

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi pada saat ini sudah sangat cepat dan maju, salah satunya adalah perkembangan media informasi dan promosi yang digunakan sebagai alat bantu komunikasi dalam penyampaian suatu data yang diolah menjadi bentuk media yang lebih spesifik dan berguna bagi masyarakat.

Sehubungan dengan hal tersebut, maka penggunaan media informasi dan promosi dapat memberikan manfaat yang sangat besar, baik dalam kualitas maupun nilai informasi yang disampaikan. Sehingga dalam penyajian informasi yang dibutuhkan dapat diperoleh dengan cepat, tepat, dan lengkap tanpa harus melalui proses yang berulang-ulang. Salah satunya adalah media informasi dan promosi dalam bentuk buku *company profile* yang dapat menggambarkan suatu profil perusahaan, atau suatu lembaga pendidikan secara lengkap dan terperinci.

Erlangga Berdiri pada 30 April 1952, Erlangga Group pada mulanya hanya menerbitkan buku-buku pelajaran saja. Namun kini, di usia yang ke 62, Erlangga telah menduduki posisi mapan di ranah penerbitan Indonesia. Erlangga semakin dikenal karena tingginya kualitas dan kayanya ragam buku yang diterbitkan.

Tertempa oleh berpuluh tahun jatuh dan banggunya sektor pendidikan di Indonesia, dalam skala nasional Erlangga adalah penerbit buku pelajaran yang terbaik. Di luar itu, sejak sepuluh tahun yang lalu Erlangga Group mulai melakukan pengembangan usaha dengan menerbitkan judul-judul buah karya penulis yang dikenal di ranah nasional maupun internasional. Erlangga selalu berusaha untuk memberikan pelayanan yang terbaik sesuai dengan kebutuhan dan tuntutan zaman, termasuk dalam proses belajar mengajar. Jumlah pelanggan yang semakin meningkat mengakibatkan sumber daya dan fasilitas-fasilitas yang ada selalu berkembang sesuai dengan kebutuhan dan kemajuan teknologi.

Sebagai sebuah langkah awal, strategi publikasi yang tepat untuk Erlangga adalah dengan perancangan yang mengungkapkan identitas dalam sebuah paket *Company Profile*. Fungsi utama *Company Profile* adalah sebagai media komunikasi/penyampaian informasi tertentu tentang perusahaan pada pihak-pihak yang membutuhkan, baik di dalam maupun di luar perusahaan. Sebuah perusahaan setidaknya memiliki sebuah *image*, yang dapat mewakili jenis perusahaan, kelas dan produk yang dihasilkannya. *Company Profile* ini lebih bersifat marketing dari perusahaan dalam mencari *client* (Prasetya, 2008).

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan permasalahan ini adalah, Bagaimana merancang *company profile* sebagai media publikasi

Erlangga dalam upaya peningkatan jumlah pengunjung sebagai penerbit buku terkemuka?

C. Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terfokus dengan objek penelitian, maka penulis membatasi permasalahan penelitian ini pada pembuatan *Company Profile* tentang Erlangga dengan menggunakan bahasa pemrograman *PHP* dan *database MySQL*.

D. Tujuan Perancangan

Tujuan dari perancangan ini adalah membuat *company profile* sebagai media publikasi Erlangga dalam upaya peningkatan jumlah pengunjung sebagai penerbit buku terkemuka

E. Manfaat Perancangan

Dari hasil perancangan ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat yang di peroleh bagi penulis adalah penulis mampu membuat suatu media promosi atau *Company Profile* untuk menangani masalah tertentu. Dalam hal ini lebih spesifik menangani masalah promosi dan mempublikasikan Erlangga Madiun
2. Manfaat yang di peroleh bagi Universitas adalah sebagai tolak ukur kemampuan para mahasiswa dalam menyusun tugas akhir dan dapat menambah khasanah Pustaka di Perpustakaan Universitas

3. Bagi Erlangga Madiun Dapat digunakan sebagai dokumentasi
4. Dapat digunakan sebagai media informasi Erlangga Madiun
5. Dapat digunakan sebagai media publikasi Erlangga Madiun

F. Metode Penelitian

Metode pengumpulan data untuk mendapatkan suatu karya ilmiah yang berkualitas, maka penulis menggunakan beberapa metode penelitian yaitu

1. Studi Literatur/Pustaka/Internet

Merupakan metode pengumpulan data dengan cara mencari dan mengumpulkan data / sejarah yang terkait.

2. Observasi

Merupakan metode pengumpulan data dengan cara mengamati suatu lokasi atau keadaan dengan cermat untuk mengetahui apa yang terjadi.

3. Wawancara

Merupakan metode pengumpulan data dengan nara sumber yang layak / terkait.

4. Metode Implementasi Sistem

Proses merancang, mempersiapkan, menguji dan menerapkan sistem untuk melakukan verifikasi bahwa sistem telah berjalan dengan benar.