

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Bumi sekarang telah berubah menjadi Mars karena konsumen saat ini mempunyai karakteristik seperti wanita yang berpikir secara lebih emosional¹. Contohnya adalah produk NOKIA lebih diminati dibandingkan ERICSSON dikarenakan produk NOKIA lebih mempunyai sentuhan emosional pada desain tampilan produknya yang akan berpengaruh kepada konsumen secara emosional. Nilai emosional mempunyai prioritas dan peranan yang cukup tinggi untuk mempengaruhi konsumen dalam menentukan keputusan terhadap sebuah produk atau layanan jasa sehingga nilai emosional dapat ditambahkan pada sebuah produk untuk menambah *Value Added Service* bagi produk tersebut.

Dompot Dhuafa Bandung sebagai sebuah organisasi kemanusiaan mempunyai salah satu kegiatan utama yaitu mengumpulkan dan mengorganisir donasi untuk disumbangkan kepada yang membutuhkan atau yang kurang mampu. Yayasan ini sangat memerlukan media informasi untuk para donator agar meningkatkan kepercayaan karena kepercayaan dari donator adalah modal utama sebuah yayasan kemanusiaan. Sering kita lihat pada media elektronik seperti televisi menampilkan program-program acara yang menyentuh emosi pemirsa dengan liputan atau *video* tentang kemanusiaan misalkan Jalanan Kasih (RCTI), Visi Zakat (RCTI), Pijar (SCTV), Titian Kasih (SCTV), Pundi Amal (SCTV) dan program-program lain sejenis. Program ini diharapkan mampu menyentuh dan mempengaruhi pemirsa untuk melakukan donasi. Dalam proses penggalangan dana ini Dompot Dhuafa belum menggunakan media televisi dalam tujuan untuk menyentuh hati pemirsa dikarenakan biaya yang diperlukan juga tidak sedikit sehingga diperlukan media alternatif lain yang lebih murah dan hemat, karena yayasan seperti ini adalah yayasan non-profit. Permasalahan yang dihadapi lebih banyak daripada organisasi penggalang dana yang mempunyai dukungan penuh oleh sebuah media massa dalam menggalang dana dan menyalurkan dana dengan tujuan untuk tetap meningkatkan kepercayaan dan kepuasan para donatur organisasi masing-masing.

Media televisi tersebut mempunyai kelemahan yaitu banyak kemungkinan pemirsa yang menjadi target sebagai donatur tidak dapat mengikuti jadwal tayangnya sehingga diperlukan layanan yang aktif selama 24 jam (online) setiap hari. Bentuk informasi yang diberikan televisi juga hanya searah (tidak interaktif) sehingga kita sebagai pemirsa tidak dapat menampilkan

¹ Dikutip dari Marketing in Venus

ulang liputan yang ingin kita tampilkan lagi. Sebagai pemirsa kita tidak dapat mengetahui secara lebih mendalam informasi-informasi tentang perkembangan keadaan orang-orang yang membutuhkan bantuan tersebut secara detail padahal informasi yang lengkap diperlukan agar mendukung donatur untuk melakukan donasi. Juga sebagai donatur kita tidak dapat memilih secara lebih spesifik kepada siapa bantuan itu disalurkan sehingga donatur harus merasa cukup puas saja dengan penyumbangan yang telah dilakukannya. Bagian yang terpenting adalah bagaimana donatur dapat melihat keadaan orang yang telah dibantunya melalui donasi yang dilakukan menggunakan media video dan berita perkembangan orang tersebut, karena seorang donatur setelah melakukan donasi dapat dipastikan menginginkan bagaimana kejelasan keadaan orang yang telah dibantu apalagi dapat ditampilkan secara terperinci melalui video dan *text* (berita).

Internet adalah solusi yang cukup bagus untuk menambah *Value Added Service* tersebut karena didukung dengan kemampuan memberikan layanan secara terus menerus (*online*) dan interaktif sehingga mampu memberikan pelayanan yang optimal kepada donatur yang ingin menyumbangkan dananya. *Website* ini dibuat sedemikian hingga sebagai sebuah *repository video* agar user (donatur) dapat melakukan pengelolaan video yang mereka inginkan. Juga berisi pengelolaan informasi orang yang membutuhkan bantuan dan informasi dana secara detail yang semua ini ditujukan untuk meningkatkan kepuasan dan kepercayaan donatur. Setelah dana terkumpul dan disalurkan kepada penerima bantuan, sebagai donatur dapat melihat keadaan emosional penerima bantuan setelah bantuan tersebut sampai ke tangan penerima (bagaimana ekspresi penerima bantuan) dan bahkan dapat ditampilkan bagaimana wujud bantuan yang diberikan oleh organisasi kemanusiaan dari donasi yang diberikan oleh donatur.

Secara logis diharapkan *website* ini akan menambah nilai dari layanan jasa yang diberikan oleh sebuah organisasi kemanusiaan sehingga akan meningkatkan jumlah donasi, kredibilitas organisasi, kenyamanan dan kepuasan donatur dalam memberikan sumbangan. Pemanfaatan teknologi *video* yang dikemas dalam sebuah *web server* sangat membantu untuk mempengaruhi donatur dalam permasalahan diatas sehingga dalam penelitian ini akan dilakukan perancangan *website video repository* tersebut sekaligus kelayakan pemanfaatan teknologi ini dari segi finansialnya dengan tujuan untuk menciptakan *Value Added Services* yang diharapkan.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah ditulis diatas, permasalahan yang diangkat penulis adalah, bagaimana merancang suatu website untuk meningkatkan nilai layanan Dompot Dhuafa kepada donatur dengan menggunakan teknologi internet sebagai perbaikan website eksisting Dompot Dhuafa saat ini.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah membuat sebuah aplikasi *website video donasi* sebagai peningkatan layanan Dompot Dhuafa dan perbaikan website eksisting agar diharapkan mampu meningkatkan jumlah donasi kemanusiaan.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah :

1. Membantu dan meringankan permasalahan sosial yang terjadi dalam kehidupan umat manusia dan memperbaiki kualitas kehidupan manusia dengan penggunaan *Information Technology* dalam hal pemenuhan kebutuhan atas nilai emosional dan sosial.
2. Agar dapat memberikan kontribusi maksimal terhadap peningkatan kepuasan, kepercayaan dan kenyamanan donatur dalam menggunakan layanan penyaluran dana bantuan pada sebuah organisasi kemanusiaan sehingga meningkatkan nilai layanan dan jumlah donasi dari sebuah organisasi kemanusiaan.
3. Memudahkan donatur untuk membuat donasi dan mengetahui informasi tentang kegiatan kemanusiaan yang diadakan oleh sebuah organisasi kemanusiaan dengan mudah dan dalam waktu yang cepat serta dapat diakses kapan saja..
4. Merupakan *feature* baru sehingga dapat digunakan dalam upaya peningkatan pelayanan untuk donatur dan sekaligus dapat dimanfaatkan untuk menarik donatur baru.
5. Menjadi paradigma baru dalam layanan penggalangan dan penyaluran dana kemanusiaan.
6. Sebagai alat bantu orang-orang yang sedang tertimpa permasalahan sosial untuk mendapatkan bantuan sumbangan atau bantuan lainnya.
7. Mendorong perkembangan penggunaan internet dengan layanan yang lebih interaktif daripada media televisi.
8. Mendorong penelitian dan pengembangan teknologi *web* dan *video* dalam bentuk aplikasi lainnya yang bermanfaat.

1.5 Batasan Masalah

Untuk menghindari meluasnya perancangan aplikasi ini dari tujuan penelitian serta supaya dapat dilakukan analisis secara mendalam diperlukan adanya suatu batasan-batasan dalam perumusannya. Adapun batasan-batasan masalah yang digunakan sebagai ruang lingkup permasalahan penulisan tugas akhir ini adalah sebagai berikut :

1. Perancangan aplikasi *web video donasi* hanya mencakup informasi-informasi yang terbatas dan hanya berlaku secara umum dalam penyaluran sumbangan dari donatur kepada penerima donasi melalui organisasi kemanusiaan.
2. Sistem *web video donasi* tidak mengakomodir mekanisme transfer dana, sehingga mekanisme transfer dana menggunakan mekanisme transfer bank.
3. Penelitian ini hanya dilakukan sampai tahap aplikasi tidak sampai pada implementasi dilapangan.
4. Penelitian ini juga tidak membahas kesalahan sistem yang terjadi diakibatkan oleh kesalahan pada ISP dan keterhubungan Internet ke ISP.
5. Data yang digunakan dalam penelitian ini hanyalah data simulasi.
6. Tidak melakukan riset pasar terhadap penentuan jumlah donatur yang akan mengakses layanan ini dan hanya menggunakan data asumsi sementara.
7. Aplikasi ini diasumsikan dijalankan pada kecepatan jaringan data yang cukup memadai.
8. Untuk encoding dan decoding format dalam player *video* tidak dikelola oleh sistem ini.
9. Dalam penelitian ini tidak dibahas tentang bagaimana proses pembuatan video untuk input dan output sistem.

STTTTELKOM