangan bisnis secara global cukup pesat terjadi, hal ini berkaitan dengan perkembangan teknologi yang semakin maju, khususnya internet. Dari perkembangan internet yang luar biasa, memunculkan system bisnis yang potensial yaitu *Marketplace*. *Marketplace* adalah sebuah sistem informasi yang melalui website atau aplikasi yang dibuat untuk memfasilitasi proses jual beli antara penjual dan pembeli pada satu tempat. mengkomunikasikan informasi tentang harga, produk dan mampu menyelesaikan transaksi melalui saluran

komunikasi elektronik. Dengan melalui internet para penjual dimudahkan dalam melakukan promosi dan memasarkan produknya dalam jangkauan yang lebih luas.

Media interaktif merupakan metode komunikasi di mana output dari media berasal dari masukan dari pengguna. Media interaktif yang bekerja dengan pengguna partisipasi. Media masih memiliki tujuan yang sama dengan masukan pengguna menambahkan interaksi dan membawa fitur-fitur menarik untuk sistem untuk kenikmatan yang lebih baik. Berdasarkan penjelasan pada jenis-jenis media pembelajaran, bahwa Seels & Glasgow (dalam Arsyad,2002:33) mengelompokkan media interaktif merupakan kelompok pilihan media teknologi mutakhir. merupakan suatu hal krusial yang ikut menentukan kesuksesan bagi perusahaan karena dari sinilah suatu perusahaan dikenal luas oleh masyarakat.

Permasalahan yang menimpa masih belum adanya *marketplace* aplikasi pada *smartphone* yang menjual produk *tactical* hanya ada melalui toko langsung, *E-commerce* (tokopedia dan shoppe), dan web. Dalam *E-commerce* yang memiliki banyak saingan dan pembeli hanya taunya *E-commerce* saja tidak mengenal tokonya. Maka konsep karya yang di ambil dari tugas akhir ini adalah membangun media interaktif berupa aplikasi berbasis android *marketplace* yang melakukan penjualan barang kepada konsumen perorangan Agar memberikan *brand* sendiri dengan media interaktif yang menarik dan komunikatif. Maka penulis mengangkat dengan judul “PERANCANGAN MEDIA INTERAKTIF PONDOK TACTICAL MARKETPLACE PRODUK TACTICAL” sebagai tugas akhir dan karya ilmiah.

1.2 Rumusan Masalah

Masalah yang diambil dirumuskan menjadi pokok-pokok rumusan masalah yang spesifik. Adapun rumusan masalah dalam perancangan ini adalah:

1. Bagaimana merancang media Interaktif aplikasi *Marketplace* PONDOK TACTICAL pada *smarphone* yang khas dengan sesuai dengan penjualan produk *tactical* dan dapat menarik perhatian?
2. Bagaimana perancangan media Interaktif aplikasi *Marketplace* PONDOK TACTICAL pada *smarphone* berdasarkan kaidah desain, art directing & copywriting agar dapat mudah di gunakan?
3. Bagaimana mengaplikasikan perancangan media interaktif aplikasi *Marketplace* PONDOK TACTICAL yang sesuai ke dalam media promosi?

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang ada, pada perancangan media interaktif. Batasan masalah pada perancangan ini adalah membangun brand dan memudahkan para pembeli dengan rancangan media Interaktif aplikasi *marketplace* PONDOK TACTICAL pada *smarphone* yang khas dengan sesuai dengan penjualan *tactical* dan dapat menarik perhatian dan dapat mudah di gunakan oleh pembeli.

1.4 Maksud dan Tujuan Perancangan

Adapun maksud dan tujuan penulis dalam perancangan media interaktif aplikasi pada *smarphone* sebagai berikut :

1. Sebagai maksud untuk membangun brand dan bekerja sama dengan PT SISCO INTERNUSA PRISMATAMA pada bagian produk agar masyarakat mengetahui penjualan produk *tactical*.

2. Untuk memudahkan dalam mengelolah penjualan dari stok barang, mempromosikan barang-barang *tactical*, dan memudahkan mendapatkan pelanggan.
3. Tujuan memudahkan masyarakat membeli produk *tactical* dengan melalui aplikasi khusus sehingga tidak perlu mencari produk ke toko langsung.
4. Tujuan agar dapat menarik perhatian dan meyakinkan masyarakat untuk membeli produk *tactical* dengan melakukan mempromosikan aplikasi PONDOK TACTICAL menggunakan media promosi.

1.5 Metode Pengumpulan Data

Dari sifatnya data berikut jenis-jenis data dengan metode cara pengumpulannya sebagai berikut:

1. Data Observasi

Observasi di lakukan dengan mengumpulkan data melalui pengamatan langsung di lokasi penelitian. Observasi adalah suatu cara pengumpulan data dengan mengadakan pengamatan langsung terhadap suatu obyek dalam suatu periode tertentu dan mengadakan pencatatan secara sistematis tentang hal-hal tertentu yang di amati.



Gambar 1.1. Foto bersama Karyawan di tempat PT SISCO INTERNUSA PRISMATAMA

Sumber : Levi Agustin, 2020

2. Data Wawancara

Wawancara merupakan salah satu metode pengumpulan data dengan bertanya langsung pada responden. Wawancara merupakan suatu proses interaksi dan komunikasi secara langsung. Responden yang dimaksud yaitu narasumber yang berasal dari pihak bersangkutan.



Gambar 1.2. Foto wawancara bersama direktur utama PT SISCO INTERNUSA PRISMATAMA, Ibu Wulansari Siddharta Lee
Sumber : Levi Agustin, 2020

3. Dokumentasi

Bila melakukan survey, harus adanya dokumentasi. Fungsi dari dokumentasi adalah menyediakan informasi tentang dokumen bagi pengguna yang berupa foto, catatan tertulis ataupun dalam bentuk rekaman. Sehingga dokumentasi ini merupakan kumpulan dari survei yang telah dilakukan. Oleh karena itu dokumentasi juga sangat penting sebagai acuan dalam pembuatan suatu penelitian dan perancangan.

Data Kajian Literatur

4. Buku

Data dari buku mencakup kumpulan dari berbagai macam artikel yang menunjang dan berhubungan yaitu buku-buku tentang aplikasi berbasis android yang baik dan benar sesuai target audience yang sudah ditentukan sebelumnya.

5. Media Elektronik

Media elektronik merupakan salah satu metode pengumpulan data dengan mencari data lewat internet. Yang merupakan media elektronik suatu proses interaksi dan komunikasi secara tidak langsung.

1.6 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran adalah alur pikir yang logis dan dibuat dalam bentuk diagram yang memiliki tujuan untuk menjelaskan secara garis besar pola substansi penelitian yang akan dilaksanakan. Biasanya kerangka berpikir dibuat dalam skema agar mempermudah memahami variabel-variabel yang akan diteliti dalam tahap selanjutnya. Berikut ini adalah kerangka pemikiran yang penulis:

Proses penyusunan Kerangka Pemikiran perancangan dalam Tugas Akhir ini di bagi menjadi 5 Bab, yaitu:

1. BAB I PENDAHULUAN

Bab I membahas latar belakang masalah yang perancangan media interaktif aplikasi Marketplace PONDOK TACTICAL. Penulisan terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan perancangan, metode pengumpulan data, kerangka pemikiran dan sistematika perancangan.

2. BAB II LANDASAN TEORI Dan ANALISA DATA

Bab II menjelaskan dan mengungkap tentang tinjauan pustaka dan data teori-teori yang sudah ada sebagai dasarnya. Dalam bab ini juga menjelaskan tentang data perusahaan.

3. BAB III KONSEP PERANCANGAN MEDIA INTERAKTIF PONDOK TACTICAL MARKETPLACE PRODUK TACTICAL

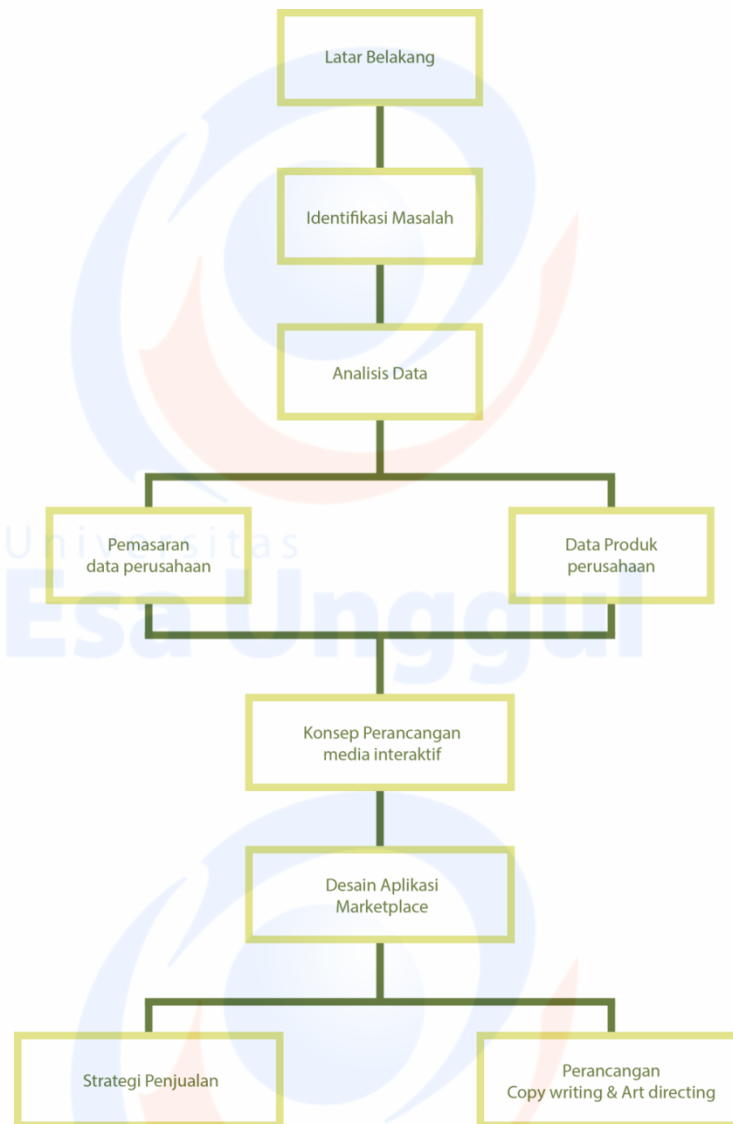
Bab III berisikan konsep perancangan media interaktif aplikasi PONDOK TACTICAL marketplace Produk Tactical. Penjelasan secara jelas tentang konsep media, konsep kreatif, program kreatif, konsep komunikasi, dan perencanaan biaya.

4. BAB IV DESAIN dan APLIKASI

Bab IV berisi tentang media utama sebagai profil institusi, media pendukung, dan *menchandise* pada aplikasi *marketplace* PONDOK TACTICAL.

5. BAB V PENUTUP

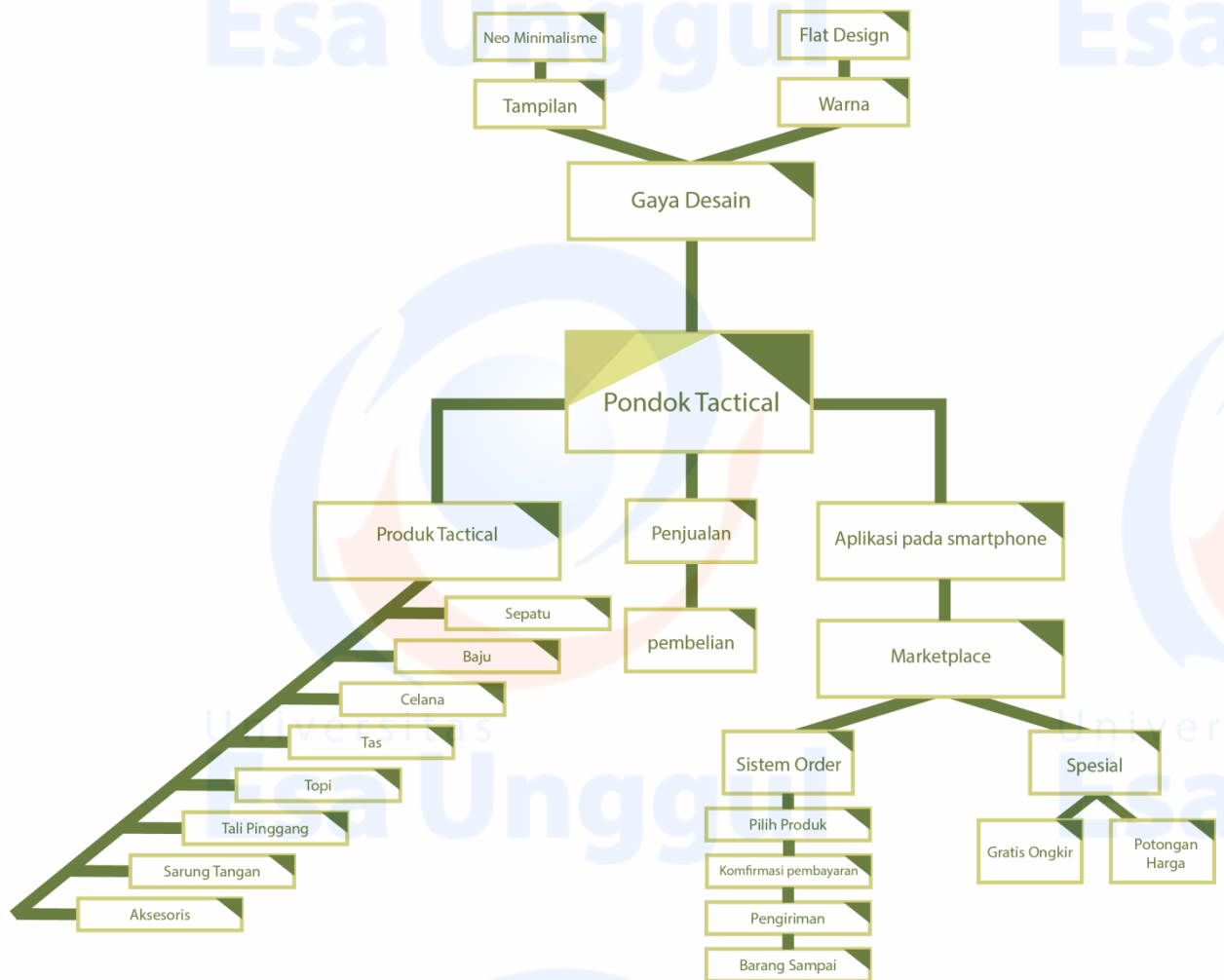
Bab V berisi simpulan dan saran dari perancangan media interaktif aplikasi *marketplace* PONDOK TACTICAL, beserta hasil penilaian sidang tugas akhir.



Gambar 1.3. Kerangka Pemikiran
Sumber : Levi Agustin, 2020

1.7 Skematika Perancangan

Dalam proses perancangan media interaktif aplikasi pondok tactical marketplace produk tactical harus memiliki pembuatan kerangka pemikiran tersebut adalah sebagai berikut:



Gambar 1.4. Skematika Perancangan
 Sumber : Levi Agustin, 2020