

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Teknologi merupakan aset berharga yang selalu berkembang seiring berjalannya perputaran zaman. Dalam perkembangannya, kemampuan teknologi yang semakin canggih ini menjadi tuntutan baru bagi berbagai macam bidang aktifitas yang dilakukan manusia agar dengan mudah mendapatkan informasi dengan cepat, tepat, dan akurat. Media interaktif merupakan salah satu sarana untuk menyampaikan sebuah informasi dengan mudah.

Setiap tahun, populasi manusia terus bertambah. Semakin bertambahnya populasi manusia, semakin bertambah pula tingkat permintaan bidang tanah sebagai tempat untuk dijadikan tempat tinggal baru. Dalam hal ini, bagi sebagian pihak bertambahnya permintaan bidang tanah merupakan sebuah peluang yang sangat menguntungkan, khususnya perusahaan yang bergerak dalam bidang bisnis properti.

PT. Khasanah Jaya Utama merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang bisnis properti. Perusahaan yang didirikan pada tahun 2011 ini juga dapat berperan sebagai Kontraktor, Development, Perdagangan Umum dan Jasa yang fokus pada pembangunan di provinsi Jawa Barat, khususnya pembangunan di Kota Cirebon dan Kota Majalengka. Kantor PT. Khasanah Jaya Utama terletak di Desa Getasan, Kecamatan Depok, Kabupaten Cirebon. Kawasan perumahan yang sudah berhasil dikelola oleh PT. Khasanah Jaya Utama antara lain : Kejuden

regency, Mutiara Asri I, Mutiara Asri II, dan Mutiara Asri III. Perusahaan ini berharap agar perusahaannya dapat berkembang pesat dan maju.

Dalam melakukan aktifitas promosi, perusahaan yang bergerak dalam bidang bisnis properti ini menggunakan cara yang konvensional seperti brosur dan spanduk, khususnya saat menyampaikan informasi mengenai produk unit rumah yang dijual.

Berdasarkan uraian diatas maka Penulis bermaksud untuk merancang suatu aplikasi yang dapat memvisualisasikan produk rumah yang dijual, melalui media interaktif. Dengan adanya aplikasi yang dapat menyampaikan sebuah informasi dengan tetap memperhatikan aspek fasilitas berbasis multimedia ini diharapkan agar penyampaian informasi menjadi lebih efektif serta bermanfaat bagi perusahaan, sehingga perusahaan dapat menjadi lebih unggul dan lebih maju dalam bidang teknologi melalui fasilitas yang tersedia.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, Penulis merumuskan masalah yang akan di pecahkan, yaitu :

“Bagaimana merancang media interaktif sebagai media promosi pada PT. Khasanah Jaya Utama yang dapat membantu dalam proses promosi?”

1.3 Batasan Masalah

Teknologi aplikasi multimedia memiliki cakupan yang sangat luas sesuai dengan fungsi penerapannya pada masing-masing bidang. Maka dalam hal ini

Penulis membatasi ruang lingkup aplikasi multimedia agar tidak keluar dari garis permasalahan agar lebih spesifik :

1. Penelitian yang akan dilakukan berada dalam lingkup perusahaan PT. Khasanah Jaya Utama.
2. Media interaktif promosi digunakan untuk membantu Tenaga Pemasar atau *Marketer* perusahaan PT. Khasanah Jaya Utama dalam proses promosi produk unit rumah.
3. Media interaktif memiliki fitur-fitur multimedia berupa : teks, gambar, suara, animasi, dan video
4. Perangkat lunak yang digunakan untuk penelitian ini adalah : Adobe Director, Autodesk 3D Studio Max, dan Adobe Photoshop.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk memenuhi persyaratan kelulusan program Strata 1 jurusan Sistem Informasi Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Dengan adanya media interaktif ini akan memberikan kemudahan pada PT. Khasanah Jaya Utama dalam mempromosikan produk perusahaan.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Penulis
 - a. Menerapkan dan mengembangkan disiplin ilmu yang didapatkan selama berada di Universitas Amikom Yogyakarta

- b. Menambah wawasan dalam bidang ilmu multimedia
2. Perusahaan
 - a. Memberikan kemudahan pada PT. Khasanah Jaya Utama dalam aktifitas penyampaian informasi atau promosi produk unit rumah perusahaan
 - b. Bagi konsumen, memudahkan di dalam mendapatkan informasi mengenai bentuk rumah dalam bentuk visual atau informasi lainnya tentang PT. Khasanah Jaya Utama

1.6 Metode Penelitian

Sebagai usaha dalam memperoleh data yang benar, relevan sekaligus akurat, sesuai dengan permasalahan yang dihadapi, maka perlu bagi Penulis untuk menggunakan beberapa metode pengumpulan data yang terdiri dari :

1. Wawancara (Interview)

Wawancara dilakukan dengan Direktur Utama PT. Khasanah Jaya Utama atau dapat melalui sekretaris dan tenaga pemasar atau *Marketer* berdasarkan pada tujuan penelitian yaitu membantu proses promosi produk unit rumah dan pengenalan tentang PT. Khasanah Jaya Utama.

2. Observasi

Melakukan observasi atau pengamatan langsung tentang objek yang diteliti yaitu pada saat proses terjadinya promosi di kantor utama secara konvensional dan dengan menggunakan multimedia.

3. Metode Kepustakaan (*Library*)

Metode pengumpulan data yang dibutuhkan dengan cara membaca dan mempelajari dari beberapa buku-buku serta melalui *browsing* via internet yang berkaitan dengan penelitian.

4. Kuisisioner

Berupa pertanyaan tertulis yang disusun sebelumnya. Daftar pertanyaan cukup terperinci dan lengkap, biasanya sudah menyediakan pilihan jawaban atau memberikan kesempatan kepada responden untuk menjawab secara bebas.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan terdiri dari 5 bab yang bertujuan untuk menggambarkan secara umum isi dari penulisan yang disajikan, ke-5 bab tersebut yaitu :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, metode penelitian, metode analisis, metode perancangan, metode pengembangan, metode testing, metode implementasi, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menjelaskan mengenai dasar-dasar teori yang digunakan dalam perancangan media interaktif serta berisi tinjauan pustaka yang membahas referensi dengan tema yang sama.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Menjelaskan tentang analisis SWOT dan kelayakan sistem yang digunakan dalam perancangan media interaktif promosi pada PT. Khasanah Jaya Utama. Analisis berisi mengenai kelemahan, kekuatan, kebutuhan fungsional dan non fungsional secara terperinci, serta analisis kelayakan sistem. Dalam bab ini juga memberi gambaran mengenai perancangan media interaktif.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Menguraikan mengenai proses dan tahapan dalam implementasi media interaktif.

BAB V PENUTUP

Dalam bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran dari pembahasan yang ada pada perancangan media interaktif sebagai media promosi pada PT. Khasanah Jaya Utama.

DAFTAR PUSTAKA

Daftar pustaka memuat semua pustaka yang dijadikan acuan dalam penulisan skripsi yaitu sumber yang dikutip.

LAMPIRAN

Lampiran memuat tabel dan instrument penelitian yang berfungsi untuk melengkapi naskah penelitian.