

MENINGKATKAN PENJUALAN SOFTWARE DZONE KARAOKE MELALUI PERANCANGAN MEDIA PROMOSI

SANDY EKA PAKSI

*Program Studi Desain Komunikasi Visual - S1, Fakultas Ilmu
Komputer, Universitas Dian Nuswantoro Semarang*

URL : <http://dinus.ac.id/>

Email : 114201101114@mhs.dinus.ac.id

ABSTRAK

Teknologi dalam bidang hiburan telah banyak diterapkan. Salah satu teknologi yang diterapkan berupa software. Diantara sekian banyak software untuk kepentingan hiburan, terdapat software milik Dzone Karaoke yang digunakan untuk kebutuhan bisnis tempat karaoke maupun penggunaan secara personal. Dzone Karaoke menyediakan berbagai versi aplikasi: Home Standard, Home Pro, Hall, dan Home Bisnis. Perancang menemukan kompetisi pasar yang tinggi antarprodusen software karaoke dari segi fitur produk yang ditawarkan hingga jangkauan wilayah promosi dan minat customer masing-masing pesaingnya. Sementara itu kurangnya promosi pada software Dzone Karaoke turut mempengaruhi menurunnya tingkat penjualan produk dan omzet perbulannya. Untuk dapat bersaing dan meningkatkan promosi software Dzone Karaoke, perancang menggunakan metode penelitian kualitatif sebagai prosedur penelitian. Hal ini dilakukan karena perancang membutuhkan informasi lebih mendalam tentang Dzone Karaoke yang bergerak dalam bidang software developer/software host. Data dikumpulkan dengan melakukan wawancara dengan pihak Dzone Karaoke dan didapatkan hasil analisa data SWOT. Dari hasil pengolahan data SWOT, perancang mendapatkan kesimpulan dua media yang akan digunakan. Yaitu media utama berupa media presentasi interaktif dan booklet serta media pendukung berupa X-Banner, kartu nama, dan souvenir. Media utama diharapkan dapat menunjang promosi kepada calon customer secara langsung. Sedangkan media pendukung ditujukan sebagai media promosi tak langsung. Media promosi yang perancang buat diharapkan dapat meningkatkan nilai penjualan software Dzone Karaoke.

Kata Kunci : hiburan, software, karaoke, bisnis

INCREASE SALES OF DZONE KARAOKE SOFTWARE USING PROMOTION MEDIA DESIGN

SANDY EKA PAKSI

*Program Studi Desain Komunikasi Visual - S1, Fakultas Ilmu
Komputer, Universitas Dian Nuswantoro Semarang*

URL : <http://dinus.ac.id/>

Email : 114201101114@mhs.dinus.ac.id

ABSTRACT

Technology in entertainment field has been widely applied. One technology that is applied in form of software. Among many software for entertainment, there is Dzone Karaoke software used for business needs as well as used by personal. Dzone Karaoke provides various versions of application: Home Standard, Home Pro, Hall, and Home Business. Designer finds high market competition in terms of features karaoke software products offered to coverage area of promotion and customer interests of each competitors. While lack promotion of Dzone Karaoke software also influence a decreased level of product sales and turnover per month. To compete and improve promotion Dzone Karaoke software, designer uses qualitative research methods as research procedure. It is needed because designer requires more in-depth information about Dzone Karaoke engaged in the software developer/software host. Data were collected by conducting interviews with owner Dzone Karaoke and SWOT analysis of the data showed. From data processing SWOT, designer concludes two media to be used. That is the main media consist of interactive media presentations and booklets, then media support like X-Banner, business cards, and souvenirs. Main media are expected to support promotion to prospective customers directly. While supporting media is intended as an indirect promotional media. Media campaigns that created is expected to increase sale value Dzone Karaoke software.

Keyword : entertainment, software, karaoke, business