

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Perancangan

Perancangan atau desain didefinisikan sebagai proses aplikasi berbagai teknik dan prinsip bagi tujuan pendefinisian suatu perangkat, suatu proses atau sistem dalam detail yang memadai untuk memungkinkan realisasi fisiknya. (Sofyan, dkk , 2016:2),

Perancangan adalah suatu proses untuk membuat dan mendesain sistem yang baru. Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa perancangan sistem adalah sebuah proses setelah analisis dari siklus pengembangan sistem untuk merancang suatu sistem. Rusdi, dkk (2018;5)

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa perancangan merupakan suatu kegiatan atau strategi yang memiliki tujuan untuk memecahkan masalah yang dihadapi oleh pihak perusahaan dan mengembangkan solusi terbaik bagi perusahaan.

2.2 Promosi

2.2.1 Pengertian Promosi

Promosi merupakan bagian dari bauran pemasaran, juga dikenal sebagai marketing mix dan dirancang dengan tujuan untuk mencapai tujuan dengan setiap pelanggan, yaitu menyakinkan pelanggan untuk membeli barang atau jasa yang diproduksi oleh perusahaan (Praestuti, 2020:22).

Promosi adalah memberikan suatu informasi kepada masyarakat mengenai penawaran dari suatu produk tersebut agar konsumen bisa tertarik membeli suatu produk ataupun jasa yang ditawarkan (Zahara & Sembiring, 2021:225).

Promosi yaitu kegiatan untuk merancang yang mempengaruhi konsumen dimana perusahaan bisa mengenal produk kepada konsumen,

kemudian konsumen senang dan membeli produk tersebut. (Gitosudarmo, 2021:63).

Promosi merupakan salah satu komponen dalam bauran pemasaran yang sangat penting yang dilakukan oleh perusahaan ketika mereka menawarkan produk. Promosi ini bukan hanya berfungsi sebagai cara perusahaan berkomunikasi dengan konsumen, tetapi juga berfungsi sebagai cara untuk mempengaruhi konsumen untuk membeli atau menggunakan produk sesuai dengan kebutuhan dan keinginan mereka. (Danang Sunyoto, 2014:54).

Berdasarkan pendapat di atas, dapat disimpulkan bahwa promosi adalah alat komunikasi pemasaran yang digunakan untuk menawarkan produk atau jasa yang sedang dijual dengan tujuan membuat konsumen tertarik untuk membeli. Karena konten yang menarik juga merupakan bagian dari promosi, keputusan konsumen untuk membeli produk akan sangat dipengaruhi oleh konten yang menarik.

2.2.2 Bauran Promosi

Bauran promosi merupakan perangkat promosi yang mencakup aktivitas periklanan (*advertising*), penjualan perseorangan (*personal selling*), promosi penjualan (*sales promotion*), hubungan masyarakat (humas atau *public relation*), informasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*), pemasaran langsung (*direct marketing*), dan publikasi pemasaran (*marketing publication*). (Lupiyoadi, 2013:178),

Bauran promosi adalah paduan spesifik periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, dan penjualan personal yang digunakan perusahaan untuk mengkomunikasikan nilai pelanggan secara persuasif dan membangun hubungan pelanggan. (Kotler dan Armstrong, 2019:116)
Bauran promosi secara lebih luas dijabarkan sebagai berikut:

1. Iklan (*Advertising*)

Setiap bentuk persentasi nonpribadi dan promosi ide, barang, atau layanan oleh sponsor yang diidentifikasi.

2. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Insentif jangka pendek untuk mendorong pembelian atau penjualan suatu produk atau layanan.

3. Penjualan Pribadi (*Personal Selling*)

Interaksi pelanggan pribadi oleh tenaga penjualan perusahaan untuk tujuan menarik pelanggan, melakukan penjualan, dan membangun hubungan pelanggan.

4. *Public Relation (PR)*

Membangun hubungan baik dengan berbagai public perusahaan dengan mendapatkan publisitasi yang baik, membangun citra perusahaan yang baik, dan penanganan atau menghindari rumor, cerita, dan acara yang tidak menyenangkan.

5. *Direct and Digital Marketing*

Terlibat langsung dengan individu yang ditargetkan dengan cermat konsumen dan komunitas pelanggan untuk mendapatkan tanggapan segera dan membangun hubungan pelanggan yang langgeng.

2.3 Media sosial

2.3.1 Pengertian Media Sosial

Media sosial merupakan media yang mendukung adanya interaksi sosial dengan menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Dengan media sosial, seseorang dapat membuat, menyunting dan mempublikasikan konten berita, promosi, artikel, foto dan video. (Diah Eka Septyami, 2022:24).

Penggunaan media sosial sudah mulai sering digunakan dalam pemasaran, komunikasi publik, kantor atau departemen yang berhubungan langsung dengan konsumen atau stakeholder. media sosial marketing adalah teknik atau taktik marketing yang menggunakan media sosial sebagai sarana untuk mempromosikan suatu produk (link halaman website pemakai akun twitter. tidak hanya untuk memberi data, media sosial bisnis online) atau suatu jasa, atau produk lainnya secara lebih spesifik. (Drury Veby Zilfania, 2014: 17)

Media sosial merupakan medium di internet yang memungkinkan pengguna mempresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan e-journal “Acta

Diurna” Volume VI. No. 1. Tahun 2017 membentuk ikatan sosial secara virtual. (Nasrullah, 2015: 11)

Media sosial dipahami sebagai bentuk baru komunikasi di internet yang ditopang oleh berbagai aplikasi software, yang memungkinkan terjadinya interaksi diantara para pengguna. Media sosial memiliki beberapa kelebihan, terutama pada kemampuannya dalam komunikasi dua arah yang interaktif, dan memudahkan penggunaanya untuk mengakses berbagai macam informasi. (Ita Suryani, 2014:128)

2.3.2 Media Sosial Instagram

Instagram adalah salah satu aplikasi media sosial berbasis Android yang menggunakan jejaring internet untuk mengaktifkannya. Tujuan dari penciptaan media sosial Instagram adalah agar para pemilik gawai merasa bahwa kamera yang terpasang di gawainya tidak akan sia-sia. Instagram merupakan aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna untuk mengambil foto, memberikan filter digital dan men-share ke berbagai layanan jejaring sosial termasuk Instagram sendiri. Satu fitur unik yang dimiliki Instagram adalah memotong foto menjadi bentuk persegi sehingga tampilan foto terlihat seperti hail kamera Kodak Instamatic dan polaroid (Ria Estiana, 2022:17).

Instagram adalah pengguna Instagram merasa tidak akan ketinggalan informasi yang up-date, pengguna bisa memuaskan batin dengan mencari konten yang sesuai dengan kebutuhan, dan pengguna merasa leluasa untuk membuka identitas personal mereka. Pengguna pun dapat berinteraksi dengan keluarga, teman dan orang lain yang baru mereka kenal tanpa harus keluar dari rumah karena Instagram memiliki fitur foto, video atau secara live untuk membantu pengguna berkomunikasi. (Ria Estiana, 2022:16).

Instagram adalah layanan jejaring sosial berbasis fotografi. Jejaring sosial ini diresmikan pada tanggal 6 Oktober 2010 oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger yang mampu menjaring 25 ribu pengguna di hari pertama. Atmoko (2012:3) Selain itu Atmoko (2012:8), menyatakan bahwa nama

instagram merupakan kependekan dari kata “instan-telegram”. Menurut website resmi Instagram, Instagram adalah cara yang menyenangkan dan unik untuk berbagi hidup anda dengan teman-teman melalui serangkaian gambar. Bidik foto dengan ponsel atau tablet anda lalu pilih filter untuk mengubah gambar.

Instagram adalah sebuah aplikasi dari Smartphone yang khusus untuk media sosial yang merupakan salah satu dari media digital yang mempunyai fungsi hampir sama dengan twitter, namun perbedaannya terletak pada pengambilan foto dalam bentuk atau tempat untuk berbagi informasi terhadap penggunanya. Instagram juga dapat memberikan inspirasi bagi penggunanya dan juga dapat meningkatkan kreatifitas, karena Instagram mempunyai fitur yang dapat membuat foto menjadi lebih indah, lebih artistik dan menjadi lebih bagus (Atmoko, 2012:10).

2.3.3 Fitur- Fitur Instagram

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan mengambil gambar atau foto yang menerapkan filter digital untuk mengubah tampilan efek foto, dan membagikannya ke berbagai layanan media sosial, termasuk milik Instagram sendiri. Menurut Atmoko (2012) Instagram memiliki lima menu utama dengan beberapa fitur pelengkap lain seperti berikut ini:

a. Home Page

Home page adalah halaman utama yang menampilkan (timeline) foto-foto terbaru dari sesama pengguna yang telah diikuti. Cara melihat foto yaitu hanya dengan menggeser layar dari bawah ke atas seperti saat scroll mouse di komputer. Kurang lebih 30 foto terbaru dimuat saat pengguna mengakses aplikasi, Instagram hanya membatasi foto-foto terbaru.

b. Comments

Sebagai layanan jejaring sosial Instagram menyediakan fitur komentar, foto-foto yang ada di Instagram dapat dikomentari di kolom komentar. Caranya tekan ikon bertanda balon komentar di bawah foto, kemudian ditulis kesan-kesan mengenai foto pada kotak yang disediakan setelah itu tekan tombol send.

c. Explore

Explore merupakan tampilan dari foto-foto populer yang paling banyak disukai para pengguna Instagram. Instagram menggunakan algoritma rahasia untuk menentukan foto mana yang dimasukkan ke dalam explore feed.

d. Profil

Profil pengguna dapat mengetahui secara detail mengenai informasi pengguna, baik itu dari pengguna maupun sesama pengguna yang lainnya. Halaman profil bisa diakses melalui ikon kartu nama di menu utama bagian paling kanan. Fitur ini menampilkan jumlah foto yang telah diupload, jumlah follower dan jumlah following.

e. News Feed

News feed merupakan fitur yang menampilkan notifikasi terhadap berbagai aktivitas yang dilakukan oleh pengguna Instagram. News feed memiliki dua jenis tab yaitu “Following” dan “News”. Tab “following” menampilkan aktivitas terbaru pada user yang telah pengguna follow, maka tab “news” menampilkan notifikasi terbaru terhadap aktivitas para pengguna Instagram terhadap foto pengguna, memberikan komentar atau follow maka pemberitahuan tersebut akan muncul di tab ini.

f. Judul

Judul atau caption foto bersifat untuk memperkuat karakter atau pesan yang ingin disampaikan pada pengguna tersebut.

g. Hashtag

Hashtag adalah symbol bertanda pagar (#), fitur pagar ini sangatlah penting karena sangat memudahkan pengguna untuk menemukan foto-foto di Instagram dengan hashtag tertentu.

h. Lokasi

Fitur lokasi adalah fitur yang menampilkan lokasi dimana pengguna mengambilannya. Meski Instagram disebut layanan photo sharing, tetapi Instagram juga merupakan jejaring sosial. Karena pengguna bias berinteraksi dengan sesama pengguna.

i. Follow

Follow adalah pengikut, dari pengguna Instagram pengguna satu agar mengikuti atau berteman dengan pengguna lain yang menggunakan Instagram.

j. Like

Like adalah suatu ikon dimana pengguna dapat menyukai gambar ataupun foto pada Instagram, dengan cara menekan tombol like dibagian bawah caption yang bersebelahan dengan komentar. Kedua, dengan double tap (mengetuk dua kali) pada foto yang disukai.

k. Mentions

Fitur ini adalah untuk menambah pengguna lain, caranya dengan menambah tanda arroba (@) dan memasukan akun instagram dari pengguna tersebut.

Berikut beberapa keuntungan jika menggunakan Instagram (Ria Estiana, 2022:20) adalah:

- a. Instagram dapat di-download secara gratis melalui aplikasi GooglePlay dari seluruh merek gawai

- b. Fitur edit foto yang dimiliki oleh Instagram mampu mengubah foto biasa menjadi foto vintage dengan memanfaatkan fokus, distorsi warna, dan lain-lain
- c. Komunitas Instagram memiliki anggota jutaan orang, hal ini dapat dilihat melalui banyaknya follower yang mengikuti akun Instagram tersebut. Jika akun memiliki banyak pengikut, maka semakin banyak pula yang tertarik dengan unggahan foto yang ditampilkan dalam akun Instagram tersebut. Adana fitur centang biru dalam bahasa pengguna Instagram, membuat kepercayaan diri pengguna meningkat karena dapat diartikan bahwa akun tersebut memiliki banyak pengikut, akun tersebut asli serta telah memiliki pelanggan. yang banyak jumlahnya.

2.4 Website

2.4.1 Definisi Website

Website adalah sejumlah halaman web yang topiknya saling berkaitan antara satu halaman dengan halaman lainnya, biasanya ditempatkan pada sebuah web server yang dapat diakses melalui jaringan internet atau jaringan area lokal (local area network). (Yeni Susilowati, 2019:36)

Website adalah suatu media yang terdiri dari beberapa halaman yang saling berkaitan satu sama lain, dan berfungsi sebagai media untuk menampilkan suatu informasi, baik berbentuk gambar, video, teks, suara, ataupun gabungan dari semuanya. *Website* bersifat multiplatform yang artinya dapat dibuka dari segala perangkat atau device yang terhubung dengan jaringan internet. Walaupun teknologi ini sudah cukup lama digunakan, namun saat ini masih banyak sekali perusahaan-perusahaan yang masih menggunakan *website* dalam menampilkan profil perusahaan (company profile), menjual produk, ataupun sebagai sistem yang dapat digunakan oleh pelanggan. (Elgamar, 2020:3),

Berdasarkan uraian tersebut dapat memberikan gambaran bahwa website merupakan sebuah *software* yang berfungsi untuk menampilkan dokumen-dokumen pada suatu web yang membuat pengguna dapat mengakses internet melalui *software* yang terkoneksi dengan internet.

2.4.2 Jenis-Jenis *Website*

Terdapat 3 jenis *website* yang dibagi berdasarkan sifat, tujuan dan Bahasa pemrograman, antara lain:

1. Jenis *website* berdasarkan sifat
 - a. Web Statis, merupakan bentuk web yang dikelompokkan berdasarkan isinya. Web akan dikalakan statis apabila isi dari web tersebut bersifat statis, atau dalam arti lain isi dari web tersebut bersifat tetap. Bentuk isi semacam ini biasanya juga dapat dikelompokkan berdasarkan web desain yang tanpa menggunakan bahasa pemrograman untuk menampilkan data-data isinya.
 - b. Web dinamis, dilihat dari istilahnya dinamis yaitu sebuah bentuk yang selalu berubah, sehingga dengan mengambil istilah in menjadikan semua bentuk web yang isi atau content dapat selalu berubah pada setiap waktu akan disebut dengan web dinamis. Biasanya web dinamis akan memerlukan sebuah bahasa pemrograman untuk menampilkan data-datanya ke dalam halaman web, data-data tersebut akan selalu disimpan di dalam sebuah database yang menyebabkan web yang dibuat dapat selalu berubah dengan cepat apabila databasenya berubah.
2. Jenis *website* berdasarkan tujuan
 - a. Personal *Website* adalah situs web yang berisi informasi pribadi seseorang.
 - b. Corporate web, *website* yang dimiliki oleh perusahaan
 - c. Portal *Website* adalah *website* yang memiliki banyak layanan berita, email dan jasa-jasa lainnya.
 - d. *Website* Media Sharing, web yang bertujuan untuk berbagi media antar pengguna seperti gambar, video, musik. Contohnya: Flickr, Youtube, Soundcloud.
 - e. Forum *Website* adalah *website* yang digunakan sebagai sarana diskusi pengunjunnya. Selain ini terdapat pula beberapa *website* lain seperti *website* pemerintah, e-banking, e-payment, e-procurement dan sebagainya.
3. Jenis *website* berdasarkan bahasa pemrograman

- a. Server side adalah web yang menggunakan bahasa pemrograman yang tergantung pada tersedianya server seperti PHP, ASP dan sebagainya. Jika tidak ada server, maka *website* yang dibangun menggunakan bahasa pemrograman tidak dapat berfungsi sebagaimana mestinya.
- b. Client side adalah *website* yang tidak membutuhkan server dalam menjalankannya, website ini cukup di akses melalui browser.

2.4.3 Manfaat Website

Manfaat *website* diantaranya sebagai berikut:

1. *Website* dapat menjadi sarana informasi yang cepat dan mudah.
2. *Website* dapat menjadi sarana edukasi masyarakat.