

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Melihat perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi komputer saat ini yang sangat pesat mendorong para pelaku usaha untuk lebih beradaptasi pada lingkungan persaingan bisnis khususnya pada Bendie Advertising. Maka dengan melihat keadaan seperti ini bagaimana agar usaha tetap berjalan lancar tentunya dengan persaingan yang sehat. Dalam hal ini bagaimana dengan perkembangan teknologi informasi saat ini dapat di manfaatkan sebagai sarana informasi promosi. Pemilik usaha kesulitan dalam memberikan informasi hasil produksi kepada para konsumen. Sehingga dibuatnya sarana informasi berbasis multimedia ini untuk memudahkan konsumen dalam menikmati berbagai macam informasi yang berkaitan dengan perusahaan dan juga hasil-hasil produksi. Berkaitan juga dengan pembuatan media informasi ini dapat memperluas lagi jaringan pemasaran hasil produksi.

Pemanfaatan multimedia sebagai media informasi promosi produk kepada konsumen ini dapat mengatasi kesulitan untuk menyampaikan informasi secara tepat, relevan dan akurat. Maka dengan menggunakan fasilitas multimedia pemilik usaha dapat menyediakan informasi yang bersifat interaktif, atraktif dan mampu menampilkan suara, tulisan, gambar serta keterangan tentang informasi yang lebih praktis dan efisien mengenai usaha dan hasil-hasil produksi demi memenuhi target pasar dan pelebaran usaha.

Pembuatan media informasi promosi produk ini dengan berbasis multimedia diharapkan lebih meningkatkan kinerja karyawan dan juga meningkatkan produktivitas perusahaan dalam menciptakan produk yang berkualitas dan penuh kreasi dengan karya-karya terbaru demi tercipta kepuasan konsumen dan tentunya keuntungan yang lebih banyak lagi bagi perusahaan. Multimedia tidak hanya terbatas pada bidang periklanan, pariwisata, pertelevisian maupun broadcasting. Bahkan pemanfaatan multimedia hampir disemua bidang seperti bidang pendidikan, kebudayaan, olahraga maupun bidang lainnya.

1.2 Perumusan Masalah

Permasalahan yang terjadi dapat ditekankan pada proses penyampaian informasi mengenai promosi produk pada Bendie Advertising ini adalah:

1. Bagaimana membuat media informasi promosi produk berbasis multimedia untuk mempermudah karyawan untuk menyampaikan informasi promosi produk kepada konsumen.
2. Dengan aplikasi multimedia menyampaikan informasi lebih atraktif dan interaktif.

1.3 Batasan Masalah

Multimedia mempunyai ruang lingkup yang sangat luas, berdasarkan fungsi dan perannya dalam masing-masing bidang yang berbeda. Untuk lebih Memfokuskan pembahasan, maka diberlakukan ruang lingkup masalah sebagai berikut:

1. Memberikan informasi tentang produk-produk terbaru perusahaan.

2. Sekilas tentang perusahaan.
3. Info cara pembuatan produk.

Software-software yang di gunakan dalam pembuatan aplikasi multimedia ini adalah Adobe Photoshop CS2, Macromedia Flash 8, Adobe Audition 2.0, CorelDRAW X3.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah menghasilkan media informasi promosi produk pada Bendie Advertising berbasis multimedia . Pembuatan aplikasi ini secara umum terbagi menjadi dua yaitu:

1.4.1 Internal

Pengertian internal yang dimaksud adalah dilihat dari sisi penyusun, dalam hal ini adalah mahasiswa STMIK AMIKOM sebagai berikut:

1. Untuk menerapkan, mengembangkan, menambah wawasan ilmu komputer khususnya dibidang aplikasi multimedia yang telah didapat selama di "STMIK AMIKOM" Yogyakarta
2. Sebagai syarat kelulusan bagi jenjang S1 Teknik Informatika dan memperoleh gelar sarjana.

1.4.2 External

Bagi Bendie Advertising, dengan dibuatnya media informasi promosi ini sebagai pendukung dalam penyampaian informasi promosi produk-produk yang dihasilkan, mengandung maksud dan tujuan sebagai berikut:

1. Memberikan kemudahan bagi pemilik usaha dan karyawan untuk memberikan informasi hasil produksi kepada konsumen.
2. Dengan media informasi promosi berbasis multimedia ini konsumen akan lebih tertarik lagi, karena dengan tampilan multimedia yang atraktif dan interaktif.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Penelitian ini merupakan kesempatan untuk menerapkan teori-teori yang telah diperoleh dibangku kuliah dan memperluas wawasan pemikiran dalam dunia nyata.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh perusahaan dalam memperluas lagi jangkauan pemasaran produksi.

3. Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan referensi untuk memperluas wawasan pembaca maupun sebagai acuan bagi penelitian selanjutnya mungkin akan dilakukan khususnya yang berkaitan dengan penelitian ini yaitu Multimedia.

1.6 Metode Pengumpulan Data

Adapun metode-metode yang di gunakan dalam pengumpulan data pada obyek penelitian ini sebagai berikut:

1.6.1 Metode Wawancara

Metode pengumpulan data ini dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan kepada pihak perusahaan terkait dengan obyek penelitian.

1.6.2 Metode Dokumentasi

Metode ini digunakan untuk memperjelas gambaran tentang informasi yang akan disampaikan kepada konsumen

1.6.3 Metode Studi Pustaka

Metode ini diperoleh dengan cara dari buku-buku yang berkaitan dengan multimedia khususnya untuk pembuatan media informasi promosi.

1.7 Sistematika Penulisan

Laporan ini akan disusun secara sistematis ke dalam lima bab, masing-masing bab akan diuraikan ke dalam permasalahan-permasalahan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, maksud dan tujuan, metode pengumpulan data dan sistematika penulisan laporan.

BAB II : DASAR TEORI

Menjelaskan tentang konsep dasar multimedia, langkah-langkah pengembangan system prinsip dasar menulis naskah multimedia, pengertian software-software yang digunakan dalam pembuatan aplikasi.

BAB III : ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM

Menjelaskan tentang ruang lingkup perusahaan, visi misi perusahaan, informasi produk yang dihasilkan dan semua yang berhubungan dengan perusahaan. Dan juga menjelaskan tentang analisis dari sistem yang akan dibuat dari mulai rancangan sampai dengan pembuatan sistem.

BAB IV : IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN SISTEM

Merupakan bagian dalam pembahasan masalah mulai dari rancangan sistem, implementasi sistem media informasi promosi dari merancang konsep, storyboard sampai dengan testing sistem pada tahap akhir.

BAB VI : PENUTUP

Menjelaskan kesimpulan dari keseluruhan pembahasan yang ada dan juga saran-saran untuk pengembangan lebih lanjut.

1.8 Jadwal Rencana Kegiatan Penelitian

Jadwal pelaksanaan kegiatan penelitian dipaparkan sebagai berikut:

Tabel 1.1. Jadwal Rencana Kegiatan

| No | Jenis Kegiatan | Jadwal Pelaksanaan | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|----|--------------------|--------------------|---|---|---|----------|---|---|---|----------|---|---|---|---------|---|---|---|----------|---|---|---|
| | | Oktober | | | | Nopember | | | | Desember | | | | Januari | | | | Februari | | | |
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 1 | Persiapan | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2 | Pengamatan | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | a. Wawancara | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | b. Dokumentasi | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | c. Studi Pustaka | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3 | Aplikasi | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | a. Analisa | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | b. Desain | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | c. Implementasi | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | d. Pengujian | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 4 | Penyusunan Laporan | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |