PENGEMBANGAN WEBSITE BERBASIS VIRTUAL REALITY SEBAGA MEDIA PROMOSI MOBIL HONDA

Giri Achmad Ginanjar[1]

[1,2] Teknik Informatika – Universitas Komputer Indonesia
Jl. Dipatiukur 112-114 Bandung
E-mail : giriachamad@gmail.com[1]

ABSTRAK

Media promosi merupakan suatu kegiatan pemasaran atau penjualan yang dilakukan oleh perusahaan yang memanfaatkan media sebagai cara untuk pemasaran dan penjualannya. Salah satu media yang bisa dimanfaatkan oleh perusahaan seperti Dealer Honda Ahmad Yani untuk mempromosikan produk mobilnya yaitu melalui *website* dengan menerapkan *virtual reality*

Adapun salah satu masalah yang terkait dengan media promosi yang digunakan oleh Dealer Honda Ahmad Yani melalui *website*-nya yaitu dalam mempromosikan produk mobil Honda HR-V hanya menampilkan gambar *eksterior* dan spesifikasinya saja, hal tersebut kurang mewakili keingingan dari calon konsumen dalam mengenali Honda HR-V yang menginginkan tidak hanya tampilan *eksterior*-nya,tetapi tampilan *interior*-nya juga. Salah satu solusi yang bisa digunakan dalam mengatasi masalah tersebut yaitu dengan cara menerapkan *virtual reality* dalam *website* Honda Ahmad Yani, karena dengan *virtual reality* dapat memberikan gambaran *interior* Honda HR-V secara keseluruhan kepada calon konsumen, sehingga diharapkan dengan cara tersebut dapat membuat calon konsumen lebih mengenali Honda HR-V dan tertarik untuk membeli Honda HR-V.

Dari hasil kuesioner yang telah diberikan terhadap responden secara *online* sistem yang telah dibangun cukup memuaskan yaitu sekitar 76,6% responden mengaku cukup terbantu dengan aplikasi *virtual reality* yang diterapkan dalam *website* untuk mengenali mobil Honda HR-V.

Kata Kunci : *Website*, Media Promosi, *Virtual Reality*, 3D, Honda HR-V, Dealer Honda Ahmad Yani

1. PENDAHULUAN

Media promosi merupakan suatu kegiatan pemasaran atau penjualan yang dilakukan oleh perusahaan (barang/jasa) yang memanfaatkan media sebagai cara untuk pemasaran dan penjualannya, baik itu melalui media *audio*, media *visual* ataupun media *audio visual* yang bertujuan untuk meningkatkan penjualan produknya. Hal tersebut berlaku juga untuk perusahaan Dealer Mobil Honda Ahmad Yani yang bergerak pada penjualan mobil. Media promosi dengan unsur pembeda yang tepat merupakan salah satu strategi yang mampu meningkatkan daya jual dan daya saing dengan dealer yang lain. Salah satunya media promosi yang bisa digunakan yaitu dengan memanfaatkan v*irtual reality*.

Berdasarkan hasil wawancara kepada pihak Dealer Mobil Honda Ahmad Yani bagian marketing dengan Bapak M. Ramdani, untuk mobil keluaran terbaru dari Honda yaitu Honda HR-V masih kurang penjualannya, yaitu untuk penjualanan Honda HR-V dari bulan februari sampai bulan maret adalah sebanyak 61 unit, sedangkan target yang ingin dicapai oleh pihak Dealer Honda Ahmad Yani adalah sebanyak 50 unit setiap bulannya. Dengan data tersebut masik kurang untuk penjualan Honda HR-V jika dibandingkan dengan produk yang lainnya. Adapun media promosi yang digunakan untuk mempromosikan Honda HR-V yaitu dengan media *visual*, dengan cara membagikan brosur kepada calon konsumen dengan mendatangi perumahan-perumahan dan menyimpan brosur tersebut didepan rumah. Selain itu media visual lain yang digunakan untuk mempromosikan Honda HR-V yaitu dengan cara mendirikan *stand* di supermarket atau ketika ada suatu pameran umum, hal tersebut membuat sales harus selalu berada di *stand*, dan dalam menyampaikan informasi sales harus memangkas waktu apabila calon konsumen banyak

Virtual reality merupakan salah satu media *audio visual* yang bisa digunakan oleh Dealer Honda Ahmad Yani untuk mempromosikan Honda HR-V dalam memperkenalkan Honda HR-V sebagai mobil keluaran terbaru dari Honda, karena dengan *virtual reality* dapat memberikan gambaran *interior* Honda HR-V secara keseluruhan kepada calon konsumen. Aplikasi v*irtual reality* tersebut akan diterapkan pada *website* sekaligus pengembangan *website* dari Dealer Mobil Honda Ahmad Yani yang tidak hanya memuat *company profile* saja, tapi menerapkan aplikasi *virtual reality* dalam *website* tersebut sebagai media promosi mobil. Berdasarkan yang telah dijelaskan, maka akan dibuatkan sebuah

aplikasi *virtual reality* yang diterapkan dalam bentuk *website* dengan judul *"Pengembangan Website Berbasis Virtual Reality Sebagai Media Promosi Mobil Honda".*

2. ISI PENELITIAN

2.1 Analisis Sistem

Analisis sistem dapat didefinisikan sebagai penguraian dari suatu sistem yang utuh kedalam bagian-bagian komponennya dengan maksud untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi kebutuhan-kebutuhan yang diharapkan sehingga dapat diusulkan perbaikan - perbaikannya

2.2 Analisis *Website*

Analisis *website* merupakan kegiatan menganalisis *website* yang ada dan digunakan oeh Dealer Honda Ahmad Yani sebagai salah satu media yang digunakan untuk promosi produknya.

Adapun yang terdapat pada *website* Dealer Honda Ahmad Yani untuk promosi produk mobil yang dipasarkan yaitu pada menu produk, pada menu tersebut terdapat berbagai produk mobil yang dipasarkan, dan salah satunya yaitu mobil Honda HR-V. Tetapi dalam mempromosikan mobil tersebut masih terdapat kekurangan ,yaitu kurang menariknya tampilan mobil bagi calon konsumen, karena hanya menampilkan tampilan gambar *eksterior* dan spesifikasi dari mobil tersebut. Dengan cara tersebut untuk promosi produk mobil Honda kurang mewakili keinginan calon konsumen yang menginginkan tampilan *eksterior* dan *interior*, serta informasi yang terdapat pada mobil tersebut.

2.3 Analisis Masalah

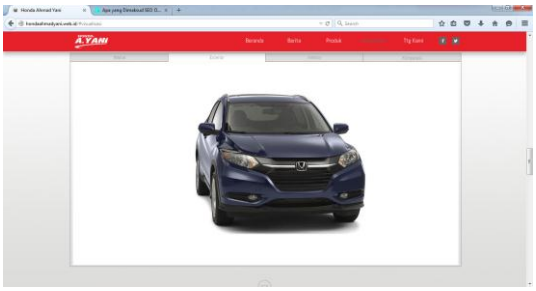
Analisis masalah ini telah disampaikan pada bab I bahwa untuk media promosi melalui *website* kurang menarik, karena dalam memberikan informasi mengenai mobil Honda HR-V hanya menampilkan tampilan gambar *eksterior* dan spesifikasinya. Dengan cara seperti itu kurang mewakili keingingan calon konsumen yang menginginkan tampilan *eksterior* dan *interior*, serta informasi lebih yang terdapat pada mobil Honda HR-V di bandingkan mobil lainnya.

2.4 Analisis *Virtual Reality*

Analisis *virtual reality* merupakan proses perancangan dalam membangun aplikasi *virtual reality* yang akan diterapkan dalam *website* Honda Ahmad Yani dalam memberikan gambaran *interior* mobil Honda Ahmad Yani yang dapat dilihat dari berbagai sudut.

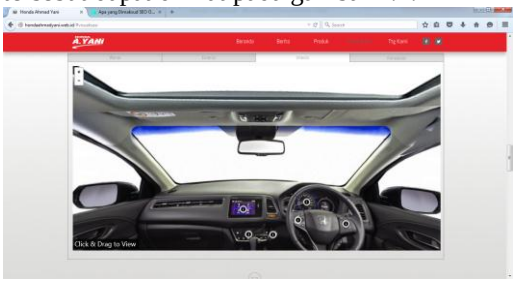
Adapun sistem yang akan dibangun pada aplikasi *virtual reality* untuk *interior* Honda HR-V adalah sebagai berikut :

1. Aplikasi *virtual reality* ini akan diterapkan pada *website* Dealer Honda Ahmad Yani. Penerapan pada *website* Dealer Honda Ahmad Yani dapat dilihat pada gambar 2.1



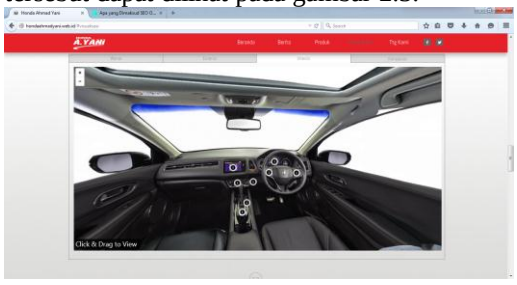
Gambar 2.1 Penerapan Aplikasi *Virtual Reality* Pada *Website*

2. Aplikasi *virtual reality* ini akan menampilkan *design interior* dari Honda HR-V. Perapan tersebut dapat dilihat pada gambar 2.2.



Gambar 2.2. Penerapan Tampilan Design Interior Honda HR-V

3. Untuk bisa melihat *design interior* dari Honda HR-V yang berupa 3D, pengguna cukup *click and drag mouse* komputer pada layar *design interior* Honda HR-V yang kemudian sistem akan merespon gerakan dari apa yang diinginkan oleh pengguna, sehingga pengguna bisa melihat dari berbagai sudut dan mengenali *design interior* dari Honda HR-V. Penerapan tersebut dapat dilihat pada gambar 2.3.



Gambar 2.3 Penerapan Tampilan 3D Design Interior Honda HR-V

2.5 Analisis Kebutuhan Non Fungsional

Analisis kebutuhan *non* fungsioanal merupakan analisis yang dibutuhkan untuk menentukan spesifikasi kebutuhan sistem yang ada di Dealer Honda Ahmad Yani. Analisis kebutuhan *non fungsional* ini meliputi analisis perangkat keras, analisis perangkat lunak dan analisis pengguna.

2.6 Analisis Perangkat Keras

Spesifikasi perangkat keras bertujuan agar dalam pengembangan website berbasis *virtual reality* dapat berjalan dengan baik, maka dibutuhkan perangkat keras yang sesuai dengan kebutuhan aplikasi.

Kebutuhan perangkat keras minimum yang dibutuhkanoleh Dealer Honda Ahmad Yani bisa dilihat pada tabel 2.1.

Tabel 2.1 Spesifikasi Kebutuhan Perangkat Keras Minimum yang Dibutuhkan

No	Perangkat Keras	Spesifikasi
1	*Processor*	*Processor* dengan kecepatan 1.5 GHz
2	*Memory*	RAM 1 GB
3	*Monitor*	Monitor dengan resolusi 1024 x 768 pixel
4	*Graphic Card*	VGA 512 MB
5	*Harddisk*	10 GB
6	Peranti Pendukung	*Keyboard*, *Mouse*, *Speaker*, Koneksi *Internet* 128 Kbps

2.7 Analisis Perangkat Lunak

Analisis kebutuhan perangkat lunak merupakan faktor yang harus dipenuhi agar dalam pengembangan *website* berbasis *virtual reality* dapat berjalan dengan baik. Spesifikasi perangkat lunak yang dibutuhkan untuk menjalankan *website* berbasis *virtual reality* ini dapat dilihat pada tabel 2.2

Tabel 2.2 Spesifikasi Perangkat Lunak Minimum yang Dibutuhkan

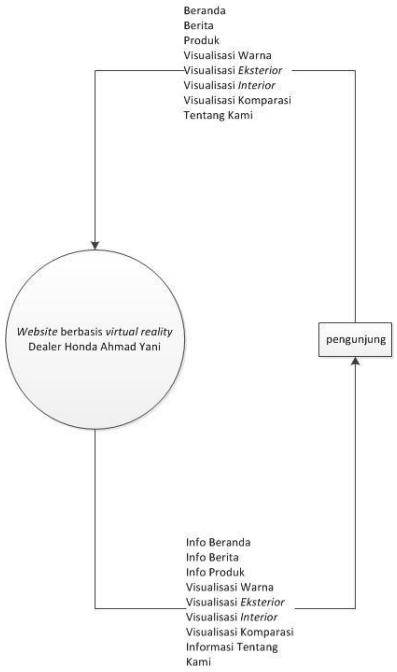
No	Perangkat Lunak	Spesifikasi
1	Sistem Operasi	Windows 7 Ultimate 32 bit
2	Browser	Mozilla Firefox 7.0, Google Chrome

2.8 Analisis Kebutuhan Fungsional

Analisis Kebutuhan Fungsional dilakukan untuk memberikan gambaran aliran data dari sistem yang akan dibangun.

2.8.1 Diagram Konteks

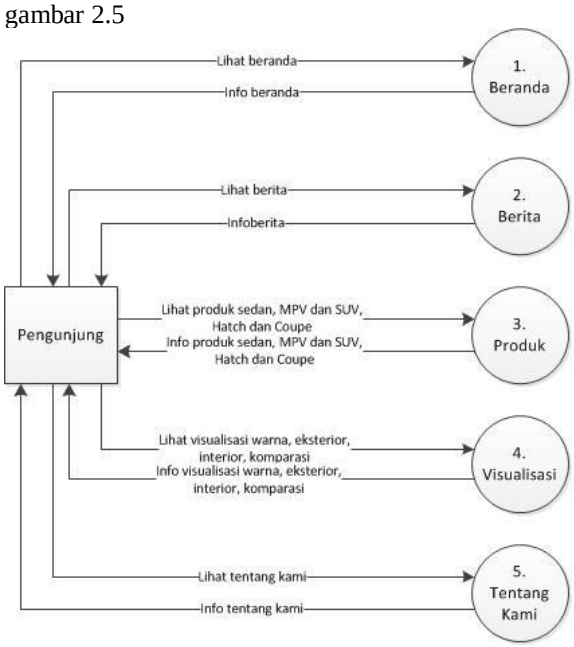
Diagram konteks merupakan sebuah diagram sederhana yang menggambarkan hubungan sistem dengan lingkungan sistem. Berikut diagram konteks dari *website* berbasis *virtual reality* Dealer Honda Ahmad Yani, dapat dilihat pada gambar 2.4



Gambar 2.4 Diagram Konteks

2.8.2 DFD (Data Flow Diagram)

Data Flow Diagram merupakan suatu media yang digunakan untuk menggambarkan aliran data yang mengalir pada suatu sistem. DFD level 1 dari sistem yang akan dibangun dapat dilihat pada gambar 2.5



Gambar 2.5 DFD Level 1

2.9 Perancangan Sistem

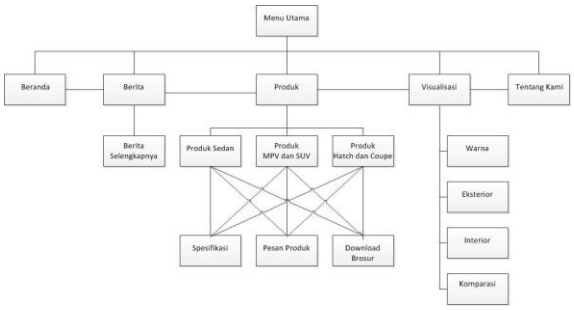
Perancangan adalah suatu bagian dari metodologi pengembangan pembangunan perangkat lunak setelah melalui tahapan analisis. Untuk dapat melakukan perancangan sistem maka dilakukan beberapa langkah yaitu sebagai berikut :

1. Perancangan Struktur Menu
   a) Struktur Menu Pengunjung
2. Perancangan Antarmuka Perangkat Lunak

3. Jaringan Semantik

2.9.1 Perancangan Struktur Menu

Perancangan struktur menu merupakan gambaran jalur pemakaian aplikasi, sehingga aplikasi mudah dipahami dan mudah digunakan. Adapun struktur menunya dapat dilihat pada gambar 2.6



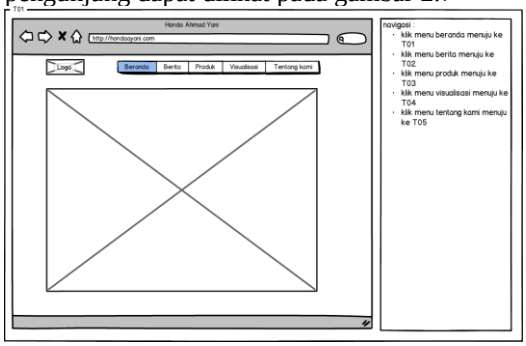
Gambar 2.6 Struktur Menu

2.9.2 Perancangan Antarmuka Perangkat Lunak

Perancangan antarmuka bertujuan untuk memberikan gambaran tentang sistem yang akan dibangun.

a) Perancangan Antarmuka Beranda Pengunjung

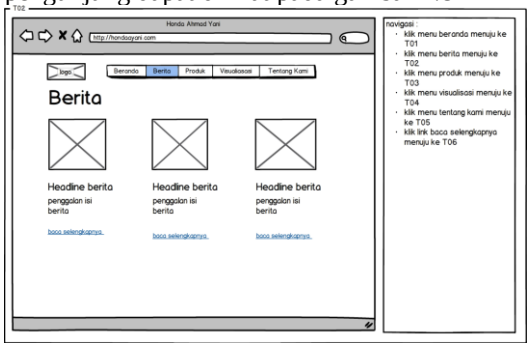
Perancangan antarmuka beranda pada pengunjung dapat dilihat pada gambar 2.7



Gambar 2.7 Perancangan Antarmuka Beranda Pengunjung

b) Perancangan Antarmuka Berita Pengunjung

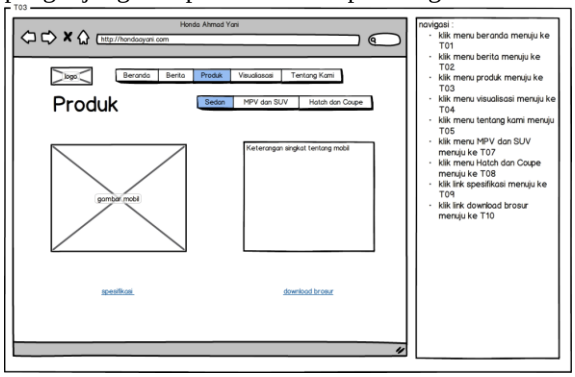
Perancangan antarmuka berita pada pengunjung dapat dilihat pada gambar 2.8



Gambar 2.8 Perancangan Antarmuka Berita Pengunjung

c) Perancangan Antarmuka Produk Tipe Mobil Sedan Pengunjung

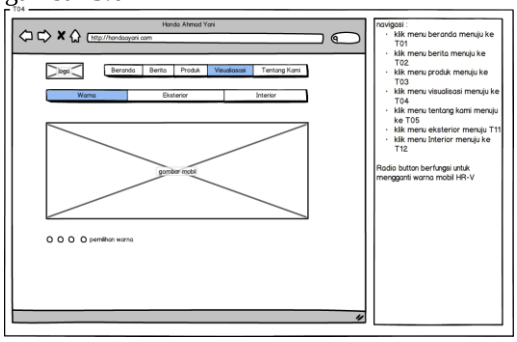
Perancangan antarmuka produk pada pengunjung dapat dilihat pada gambar 2.9



Gambar 2.9 Perancangan Antarmuka Produk Tipe Mobil Sedan Pengunjung

d) Perancangan Antarmuka Visualisasi Warna HR-V Pengunjung

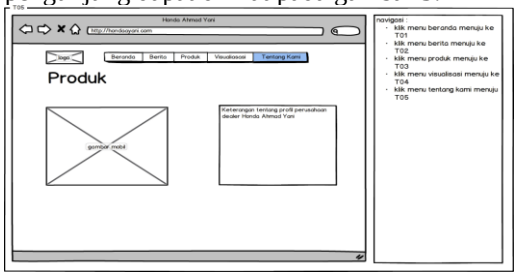
Perancangan antarmuka visualisasi warna HR-V pada pengunjung dapat dilihat pada gambar 3.0



Gambar 3.0 Perancangan Antarmuka Visualisasi Warna HR-V Pengunjung

e) Perancangan Antarmuka Tentang Kami Pengunjung

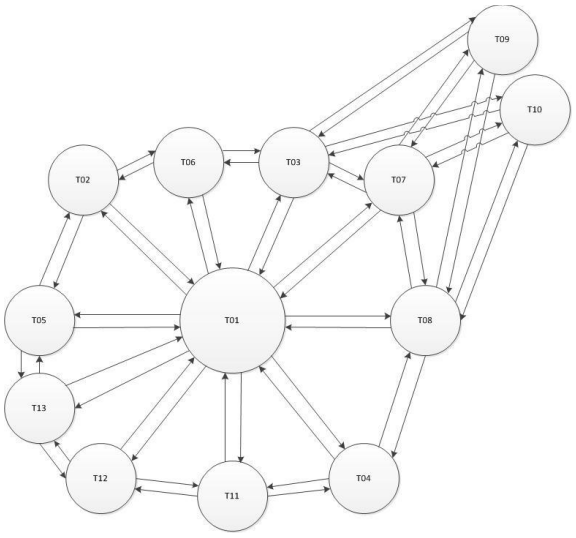
Perancangan antarmuka tentang kami pada pengunjung dapat dilihat pada gambar 3.1



Gambar 3.1 Perancangan Antarmuka Tentang Kami Pengunjung

2.9.3 Jaringan Semantik

Aliran menu-menu yang ada dalam sistem akan dijelaskan pada gambar 3.2



Gambar 3.2 Jaringan

2.10 Implementasi dan Pengujian

Tahapan implentasi dan pengujian adalah tahap dimana perancangan diimplementasikan pada bahasa pemrograman yang digunakan. Setelah diimplementasikan kemudian dilakukan pengujian. Tahapan pengujian dilakukan untuk melihat kekurangan-kekurangan yang terjadi pada aplikasi tersebut untuk pengembangan sistem selanjutnya.

2.10.1 Implementasi Aplikasi

Pengembangan *website* berbasis *virtual reality* sebagai media promosi mobil Honda merupakan sebuah pengembangan *website* dari *website* dealer Honda Ahmad Yani sebelumnya, dimana pengembangan *website* ini menitik beratkan pada promosi mobil Honda yang tidak hanya memuat gambar dan spesifikasinya saja, tetapi promosi mobil dibuatkan dengan bentuk *virtual reality* terutama untuk produk mobil Honda HR-V, dimana Honda HR-V merupakan salah satu produk keluaran terbaru dari Honda. Adapun kelebihan dari *virtual reality* untuk mobil Honda HR-V yaitu calon konsumen bisa mengenali Honda HR-V baik bentuk *eksterior* maupun bentuk *interior*-nya.

2.10.2 Pengujian Sistem

Pengujian sistem ini merupakan tahapan terpenting yang dilakukan untuk menemukan kekurangan atau kesalahan pada perangkat lunak yang di uji. Pengujian dimaksudkan untuk mengetahui perangkat lunak yang dibuat sudah memenuhi kritertia yang sesuai. Pengujian yang dilakukan yaitu pengujian *alpha* dan pengujian *beta*

a) Pengujian *Alpha*

Pada tahap pengujiaan fungsional yang digunakan untuk menguji aplikasi adalah pengujian *alpha*. Pengujian *alpha* dilakukan dengan menggunakan metode *black box*. Pengujian *black box* berfokus pada persyaratan fungsional perangkat lunak yang terdiri dari rencana pengujan dan kasus pengujian.

Rencana pengujian yang dilakukan pada Pengembangan *Website* Berbasis *Virtual Reality* Sebagai Media Promosi Mobil Honda dapat dilihat pada tabel 2.3

Tabel 2.3 Skenario Pengujian *Black Box*

Pengujian Pengembangan *Website* Berbasis *Virtual Reality* Sebagai Media Promosi Mobil Honda			
No	**Komponen Uji**	**Skenario Pengujian**	**Jenis Uji**
1	Berita	Tampilkan *Headline* Berita Honda	*Black box*
		Tampilkan Berita Selengkapnya Honda	*Black box*
2	Produk	Tampilkan Jenis Produk Mobil Honda	*Black box*
		Tampilkan Spesifikasi Produk Mobil Honda	*Black box*
		Tampilkan *Download* Brosur Produk Mobil Honda	*Black box*
3	Visualisasi	Tampilkan Visulisasi Warna Mobil Honda HR-V	*Black box*
		Tampilkan Visualisasi *Eksterior* Mobil Honda HR-V	*Black box*
		Tampilkan Bentuk Visualisasi *Interior* Mobil Honda HR-V	*Black box*
4	Tentang	Tampilkan	*Black*

	Kami	*Company Profile* Dealer Honda Ahmad Yani	*box*

b) Pengujian *Beta*

Pengujian *beta* merupakan pengujian yang dilakukan secara objektif yang mana dilakukan secara langsung, dengan tujuan untuk mengetahui sejauh mana kualitas dari sistem. Pengujian *beta* dilakukan dengan penelitian terhadap responden atau calon pengguna sistem untuk mengetahui penilaian calon pengguna sistem terhadap sistem yang telah dibuat.

Pengujian *beta* dilakukan dengan cara kuisioner dibuat secara *online* dan yang menjadi sasaran calon pengguna sistem ini yaitu forum komunitas mobil Honda di *internet* dengan membatasi 20 responden, hal ini dilakukan untuk mengetahui penilaian yang diberikan terhadap *Website* Dealer Mobil Honda Ahmad Yani Berbasis *Virtual Reality* Sebagai Media Promosi, dan yang menjadi penilaian utama yaitu pada menu visualisasi karena menu tersebut merupakan bentuk visualisasi dari mobil Honda HR-V sebagai mobil yang ingin dipromosikan oleh Dealer Honda Ahmad Yani melalui *website*. Selain itu pengujian *beta* juga dilakukan dengan cara melakukan wawancara kepada M. Ramdani sebagai bagian marketing di Dealer Honda Ahmad Yani.

Teknik pengujian yang digunakan yang digunakan pada pengujian *beta* ini adalah teknik skala *likert*. Untuk setiap pertanyaan yang ada pada kuisioner akan mendapat *point* penilaian yang berbeda. Berikut tabel *point* penilaian dapat dilihat pada tabel 2.4

Tabel 2.4 *Point* Penilaian

Jawaban	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Ragu-ragu	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Untuk mencari prosentase dari masing-masing jawaban kuisioner digunakan rumus skala *likert* sebagai berikut :

$$P = \frac{S}{SkorIdeal} x100\%$$

Keterangan :

P : Nilai prosentase yang dicari

S : Jumlah frekuensi dikalikan dengan skor yang ditetapkan jawaban

Skor Ideal : Nilai tertinggi dikalikan dengan jumlah sampel

Nilai tertinggi : 5

Jumlah Sampel : 20

Skor Ideal : 5x20=100

3. PENUTUP

3.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, penulis akhirnya dapat menarik kesimpulan berdasarkan kuesioner yang diberikan kepada komunitas Honda di *internet* dengan mengambil 20 responden, *website* berbasis *virtual reality* sebagai media promosi mobil Honda yang dalam hal ini pada menu visualisasi yang terdapat pada *website* Dealaer Honda Ahmad Yani cukup membantu Dealer Honda Ahmad Yani yaitu :

1. Dapat mempromosikan Honda HR-V melalui *website* dengan prosentase sebesar 76,6%.
2. Dapat memperkenalkan Honda HR-V sebagai mobil keluar terbaru dari Honda.

Tetapi untuk meningkatkan penjualan dari Honda HR-V belum bisa diukur karena belum terlihat penjualan dari Honda HR-V melalui *website* berbasis *virtual reality* ini.

3.2 Saran

Dalam pembangunan *website* berbasis *virtual reality* sebagai media promosi mobil Honda ini disadari masih jauh dari sempurna dan masih banyak kekurangan. Oleh sebab itu perlu dilakukannya pengembangan dan penyempurnaan lebih lanjut guna memenuhi kebutuhan pengguna *website* tersebut. Adapun saran terhadap pengembangan lebih lanjut dari *website* berbasis *virtual reality* ini yaitu adanya menu admin untuk pengolahan data seperti pengolahan data berita dan pengolahan data berita dari *website* berbasis *virtual reality* tersebut

DAFTAR PUSTAKA

[1] Rangkuti, Freddy (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing.* Jakarta : Gramedia Pustaka Utama

[2] Binanto, Iwan (2009). *Multimedia Digital Dasar dan Pengembangannya*. Yogyakarta : Andi

[3] Al-Fatta, Hanif (2007). *Analisis dan Perancangan Sistem Informasi. Yogyakarta* : Andi.

[4] Puspitosari, Heni (2010). *Pemrograman Web Database dengan PHP MySQL*. Malang : Skripta.

[5] Elcom (2013). *Adobe Dreamweaver.* Yogyakarta : Andi.

[6] Sugiyono (2005). Metodologi Penelitian Kuantitatif. Bandung : PT Alfa Beta.