

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi dengan kemajuan teknologi yang pesat seperti saat ini menuntut kita sebagai pelaku bisnis yang bergelut pada dunia industri kreatif kecil menengah sampai industri kreatif berskala besar agar dapat memiliki daya saing yang nantinya dapat digunakan sebagai strategi untuk menarik minat konsumen.

Strategi yang memiliki ide-ide segar didalamnya yang mampu bersaing secara berkala dan menyesuaikan kebutuhan konsumen adalah salah satu strategi pemasaran yang sampai saat ini masih dicari solusinya yang tepat oleh banyak perusahaan yang bergerak pada bidang industri yang sama.

Berdasarkan alasan ini yang juga diperkuat dengan data di lapangan penulis menelurkan sebuah ide yang akan diimplementasikan dalam sebuah produk penunjang yang bertujuan membantu dalam sebuah proses pemasaran produk yang memiliki daya saing dan nilai jual yang layak.

PT.Aseli Dagadu Djokdja adalah sebuah perusahaan yang bergerak pada bidang industri kreatif memproduksi kaos dan souvenir dengan desain gambar-gambar yang unik dan kata-kata kreatif khas daerah Yogyakarta. Produk dari Dagadu ini sendiri sudah memiliki *brand* yang kuat di pasaran karena sudah dari sejak tahun 1994 berdiri. Banyak dari wisatawan lokal dan yang dari luar kota menyempatkan berburu oleh-oleh produk Dagadu asli untuk dijadikan cinderamata alternatif khas kota Jogja.

Semakin menjamurnya perusahaan kecil yang bergerak pada bidang yang sama belakangan ini membuat dagadu untuk terus berinovasi tidak hanya dari

produk saja namun juga pada segi strategi pemasarannya. Strategi pemasaran yang menjadi faktor pembeda dengan perusahaan sejenis lainnya.

Setelah ditelusuri belum adanya sarana promosi yang *mobile* dan mudah dipahami oleh konsumen menjadi salah satu penyebab mulai berkurangnya pamor dari Dagadu Djokdja beberapa tahun belakangan ini. Dagadu sering dijadikan tempat utama untuk berbelanja di Jogja oleh para wisatawan baik domestik maupun yang mancanegara. Untuk kepentingan pendidikan mengenai Jogja pun, Dagadu selalu menjadi pilihan. Setiap wisatawan yang berkunjung dan sudah membuat janji baik untuk wisata maupun pendidikan, selalu disambut oleh Juru bicara yang akan menerangkan seputar Jogja dan sejarah mengenai Dagadu Djokdja. Media yang digunakan untuk memberikan informasi seputar Dagadu Djokdja masih menggunakan manual. Untuk memperbaharui produknya pun masih manual dan cenderung kurang efisien.

Dikarenakan hal ini penulis berencana membuat sebuah produk yang bisa dijadikan sebagai media promosi dan sarana untuk menjangkau konsumen lebih luas lagi. Media promosi *mobile* yang mudah dibawa kemana-kemana dan tepat guna pengaplikasiannya. Karena pada media promosi ini penulis nantinya juga akan menambahkan produk-produk terbaru keluaran dari Dagadu Djokdja dan keunggulan dari segi pelayanannya yang ramah khas Dagadu Djokdja serta kental akan nuansa budaya asli Jogja.

Selain untuk pembaharuan pengetahuan konsumen tentang produk-produk dari Dagadu, juga dapat membantu menguatkan kembali citra Dagadu Djokdja dimata konsumen sebagai salah satu perusahaan besar yang bergerak dibidang industri kreatif dan cinderamata alternatif khas kota Jogja. Dengan alasan diatas

maka dari itu penulis membuat judul untuk Tugas Akhir adalah **“Penerapan Motion Tracking Pada Media Promosi Interaktif Berbasis Multimedia Sebagai Sarana Pemasaran PT ASELI DAGADU DJOKDJA”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Setelah mengkaji latar belakang permasalahan diatas maka penulis mendapatkan beberapa rumusan masalah dari Tugas Akhir ini sebagai berikut :

1. Bagaimana cara pembuatan aplikasi media presentasi digital menggunakan software Adobe CS6 ?
2. Bagaimana penerapannya pada pihak perusahaan?

## **1.3 Batasan Masalah**

Ruang lingkup media promosi di PT Aseli Dagadu Djokdja sangat luas oleh karena itu agar lebih terperinci dan sesuai dengan teknik pembuatan, penulis menentukan batasan masalah sebagai berikut :

1. Penulis hanya menjelaskan cara pembuatan program.
2. Aplikasi diterapkan pada media desktop.
3. Aplikasi berupa media presentasi digital

## **1.4 Tujuan Penulisan**

Membuat media presentasi digital dengan kinerja optimal yang digunakan sebagai media promosi dan sarana pengenalan produk kepada pihak konsumen dan mitra kerja . Tujuan selain diatas adalah sebagai berikut :

1. Mengimplementasikan hasil jadi aplikasi yang diharapkan bisa dijadikan sebagai jembatan dalam proses menjalin hubungan kerja bersama mitra Dagadu
2. Memperbaharui informasi seputar Dagadu dimata konsumen
3. Menjaring kembali minat konsumen kepada produk-produk Dagadu melalui tahapan-tahapan yang dijelaskan didalam aplikasi
4. Memenuhi persyaratan untuk menyelesaikan program Diploma 3 STMIK Amikom Yogyakarta

### **1.5 Manfaat Penulisan**

Penyusun Tugas Akhir ini diharapkan oleh penulis dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Bagi Dagadu

Dengan disusun Tugas Akhir ini diharapkan aplikasi bisa diimplementasikan sebagai salah satu media promosi di Dagadu Djokdja, khususnya untuk menguatkan citra dan memperbaharui info seputar Dagadu pada pencitraan konsumen.

2. Bagi Penulis

Dengan penyusunan Tugas Akhir ini diharapkan penulis bisa menerapkan ilmu yang didapatkan selama mengikuti pendidikan di STMIK Amikom Yogyakarta khususnya pada bidang keilmuan multimedia. Dan juga memanfaatkan unsur-unsur yang ada didalam multimedia itu sendiri.

### 3. Bagi Pembaca

Berdasarkan penyusunan Tugas Akhir ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan dapat dijadikan referensi dan bahan perbandingan bagi mahasiswa dan mahasiswi STMIK Amikom Yogyakarta yang ingin mengetahui bagaimana membuat aplikasi multimedia yang dibumbui dengan inovasi *motion-tracking* dan berbasis flash.

## 1.6 Metode Penelitian

Dalam pencapaian tujuan, diperlukan data-data pelengkap untuk mendukung keakuratan informasi yang akan dihasilkan. Untuk itu, dalam pencarian dan pengumpulan data dilakukan dengan beberapa metode antara lain sebagai berikut :

### 1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Metode Pengumpulan Data merupakan teknik atau cara yang dilakukan untuk mengumpulkan data. Metode menunjuk suatu cara sehingga dapat diperlihatkan penggunaannya melalui wawancara, pengamatan dan kajian kepustakaan. Berikut pembagiannya :

#### 1. Metode Wawancara (Interview)

Metode ini dilakukan dengan cara penulis melakukan wawancara langsung terhadap pihak dari PT.Aseli Dagadu Djokdja untuk mendapatkan informasi yang diperlukan dalam penyusunan Tugas Akhir ini.

## 2. Metode Observasi

Metode ini dilakukan dengan cara penulis melakukan pengamatan atau observasi terhadap objek yang diteliti yaitu Dagadu Djokdja untuk mendapatkan informasi lain yang tidak didapat dari metode wawancara.

## 3. Metode Kepustakaan

Metode ini dilakukan dengan mempelajari teori-teori yang diperoleh dari buku-buku, modul kuliah dan makalah-makalah yang telah ada sebagai referensi dan bahan pembandingan untuk penyusunan tugas akhir serta contoh aplikasi dari berbagai media serupa berbasis flash yang dijadikan sebagai tambahan referensi bagi penulis.

### 1.7 Sistematika Penulisan

Agar penyusunan laporan lebih terarah pada inti permasalahan dan tujuannya maka dibuat dalam beberapa bab berdasarkan pokok-pokok permasalahan, yang akan diuraikan sebagai berikut :

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini merupakan pengantar terhadap masalah-masalah yang akan dibahas mengenai latar belakang masalah perancangan inovasi baru di Dagadu Djokdja, perumusan masalah yang akan dibuat diaplikasi, batasan masalah, tujuan penulisan, manfaat penelitian, metode penelitian dalam penyusunan Tugas Akhir, dan sistematika penulisan Tugas Akhir serta susunan jadwal kegiatan penyusunan Tugas Akhir.

## **BAB II DASAR TEORI**

Bab ini menguraikan dasar-dasar teorikonsep aplikasi pada media promosi yang akan penulis buat dimulai dari konsep dasar informasi,dan konsep dasar tentang media-media yang digunakan sebagai sarana promosi. Juga dijelaskan tentang *software* yang akan digunakan.

## **BAB III TINJAUAN UMUM**

Pada bab ini akan dijelaskan secara umum tentang objek yang digunakan yaitu tentang Dagadu Djokdja. Dimulai dari gambaran umum tentang perusahaan yaitu sejarah, visi dan misi, tujuan perusahaan hingga struktur organisasi pada PT Aseli Dagadu Djokdja. Selain itu akan diuraikan cara pemasaran dan manajemen yang ada didalam Dagadu Djokdja.

## **BAB IV PEMBAHASAN**

Bab ini akan mulai membahas pembuatanaplikasi media promosiDagadu Djokdja pada Bagian Laporan. Dimulai dari analisiskebutuhankonsumenyang fluktuatifkarena bergantung pada musim libur, dan perancangan aplikasiyang dibuat serta pengimplementasian *motion tracking* dan mengkombinasikannya dengan elemen multimedia lainnya yang berbasis flash.

## **BAB V PENUTUP**

Dalam bab ini dikemukakan secara singkat kesimpulan, mencakup jawaban yang diperoleh dari interpretasi data yang merupakan jawaban terhadap permasalahan penelitian, nilai lebih dan kelemahan dari penerapansolusi yang telah dilakukan. Berisi tentang kesimpulan dari hasil analisis, pengumpulan data dan hasil dari pembuatan media aplikasi yang dikerjakan, serta bagian penutup.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Daftar pustaka memuat tentang kajian pustaka yang dijadikan acuan dalam penelitian yaitu semua sumber yang dikutip baik dari buku-buku, modul-modul,makalah-makalah, jurnal serta internet dan berfungsi sebagai langkah referensi maupun panduan dalam pembuatan Tugas Akhir ini.

## 1.8 Jadwal Kegiatan

**Tabel 1.1** Timeline Pengerjaan Tugas Akhir

Kegiatan	November	Desember	Januari
Pengumpulan Data dan Persiapan			
Pengolahan Data			
Analisis dan Desain			
Implementasi			
Revisi Naskah			
Penulisan Laporan			