

**PERANCANGAN KATALOG BERBASIS WEB SEBAGAI MEDIA
PROMOSI PADA PHOENIX DANCE GROUP SEMARANG**

Deddy Kurniawan, Andi Prakasa Hadi, S.Kom., M.Kom

Sekolah Tinggi Elektronika dan Komputer (STEKOM) Semarang

Abstrak

Phoenix Dance group merupakan jasa yang menyediakan berbagai jenis tarian untuk hiburan baik pentas, pernikahan, *gathering*, ulang tahun, arisan keluarga, *special event* (konser band, dan acara televisive). Media promosi yang acara pagelaran, pameran dan menyebarkan brosur, namun dengan promosi seperti tersebut belum dapat memperkenalkan Phoenix Dance Group kepada masyarakat luas, oleh sebab itu diperlukan sebuah promosi yang tepat. Dalam penelitian ini penulis akan membuat sebuah media informasi dan promosi berbasis *website* yang diharapkan dapat menjadi solusi untuk pengembangan Phoenix Dance group.

Dengan adanya teknologi internet, informasi bergerak lebih cepat, lebih luas dan dapat diakses oleh siapa saja, dimana saja dan kapan saja. Oleh karena itu Penulis akan merancang desain website sebagai media promosi tambahan yang lebih lengkap dan cepat dengan menggunakan *software* Adobe Photoshop CS5, Adobe Flash CS5, dan Adobe Dreamweaver CS5.

Kata kunci : Desain, website, promosi dan informasi, Phoenix Dance group.

PENDAHULUAN

Seni tari merupakan salah satu bentuk seni pertunjukan yang sudah cukup lama keberadaannya atau telah hadir dari zaman dahulu dan berkembang hingga saat ini. Pada zaman dahulu, seni tari menjadi bagian terpenting dari berbagai ritual kehidupan masyarakat yang berkaitan dengan siklus hidup manusia dan mempertahankan kelangsungan hidup manusia. Hubungannya dengan tingkah laku, khususnya menandai peralihan tingkatan kehidupan seseorang, baik secara individu, maupun dalam kelompok masyarakat.

Phoenix Dance Group merupakan group tari yang berdiri pada tahun 2006. Phoenix Dance Group semula merupakan perkembangan dari kelompok tari THHK (Tunas Harum Harapan Kita), yang dulu merupakan sekolah TiongHoa. THHK sendiri sudah ada selama lima belas tahun menekuni seni tari TiongHoa atau dapat disebut tari mandarin. Penggagas berdirinya Phoenix Dance Group adalah Ibu Liem Lie Ing. Phoenix Dance Group berlokasi di jalan Erlangga Raya No.64a Semarang.

Dari waktu ke waktu semakin banyaknya tawaran untuk mengisi acara, bahkan tidak lagi di acara-acara THHK sendiri melainkan dari luar organisasi seperti tawaran untuk mengisi acara pernikahan, *gathering*, ulang tahun, arisan keluarga, *special event* (konser band, dan acara televise). Dari situlah Ibu Liem Lie Ing menggagas ide untuk mengkomersilkan grup tari ini dan berganti nama menjadi Phoenix Dance Group. Target dari sanggar tari tersebut yaitu masyarakat umum dan yang terpenting untuk masyarakat chinese.

Phoenix Dance Group memiliki 3 kategori tarian yaitu chinese dance, modern dance dan tari tradisional, untuk chinese dance antara lain Qian Shou Kwan Yin, Gong Jie Fei Lai, Sie Le Fung Qing, Cien Zhi Ku Niang, Arirang, yang kedu modern dance antara lain Popping, Shuffle, Breakdance, Tutting, Dubstep, kemudian untuk tari tradisional antara lain Tari Srimpi, Tari Golek, Tari Bondan, Tari Bali, Tari Topeng salah satu tarian Phoenix Dance Group terpopuler adalah Qian Shou Kwan Yin (seribu tangan kwan im). Untuk saat ini Phoenix Dance Group memiliki 25 orang penari wanita, 10 orang penari pria, dan 12 orang penari anak-anak.

Kondisi persaingan antar *dance group* yang semakin ketat, dalam mendapatkan penerimaan dari masyarakat, yaitu sebulan hanya mendapat 4 - 5 kali tawaran tampil, dengan adanya dua pesaing terkuat di Semarang yaitu Riana Dance Group dan DA'BEAT Dance Group, karena itu perlu adanya suatu strategi promosi yang dapat diterima oleh masyarakat dan yang sesuai dengan perkembangan era modern ini.

Banyak kendala yang dihadapi dengan sistem promosi yang lama. Karena kurang mencakup masyarakat luas seperti di luar kota ataupun di luar pulau, sistem promosi yang telah dilakukan sejauh ini adalah dengan melakukan promosi diberbagai acara pagelaran, pameran dan menyebarkan brosur, akan tetapi dengan promosi seperti di atas belum dapat memperkenalkan Phoenix Dance Group kepada masyarakat luas, oleh sebab itu diperlukan sebuah promosi yang tepat.

LANDASAN TEORI

Promosi merupakan kegiatan terpenting, yang berperan aktif dalam memperkenalkan, memberitahukan dan mengingatkan kembali manfaat suatu produk agar mendorong konsumen untuk membeli produk yang dipromosikan tersebut. Untuk mengadakan promosi, setiap perusahaan harus dapat menentukan dengan tepat alat promosi manakah yang dipergunakan agar dapat mencapai keberhasilan dalam penjualan (Lamb, Hair dan McDaniel ; 2001).

Menurut Lamb, Hair dan McDaniel (2001) promosi penjualan adalah kegiatan komunikasi pemasaran, selain dari pada periklanan, penjualan pribadi, dan hubungan masyarakat, dimana insentif jangka pendek memotivasi konsumen dan anggota saluran distribusi untuk membeli barang atau jasa dengan segera, baik dengan harga yang rendah atau dengan menaikkan nilai tambah. Beberapa kegiatan yang ada dalam promosi antara lain yaitu promosi penjualan, publisitas, penjualan perseorangan (personal selling) dan periklanan (advertising) (Lamb, Hair dan McDaniel ; 2001).

Informasi adalah data yang diolah menjadi bentuk yang berguna untuk membuat keputusan. Informasi berguna untuk pembuat keputusan karena informasi menurunkan ketidakpastian (atau meningkatkan pengetahuan) Informasi menjadi penting, karena berdasarkan informasi itu para pengelola dapat mengetahui kondisi obyektif perusahaannya. Informasi tersebut merupakan hasil pengolahan data atau fakta yang dikumpulkan dengan metode ataupun cara – cara tertentu.

Pengertian Informasi Menurut Raymond McLeod Informasi adalah data yang telah diolah menjadi bentuk yang memiliki arti bagi si penerima dan bermanfaat bagi pengambilan keputusan saat ini atau mendatang. Pengertian Informasi Menurut Tata Sutabri, S.Kom., MM adalah data yang telah diklasifikasikan atau diolah atau diinterpretasikan untuk digunakan dalam proses pengambilan keputusan. Pengertian Informasi Menurut Jogyanto HM., (1999: 692), “Informasi dapat didefinisikan sebagai hasil dari pengolahan data dalam suatu bentuk yang lebih berguna dan lebih berarti bagi penerimanya yang menggambarkan suatu kejadian – kejadian (event) yang nyata (fact) yang digunakan untuk pengambilan keputusan” Abdul Kadir (2002: 31); McFadden dkk (1999) mendefinisikan informasi sebagai data yang telah diproses sedemikian rupa sehingga meningkatkan pengetahuan seseorang yang menggunakan data tersebut.

Media Promosi

Media-media yang dapat digunakan untuk melakukan promosi antara lain :

1) Radio

Dengan menggunakan radio, perusahaan dapat mencapai daerah terpencil yang sulit dilalui kendaraan dan tidak ada listrik, selain itu radio dapat diterima oleh siapa saja.

2) Surat Kabar atau Koran

Media ini merupakan sumber informasi untuk produk-produk kebutuhan umum. Kelemahan dari surat kabar adalah iklan yang bersangkutan hanya dapat dibaca pada hari terbitnya, sehingga iklan itu mudah diabaikan. Oleh karena itu untuk menentukan suatu merek seringkali dipasang terus menerus.

3) Majalah

Majalah merupakan media yang baik bila membutuhkan iklan berwarna atau membutuhkan cetakan berkualitas tinggi. Walaupun biasanya lebih mahal dari surat kabar, namun dapat secara tepat menuju pada kelompok tertentu, misalnya produk kebutuhan wanita dimasukkan pada majalah wanita.

4) Televisi

Media ini biayanya lebih mahal dari media lainnya, sebab iklan bisa ditunjukkan berupa gambar dan suara sehingga umumnya hanya perusahaan besar yang menggunakannya.

5) Iklan luar ruangan (*Outdoor Advertising*)

Yang termasuk didalamnya adalah papan reklame, papan nama, poster, spanduk, dan lain-

lain yang sifatnya memperkenalkan suatu produk. Media ini diletakkan ditempat strategis, biasanya menggunakan gambar-gambar yang menarik dan pesan yang disampaikan biasanya singkat.

6) Pos Langsung (*Direct Mail*)

Merupakan media promosi yang cukup efektif, karena orang yang dituju benar-benar diketahui, *direct mail* biasanya menginformasikan produk dan harganya, yang disertai lembar formulir pemesanan barang tersebut atau hanya perlu menghubungi telepon perusahaan saja.

7) Internet

Selain media-media tersebut internet juga digunakan sebagai media promosi. Dengan memanfaatkan perkembangan dunia Internet, dimana saat ini jumlah penggunanya berjuta-juta orang dan dapat di akses dimana saja dan kapan saja, sehingga proses tersampainya informasi lebih cepat di bandingkan dengan cara menyebar brosur dan memasang spanduk.

Katalog

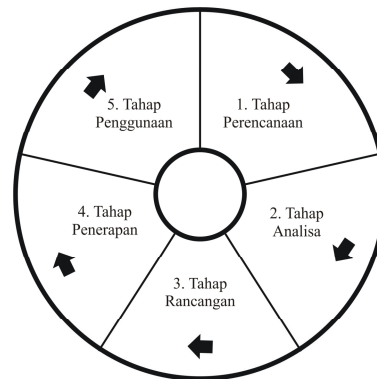
Katalog berasal dari bahasa Latin *catalogus* yang berarti daftar barang atau benda yang disusun untuk tujuan tertentu. Katalog dalam

pengertian umum adalah adalah suatu daftar yang terurut yang berisi informasi tertentu dari benda atau barang yang didaftar (www.si.its.ac.id/Penelitian/JURNAL/Dudut.pdf, 08/09/2009). Beberapa definisi katalog menurut ilmu perpustakaan dapat disebutkan sebagai berikut:

1. Katalog berarti daftar berbagai jenis koleksi perpustakaan yang disusun menurut sistem tertentu (Fathmi, 2004).
2. Katalog perpustakaan merupakan suatu rekaman atau daftar bahan pustaka yang dimiliki oleh suatu perpustakaan atau beberapa perpustakaan yang disusun menurut aturan dan sistem tertentu (Dasar-Dasar Ilmu Perpustakaan, 2003).
3. Katalog merupakan daftar dari koleksi perpustakaan atau beberapa perpustakaan yang disusun secara sistematis sehingga memungkinkan pengguna perpustakaan dapat mengetahui dengan mudah koleksi apa yang dimiliki oleh perpustakaan dan dimana lokasi koleksi tersebut dapat ditemukan (Fungsi Katalog Induk Nasional

Karya Ilmiah Perguruan Tinggi bagi Kebutuhan Informasi Stakeholders, 12 Hermawan-Workshop of Information Interent Working II).

Berdasarkan definisi di atas dapat disimpulkan bahwa katalog merupakan daftar dari koleksi perpustakaan atau beberapa perpustakaan yang disusun secara sistematis, sehingga memungkinkan pengguna perpustakaan dapat mengetahui dengan mudah koleksi apa yang dimiliki oleh perpustakaan dan dimana koleksi yang dimiliki perpustakaan tersebut dapat ditemukan (<http://librarycorner.org/2007/06/22/pengertian-katalog-dan-katalog-induk>, 08/09/2009).



Metode SDLC (*System Development life Cycle*) yaitu siklus hidup pengembangan sistem yang memiliki pola siklus melingkar. Menurut McLeod siklus SDLC dimulai dari tahap perencanaan, tahap analisis, tahap rancangan, penerapan dan terakhir adalah tahap penggunaan. Jika tahap penggunaan mengalami

masalah , penelitian akan dilakukan lagi dari tahap perancangan (McLeod, 1998).

Tahap - tahap SDLC dalam pembangunan sistem informasi Web :

1. Perencanaan

Dalam tahap ini dilakukan pengumpulan data yang diperoleh dari data primer dan data sekunder. Data primer adalah : data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti dari sumber pertamanya. Sedangkan Data Sekunder adalah Data yang sudah tersusun dalam bentuk dokumen. Misal data mengenai produk perusahaan, struktur organisasi, cara penjualan.

Dalam penyusunan Proposal ini, penulis menggunakan Metode Pengumpulan Data sebagai berikut :

2. Pengamatan (*Observasi*)

Yaitu mengadakan pengamatan secara langsung di Phoenix Dance Group Semarang. Serta mencatat hasil pengamatan yang dilakukan, seperti kegiatan sehari-hari di Phoenix Dance, suasana produksi.

3. Wawancara (*Interview*)

Yaitu teknik pengumpulan data dengan cara tanya jawab dengan nara sumber yaitu pemilik Perusahaan.

Wawancara ini dimaksudkan untuk memperoleh data yang akan digunakan sebagai materi informasi yang akan disampaikan dalam *website*.

4. Studi Pustaka

Studi pustaka akan melengkapi hasil penelitian untuk dijadikan sebagai landasan teori.

5. Analisis

Dalam tahap ini dilakukan proses identifikasi masalah, membuat kesimpulan serta memperoleh jawaban atas masalah yang dihadapi perusahaan. Dari hasil Analisa akan digunakan dipenelitian antara lain perumusan masalah, tinjauan masalah.

6. Perancangan

Yaitu mulai merancang *Website* sebagai media informasi baru dengan membuat sketsa dari *website*, membuat *story board* rancangan.

7. Implementasi

Dalam tahap implementasi dilakukan Evaluasi, revisi terhadap *project* yang dibuat serta akan dipergunakan oleh pemilik perusahaan diruang pimpinan

dengan spesifikasi komputer untuk desain grafis.

8. Penggunaan

Dalam tahap penggunaan *project* telah siap digunakan oleh perusahaan.

Desain penelitian adalah suatu kerangka kerja yang digunakan untuk melakukan penelitian. Desain penelitian akan berguna bagi semua pihak yang terlibat dalam proses penelitian, karena langkah dalam melakukan penelitian mengacu kepada desain penelitian yang telah dibuat.

No. Soal	Pertanyaan I										Pertanyaan II											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
1	a	b	b	b	c	a	b	a	b	a	a	b	b	b	c	a	b	a	a	b		
2	a	c	b	b	b	c	b	a	a	b	a	c	b	b	b	c	a	b	a	a		
3	b	b	c	c	c	a	c	a	a	a	b	b	c	c	c	a	a	a	b	c		
4	b	b	c	c	b	c	a	a	a	a	c	b	b	c	c	b	c	a	c	a		
5	b	b	b	b	c	a	b	c	a	c	b	b	b	b	c	a	a	c	a	a		
6	a	c	a	b	c	b	b	a	a	b	a	c	a	b	c	b	a	b	a	c		
7	b	c	b	b	a	b	a	c	a	b	c	b	b	a	c	a	a	a	a	a		
8	b	b	a	c	b	c	a	b	a	a	b	b	a	c	b	c	a	a	a	c		
9	b	b	b	c	c	a	b	a	a	c	b	b	b	c	c	a	a	c	c	a		
10	b	a	b	b	c	b	c	a	c	c	b	a	b	b	c	b	c	c	a	b		
11	b	b	c	b	b	a	b	a	a	a	b	b	c	b	b	a	a	a	a	a		
12	b	c	a	b	b	c	a	a	c	a	b	c	a	b	c	a	b	b	c	a	a	a
13	b	b	c	a	c	b	a	a	a	b	b	c	a	c	b	a	a	a	a	c	a	a
14	a	c	b	c	c	b	c	a	a	b	a	c	b	c	c	b	a	b	a	a	a	a
15	b	b	c	a	b	a	b	b	a	a	b	b	c	a	b	a	a	a	a	a	b	b
16	a	b	b	b	b	c	a	a	a	a	a	b	b	b	b	c	a	a	b	c	a	b
17	b	b	c	a	b	b	c	a	a	a	b	b	c	a	b	b	a	a	a	a	a	b
18	b	b	b	a	b	b	a	a	a	b	b	b	a	b	a	b	a	a	c	a	a	a
19	d	c	b	b	a	b	a	c	a	d	c	c	b	b	a	c	a	a	a	a	b	b
20	b	b	a	a	b	a	c	b	a	a	b	b	a	a	b	a	a	a	a	a	a	a
(Σ) Sangat Setuju	5	1	4	5	0	9	4	4	1	5	4	0	0	1	1	1	1	2	1	0	0	
Persentase %	19%										6%											
(Σ) Setuju	14	11	13	8	12	7	11	14	10	6	11	15	14	10	11	15	10	10	15	15	15	
Persentase %	53%										62,5%											
(Σ) Ragu-ragu	0	6	2	6	7	2	3	0	8	3	4	4	5	3	8	5	2	4	7	5	5	
Persentase %	18,5%										23,5%											
(Σ) Tidak Setuju	1	2	1	1	1	2	2	2	1	6	1	1	0	2	1	3	2	4	1	0	0	
Persentase %	9,5%										7,5%											
(Σ) Sangat Tidak Setuju	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Persentase %	0%										0%											

Dari jawaban questioner tersebut dapat diskripsikan hasilnya sebagai berikut :

1. Keterangan Pertanyaan dari Kategori I

Pada kemudahan penyampaian informasi. Dari 20 responden yang menjawab Sangat setuju : 19%, Setuju : 53%, Ragu-ragu 18,5 %, Tidak setuju : 9,5%, dan yang Sangat tidak setuju : 0%,

maka dari pertanyaan kategori I dapat di simpulkan bahwa sebagian besar responden menyatakan **Setuju (53%)**

2. Keterangan Pertanyaan dari Kategori II

Pada tampilan kejelasan website. Dari 20 responden yang menjawab Sangat setuju : 6%, Setuju : 62,5%, Ragu-ragu : 23,5%, Tidak setuju : 7,5%, dan yang Sangat tidak setuju : 0%, maka dari pertanyaan kategori II dapat di simpulkan bahwa sebagian besar responden menyatakan **Setuju (62,5%)**

Dari hasil questioner di atas dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden setuju dengan katalog online, sebagai media promosi Phoenix Dance Group (Sangat setuju 12,25%, Setuju 57,75%, Ragu-ragu 21%, Tidak setuju 8,5%, dan yang Tidak setuju 0%), sehingga katalog online ini bermanfaat dan memberikan kemudahan bagi konsumen untuk mendapat informasi, serta mempermudah proses promosi pada Phoenix Dance Group, maka dengan mengacu dari penggolongan skala validasi Gonia, dapat diambil kesimpulan bahwa responden menyatakan "**Setuju**" untuk diterapkan pada Phoenix Dance Group.

PEMBAHASAN

1. Permasalahan

Banyak kendala yang dihadapi dengan sistem promosi yang lama. Karena kurang mencakup masyarakat luas seperti di luar kota ataupun di luar pulau, sistem promosi yang telah dilakukan sejauh ini adalah dengan melakukan promosi diberbagai acara pagelaran, pameran dan menyebarkan brosur, akan tetapi dengan promosi seperti di atas belum dapat memperkenalkan Phoenix Dance Group kepada masyarakat luas, oleh sebab itu di perlukan sebuah promosi yang tepat berupa katalog online.

2. Tujuan Penelitian

- a. Mengenalkan Phoenix Dance Group kepada masyarakat dengan menggunakan katalog online sebagai media promosi.
- b. Menggunakan media katalog online sehingga dapat lebih mudah diterima konsumen.
- c. Menggunakan media internet untuk menginformasikan Phoenix Dance Group agar lebih mudah di terima dan dapat di akses pelanggan dimanapun dan kapanpun.

3. Identifikasi Kebutuhan Sistem

Peralatan atau *hardware* yang digunakan dalam proses

pembuatan Desain Katalog Online adalah sebagai berikut:

a. Perangkat Keras (*Hardware*)

Spesifikasi yang digunakan dalam pembuatan desain katalog online adalah:

- 1) Processor AMD Athlon(tm) 64 X2 Dual Core Processor 5000+
- 2) RAM 2048 MB
- 3) Motherboard Biostar
- 4) VGA MSI ATI Radeon HD 4800 Series (512 MB)
- 5) DVD-RW Sony
- 6) Mouse dan Keyboard Genius
- 7) Harddisk 500 GB
- 8) Modem Huawei E171 HSDPA 7,2 Mbps

b. Standar spesifikasi perangkat keras yang diperlukan untuk mengakses *katalog online* ini adalah :

- 1) Processor Intel Pentium IV
- 2) RAM 256 MB
- 3) VGA 32 MB
- 4) Harddisk 40 GB
- 5) Mouse dan Keyboard
- 6) Modem dial – up dengan kecepatan 512 KBps

c. Perangkat Lunak (*Software*)

Spesifikasi yang digunakan dalam pembuatan desain katalog online adalah:

- 1) *Browser internet*
- 2) *Plug-in Flash Player*
- 3) *Flash Player 9*

2. Kelayakan Penelitian

Dalam penelitian ini, ada beberapa segi kelayakan dalam sebuah desain *katalog online* antara lain :

a. Tampilan Desain

Tampilan desain dalam sebuah *katalog online* menunjukkan kualitas suatu perusahaan itu sendiri. Maka dengan tampilan desain *web* yang baik akan mampu menunjukkan *brand image* suatu perusahaan tersebut. Dengan demikian sebuah perusahaan yang memiliki *katalog online* akan lebih baik dibandingkan dengan perusahaan yang belum memiliki sebuah *katalog online*.

b. Informasi

Dalam sebuah *web* informasi adalah hal pokok yang paling dicari oleh para pencari informasi. Dengan *katalog online* informasi dapat diakses dari semua tempat dengan cepat dan akurat. Bahkan sebuah *web* sangat membantu kegiatan promosi yang akan dapat dilihat dari berbagai negara.

Dengan demikian *katalog online* akan menjadi sarana yang efektif untuk memperkenalkan produk kepada dunia dengan informasi yang lengkap.

c. Biaya

Dengan menggunakan *katalog online* memiliki nilai ekonomis dibandingkan dengan media promosi lainnya seperti pengadaan baliho, brosur, iklan televisi dan lain – lain. Disamping itu juga dengan *katalog online* dapat berinteraksi secara langsung dan tidak langsung dengan orang lain di berbagai tempat. Mungkin menggunakan *katalog online* awalnya membutuhkan banyak biaya, tetapi untuk kedepannya akan sangat ekonomis karena kemudahan dalam perubahan data dan informasi.

d. Penggunaan

Dengan menggunakan *katalog online* suatu perusahaan mampu mendapatkan atau memperoleh pelanggan baru, karena *katalog online* merupakan salah satu wadah alternatif yang tepat untuk dijadikan sebagai tempat untuk basis pertemuan jutaan orang diseluruh dunia. Dengan demikian untuk

mendapatkan pelanggan baru lebih mudah dengan adanya penggunaan *katalog online*.

Dengan studi kelayakan disimpulkan bahwa desain katalog online Phoenix Dance Group ini dianggap layak diperlukan sebagai salah satu media promosi. Hal ini dikarenakan pangsa pasar Phoenix Dance Group sudah mencapai kota lain selain kota Semarang tentunya. Dengan adanya *katalog online* ini diharapkan dapat mempermudah konsumen atau masyarakat luas untuk mendapatkan informasi yang lebih lengkap dari Phoenix Dance Group.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan pada uraian pada bab sebelumnya dapat diambil kesimpulan dan saran dalam pembuatan desain *website* Phoenix Dance group Semarang telah disusun dan dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Dengan adanya *website* di Phoenix Dance group Semarang, merupakan suatu media yang tepat digunakan sebagai media untuk mempromosikan Phoenix Dance Group dalam bentuk katalog online kepada masyarakat, karena penggunaan *website* yang dapat diakses kapanpun dan dimanapun serta dengan biaya yang murah.

2. Promosi yang dilakukan oleh Phoenix Dance group melalui penggunaan media *website*, agar dapat diterima dengan baik oleh masyarakat, katalog dibuat dengan tampilan yang menarik, informasi yang mudah dipahami calon konsumen dan dengan menambahkan video tari Phoenix Dance pada *website*.
3. Dengan adanya *website* sebagai media promosi yang mudah diakses maka akan membantu Phoenix Dance group dalam menjangkau konsumen, dimana dalam perkembangan teknologi sekarang banyak masyarakat yang selalu menggunakan gadget dalam kesehariannya untuk terkoneksi dengan internet.

Penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna maka ada beberapa saran yang akan disampaikan disini yaitu :

1. Diperlukan tenaga untuk mengelola halaman *web* ini agar kebutuhan akan promosi dapat berjalan dengan baik, sehingga media promosi *website* ini dapat bekerja secara maksimal.
2. Hendaknya Phoenix Dance group melakukan antisipasi

seandainya terjadi peningkatan order dari pelanggan, sehingga akan mempermudah kinerja dalam pelayanan dan menjaga kepuasan pelanggan.

Untuk menjaga agar dapat terus bertahan dalam menjalankan usahanya, pemilik hendaknya memperhatikan perkembangan teknologi dalam mempromosikan Phoenix Dance group, karena tidak menutup kemungkinan akan ada media promosi lain yang lebih efektif.

DAFTAR PUSTAKA

Abdul Kodir, 2007; “*Dasar Perancangan Web*”, Bandung : Informatika.

Cahyana. 2007; “ *Sekilas Tentang Desain Grafis* “, Jakarta : Erlangga.

Drs.A.Hasymi Ali, 2005:129; “*Strategi Promosi Pemasaran*”, Jakarta: PT. Rineka Cipta.

Effendi, rustam.1982; “ *Tips – tips Desain* “, Jakarta : Graha Ilmu.

Hermawan, Andi. 2009; “*Perancangan Katalog Online Indrisa Pet Shop Yogyakarta*”, di akses pada 14 November 2014, [http://e-journal.uajy.ac.id/2437/3/2TF03859.pdf.

Hidayatullah, A. Taufiq, 2007; “*Panduan Lengkap Mahir Macromedia Flash CS5*”, Yogyakarta : Mediakom.

Jubilee Enterprise, 2009; “*77 Trik Rahasia Photoshop CS5 Untuk*

Pemula”, Jakarta : Elex Media Komputindo.

Kadir Abdul, 2005; “*Pengenalan Sistem Informasi*”, Yogyakarta:ANDI.

Madcoms, 2007; “*Mahir dalam 7 Hari : Macromedia Flash CS5*”, Jakarta : Andi Offset.

Mohammad jeprie, 2006; “*Teknik Jitu Menguasai Photoshop CS5*”, Jakarta : Elex Media Komputinda.

Rahmisuke. 2011; “*Unsur-unsur Desain Katalog*”, Surabaya : Tiga Serangkai.

Setiawan Andi, 2005; “*Seri Perancangan Web Mudah Tepat Dan Singkat*”, Bandung : Yrama Widya.

Swastha, 2005; “*Media Promosi*”, di akses pada 15 September 2012, [http://www.tipsdesain.com.tipegrafi.html].

Yuhefizar, 2006; “*10jam mengenal internet dan teknologi*”, Jakarta : Elex Media Komputindo.

Widyatama, Rendra. 2007; “*Trik Mudah Belajar Macromedia Dreamweaver*”, Yogyakarta:Pustaka Book Publisher.