

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Sebagian besar masyarakat Indonesia, bahkan dunia, telah mengintegrasikan Teknologi Informasi dalam berbagai aspek kehidupan[1]. Seperti halnya, Teknologi Pemasaran Digital yang bertujuan memberikan informasi kepada konsumen[2]. Bentuk pemasaran yang populer saat ini adalah Brosur, dan dengan perkembangan Teknologi, brosur berubah menjadi versi digital[3]. Universitas Prima Indonesia (UNPRI) merupakan Universitas ternama yang terkenal di Kota Medan. UNPRI memiliki Divisi *digital marketing* yang bertujuan untuk memasarkan produk kepada pasar melalui *platform* digital, seperti E-brosur dan Media Sosial[4]. Salah satu unsur yang terdapat didalam brosur adalah *Figuran* yang terbagi menjadi 2 jenis yaitu Figuran selebriti dan non-selebriti[5]. Kehadiran figuran diharapkan dapat menarik perhatian konsumen, karena figuran harus bisa mewakili karakteristik dari suatu produk[6].

Pada Tahun ajaran 2022-2023, Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Prima Indonesia mengalami penurunan jumlah mahasiswa baru sebesar 30%, hal tersebut menimbulkan masalah yang krusial bagi divisi *digital marketing*. Permasalahan tersebut mendorong divisi *digital marketing* untuk mengevaluasi serta menganalisis secara mendalam strategi promosi Kampus salah satu strategi yang dipakai adalah melalui e-brosur. E-brosur alat penting untuk melibatkan calon mahasiswa, namun kegunaanya masih harus dioptimalkan[7]. Oleh karena itu, Penelitian ini memanfaatkan Teknologi *eye tracking* yang digunakan untuk mempelajari gerakan, pola, serta durasi pandangan[8] calon mahasiswa saat melihat e-brosur tersebut. Penelitian[9] yang membahas mengenai pengembangan e-brosur pada *first hook coffee* hanya memanfaatkan metode observasi (kualitatif). Untuk itu penelliti menggunakan metode *eye tracking* agar mendapatkan hasil maksimal terkati figuran pada e-brosur UNPRI. Dengan adanya penelitian ini, dapat menemukan kelemahan pada e-brosur dengan menggunakan teknologi *eye tracking* sehingga dapat membantu divisi digital marketing dalam peningkatan kualitas e-brosur UNPRI.

## 1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang dapat dibuat berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan yaitu:

1. Apa yang menyebabkan tidak meratanya jumlah pendaftar di Fakultas Sains dan Teknologi lebih dominan ke Program Studi Sistem Informasi?
2. Bagaimana Tim Digital Marketing Fakultas Sains dan Teknologi UNPRI menggambarkan figuran sesuai dengan deskripsi Program Studi di Fakultas Sains dan Teknologi yang ditawarkan pada E-Brosur UNPRI?

## 1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan diatas, maka batasan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Jumlah Partisipan terdiri dari 80 orang Calon Mahasiswa
2. Partisipan terdiri dari Inklusi dan Eksklusi
3. Penelitian ini menggunakan Metode *Conscious*
4. Penelitian ini menggunakan aplikasi *eye tracking* yaitu Gaze Recorder
5. Ada 4 Program Studi yang menjadi objek Penelitian tersebut yaitu Sistem Informasi, Teknik Informatika, Teknik Elektro, dan Teknik Industri
6. Objek Penelitian ini adalah Figuran yang terdapat pada E-Brosur UNPRI Fakultas Sains dan Teknologi

## 1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis figuran yang ada dalam e-brosur Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Prima Indonesia menggunakan pola gerakan mata calon mahasiswa, untuk mengetahui apakah figuran yang ditampilkan mewakili setiap program studi.

## 1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat Penelitian ini dilakukan adalah Memberikan kontribusi revisi desain pada Tim Digital Marketing UNPRI terkait gambar figuran yang ada pada E-Brosur UNPRI Fakultas Sains dan Teknologi.