

**KEPENTINGAN LAMAN SESAWANG UNTUK  
MENINGKATKAN PEMASARAN DIGITAL DI KIENO  
DYNAMIC SDN BHD**

**ASYRAF HAIREE BIN ABDUL HAMID**

**UNIVERSITI  
IJAZAH SARJANA MUDA TEKNOLOGI KREATIF  
DENGAN KEPUJIAN**

**2021**

**MALAYSIA  
KELANTAN**



UNIVERSITI  
MALAYSIA  
KELANTAN

**KEPENTINGAN LAMAN SESAWANG UNTUK  
MENINGKATKAN PEMASARAN DIGITAL DI KIENO  
DYNAMIC SDN. BHD.**

**ASYRAF HAIREE BIN ABDUL HAMID**

**C17A0028**

**Tesis yang dikemukakan untuk memenuhi sebahagian  
daripada syarat memperoleh ijazah Sarjana muda**

**(Teknologi Kreatif) dengan kepujian**

**Fakulti Teknologi Kreatif dan Warisan**

**Universiti Malaysia Kelantan**

**2021**

## PERAKUAN STATUS TESIS

Saya dengan ini memperakukan bahawa kerja yang terkandung dalam tesis ini adalah hasil penyelidikan yang asli dan tidak pernah dikemukakan oleh ijazah tinggi daripada mana-mana Universiti atau institusi.

**TERBUKA** Saya bersetuju bahawa tesis boleh didapati sebagai naskah keras atau akses terbuka dalam talian (teks penuh)

**SEKATAN** Saya bersetuju bahawa tesis boleh didapati sebagai naskah keras atau dalam talian (teks penuh) bagi tempoh yang diluluskan oleh Jawatankuasa Pengajian Siswazah.

Dari tarikh \_\_\_\_\_ hingga \_\_\_\_\_

**SULIT** (Mengandungi maklumat sulit di bawah Akta Rahsia Rasmi 1972)\*

**TERHAD** (Mengandungi maklumat terhad yang ditetapkan oleh organisasi di mana penyelidikan dijalankan)\*

Saya mengakui bahawa Universiti Malaysia Kelantan mempunyai hak berikut:

1. Tesis adalah hak milik Universiti Malaysia Kelantan.
2. Perpustakaan Universiti Malaysia Kelantan mempunyai hak untuk membuat salinan tujuan pengajian sahaja.
3. Perpustakaan dibenarkan membuat salinan tesis ini sebagai bahan pertukaran antara institusi pengajian.

Tandatangan Utama



ASYRAF HAIREE BIN  
ABDUL HAMID

Tarikh: 15 JULAI 2021

Tandatangan Penyelia

EN ARIFF BIN ARIFFIN

Tarikh: 15 JULAI 2021

Nota\* Sekiranya Tesis ini adalah SULIT atau TERHAD, sila kepilkan bersama surat daripada organisasi dengan menyatakan tempoh dan sebab-sebab kerahsiaan dan sekatan.

## PENGAKUAN

Saya akui karya ini adalah hasil kerja saya sendiri kecuali nukilan dan ringkasan yang setiap satunya yang telah saya jelaskan sumbernya.



Tandatangan

Nama Pelajar : ASYRAF HAIREE BIN ABDUL HAMID

No Matrik : C17A0028

Tarikh: 15 JULAI 2021

Tandatangan Penyelia

---

Tandatangan Penyelia

Nama Penyelia : EN ARIFF BIN ARIFFIN

Cop :

Tarikh: 15 JULAI 2021

## PENGHARGAAN

Pertama sekali, saya ingin mengucapkan ribuan terima kasih kepada pihak tertinggi Fakulti Kreatif Teknologi dan Warisan (FTKW) dari Universiti Malaysia Kelantan (UMK) kerana menyediakan program latihan yang pada dasarnya membantu pelajar untuk menyertai projek penyelidikan akademik yang berkait-rapat dengan Multimedia. Ia tidak dapat disangkalkan lagi bahawa pelajar boleh memperoleh banyak pengetahuan berguna yang tidak dapat diperolehi dari kelas sepanjang sesi akademik berlangsung. Hal ini dapat membantu pelajar memperoleh pengalaman yang penting berkaitan dengan kursus.

Selain itu, saya ingin memberi penghargaan kepada penyelia akademik, Encik Ariff bin Ariffin di atas pengetahuan, nasihat dan juga tunjuk ajar. Beliau banyak memberi inspirasi kepada kerja yang dilaksanakan sepanjang semester ini.

Akhir kata, saya juga ingin mengucapkan terima kasih kepada keluarga saya dan juga sahabat-sahabat saya di dalam ucapan semangat mereka. Hal ini menjadi pembakar semangat kepada saya untuk meneruskan projek penyelidikan akademik ini sehingga pada akhirnya, dapat menyiapkan projek ini.

UNIVERSITI  
MALAYSIA  
KELANTAN

**ISI KANDUNGAN**

<b>TAJUK</b>	<b>HALAMAN</b>
<b>ISI KANDUNGAN</b>	i
<b>ABSTRAK/ABSTRACT</b>	iv
<b>BAB 1: PENGENALAN</b>	
<b>1.1    PENGENALAN</b>	1
1.1.1 <b>VISI &amp; MISI SYARIKAT</b>	1
1.1.2    Objektif Syarikat	1
1.1.3    Lokasi Syarikat	2
<b>1.2    PENYATAAN MASALAH</b>	
1.2.1    Ketiadaan Laman Sesawang	3
1.2.2    Keberlangsungan Laman Sesawang Tidak Dijamin	4
<b>1.3    BATASAN SKOP</b>	7
<b>1.4    OBJEKTIF &amp; TUJUAN PENYELIDIKAN</b>	7
<b>1.5    PERSOALAN PROJEK</b>	8
<b>BAB 2: KAJIAN PUSTAKA</b>	
<b>2.1    KAJIAN PUSTAKA</b>	
2.1.1 <b>PENGENALAN</b>	9
<b>2.2    TINJAUAN LITERASI</b>	10
2.2.1    Elemen Penting Laman Sesawang	10
2.2.2    Kepentingan Laman Sesawang	11

**BAB 3: METODOLOGI KAJIAN**

<b>3.1</b>	<b>METODOLOGI</b>	13
3.1.1	BATASAN/SKOP KAJIAN & DATA	14
3.1.2	BATASAN & SKOP KAJIAN	14
3.1.3	DATA	14
i.	JENIS-JENIS DATA	14
ii.	INSTRUMEN UNTUK MEMPEROLEH DATA	15
iii.	KAEDAH KUANTITATIF	16
iv.	ISI KANDUNGAN SOAL SELIDIK	17

**BAB 04: ANALISIS DATA DAN PEMBANGUNAN PROJEK**

<b>4.1</b>	<b>PENGENALAN</b>	19
<b>4.2</b>	<b>ANALISIS DATA</b>	20
4.2.1	DEMOGRAFI	20
4.2.2	ANALISIS PENGENALAN SUBJEK	24
4.2.3	ANALISIS OBJEKTIF KAJIAN	34
4.2.4	PEMBANGUNAN PROJEK DAN CADANGAN	44
<b>4.3</b>	<b>PEMBANGUNAN LAMAN WEB</b>	50
4.3.1	REKABENTUK INFORMASI	50
4.3.2	REKABENTUK FOKUS INTERAKSI	50
4.3.3	REKABENTUK VISUAL ANTARAMUKA	51
<b>4.4</b>	<b>HASIL PEMBANGUNAN LAMAN WEB</b>	53
<b>4.5</b>	<b>KESIMPULAN</b>	57

## **BAB 05: KESIMPULAN DAN CADANGAN**

<b>5.0</b>	<b>PENGENALAN</b>	58
<b>5.1</b>	<b>CADANGAN</b>	58
<b>5.2</b>	<b>KESIMPULAN</b>	60
<b>RUJUKAN</b>		61



UNIVERSITI  
MALAYSIA  
KELANTAN



**KEPENTINGAN LAMAN SESAWANG UNTUK MENINGKATKAN  
PEMASARAN DIGITAL DI KIENO DYNAMIC SDN. BHD.**

**ABSTRAK**

Laman sesawang pada dasarnya adalah berguna jika digunakan dengan betul sekiranya penggunaannya adalah untuk menarik minat pengunjung kepada syarikat. Laman sesawang syarikat memudahkan interaksi antara pengguna dan juga peniaga. Laman sesawang juga pada masa kini adalah muka depan sesebuah syarikat dek kerana pengguna akan terlebih dahulu menggunakan carian Google untuk mengetahui lebih lanjut mengenai syarikat. Laman sesawang juga merupakan tempat untuk meraih minat pengguna terhadap produk yang dikeluarkan syarikat, seperti produk fizikal, mahupun servis atau perkhidmatan. Penyelidikan ini mengkaji topik laman sesawang melalui penggunaan elemen, kepentingan, kebaikan keburukan dan juga cara untuk menaiktaraf. Kieno Dynamic Sdn. Bhd. adalah salah satu syarikat yang menawarkan produk servis dan perkhidmatan. Terdapat banyak cara untuk mencapai hasrat untuk memuat naik laman sesawang, pada dasarnya, kesan efektifnya mendahului segalanya.

Kata Kunci: Kepentingan Laman Sesawang, Pemasaran Digital, Kieno Dynamic Sdn. Bhd.

**THE IMPORTANCE OF A WEBSITE FOR IMPROVING THE DIGITAL  
MARKETING OF KIENO DYNAMIC SDN. BHD.**

**ABSTRACT**

Websites are basically useful if used properly if their use is to attract visitors to the company. The company's website facilitates interaction between consumers and traders. The website is also now the front page of a company because users will first use Google search to find out more about the company. The website is also a place to gain consumer interest in the products produced by the company, such as physical products, as well as services or services. This research examines the topic of the website through the use of elements, importance, pros and cons and also ways to upgrade. Kieno Dynamic Sdn. Bhd. is one of the companies offering service products and services. There are many ways to achieve the desire to upload a website, basically, the effectiveness precedes everything.

Keywords: Importance of Website, Digital Marketing, Kieno Dynamic Sdn. Bhd

UNIVERSITI  
MALAYSIA  
KELANTAN

# **BAB 1**

## **PENGENALAN**

### **1.1 PENGENALAN**

Kieno Dynamic Sdn. Bhd adalah salah satu syarikat di Malaysia yang fokus utamanya adalah menjadi inspirasi kepada nilai individu mahupun organisasi di dalam mengejar kejayaan. Syarikat ini merupakan syarikat yang pada dasarnya menyediakan latihan kepada individu atau organisasi agar dapat menjadi inspirasi utama kepada mereka. Kieno Dynamic Sdn Bhd adalah syarikat yang boleh didapati di No 9-1 Jalan Seksyen 3/9, Taman Kajang Utama, 43000 Kajang, Selangor Darul Ehsan. Syarikat ini mula ditubuhkan pada tahun 2005.

Selain itu, waktu kerja syarikat adalah hanya 5 hari dalam seminggu iaitu pada hari Isnin sehingga hari Jumaat, dan waktu kerja bermula seawal 9 pagi sehingga 5 petang dan pekerja diminta hadir ke pejabat untuk merekod kehadiran bekerja. Syarikat ini mempunyai bilangan tenaga kerja yang sebanyak 1 hingga 20 orang.

#### **1.1.1 VISI & MISI SYARIKAT**

Visi Kieno Group (atau Kieno Dynamic Sdn Bhd) adalah untuk menginspirasi nilai individu dan organisasi untuk mencapai kejayaan.

Misi syarikat pula adalah untuk mendapatkan kepuasan pelanggan melalui servis-servis yang terbaik selaras dengan resolusi yang berkualiti maksimal.

### 1.1.2 OBJEKTIF SYARIKAT

- A. Untuk membina hubungan yang saling menguntungkan dengan pelanggan.
- B. Untuk memaksimumkan kepuasan pelanggan.
- C. Untuk memberikan produk dan perkhidmatan yang berkualiti dan inovatif.
- D. Untuk mengoptimumkan nilai pelanggan.

### 1.1.3 LOKASI SYARIKAT



Rajah 1 menunjukkan lokasi syarikat Kieno Dynamic Sdn Bhd di Kajang.

## 1.2 PENYATAAN MASALAH

Pemasaran Digital adalah penggunaan Internet, media sosial sebagai mesin pencari dan penggunaan saluran yang berlainan untuk sampai ke pengguna. Terdapat banyak teknologi baru yang dapat membantu dalam pemasaran digital, dan terdapat banyak syarikat pada era ini yang mula menggunakan teknologi tersebut untuk tujuan mempromosikan sesuatu produk atau perkhidmatan yang ditawarkan syarikat. Hal ini terjadi dek kerana caranya yang lebih mudah dan pendekatannya yang moden dari segi memahami pelanggan berbanding dengan pemasaran tradisional.

### 1.2.1 KETIADAAN LAMAN SESAWANG SYARIKAT

Laman sesawang sesebuah syarikat adalah muka depan perniagaan tersebut, di mana kesemua maklumat yang syarikat ingin menyiarkan, disiarkan. Laman sesawang yang mempunyai kelebihan mudah di akses adalah penting untuk meningkatkan pemasaran jenama syarikat tersebut. Kriteria sesebuah laman sesawang yang berkualiti bergantung kepada penarikan visual, kecantikan dan profesional. Kualiti ini juga dapat membantu pembayangan produk atau servis syarikat tersebut. Zaman sekarang, laman sesawang adalah merupakan tanggapan pertama untuk pelanggan dalam memahami lebih lanjut tentang syarikat. Laman sesawang yang menarik dapat meninggalkan kesan positif kepada pelawat laman sesawang tersebut. Cabarannya adalah untuk menarik dan mengekalkan perhatian pengguna semasa melewati laman sesawang tersebut.

Jika pada dasarnya, Kieno Dynamic tidak mempunyai laman sesawang, syarikat itu berpotensi untuk sukar menarik minat pelanggan untuk melanggan pakej-pakej servis yang ditawarkan oleh syarikat. Jika dilihat dari laman sesawang Kieno Dynamic pada waktu dahulu, terdapat banyak aktiviti syarikat yang telah

dimuat-naik ke laman sesawang tersebut, namun begitu, laman sesawang tersebut ternyata tidak boleh di akses pada hari ini dek kerana syarikat tidak meneruskan langganan pelayan laman sesawang. Masalahnya dengan Kieno Dynamic adalah Kieno Dynamic tidak mempunyai laman sesawang rasmi yang boleh menjadi fokus utama pelanggan agar dapat mencapai pelanggan sasaran

### **1.2.2 KEBERLANGSUNGAN LAMAN SESAWANG TIDAK DIJAMIN**

Laman sesawang adalah merupakan sesuatu tayangan yang sangat kompleks. Jika tiada sesiapa yang boleh mengatur cara dan menguruskan laman sesawang tersebut, laman sesawang tersebut berpotensi menjadi laman sesawang yang terabai. Hal ini boleh menyebabkan langganan pelayan laman sesawang tersebut tidak diteruskan sekali gus menyebabkan laman sesawang tersebut tidak dapat di akses.

Masalahnya dengan Kieno Dynamic adalah Kieno Dynamic tidak mempunyai pakar I.T yang bersesuaian, yang boleh menguruskan laman sesawang. Hal ini menyebabkan laman sesawang Kieno Dynamic yang terdahulu, tidak dapat di akses sehingga kini. Jika dilihat pada paparan laman sesawang Kieno Dynamic yang terdahulu, isi dalamannya dan juga paparan mukanya dilihat seperti tidak dikemaskini pada jangka masa yang panjang, dek kerana paparan mukanya yang bersifat tidak moden dan tidak mesra pengguna. Jika Kieno Dynamic inginkan laman sesawang untuk syarikatnya, Kieno Dynamic perlukan laman sesawang yang mudah dikemaskini dari segi pelayan dan juga isi dalamannya.



“ Inspire Individual & Organizational Value For Success ”

**Recent Work**

Our Latest Programme Monthly Update. Our Core Business Value Is Corporate Learning & Event Management since 2005 (10 Years in Field). Having well knowledgeable Facilitator in Training You Want such as TeamBuilding In-House & Out-Door, Soft-Skills, Communication, Inspiring Staff, Schools Motivation Programme, ICT Course (Web, Video, System & Networking), Human Resource & Management Course, Entrepreneur Development & So on. Please do not hesitate to Contact Us For Further Discussion!



**More About Our Company**



KiENO Dynamic Sdn. Bhd. was incorporated on January 19, 2005 under the Companies Act 1965. Throughout the years, the company has taken a wise step in expanding the existing business network and at the same time expands its potential market to grab the current market.

[Read More](#)

**Recent Blog Posts**



SEPTEMBER 25, 2014 | [Our Client KiENO Collaboration](#)



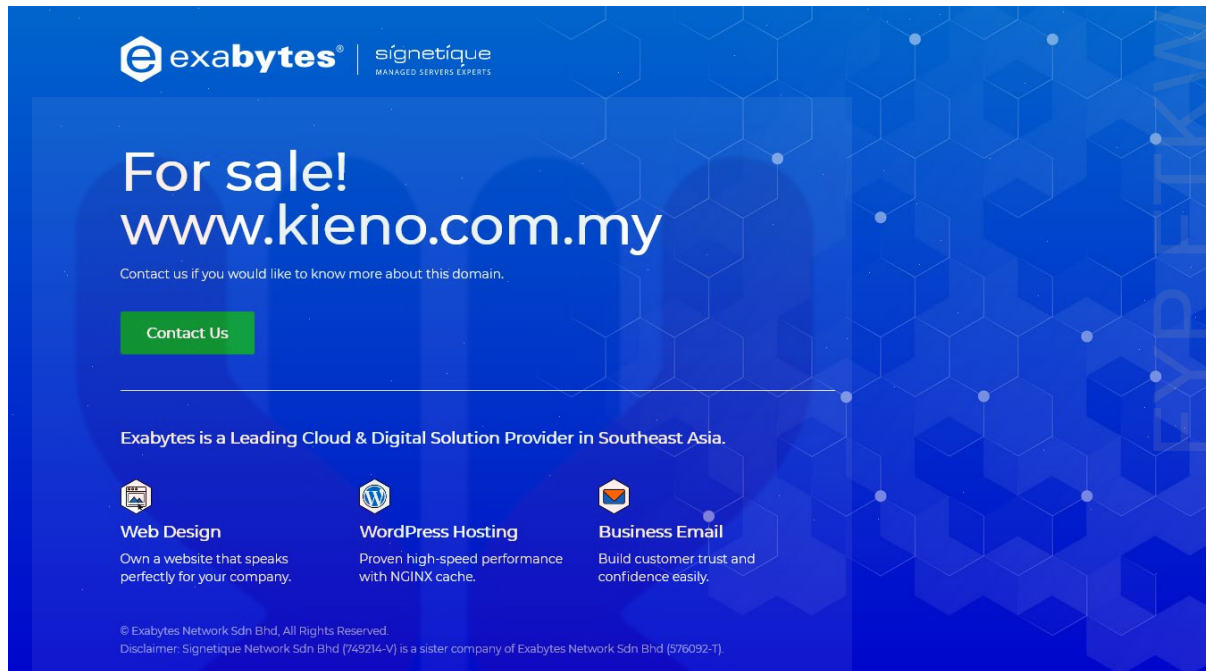
SEPTEMBER 25, 2014 | [Team Building \(Out-Door\) Out-Door Programme](#)



SEPTEMBER 25, 2014 | [AMIL Professionalisme Course AMIL Professionalisme Course with Jabatan Agama Islam Wilayah Persekutuan](#)

[Read More](#)

Rajah 1.2 menunjukkan simpanan Arkib laman sesawang KiENO Dynamic Sdn Bhd pada 07 Januari 2019.



Rajah 1.3 menunjukkan laman sesawang bagi [www.kieno.com.my](http://www.kieno.com.my) yang kini dijual oleh *exaBytes* pada 27 November 2020.



Rajah 1.4 menunjukkan senarai harga yang diperlukan untuk membeli *domain* name [www.kieno.com.my](http://www.kieno.com.my) di laman sesawang *exaBytes*.



### 1.3 BATASAN KAJIAN

Terdapat pelbagai cara untuk mempromosikan syarikat terutamanya bagi syarikat Kieno Dynamic Sdn Bhd yang pada dasarnya adalah Syarikat fokus kepada *Event Planning*. Pelanggan perlu melihat contoh dan juga reaksi pelanggan yang terdahulu agar dapat memastikan kelebihan servis syarikat ini. Jika dilihat begitu, laman sesawang yang fokus utama untuk dijadikan sebagai laman sesawang *blogging* adalah dianggap penting kepada syarikat ini. Hal ini juga dapat membantu pelanggan mendapatkan testimoni secara tidak langsung agar dapat menambahkan kepercayaan kepada servis tersebut. Kieno Dynamic Sdn Bhd fokus kepada *Event Planning*, namun begitu, tidak mempunyai tempat yang spesifik untuk menghebahkannya.

### 1.4 OBJEKTIF & TUJUAN PROJEK

Tujuan projek ini dilaksanakan agar dapat memahami etika profesional sesebuah organisasi dari aspek interaksi interpersonal, disiplin, peraturan dan undang-undang. Masalah yang dihadapi oleh syarikat harus dikenal pasti dan difikirkan jalan penyelesaiannya sebagai cadangan tambahan kepada syarikat tersebut.

Objektif kajian ini adalah:

- a. Untuk menghebahkan kesemua aktiviti yang dijalankan oleh Syarikat melalui Laman Sesawang.
- b. Untuk menjadikan laman sesawang tersebut sebagai muka depan Syarikat.
- c. Untuk memastikan laman sesawang tersebut dapat diteruskan keberlangsungannya walaupun syarikat tidak mempunyai pakar I.T.

## 1.5 PERSOALAN PROJEK

- A. Bagaimanakah cara membina laman sesawang dari peringkat awal?
- B. Bagaimanakah cara untuk meningkatkan kualiti laman sesawang tersebut sehingga dapat menjadi muka depan Syarikat?
- C. Bagaimanakah cara untuk memudahkan penyuntingan kandungan atau paparan muka agar dapat meneruskan keberlangsungan laman sesawang tersebut tanpa memerlukan pakar I.T?

## BAB 2

### KAJIAN PUSTAKA

#### 2.1 KAJIAN PUSTAKA

##### 2.1.1 PENGENALAN

Laman sesawang boleh digunakan untuk mencapai pelbagai strategi pemasaran yang boleh membantu sesebuah perniagaan berkembang. Laman yang dibina boleh menjadi capaian yang luas berbanding dengan bentuk pemasaran yang lain. Laman sesawang boleh menjadi induk kepada capaian syarikat di atas talian (The Importance of Having a Business Website -, 2019).

Kajian menunjukkan bahawa 70 hingga 80 peratus pengguna meneliti perniagaan dalam talian ketika memutuskan sama ada akan membeli barang atau perkhidmatan mereka. Sekiranya mereka mencari sesebuah perniagaan dan tidak menjumpai laman sesawang syarikat, ia seolah-olah syarikat itu tidak wujud. (Fries, 2020)

Tingkah laku pengguna berkembang dan penyelidikan dalam talian menjadi lebih biasa dalam banyak kategori. Menurut Spivey, "Kejutan besar bagi saya adalah peningkatan dalam kategori yang saya anggap rendah sebelum ini yang mendapat banyak tindakan dari segi penyelidikan membeli dalam talian. Itu mungkin kerana mereka akan pergi ke peruncit besar-besaran dan mereka membeli banyak barang. Mereka telah meneliti pembuat kopi tetapi mereka juga meneliti pod mana yang terbaik." (Ellett, 2018)

## 2.2 TINJAUAN LITERASI

### 2.2.1 ELEMEN PENTING LAMAN SESAWANG

Terdapat sesetengah elemen yang diperlukan untuk membangunkan laman sesawang. Ini boleh membantu syarikat untuk membangunkan laman sesawang yang menarik minat pelanggan untuk mengetahui lebih lanjut tentang produk yang ingin disampaikan.

Pertama sekali, untuk membangunkan laman sesawang yang menarik adalah dimulakan dengan navigasi. Reka bentuk laman sesawang harus mudah dilayari dan item menu mudah di akses dari mana-mana halaman. Penonton harus selalu mengetahui dengan tepat di mana mereka berada di laman sesawang dan mempunyai akses mudah ke tempat yang mereka inginkan. Peta laman sesawang adalah idea yang bagus dan akan digunakan jika ada. Ini terdengar asas tetapi kebanyakan laman sesawang dapat diperbaiki di kawasan ini. Ingat, ada garis yang baik antara menu interaktif dan yang mengganggu, jadi fungsi harus menjadi idea utama. (Palmer, n.d.)

Selain itu, reka bentuk visual juga merupakan salah satu elemen penting untuk membangunkan laman sesawang. Menurut Mark Palmer (n.d.), manusia adalah makhluk berorientasikan visual, dan menggunakan grafik yang hebat adalah cara yang baik untuk menjadikan laman sesawang anda lebih menarik. Laman sesawang anda mempunyai masa kira-kira 1/10 saat untuk menarik perhatian pengunjung anda - dan bakal pelanggan - dan

memberitahu mereka bahawa laman sesawang anda - dan perniagaan (melalui proksi) - boleh dipercayai dan profesional. Walau bagaimanapun, penting untuk tidak berlebihan dengan terlalu banyak. Teks tatal, animasi, dan pengenalan kilat harus digunakan dengan berhati-hati dalam reka bentuk sesawang anda dan hanya untuk menekankan titik untuk kesan maksimum.

### 2.2.2 KEPENTINGAN LAMAN SESAWANG.

Mempunyai laman sesawang dan strategi keberadaan di atas talian membolehkan syarikat memasarkan perniagaan secara dalam talian. Laman sesawang juga penting kerana dapat membantu membina kredibiliti sebagai perniagaan. Laman sesawang biasanya menyediakan peta dan petunjuk ke kedai fizikal atau pejabat syarikat agar pengunjung dapat mencari lokasi mereka dengan mudah. Pada masa kini, orang sibuk dan juga pintar. Mereka tidak mempunyai masa untuk mengunjungi kedai. Mereka mencari di atas talian (*Internet*) untuk mengetahui mengenai produk atau perkhidmatan sebelum membeli. Mereka dapat mengetahui mengenai jenama, ciri, harga, ukuran, warna melalui laman sesawang syarikat. (The Importance of Having a Business Website -, 2019)

Salah satu kelebihan mempunyai laman sesawang adalah, laman sesawang memberi platform untuk menyampaikan sesebuah cerita, termasuklah dimana permulaan syarikat, apa yang ditawarkan pada masa kini, dan apa yang akan syarikat lakukan pada masa hadapan. Membincangkan sejarah syarikat dengan

pengguna, membolehkan pengguna mengetahui kelebihan syarikat berdasarkan ceburan syarikat sebelum ini. Menurut Dan Fries (2020), "Walaupun anda baru bermula, masih terdapat banyak yang anda boleh berkata tentang langkah anda sehingga sampainya ke masa kini di dalam ceruk yang dipilih". (Fries, 2020)



## BAB 3

### METODOLOGI KAJIAN

#### 3.1 METODOLOGI

Metodologi ataupun metodologi kajian adalah merupakan kaedah dan teknik mereka-bentuk, mengumpul dan menganalisis data supaya dapat menghasilkan bukti yang boleh menyokong sesuatu kajian. Metodologi menerangkan cara sesuatu masalah yang dikaji dan sebab sesuatu kaedah dan teknik tertentu digunakan. Tujuan metodologi ialah untuk membantu memahami dengan lebih luas atau lebih terperinci lagi tentang pengaplikasian kaedah dengan membuat huraian tentang proses kajian.

Kajian yang akan dijalankan adalah berdasarkan perspektif Kualitatif (Subjektif). Data objektif (Kuantitatif) adalah proses pengumpulan dan penganalisan data berangka. Ia dapat digunakan untuk mencari corak dan rata-rata, membuat ramalan, menguji hubungan kausal, dan membuat hasil umum kepada populasi yang lebih luas..

Metod yang akan dipilih untuk melaksanakan kajian ini adalah melalui kajian kes. Kajian kes adalah salah satu metodologi kajian yang selalu dilihat berkaitan dengan sosial dan sains kehidupan. Definisi kajian kes tidak hanya mempunyai satu definisi (J., 2017) . Namun begitu, secara mudahnya... 'kajian kes boleh didefinisikan sebagai salah satu penyelidikan intensif tentang seseorang individu, sekumpulan masyarakat ataupun sebuah unit, dimana hal ini didasarkan kepada beberapa buah unit' (J., 2017).

## 3.2 BATASAN/SKOP KAJIAN & DATA

### 3.2.1 BATASAN/SKOP KAJIAN

Terdapat pelbagai cara untuk mempromosikan syarikat terutamanya bagi syarikat Kieno Dynamic Sdn Bhd yang pada dasarnya adalah Syarikat fokus kepada *Event Planning*. Pelanggan perlu melihat contoh dan juga reaksi pelanggan yang terdahulu agar dapat memastikan kelebihan servis syarikat ini. Jika dilihat begitu, laman sesawang yang fokus utama untuk dijadikan sebagai laman sesawang *blogging* adalah dianggap penting kepada syarikat ini. Hal ini juga dapat membantu pelanggan mendapatkan testimoni secara tidak langsung agar dapat menambahkan kepercayaan kepada servis tersebut. Kieno Dynamic Sdn Bhd fokus kepada *Event Planning*, namun begitu, tidak mempunyai tempat yang spesifik untuk menghebahkannya.

### 3.2.2 DATA

#### i. JENIS-JENIS DATA

##### a. DATA DOKUMEN BERTULIS

Data dokumen bertulis yang akan dijalankan adalah melalui data dokumen bertulis dari soal selidik. Soal selidik tersebut akan dijalankan secara atas talian di mana, penggunaan Google Form sebagai medium untuk kepada borang soal selidik tersebut. Google Form menunjukkan kebolehan pengumpulan data yang berkesan, di mana segala



data yang diperolehi, akan dimasukkan ke dalam grafik seperti Carta Pai, ataupun sekadar dalam bentuk jadual data.

b. **DATA INTANGIBLE**

Data *Intangible* adalah data yang diperolehi melalui perbincangan, observasi, temu bual dan juga pertanyaan pendapat. Data *Intangible* akan diperolehi dari sudut temu bual secara langsung, di mana pengkaji akan menemu bual pemilik syarikat dan juga bekas pelanggan syarikat.

c. **DATA VISUAL**

Data Visual adalah data yang diperolehi melalui bentuk gambar dan video. Data Visual akan digunakan dalam kajian ini sebagai mengkaji bentuk rupa laman sesawang syarikat-syarikat lain dalam sesi tinjauan untuk mengenal pasti reka bentuk visual yang bersesuaian untuk laman sesawang.

**ii. INSTRUMEN UNTUK MEMPEROLEH DATA**

Data boleh diperolehi melalui sumber primer (secara langsung/ utama seperti temu bual langsung dengan responden) atau melalui data sekunder (sumber kedua/ cth: gambar atau dokumen teks. Untuk mendapatkan data, pengkaji memerlukan alat-alat(*instruments*) bagi membantu proses penyelidikan berjalan langsung.

a. DATA PRIMER

Data Primer adalah salah satu data yang diperolehi secara langsung dari sumber data tanpa perlu merujuk sumber-sumber lain. Data ini lebih diperolehi untuk projek penyelidikan dan penyelidikan tersebut boleh digunakan sebagai sumber oleh penyelidikan lain. Informasi yang diperolehi dalam kajian ini akan digunakan sebagai data primer untuk projek kajian ini.

b. DATA SEKUNDER

Data sekunder adalah data yang diperolehi melalui pihak ketiga, salah satu proses yang umum untuk memperoleh data sekunder. Ia mengambil kesempatan terhadap data-data yang diperolehi dari kajian-kajian yang terdahulu, dan data ini digunakan untuk menjalankan projek penyelidikan yang baharu. Hal ini dapat memberikan idea yang lebih terperinci yang diperolehi dari kajian lepas

semasa menjalankan projek penyelidikan yang baharu.

### **iii. KAEDAH KUANTITATIF**

Populasi yang akan dikaji adalah Kieno Dynamic Sdn. Bhd. yang beroperasi di Kajang, Selangor, oleh itu, kaedah kuantitatif yang digunakan amat penting untuk menganalisis data kajian. Jenis soalan yang akan digunakan untuk sesi soal selidik adalah soalan jenis tertutup dan soalan itu akan disediakan di platform *Google Form*. Responden akan diberi soalan secara rawak melalui penggunaan fungsi pautan *Google Form*. Responden juga akan diberikan pautan tersebut di dalam tahun 2021, agar data yang diperolehi dalam bentuk segar.

Data yang dikumpulkan akan digunakan sebagai interpretasi dan analisis, dan jumlah data akan diilustrasikan dalam bentuk Jadual dan juga Carta. Hal ini boleh membuatkan pembaca lebih memahami apabila pembaca membaca hasil data daripada kajian ini.

### **iv. ISI KANDUNGAN SOAL SELIDIK**

Untuk memastikan hasil yang dipercayai, kesemua langkah perlu dilakukan secara teliti termasuklah semasa proses rangkaian soalan untuk soal selidik tersebut. Kesemua soalan memfokuskan topik yang teliti dan

diberikan rangkuman soalan yang bersesuaian agar responden boleh menjawab dengan yakin. Untuk mengelakkan soalan yang tidak berkait rapat dengan tajuk projek penyelidikan, soalannya akan dirangka dalam bentuk soalan tertutup. Hal ini membolehkan kesemua pilihan jawapan menjadi sesuatu kemungkinan.

## BAB 04

### ANALISIS DATA DAN PEMBANGUNAN PROJEK

#### 4.1 PENGENALAN

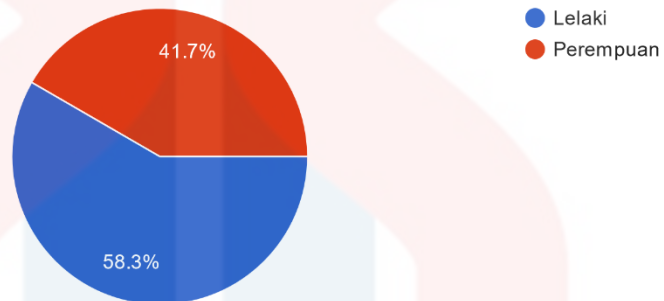
Dalam bab ini, pengkaji akan mencuba untuk membincangkan data yang sudah dianalisis melalui kaedah pengumpulan secara kaedah kuantitatif, iaitu menggunakan bentuk borang soal kaji selidik. Pengkaji pada awalnya telah mencadangkan untuk menggunakan kaedah sebaran secara maya iaitu menggunakan aplikasi ‘*Google Form*’ dan disebar dalam bentuk pautan (*Link*) kepada responden secara atas talian, iaitu melalui aplikasi ‘*Whatsapp*’ dan ‘*Telegram*’. Responden yang diberi pautan, akan membuka pautan tersebut dan mengisi borang soal kaji selidik tersebut. Hal ini menjadi fokus untuk mendapatkan maklumat dan pendapat daripada responden. Selepas pengumpulan data sudah selesai, pengkaji menukar fokus untuk membincangkan dengan lebih terperinci mengenai data yang telah dikumpulkan dengan mengaitkan kesemua data dengan setiap masalah dan objektif pada awal kajian ini. Borang Soal Selidik itu dikaji dengan fokus kepada beberapa bahagian sahaja, iaitu pada soalan yang memfokuskan keberkesanan pengguna terhadap tahap keberkesanan laman web syarikat *Kieno Dynamic Solution* yang telah dibina untuk responden mengakses, lalu menjawab soalan-soalan yang berkaitan dengan pemerhatian tersebut. Selain itu, soalan mengenai kriteria juga turut disertakan untuk proses mengaitkan dengan persoalan dan objektif pada awal kajian. Pengkaji juga pada akhir kajian, membuat pembahagian untuk memudahkan proses penganalisan data.

## 4.2 ANALISIS DATA

### 4.2.1 DEMOGRAFI

#### a. JANTINA

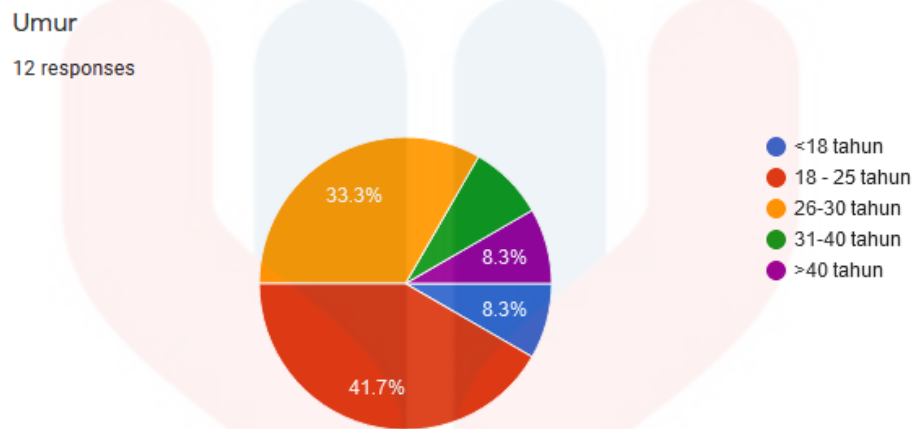
Jantina  
12 responses



Rajah 4.1.1.1: Carta Pai Jantina Responden

Rajah 4.1.1.1 diatas menunjukkan peratus tertinggi sebanyak 58.3% orang yang mewakili responden lelaki. Manakala 41.7% adalah daripada responden perempuan. Perbezaan jantina ini didapati bahawa kaum lelaki lebih mendominasi daripada kaum perempuan.

b. UMUR



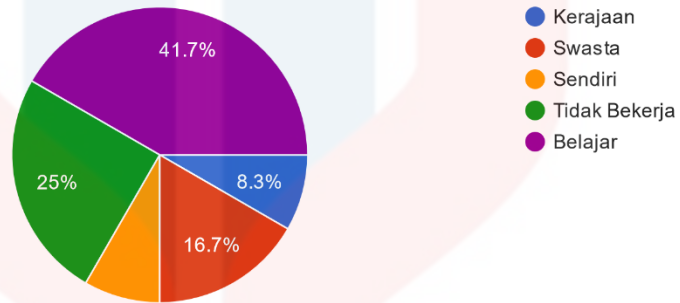
Rajah 4.1.1.2: Carta Pai Umur Responden

Rajah 4.1.1.2 di atas menunjukkan peratus tertinggi sebanyak 41.7% orang yang mewakili responden berumur dalam lingkungan 18 tahun hingga 25 tahun. Manakala 33.3% adalah daripada responden berumur 26-30 tahun. Perbezaan umur ini didapati bahawa responden berumur 18-25 tahun lebih mendominasi daripada umur-umur yang sebelumnya.

UNIVERSITI  
MALAYSIA  
KELANTAN

## c. PEKERJAAN

Pekerjaan  
12 responses



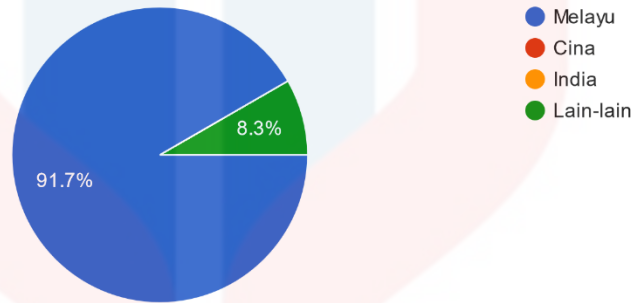
Rajah 4.1.1.3: Carta Pai Pekerjaan Responden

Rajah 4.1.1.3 diatas menunjukkan peratus tertinggi sebanyak 41.7% orang yang mewakili responden yang masih lagi belajar. Manakala 25% adalah daripada responden yang tidak bekerja. Perbezaan pekerjaan ini didapati bahawa responden yang masih lagi belajar lebih mendominasi daripada responden-responden yang lain.



## d. BANGSA

Bangsa  
12 responses



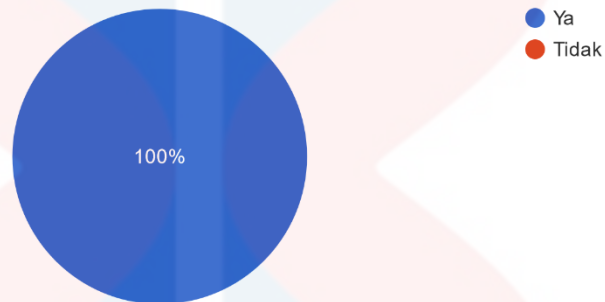
Rajah 4.1.1.4: Carta Pai Bangsa Responden

Rajah 4.1.1.4 diatas menunjukkan peratus tertinggi sebanyak 91.7% orang yang mewakili responden berbangsa Melayu. Manakala 8.3% adalah daripada responden bangsa selain daripada Melayu, Cina dan India.. Perbezaan bangsa ini didapati bahawa responden yang berbangsa Melayu lebih mendominasi daripada responden-responden yang lain.

## 4.2.2 ANALISIS PENGENALAN SUBJEK

### a. PENGETAHUAN TENTANG LAMAN WEB

Adakah anda kenal dengan frasa "Laman Web" dan penggunaannya?  
12 responses



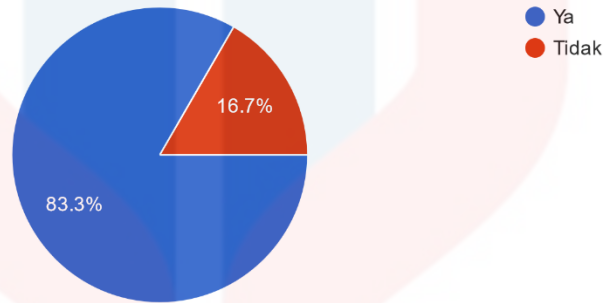
Rajah 4.2.1: Carta Pai Pengetahuan tentang Laman Web

Rajah 4.2.1 diatas menunjukkan peratus tertinggi iaitu sebanyak 100% responden telah menjawab YA. Hal ini membuktikan bahawa setiap responden mengetahui tentang “Laman Web” dan penggunaannya. Hal ini disebabkan dunia yang semakin moden sehinggakan kesemua urusan dunia, majoritinya memerlukan akses Internet dan sekali gus akses kepada laman web.

b. PERNAH MENGGUNAKAN LAMAN WEB

Adakah anda pernah menggunakan laman web untuk mengenali tentang sesebuah syarikat?

12 responses



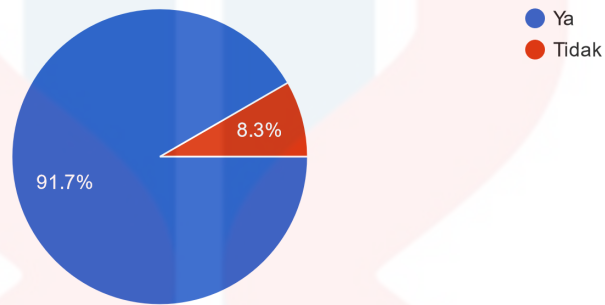
Rajah 4.2.2: Carta Pai Pernah Menggunakan Laman Web.

Rajah 4.2.2 diatas menunjukkan peratus tertinggi iaitu sebanyak 83.3% responden telah menjawab YA. Manakala 16.7% responden menjawab TIDAK kepada penggunaan laman untuk mengenali sesebuah syarikat. Peratusan YA mendahului peratusan TIDAK membuktikan bahawa majoriti responden pernah menggunakan laman web untuk mengenali tentang sesebuah syarikat.

c. LAMAN WEB UNTUK MENGENALI SYARIKAT

Adakah penggunaan laman web memudahkan anda untuk mengenali dengan lebih mendalam tentang sesebuah syarikat?

12 responses



Rajah 4.2.3: Carta Pai Pernah Menggunakan Laman Web.

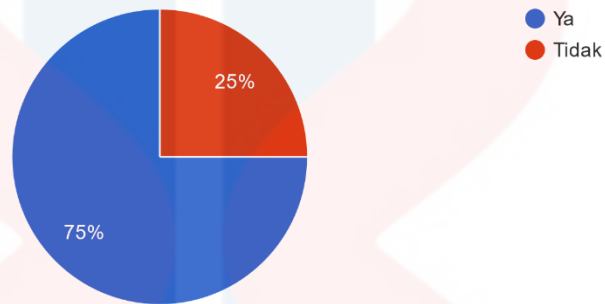
Rajah 4.2.3 diatas menunjukkan peratus tertinggi iaitu sebanyak 91.7% responden telah menjawab YA. Manakala 8.3% responden menjawab TIDAK kepada penggunaan laman web memudahkan responden untuk mengenali dengan lebih mendalam tentang sesebuah syarikat. Peratusan YA mendahului peratusan TIDAK bagi soal selidik ini.

MALAYSIA

KELANTAN

d. LAMAN WEB MENJADI KEPERLUAN KEPADA SYARIKAT

Adakah laman web menjadi keperluan untuk sesebuah syarikat yang sedang membangun?  
12 responses



Rajah 4.2.4: Carta Pai Laman Web Menjadi Keperluan Kepada Syarikat

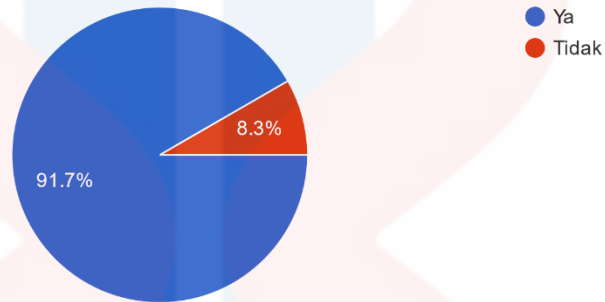
Rajah 4.2.4 diatas menunjukkan peratus tertinggi iaitu sebanyak 75% responden telah menjawab YA. Manakala 25% responden menjawab TIDAK kepada soalan berkenaan laman web menjadi keperluan untuk sesebuah syarikat yang sedang membangun. Peratusan YA mendahului peratusan TIDAK bagi soal selidik ini.

MALAYSIA

KELANTAN

e. LAMAN WEB MEMERLUKAN PAPARAN VISUAL MUDAH

Adakah anda rasa bahawa laman web perlulah mempunyai paparan visual yang mudah difahami?  
12 responses



Rajah 4.2.5: Carta Pai Laman Web Memerlukan Paparan Visual Mudah

Rajah 4.2.5 diatas menunjukkan peratus tertinggi iaitu sebanyak 91.7% responden telah menjawab YA. Manakala 8.3% responden menjawab TIDAK kepada soalan berkenaan laman web perlulah mempunyai paparan visual yang mudah difahami. Peratusan YA mendahului peratusan TIDAK bagi soal selidik ini.

f. KESUKARAN AKSES LAMAN WEB



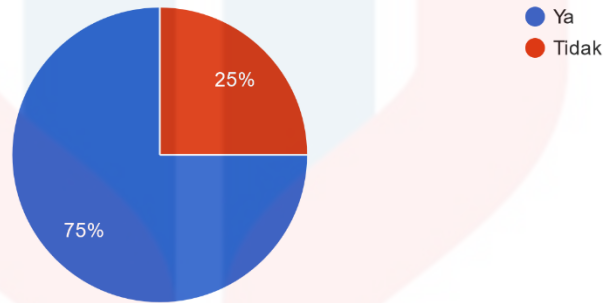
Rajah 4.2.6: Carta Pai Kesukaran Akses Laman Web.

Rajah 4.2.6 diatas menunjukkan peratus tertinggi iaitu sebanyak 83.3% responden telah menjawab TIDAK. Manakala 16.7% responden menjawab YA kepada soalan berkenaan laman web pada masa kini sukar diakses. Peratusan TIDAK mendahului peratusan YA bagi soal selidik ini.

g. INFORMASI DI DALAM LAMAN WEB

Adakah informasi-informasi yang terdapat di dalam laman web syarikat mudah difahami?

12 responses



Rajah 4.2.7: Carta Pai Informasi di dalam Laman Web.

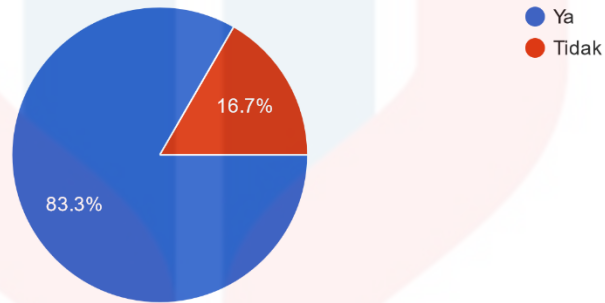
Rajah 4.2.7 diatas menunjukkan peratus tertinggi iaitu sebanyak 75% responden telah menjawab YA. Manakala 25% responden menjawab TIDAK kepada soalan berkenaan informasi-informasi yang terdapat di dalam laman web syarikat mudah difahami. Peratusan YA mendahului peratusan TIDAK bagi soal selidik ini.



h. PENGGUNAAN WARNA DAN TULISAN

Adakah penggunaan warna dan tulisan di dalam laman web penting kepada pengguna?

12 responses



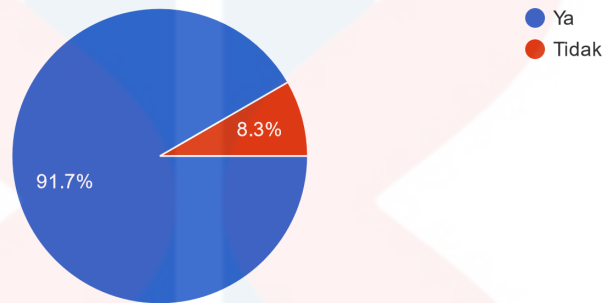
Rajah 4.2.8: Carta Pai Penggunaan warna dan Tulisan.

Rajah 4.2.8 diatas menunjukkan peratus tertinggi iaitu sebanyak 83.3% responden telah menjawab YA. Manakala 16.7% responden menjawab TIDAK kepada soalan berkenaan penggunaan warna dan tulisan di dalam laman web penting kepada pengguna. Peratusan YA mendahului peratusan TIDAK bagi soal selidik ini.

i. PENGGUNAAN LAMAN WEB SEBAGAI  
MEDIUM PROMOSI

Adakah penggunaan laman web bagi sesebuah syarikat dapat menjadi salah satu medium promosi kepada syarikat?

12 responses

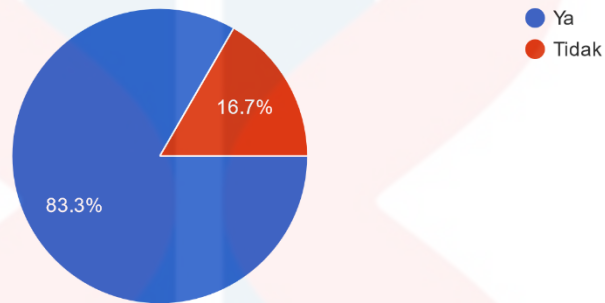


Rajah 4.2.9: Carta Pai Penggunaan Laman Web sebagai Medium Promosi.

Rajah 4.2.9 diatas menunjukkan peratus tertinggi iaitu sebanyak 91.7% responden telah menjawab YA. Manakala 8.3% responden menjawab TIDAK kepada soalan berkenaan penggunaan laman web bagi sesebuah syarikat dapat menjadi salah satu medium promosi kepada syarikat. Peratusan YA mendahului peratusan TIDAK bagi soal selidik ini.

j. LAMAN WEB SEBAGAI MEDIUM PENGENALAN  
PRODUK

Adakah laman web boleh dijadikan tempat utama untuk mengenalpasti produk yang disampaikan oleh syarikat?  
12 responses



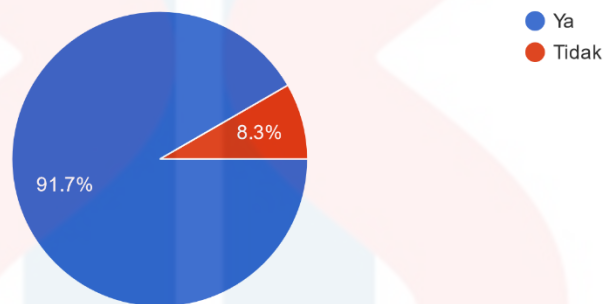
Rajah 4.2.10: Carta Pai Penggunaan Laman Web sebagai Medium Promosi.

Rajah 4.2.10 diatas menunjukkan peratus tertinggi iaitu sebanyak 83.3% responden telah menjawab YA. Manakala 16.7% responden menjawab TIDAK kepada soalan berkenaan laman web boleh dijadikan tempat utama untuk mengenal pasti produk yang disampaikan oleh syarikat. Peratusan YA mendahului peratusan TIDAK bagi soal selidik ini.

### 4.2.3 ANALISIS OBJEKTIF KAJIAN

#### a. LAMAN WEB SEBAGAI MEDAN UTAMA INFORMASI

Adakah laman web syarikat perlu dijadikan sebagai medan utama penyampaian informasi kepada pelanggan?  
12 responses



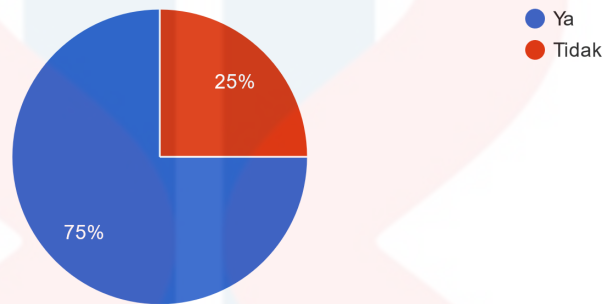
Rajah 4.3.1: Carta Pai Penggunaan Laman Web sebagai Medium Promosi.

Rajah 4.3.1 diatas menunjukkan peratus tertinggi iaitu sebanyak 91.7% responden telah menjawab YA. Manakala 8.3% responden menjawab TIDAK kepada soalan berkenaan laman web syarikat perlu dijadikan sebagai medan utama penyampaian informasi kepada pelanggan. Peratusan YA mendahului peratusan TIDAK bagi soal selidik ini.

b. LAMAN WEB SEBAGAI DAYA TARIKAN  
PELANGGAN

Adakah laman web syarikat perlu mempunyai daya tarikan kepada pelanggan yang berpotensi?

12 responses

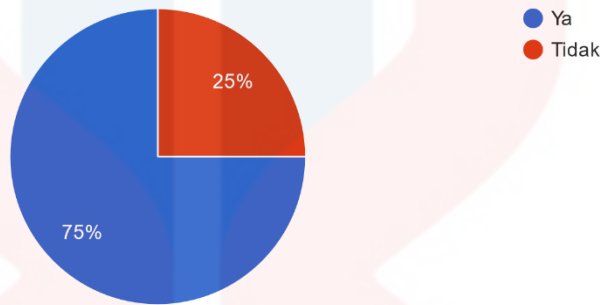


Rajah 4.3.2: Carta Pai Laman Web sebagai Daya Tarikan Pelanggan.

Rajah 4.3.2 diatas menunjukkan peratus tertinggi iaitu sebanyak 75% responden telah menjawab YA. Manakala 25% responden menjawab TIDAK kepada soalan berkenaan laman web syarikat perlu mempunyai daya tarikan kepada pelanggan yang berpotensi. Peratusan YA mendahului peratusan TIDAK bagi soal selidik ini.

c. INFORMASI LAMAN WEB SECARA BERKALA

Adakah Kieno Dynamic sdn bhd perlu menyampaikan informasi secara berkala di dalam laman web tersebut?  
12 responses



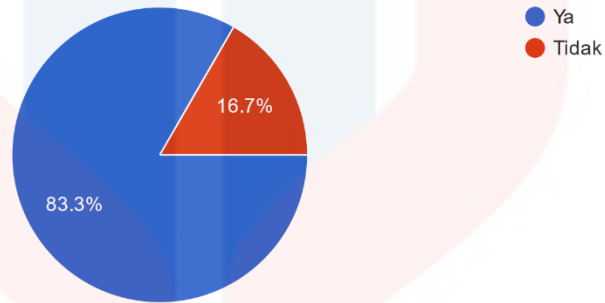
Rajah 4.3.3: Carta Pai Informasi Laman Web Secara Berkala.

Rajah 4.3.3 diatas menunjukkan peratus tertinggi iaitu sebanyak 75% responden telah menjawab YA. Manakala 25% responden menjawab TIDAK kepada soalan berkenaan Kieno Dynamic sdn bhd perlu menyampaikan informasi secara berkala di dalam laman web tersebut. Peratusan YA mendahului peratusan TIDAK bagi soal selidik ini.

## d. KEMASKINI GALERI DI LAMAN WEB

Adakah galeri yang berada di laman web tersebut perlu di-update secara berkala?

12 responses



Rajah 4.3.4: Carta Pai Kemaskini Galeri di Laman Web.

Rajah 4.3.4 diatas menunjukkan peratus tertinggi iaitu sebanyak 83.3% responden telah menjawab YA. Manakala 16.7% responden menjawab TIDAK kepada soalan berkenaan galeri yang berada di laman web tersebut perlu di-update secara berkala. Peratusan YA mendahului peratusan TIDAK bagi soal selidik ini.

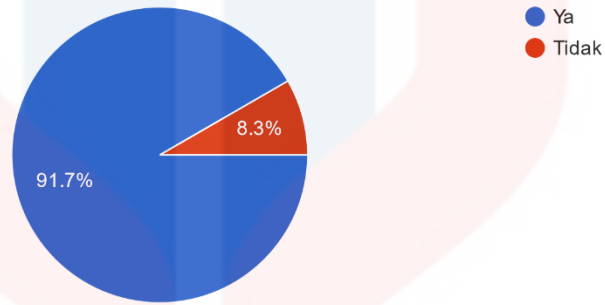
MALAYSIA

KELANTAN

e. KEMASKINI PROJEK DI LAMAN WEB

Adakah Kieno Dynamic perlu menambah update tentang event-event pada masa hadapan?

12 responses



Rajah 4.3.5: Carta Pai Kemaskini Projek di Laman Web.

Rajah 4.3.5 diatas menunjukkan peratus tertinggi iaitu sebanyak 91.7% responden telah menjawab YA. Manakala 8.3% responden menjawab TIDAK kepada soalan berkenaan Kieno Dynamic perlu menambah update tentang event-event pada masa hadapan. Peratusan YA mendahului peratusan TIDAK bagi soal selidik ini.

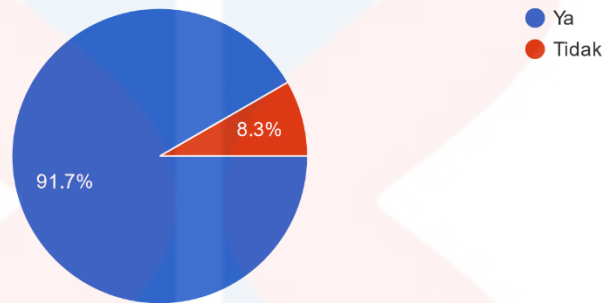
MALAYSIA

KELANTAN



f. PENGGABUNGAN WARNA DAN TULISAN  
UNTUK PEMBANGUNAN LAMAN WEB

Adakah laman web yang dibangunkan, menggunakan gabungan warna dan tulisan yang mudah difahami?  
12 responses



Rajah 4.3.6: Carta Pai Kemaskini Projek di Laman Web.

Rajah 4.3.6 diatas menunjukkan peratus tertinggi iaitu sebanyak 91.7% responden telah menjawab YA. Manakala 8.3% responden menjawab TIDAK kepada soalan berkenaan laman web yang dibangunkan, menggunakan gabungan warna dan tulisan yang mudah difahami. Peratusan YA mendahului peratusan TIDAK bagi soal selidik ini.

g. KEWUJUDAN LAMAN WEB SYARIKAT



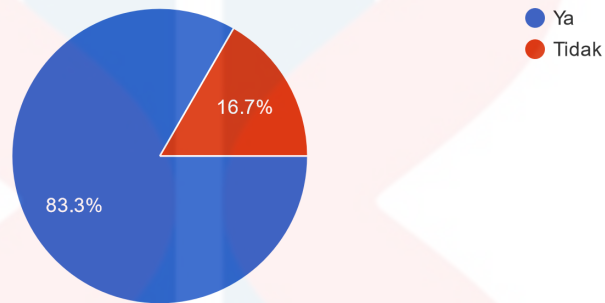
Rajah 4.3.7: Carta Pai Kemaskini Projek di Laman Web.

Rajah 4.3.7 diatas menunjukkan peratus tertinggi iaitu sebanyak 91.7% responden telah menjawab YA. Manakala 8.3% responden menjawab TIDAK kepada soalan berkenaan Kieno Dynamic tidak mempunyai laman web syarikat. Peratusan YA mendahului peratusan TIDAK bagi soal selidik ini.

h. PENGGUNAAN LAMAN WEB SEBAGAI  
MEDIUM UTAMA PENGIKLANAN.

Pada pendapat anda, adakah Kieno Dynamic mampu menarik minat pelanggan yang berpotensi dengan menggunakan medium Laman Web sebagai medium utama pengiklanan?

12 responses

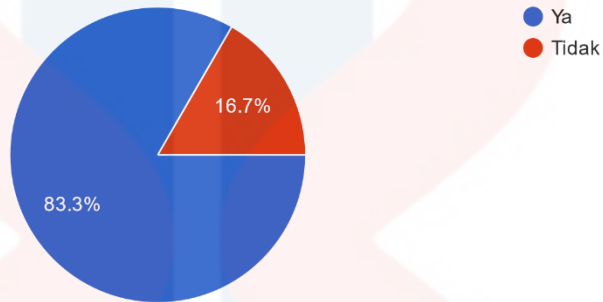


Rajah 4.3.8: Carta Pai Penggunaan Laman Web sebagai Medium Utama Pengiklanan.

Rajah 4.3.8 diatas menunjukkan peratus tertinggi iaitu sebanyak 83.3% responden telah menjawab YA. Manakala 16.7% responden menjawab TIDAK kepada soalan Kieno Dynamic mampu menarik minat pelanggan yang berpotensi dengan menggunakan medium Laman Web sebagai medium utama pengiklanan. Peratusan YA mendahului peratusan TIDAK bagi soal selidik ini.

i. KEBAIKAN PENYATAAN *REVIEW* DI LAMAN  
WEB

Adakah anda rasa review yang dinyatakan di dalam laman web itu berguna kepada anda?  
12 responses



Rajah 4.3.9: Carta Pai Kebaikan Penyataan *Review* di Laman Web.

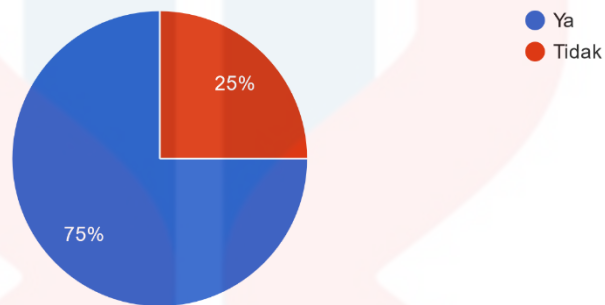
Rajah 4.3.9 diatas menunjukkan peratus tertinggi iaitu sebanyak 83.3% responden telah menjawab YA. Manakala 16.7% responden menjawab TIDAK kepada soalan tentang review yang dinyatakan di dalam laman web itu berguna. Peratusan YA mendahului peratusan TIDAK bagi soal selidik ini.

MALAYSIA

KELANTAN

j. PENILAIAN SERVIS MELALUI *REVIEW*

Adakah review yang dinyatakan tersebut, memberikan anda keselamatan untuk menilai servis Kieno Dynamic?  
12 responses



Rajah 4.3.10: Carta Pai Penilaian Servis melalui *Review*.

Rajah 4.3.10 diatas menunjukkan peratus tertinggi iaitu sebanyak 75% responden telah menjawab YA. Manakala 25% responden menjawab TIDAK kepada soalan tentang review yang dinyatakan tersebut, memberikan anda keselamatan untuk menilai servis Kieno Dynamic. Peratusan YA mendahului peratusan TIDAK bagi soal selidik ini.

MALAYSIA

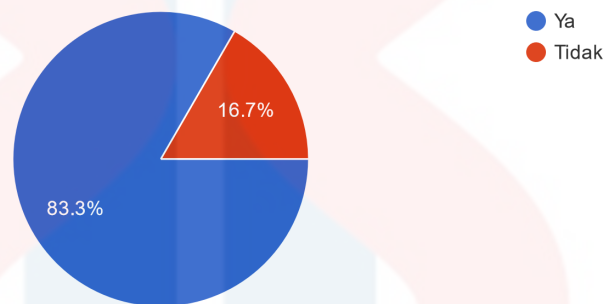
KELANTAN

#### 4.2.4 PEMBANGUNAN PROJEK DAN CADANGAN

##### a. PENGGUNAAN WARNA TEMA LOGO SEBAGAI WARNA TEMA LAMAN WEB

Adakah penggunaan warna yang mengikut tema warna logo syarikat Kieno Dynamic sesuai untuk pembangunan laman web?

12 responses



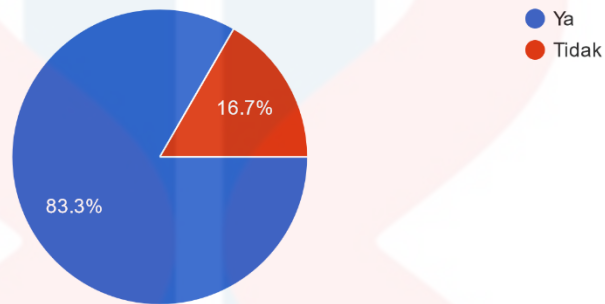
Rajah 4.4.1: Carta Pai Penggunaan Warna Tema Logo sebagai Warna Tema Laman Web.

Rajah 4.4.1 diatas menunjukkan peratus tertinggi iaitu sebanyak 83.3% responden telah menjawab YA. Manakala 16.7% responden menjawab TIDAK kepada soalan penggunaan warna yang mengikut tema warna logo syarikat Kieno Dynamic sesuai untuk pembangunan laman web. Peratusan YA mendahului peratusan TIDAK bagi soal selidik ini.

b. KEPERLUAN INTRODUCTION DI LAMAN WEB  
SYARIKAT

Adakah laman web syarikat memerlukan Introduction kepada syarikat tersebut?

12 responses



Rajah 4.4.2: Carta Pai Keperluan *Introduction* di Laman Web Syarikat.

Rajah 4.4.2 diatas menunjukkan peratus tertinggi iaitu sebanyak 83.3% responden telah menjawab YA. Manakala 16.7% responden menjawab TIDAK kepada soalan laman web syarikat memerlukan *Introduction* kepada syarikat tersebut. Peratusan YA mendahului peratusan TIDAK bagi soal selidik ini.

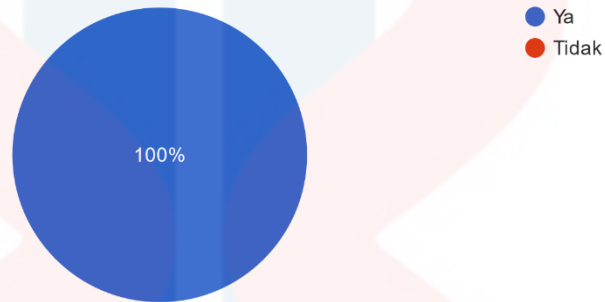
MALAYSIA

KELANTAN

c. KEPERLUAN NOMBOR SYARIKAT DI LAMAN  
WEB

Adakah perlu untuk meletakkan nombor contact syarikat di laman web syarikat?

12 responses



Rajah 4.4.3: Carta Pai Keperluan Nombor Syarikat di Laman Web.

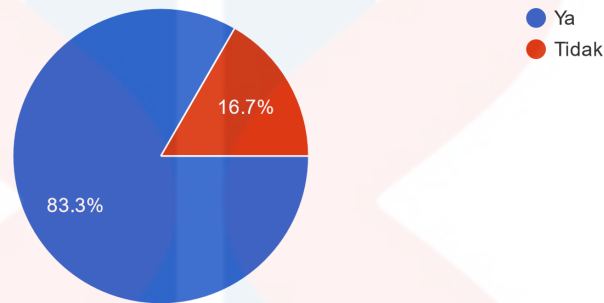
Rajah 4.4.3 diatas menunjukkan peratus tertinggi iaitu sebanyak 100% responden telah menjawab YA kepada soalan laman web syarikat memerlukan *Introduction* kepada syarikat tersebut. Kesemua responden bersetuju terhadap keperluan nombor syarikat di Laman Web.



d. KEPERLUAN RUANGAN KHAS UNTUK PROJEK  
TERDAHULU

Adakah perlu untuk menyediakan ruangan khas untuk meletakkan foto-foto event yang dikendalikan syarikat di laman web tersebut?

12 responses



Rajah 4.4.4: Carta Pai Keperluan Ruangan Khas untuk Projek Terdahulu.

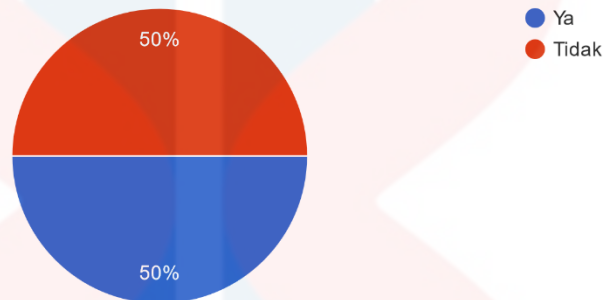
Rajah 4.4.4 diatas menunjukkan peratus tertinggi iaitu sebanyak 83.3% responden telah menjawab YA. Manakala, 18.7% responden telah menjawab TIDAK kepada soalan keperluan untuk menyediakan ruangan khas untuk meletakkan foto-foto *event* yang dikendalikan syarikat di laman web tersebut. Peratusan YA mendahului peratusan TIDAK bagi soal selidik ini.

MALAYSIA  
KELANTAN

e. KEPERLUAN HARGA UNTUK SERVIS @  
PRODUK DI LAMAN WEB

Adakah perlu untuk meletakkan harga-harga untuk setiap produk atau servis di laman web syarikat?

12 responses



Rajah 4.4.5: Carta Pai Keperluan Ruangan Khas untuk Projek Terdahulu.

Rajah 4.4.5 diatas menunjukkan peratus tertinggi iaitu sebanyak 50% responden telah menjawab YA. Manakala, 50% responden telah menjawab TIDAK kepada soalan keperluan untuk meletakkan harga-harga untuk setiap produk atau servis di laman web syarikat. Responden bagi kedua-dua pilihan mempunyai peratusan yang sama iaitu kedua-duanya adalah 50%.

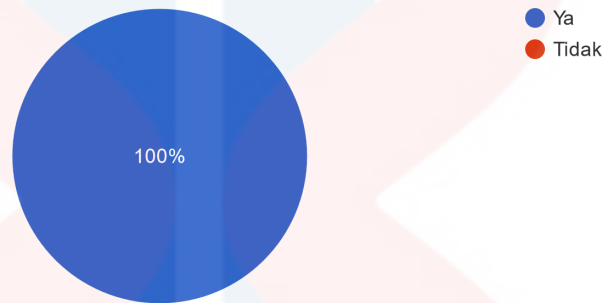
MALAYSIA

KELANTAN

f. PENGGUNAAN WARNA ASA SEBAGAI WARNA  
LATAR BELAKANG LAMAN WEB

Adakah penggunaan hanya warna asas sebagai warna latar belakang laman web syarikat dianggap sebagai padanan visual yang lengkap?

12 responses



Rajah 4.4.6: Carta Pai Keperluan Nombor Syarikat di Laman Web.

Rajah 4.4.6 diatas menunjukkan peratus tertinggi iaitu sebanyak 100% responden telah menjawab YA kepada soalan tentang penggunaan hanya warna asas sebagai warna latar belakang laman web syarikat dianggap sebagai padanan visual yang lengkap. Kesemua responden bersetuju terhadap keperluan nombor syarikat di Laman Web.

## 4.3 PEMBANGUNAN LAMAN WEB

Semasa pembangunan laman web, terdapat beberapa langkah rekabentuk yang perlu menjadi fokus utama sebelum memulakan perjalanan pembangunan sesebuah laman web. Antara langkah rekabentuk adalah rekabentuk informasi, rekabentuk fokus interaksi dan rekabentuk visual antaramuka.

### 4.3.1 REKABENTUK INFORMASI

Rekabentuk Informasi adalah proses dimana ia perlu dibentuk terlebih dahulu untuk membangunkan sebuah laman web. Proses pertama adalah proses perancangan dan pangutaran isi kandungan dengan menggunakan maklumat yang pada dasarnya, ingin disampaikan kepada pengguna. Seterusnya, adalah pemastian penggunaan strategi penyampaian maklumat disalurkan secara lengkap kepada pengguna yang betul.

### 4.3.2 REKABENTUK FOKUS INTERAKSI

Rekabentuk fokus interaksi adalah merupakan proses yang menjadi tunjang utama untuk menentukan kebolehan laman web berfungsi dan juga beroperasi. Selain itu, langkah untuk pembangunan laman web juga dikaji dan dilakarkan oleh pengkaji terlebih dahulu. Seterusnya, pengkaji mengkaji jenis-jenis interaksi yang sedia ada untuk disertakan di dalam pembangunan laman web seperti penggunaan sistem navigasi dan juga penetapan

elemen pengawalan yang selebihnya untuk memudahkan navigasi sekitar laman web yang dibina. Dengan langkah yang ditetapkan, pengkaji mula mencari idea dengan membuat tinjauan di laman-laman web syarikat saingan yang sudah ada di atas talian. Rekabentuk ini juga ditambahkan lagi dengan data analisis borang soal selidik yang sudah dikumpul dan dianalisis dengan sempurna.

### 4.3.3 REKABENTUK VISUAL ANTARAMUKA

#### a. REKABENTUK ANTARAMUKA HALAMAN PERTAMA



#### b. REKABENTUK ANTARAMUKA LATAR BELAKANG SYARIKAT



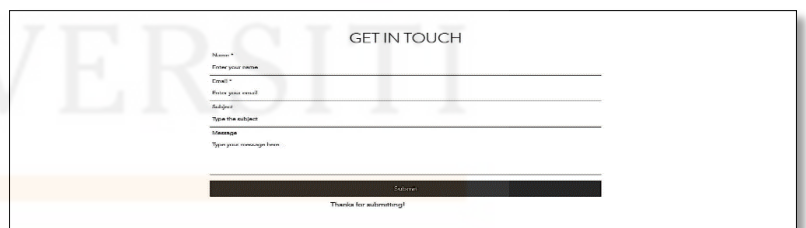
c. REKABENTUK ANTARAMUKA JENIS SERVIS



d. REKABENTUK ANTARAMUKA PENGULASAN (REVIEWS)



e. REKABENTUK ANTARAMUKA PERTANYAAN



#### 4.4 HASIL PEMBANGUNAN LAMAN WEB

Laman web Kieno Dynamic Sdn Bhd atau lebih dikenali sebagai Kieno Dynamic Solution dibangunkan menggunakan pelbagai aplikasi komputer dan hasil daripada aplikasi-aplikasi ini digabungkan menjadi laman web yang mempunyai visual kekemasan dan lengkap dengan informasi. Secara asasnya, reka bentuk laman web di buat menggunakan aplikasi *Adobe Photoshop* dan juga *Adobe Illustrator*. Kedua-dua aplikasi ini digunakan agar dapat mengetahui visual rekabentuk yang diinginkan sebelum mula dibangunkan menggunakan aplikasi Wix.com. Wix.com merupakan laman web aplikasi di mana Wix.com mempunyai aplikasi yang boleh membangunkan laman web dari akar hingga menjadi rimbunan pokok. Pemilihan tema warna juga menjadi salah satu fokus utama semasa pembangunan laman web ini di mana laman web ini menggunakan tema 'light red' iaitu merupakan tema warna logo Kieno Dynamic Sdn Bhd. Laman web yang dibina adalah merupakan prototaip sahaja dan ianya adalah merupakan visual semata-mata manakala informasi dalaman masih lagi belum diisi, akan tetapi, informasi secara umum sudah diisi iaitu pengenalan syarikat dan juga dari sudut kenalan Syarikat. Berikut adalah *Screenshot-screenshot* yang diambil di Laman Web *Kieno Dynamic Solution*.

## MULAKAN PERJALANAN ANDA



### KENALI KIENO DYNAMIC SOLUTION

#### Alami Perbedaannya

Sebagai pembicara exim yang berpengalaman dan dihormati, Kieno Dynamic Solution bertujuan untuk menyampaikan pendidikan, inspirasi dan hiburan kepada pelbagai khlayak. Mereka berusaha untuk menjadikan setiap acara sebagai pengalaman yang tidak dapat dilupakan, memberikan peneraian besar pada penyampaian konten yang dapat diandalkan. Bersedia untuk mendapat inspirasi dengan cara yang autentik yang membuat anda bersedia untuk mencapai matlamat anda.



#### Executive Coaching

1 hr

[Book Now](#)



#### Leadership Development

1 hr

[Book Now](#)



#### Keynote Speaking

1 hr

[Book Now](#)



## AUDIENCE REVIEWS

What People Are Saying



This is your testimonial quote. It's a great opportunity to give site visitors a firsthand perspective of your speaking services by sharing reviews from actual audience members of your previous engagements.

Sandy Williams



This is your testimonial quote. It's a great opportunity to give site visitors a firsthand perspective of your speaking services by sharing reviews from actual audience members of your previous engagements.

Casey Johnson



This is your testimonial quote. It's a great opportunity to give site visitors a firsthand perspective of your speaking services by sharing reviews from actual audience members of your previous engagements.

Robbie White

## GET IN TOUCH

Name \*  
 Enter your name

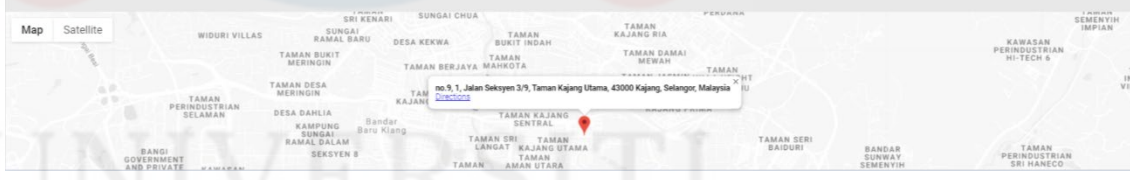
Email \*  
 Enter your email

Subject  
 Type the subject

Message  
 Type your message here...

Submit

Thanks for submitting!



UNIVERSITI  
 MALAYSIA  
 KELANTAN

03-8740 0244

©2021 by Kiara Dynamic Solution. Proudly created with Wix.com

Let's Chat!

UNIVERSITI  
MALAYSIA  
KELANTAN

## 4.5 KESIMPULAN

Secara kesimpulannya, penghasilan laman web memerlukan pelbagai aspek yang penting yang pada fokusnya, perlu diguna pakai. Selain itu, pengkaji sebelum membangunkan sesuatu projek, perlu mendapatkan maklumat dan idea yang berguna untuk membangunkan laman web supaya laman web yang terhasil mempunyai tahap kepuasan pengguna yang memuaskan. Dalam membangunkan laman web, proses pembangunan itu sendiri bukanlah mudah dek kerana proses awalan yang melibatkan reka bentuk yang pada dasarnya perlu disusun mengikut susunan yang bersesuaian. Pembangunan medium ini pada dasarnya memberikan suatu cabaran kepada pengkaji kerana proses pembangunan ini memerlukan pengkajian dan pengulangan yang banyak untuk mencapai tahap kualiti laman web yang sesuai dengan reka bentuk yang diinginkan. Penghasilan laman web ini juga membolehkan pengkaji membina kefahaman tentang laman web dari perspektif pengguna dan hal ini menjadi tunjang utama pembangunan laman web ini. Semoga laman web ini memberi manfaat dan sentiasa menjadi medium utama kepada Syarikat Kieno Dynamic Sdn Bhd untuk mempromosikan syarikat secara atas talian.

## **BAB 05**

### **KESIMPULAN DAN CADANGAN**

#### **5.0 PENGENALAN**

Di dalam bab akhir ini, kesimpulan dan cadangan akan menjadi fokus utama perbincangan berdasarkan kajian yang telah dijalankan oleh pengkaji pada bab-bab sebelum ini. Segala kesimpulan dan cadangan yang dibuat, adalah berdasarkan hasil pemerhatian yang terhasil daripada soal kaji selidik yang dijalankan sebelum pembangunan projek. Pengkaji mendapati banyak kekurangan yang dapat dikesan dan pengkaji berharap kajian ini dijalankan, dapat membantu memulih dan menambahbaik kekurangan tersebut.

#### **5.1 CADANGAN**

Berdasarkan kajian yang sudah dilakukan pengkaji dan juga soal selidik yang telah dijawab oleh responden-responden aktif, majoriti menunjukkan reaksi yang sangat baik kepada pembangunan laman web syarikat dalam meningkatkan pemasaran digital di Kieno Dynamic Sdn Bhd. Pengkaji ingin menyatakan sebuah cadangan untuk cadangan ini diguna pakai pada masa hadapan. Selain itu, pengkaji ingin menambahbaik serta pada masa yang sama membangunkan laman web yang mampu menjadi tarikan minat pengguna atau pelanggan.

Pengkaji bercadang untuk membangunkan laman web syarikat untuk meningkatkan pemasaran digital bagi syarikat Kieno Dynamic Sdn Bhd. Syarikat ini masih lagi tidak mempunyai laman web syarikat, dan hal ini mampu menetapkan lagi keberkesanan cadangan ini. Sepanjang pengkaji menjalankan latihan industri Syarikat ini, pengkaji dapat melihat keberkesanan sesebuah laman web dengan tujuan meningkatkan pemasaran digital.

## 5.2 KESIMPULAN

Sebagai kata mukadimah dalam kajian ini, penggunaan laman web sebagai medium utama peningkatan pemasaran digital adalah sangat sesuai pada era kini. Hal ini kerana laman web mudah untuk diakses dan jika dibangunkan dengan sempurna, mudah untuk difahami oleh kesemua peringkat umur. Jika Kieno Dynamic Sdn Bhd masih lagi meneruskan promosi secara fizikal, servis-servis yang ditawarkan syarikat, tidak dapat mencapai pelanggan yang berpotensi. Dengan adanya laman web ini, syarikat ini akan berkembang maju dan pada dasarnya, mampu menambah keuntungan bersih dari segi kewangan syarikat. Penggunaan laman web sebagai medium utama pengiklanan dapat membantu syarikat ini memperkenalkan diri secara internasional. Pengkaji berharap agar laman web yang dibina ini, mampu mengubah hala tuju syarikat Kieno Dynamic Sdn Bhd dalam menempuhi era teknologi moden.

**RUJUKAN**

Ellett, J., 2018. New Research Shows Growing Impact Of Online Research On In-Store Purchases. [online] Forbes. Terdapat di:

<<https://www.forbes.com/sites/johnellett/2018/02/08/new-research-shows-growing-impact-of-online-research-on-in-store-purchases/?sh=726bbd2b16a0>> [di akses pada 4 Februari 2021].

Fries, D., 2020. The Importance of Websites for Business. [online] Business 2

Community. Terdapat di: <<https://www.business2community.com/web-design/the-importance-of-websites-for-business-02280759>> [di akses pada 4 Februari 2021].

J., G. (2017). Single case studies vs. multiple case studies: a comparative study (Thesis).

Halmstad, Sweden: Halmstad University.

Blue16media.com. 2019. The Importance of Having a Business Website -. [online]

Terdapat di: <<https://blue16media.com/blog/2019/08/01/the-importance-of-having-a-business-website/>> [di akses pada 4 Februari 2021].

Palmer, M., n.d. The Top 10 Most Important Elements of A Website Design. [online]

Makespace!. Terdapat di: <<https://www.makespaceweb.com/Blog/0/Any-Category/582/The-Top-10-Most-Important-Elements-of-A-Website-Design>> [di akses

pada 4 Februari 2021].