

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Batik merupakan warisan seni budaya nenek moyang yang adiluhung dan syarat akan makna perlu untuk dilestarikan. Saat ini kerajinan batik sudah menjadi bagian dari industri kreatif di Indonesia.

Yogyakarta dikenal sebagai kota yang kaya akan budaya. Salah satunya adalah batik. Batik tidak hanya ada di Pekalongan atau Cirebon saja, akan tetapi batik sendiri juga ada di Yogyakarta. Banyak tempat yang menjual batik, ada yang dalam bentuk pakaian jadi ataupun masih dalam bentuk lembar kain. Tentunya dengan harga yang bervariasi, tergantung dari motif ataupun jenis kainnya.

Peluang bisnis sektor industri kreatif yang secara komparatif dan kompetitif mampu memanfaatkan sumber daya alam (SDA) atau potensi daerah di Indonesia. Batik bila digarap secara profesional dan dengan keterampilan yang tepat, terukur, sesuai dengan selera dan permintaan pasar, niscaya akan dapat menjadi salah satu "Soko Guru" baru perekonomian Indonesia yang tengah terpuruk. Dalam tata ekonomi global mulai menunjukkan kecenderungan kuat pada potensi akan kreativitas pengolahan produk-produk berbasis warisan budaya dan batik diyakini dapat menjadi semacam deposit tambang baru untuk terus digali, diolah dan dikembangkan sesuai dengan selera konsumen agar dapat mendatangkan kesejahteraan bagi masyarakat atau bangsa Indonesia.

Pada perkembangannya, batik pun telah berkembang menjadi pakaian yang dapat dipakai pada berbagai acara, tidak hanya pada acara-acara yang bersifat resmi dan formal, namun batik dapat juga dipakai sebagai pakaian santai dan casual.

Dalam rangka memanfaatkan peluang yang ada dan mengungguli para pesaing, perusahaan atau lembaga haruslah menggunakan metode pemasaran modern. Yang bertujuan agar informasi-informasi tentang produk atau jasa yang ditawarkan dapat diakses oleh target konsumen secara tepat.

Pemasaran modern membutuhkan lebih dari sekedar mengembangkan produk atau jasa, membuat harga untuk produk barang atau jasa tersebut, mengkomunikasikan informasi tentangnya melalui berbagai *communication channel*, baik yang langsung maupun tidak langsung dengan mengkoordinasikan distribusinya.

Perusahaan juga harus berkomunikasi dengan pelanggan yang telah membeli produknya maupun dengan pelanggan potensialnya. Maka tak terelakkan lagi, setiap perusahaan harus mengambil peran sebagai komunikan dan komunikator.

Strategi komunikasi pemasaran (*marketing communication*) yang tepat dapat menghindarkan dari kerugian yang disebabkan oleh kegiatan promosi yang tidak efektif dan efisien. Dalam kajian pemasaran kegiatan promosi yang efektif dan efisien dapat dimasukkan sebagai bagian dari konsep bauran komunikasi pemasaran (*marketing communication mix*).

Setelah batik diakui sebagai warisan budaya dunia oleh *United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization* (UNESCO) para perajin batik di Yogyakarta kini mulai merasakan manfaatnya. Penjualan batik di kota ini mengalami peningkatan yang cukup signifikan.

Kemajuan dunia teknologi saat ini tengah berkembang dengan cepat diantaranya banyak perangkat yang semakin canggih dengan berbagai tampilan yang mudah dimengerti. Namun dengan adanya perkembangan teknologi yang cepat ini perlu diimbangi dengan tuntutan kemampuan manusia dalam penggunaan agar sebagai pengguna mampu memanfaatkan kecanggihan teknologi tersebut. Teknologi itupun bukan hanya memberikan suatu informasi kepada masyarakat namun juga memberikan tingkat kreatifitas kepada masyarakat. Penerapan sistem informasi berbasis komputerisasi merupakan salah satu alternatif yang tepat jika manajemen menginginkan suatu sumber yang didapat sesuai yang diinginkan. Sistem informasi yang tepat akan membantu dalam merencanakan program dan menjalankan kegiatan operasional perusahaan, sehingga dapat mencapai sasaran yang tepat sesuai dengan tujuan yang direncanakan.

Keunggulan bersaing perusahaan adalah komunikasi dan didalam komunikasi perlu memperkuat pesan yang disampaikan ke pikiran konsumen. Multimedia dapat membantu mempertajam pesan agar masuk dipikiran konsumen. Keunggulan multimedia adalah menarik indera dan menarik minat karena merupakan gabungan antara pandangan, suara, dan gerakan. Lembaga riset dan penerbitan computer, *Computer Technology Research* (CTR), menyatakan

bahwa orang hanya mampu mengingat 20% dari yang dilihat dan 30% dari yang didengar. Tetapi orang dapat mengingat 50% dari yang dilihat dan didengar dan 80% dari yang dilihat, didengar, dan dilakukan sekaligus. Para pendukung multimedia menyatakan bahwa jika media berbagai indera dikombinasikan, efek yang dihasilkan melebihi penjumlahan bagian-bagiannya.

Perkembangan teknologi tersebut salah satunya yakni CD Interaktif, suatu aplikasi multimedia yang digunakan untuk memberikan informasi dan dijadikan media promosi yang dapat berinteraksi secara langsung dengan pengguna.

Dengan adanya aplikasi tersebut bertujuan untuk memperkenalkan dan juga memberikan informasi tentang toko batik PoePoet kepada kalangan masyarakat luas. Dan diharapkan toko batik pilihan utama bagi masyarakat.

Penelitian ini menggunakan acuan dari peneliti terdahulu yang sejenis yaitu, Ratna Arica Rina dan Ayu Fiska Nurryna (2012) meneliti tentang Pembuatan company profil berbasis multimedia flash pada BPR Bank Daerah Karanganyar. Rumusan masalah dari penelitian, adalah bagaimana membuat company profile pada BPR Bank Daerah Karanganyar menggunakan Adobe flash. Adapun tujuan penelitian adalah membuat company profil berbasis multimedia flash pada BPR Bank Daerah Karanganyar untuk mempromosikan pada BPR Bank Daerah Karanganyar kepada masyarakat luas.

Dengan demikian hal ini membuat penulis tertarik untuk mendeskripsikan tentang strategi komunikasi pemasaran pada toko batik PoePoet di Yogyakarta dalam upaya menarik minat konsumen. Sehingga penulis mengambil judul

“Pemanfaatan multimedia interaktif sebagai strategi komunikasi pemasaran pada toko batik PoePoet”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat diidentifikasi beberapa permasalahan, diantaranya :

1. Bagaimana membuat multimedia interaktif sebagai strategi komunikasi pemasaran pada toko batik PoePoet?
2. Bagaimana pemanfaatan multimedia interaktif dapat dijadikan perangkat bantu dalam promosi?

1.3 Batasan Masalah

Batasan yang akan dikaji dalam skripsi ini, dimaksudkan untuk memberikan titik fokus pembahasan dan memberikan arahan yang lebih jelas, batasan masalah untuk penelitian ini adalah :

1. Pembuatan profil perusahaan berbasis multimedia sebagai media strategi komunikasi pemasaran toko batik PoePoet.
2. Aplikasi ini berisi tentang profil perusahaan toko batik PoePoet yang meliputi: home, profil, sejarah batik, produk, galeri, tips merawat batik, dan kontak.
3. Perangkat lunak yang digunakan dalam pembuatan aplikasi ini antara lain: Adobe Photoshop CS3, Corel Draw X4, dan Adobe Flash CS3.

1.4 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui prosedur pengembangan media promosi interaktif dan menghasilkan company profil interaktif pada toko batik PoePoet.
2. Membuat strategi komunikasi pemasaran *company profile* interaktif pada toko batik PoePoet dengan harapan untuk lebih meluaskan pangsa pasar yang belum terjangkau oleh konsumen.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Praktis

- a. Strategi mediapromosi interaktif tidak membosankan komunikatif dalam mentransfer informasi akibatnya meningkatkan daya minat beli konsumen.
- b. Multimedia pembelajaran interaktif dapat dijadikan perangkat bantu dalam promosi dengan prosentase daya ingat tinggi ketika orang mendengar, dan visualisasi.

2. Manfaat Teori

- a. Membangkitkan minat mahasiswa untuk melanjutkan penelitian tentang strategi komunikasi pemasaran menggunakan multimedia interaktif.
- b. Diharapkan konsep strategi pemasaran dengan menggunakan multimedia interaktif dapat direkomendasikan sebagai inovasi dalam dunia pemasaran.

1.6 Metode Pengumpulan Data

Dalam melakukan studi pencarian fakta dan pengumpulan data untuk memecahkan permasalahan yang ada pada toko batik PoePoet, penulis menggunakan beberapa metode pendekatan antara lain :

1. Wawancara (*Interview*)

Yaitu mengadakan tanya jawab langsung yang berdasarkan pada tujuan penelitian dengan objek yang diteliti untuk memperoleh data yang konkrit dan lengkap sebagai bahan analisa dan penelitian.

2. Pengamatan Langsung (*Observasi*)

Penelitian yang dilaksanakan dengan mengadakan pengamatan langsung terhadap obyek yang diteliti untuk mengetahui gambaran-gambaran yang jelas tentang permasalahan yang akan diteliti.

3. Metode Kearsipan

Metode ini meneliti data-data yang di peroleh dari arsip-arsip dari suatu obyek penelitian.

4. Perpustakaan (*Library*)

yaitu cara yang di lakukan dengan membaca buku-buku, majalah-majalah dan lain-lainnya untuk mendapatkan dasar-dasar teoritis tentang masalah strategi promosi komunikasi pemasaran dan multimedia interaktif.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan Tugas Akhir yang disusun oleh penulis adalah :

1. BAB I : PENDAHULUAN

Berisi tentang: latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode pengumpulan data, dan sistematika penulisan.

2. BAB II : DASAR TEORI

Pada bab ini akan di uraikan mengenai pengenalan sistem secara umum dan perangkat lunak (*software*) yang di gunakan beserta detail spesifikasi *hardware* yang dibutuhkan dalam hal ini mengenai: pengertian multimedia, interaktif, pemahaman multimedia interaktif, strategi komunikasi pemasaran, komunikasi pemasaran dengan multimedia interaktif, pengembangan aplikasi multimedia interaktif, dan perangkat lunak yang digunakan.

3. BAB III : PERANCANGAN DAN ANALISIS PROGRAM

Pada bab ini akan di uraikan mengenai tinjauan umum yaitu sejarah berdirinya PoePoet Batik, alamat PoePoet Batik, visi dan misi, struktur organisasi, bahan produk unggulan, media promosi yang pernah dilakukan, media promosi yang baru, dan analisis sistem dan perancangan yaitu meliputi, analisis sistem, analisis PIECES, analisis perancangan, identifikasi masalah, merencanakan konsep, merencanakan isi, menulis naskah,

merancang grafik, memproduksi sistem, melakukan pengujian pemakai, menggunakan sistem, dan memelihara sistem.

4. BAB IV : PEMBAHASAN DAN IMPLEMENTASI

Pada bab ini membahas tentang cara kerja atau keterangan dari sistem yang diusulkan dan software yang di pakai yaitu meliputi: pembahasan program, membuat aplikasi, implementasi tampilan program, pengetesan program, prosedur pemakaian aplikasi, dan pemeliharaan sistem.

5. BAB V : PENUTUP

Pada bab ini di jelaskan mengenai kesimpulan dari penelitian serta beberapa saran dan kritik bagi toko batik PoePoet.

