BAB I
PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

Sebagian orang beranggapan teknologi adalah keseluruhan sarana untuk menyediakan barang-barang yang diperlukan bagi kelangsungan dan kenyamanan hidup manusia. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (1990 : 1158) secara singkat definisi teknologi adalah metode ilmiah untuk mencapai tujuan praktis, di zaman sekarang teknologi berkembang sangat pesat sehingga ada sebuah slogan yang mengatakan "Dunia di Genggaman Tangan Anda", dan salah satu teknologi yang sungguh fenomenal adalah Internet, " pengertian internet adalah jaringan komputer yang bisa menghubungkan berjuta komputer di dunia tanpa batas negara, dimana setiap orang yang memiliki komputer dapat bergabung ke dalam jaringan ini hanya dengan melakukan koneksi ke penyedia layanan internet (*internet service provider*/ISP) seperti Telkom Speedy, atau IndosatNet " (Kurnia Jejeng, 2008).

Seiring dengan pengalaman dan persaingan teknologi di Indonesia dan antusias masyarakat terhadap teknologi terutama *gadget* dan dunia internet maka banyak sekali perusahan teknologi yang mengembangkan produknya untuk diperkenalkan dari mulai produk *gadget* dan *ISP* seperti Telkom Speedy yang merupakan perusahaan Telekomunikasi terbesar di Indonesia. Perusahaan selain Telkom Speedy salah satunya adalah Biznet Networks Telekomunikasi dan Multimedia (Biznet) hadir dengan melakukan salah satu inovasi melalui teknologi jaringan Internet. Biznet adalah perusahaan teknologi, dengan komitmen untuk selalu melakukan inovasi pada produk dan jasa layanan nya dan berinvestasi pada teknologi mutakhir untuk meningkatkan layanan dan jangkauan *network* untuk mencapai seluruh pelanggan Biznet. Komitmen ini didukung oleh team karyawan terbaik, yang mayoritas berasal dari lulusan Universitas terkemuka di Indonesia dan luar negeri. Pada tahun 2006 Biznet Engineering Labs telah menciptakan Biznet Metro – Carrier Grade, Metro Ethernet Network Pertama di Indonesia. Di

tahun 2007, Biznet Engineering Labs meluncurkan Biznet Metro FTTH, jaringan *Fiber Optic* yang sampai ke perumahan & bisnis pertama di Asia Tenggara.

Cara Biznet melakukan promosi salah satunya adalah mengadakan kegiatan Internasional, menjadi sponsor di A1GP dst, namun tidak banyak kegiatan untuk wilayah lokal. Biznet telah meluncurkan *brand* retail terbarunya yaitu Max3, Untuk saat ini layanan Max3 terdiri dari layanan Max3 internet (broadband internet) dan Max3 cabletv (TV berbayar). Idealnya Biznet melakukan pengenalan kepada masyarakat tentang produk Biznet Max3, Namun kondisi yang terjadi saat ini produk Max3 baru dikenal untuk wilayah Jakarta, sedangkan Bandung sebagai target pasar dari produk Max3, hingga saat ini masih belum dikenal, banyaknya warga Bandung yang belum mengetahui Biznet Max3 menyebabkan diperlukan sebuah perancangan untuk mengenalkan produk Biznet Max3.

I.2 Identifikasi Masalah

Beberapa hal yang menjadi identifikasi masalah dalam Perancangan sebagai berikut :

- Biznet hanya menyediakan layanan untuk bisnis tapi seiring dengan perkembangan perusahaan Biznet meluncurkan program terbaru untuk keluarga yaitu max 3 dengan kualitas terbaik dengan harga yang terjangkau oleh kalangan tertentu yang belum menyentuh masyarakat,dimana masih banyak masyarakat belum mengetahui tentang produk Max3.
- Pasar jasa layanan internet provider di Bandung telah dikuasai produk-produk ternama seperti Speedy, Indosat, Modem Broadband dan lainnya.
- Sebagai masyarakat yang telah mengetahui Biznet, terlanjur beranggapan mahal terhadap produk Biznet, dimana sebelumnya Biznet terfokus pada provider internet untuk perusahaan.

I.3 Fokus Masalah

Dengan identifikasi masalah diatas, maka fokus masalah lebih pada memperkenalkan produk Max3 dan mengambil pangsa pasar dari produk lain pendahulunya seperti speedy. pemasalahan dibatasi untuk wilayah Bandung, dimana Bandung adalah salah satu target pasar dari Biznet Max3.

I.4 Tujuan Perancangan

Adapun tujuan perancangan sebagai berikut :

- Untuk memperkenalkan program terbaru max 3 dari Biznet Networks yang bergerak dalam usaha jasa telekomunikasi di Indonesia.
- Menarik para pengguna internet untuk beralih menggunakan produk Max3.
- Meningkatkan volume penjualan jasa layanan produk Max3.

I.5 Manfaat Perancangan

Adapun Manfaat perancangan sebagai berikut :

- Memberikan pelayanan terbaik kepada masyarakat.
- Untuk mengetahui sejauh mana pemahaman masyarakat terhadap layanan internet yang di gunakannya.
- Manfaat bagi penulis adalah untuk menyelesaikan Tugas Akhir sebagai bentuk eksitensi dalam menjalankan pendidikan di Universitas Komputer Indonesia (UNIKOM) Bandung.