

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi saat ini semakin mendukung kreatifitas manusia untuk mencapai hasil maksimal dalam banyak bidang. Salah satunya aspek yang paling menonjol saat ini adalah peran media computer dengan berbagai software aplikasi yang semakin beragam dalam meningkatkan pencapaian suatu informasi.

Di dalam teknologi komputer yang berkembang cepat tersebut, multimedia merupakan salah satu bidang didalamnya, yang fungsinya antara lain sebagai sarana promosi yang menarik, yaitu dalam bentuk grafik, animasi, video klip dan lainnya yang dilengkapi dengan audio. Dan diharapkan konsumen akan lebih tertarik untuk melihat dan mengetahui informasi yang ditampilkan. Multimedia adalah sarana yang sangat baik untuk persaingan bagi perusahaan, maka dari itu untuk dapat terus bertahan dari persaingan antar perusahaan, perusahaan harus mampu mengikuti perkembangan yang berjalan cepat. Untuk memberikan pelayanan yang terkait bagi konsumen multimedia akan menjadi tren yang semakin berkembang dalam dunia bisnis.

PT. FORMULA LAND adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang Property yang belum sepenuhnya menggunakan computer sebagai sarana kerja, terutama dalam proses pemasaran produksi, yaitu pemasaran perumahan. Pada era globalisasi saat ini, dituntut adanya informasi yang cepat dan akurat. Dengan adanya dukungan teknologi yang memadai dan tenaga – tenaga IT yang berkualitas, hal ini tidak menjadi hambatan yang berarti.

Masalah yang dihadapi oleh PT. FORMULA LAND saat ini adalah pada saat pemasaran yang masih dilakukan dengan cara manual yaitu dengan menggunakan alat bantu media cetak seperti brosur, famplet dan lainnya kepada konsumen, sehingga informasi tidak bisa dipenuhi secara cepat dan tepat. Yaitu dengan cara manual, seperti penunjukan foto-foto atau juga gambar-gambar. Sehingga konsumen cenderung hanya terpaku pada foto-foto atau gambar-gambar yang sebelumnya telah ada. Atau konsumen harus rela menunggu untuk mendapatkan desain seperti yang mereka inginkan, baik bentuk maupun warna.

Dari uraian diatas penulis ingin merubah sistem informasi yang ada pada PT. FORMULA LAND menjadi sebuah pemasaran yang terkomputerisasi sehingga dengan adanya sistem ini akan dapat sebuah sistem informasi yang menarik, cepat dan tepat. Sehingga diharapkan mampu mempercepat kinerja perusahaan dan juga dapat menarik konsumen lebih banyak lagi. Karena itulah, penulis terdorong untuk mengadakan penelitian tentang ANALISIS DAN PERANCANGAN APLIKASI SIMULASI 3 DIMENSI BERBASIS MULTIMEDIA INTERAKTIF SEBAGAI MEDIA PROMOSI PEMASARAN PROPERTY PADA P.T FORMULA LAND YOGYAKARTA, serta berusaha semaksimal mungkin untuk mengembangkan sistem yang ada menjadi lebih baik dan lebih efektif serta bermanfaat bagi perusahaan dan konsumen khususnya *front office* dan *marketing* yang sering sekali memerlukan suatu *software* aplikasi yang dapat membantu pemasaran yang menarik dan atraktif dan juga dapat mempercepat proses penyajian informasi desain.

Oleh karena itu dalam penelitian dan pembuatan Skripsi ini penulis mengambil judul ANALISIS DAN PERANCANGAN APLIKASI SIMULASI 3 DIMENSI BERBASIS MULTIMEDIA INTERAKTIF SEBAGAI MEDIA PROMOSI PEMASARAN PROPERTY PADA P.T FORMULA LAND YOGYAKARTA.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas penulis merumuskan masalah yang akan dibahas yaitu sebagai berikut :

Bagaimana cara menyajikan suatu media aplikasi simulasi 3 Dimensi berbasis multimedia yang dapat menarik konsumen pada PT. FORMULA LAND Yogyakarta.

1.3. Batasan Masalah

Untuk menghindari luasnya ruang lingkup masalah serta untuk lebih memperinci pembahasan, penulis membatasi masalah yang akan dibahas hanya menyangkut aplikasi simulasi 3 Dimensi berbasis multimedia sebagai media promosi dan informasi.

Untuk menangani permasalahan diatas, penulis menggunakan alat bantu berupa *software*, yaitu 3DS MAX 9.0, Macromedia Director MX, Adobe Photoshop, Cool Edit Pro sebagai solusinya dan diharapkan akan mampu menghasilkan informasi yang cepat dan tepat.

1.4. Alasan Pemilihan Judul

Pada saat ini, keberadaan teknologi komputer sangat penting untuk memberikan suatu pelayanan yang cepat dan juga menarik konsumen. Tetapi pada kenyataannya masih terdapat masalah yang dihadapi oleh *front office* dan *marketing* yaitu masalah pemasaran yang kurang efektif. Dengan menggunakan alat bantu komputer yang berspesifikasi tinggi sebagai *image editing* yang dilengkapi dengan program aplikasi yang baik dan berjalan di sistem operasi Microsoft Windows, maka

diharapkan akan mampu membantu menyelesaikan permasalahan yang ada, khususnya tentang penyajian informasi yang menarik yang digunakan untuk pemasaran perumahan. Hal inilah yang melatar belakangi penulis untuk mengambil judul ANALISIS DAN PERANCANGAN APLIKASI SIMULASI 3 DIMENSI BERBASIS MULTIMEDIA INTERAKTIF SEBAGAI MEDIA PROMOSI PEMASARAN PROPERTY PADA P.T FORMULA LAND YOGYAKARTA.

1.5. Maksud dan Tujuan Penelitian

- 1) Untuk mengembangkan ilmu pengetahuan sesuai dengan bidang yang diteliti sehingga penulis sebagai mahasiswa disamping menguasai teori juga mempunyai bekal pengetahuan praktis dalam instansi pendidikan.
- 2) Mempelajari dan mengevaluasi sistem informasi property perumahan yang telah ada dan yang sedang berjalan sampai saat ini.
- 3) Mencari alternative penyelesaian dari masalah yang ada.
- 4) Menyusun suatu tahap pengembangan sistem dan penerapannya menjadi sistem baru yang lebih cepat, tepat dan akurat.
- 5) Pengembangan dan penerapan aplikasi program yang telah diketahui.
- 6) Membantu penyelesaian secara operasional.
- 7) Agar penulis sebagai mahasiswa mampu membuat dan menyusun suatu aplikasi multimedia yang berkaitan dengan industri.
- 8) Sebagai salah satu syarat kelulusan program studi STRATA 1 di STMIK "AMIKOM" YOGYAKARTA.

Sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam meningkatkan kinerja perusahaan sehingga mencapai tujuan atau hasil yang optimal.

1.6. Metode Penelitian

Sebagai usaha dalam memperoleh data yang benar, relevan dan terarah sesuai dengan permasalahan yang dihadapi, maka perlu adanya suatu metode yang tepat untuk mencapai tujuan dalam penelitian. Untuk itu penulis mengembangkan beberapa metode pengumpulan Skripsi ini, yaitu sebagai berikut :

1) Metode Observasi

Yaitu metode pengumpulan data yang digunakan untuk mengadakan pengamatan secara langsung terhadap kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan, khususnya bagian *Front Office* dan *Marketing*.

2) Metode Wawancara

Yaitu metode pengumpulan data dengan mengadakan tanya jawab secara langsung terhadap pihak-pihak yang terkait di perusahaan tersebut yang menangani secara langsung data-data yang ada untuk mendapatkan informasi yang diperlukan.

3) Metode Kepustakaan

Yaitu metode pengumpulan data yang merujuk pada buku-buku atau dokumen-dokumen yang bersumber atau yang tersedia di perusahaan yang dapat mendukung dalam penyusunan dan penulisan penelitian skripsi ini.

1.7. Sistematika Penulisan

Laporan penelitian ini disusun secara sistematis dalam masing-masing bab, dimana pada masing-masing bab akan diuraikan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini merupakan pengantar dari pokok permasalahan yang dibahas dalam skripsi ini, yaitu tentang latar belakang masalah, maksud dan tujuan penelitian, metode pengumpulan data dan sistematika penulisan.

BAB II : DASAR TEORI

Dalam bab ini secara umum akan diuraikan konsep dasar sistem, konsep dasar informasi, konsep dasar sistem informasi, konsep dasar multimedia, pengertian multimedia, struktur desain multimedia dan software yang digunakan dalam pembuatan aplikasi.

BAB III : TINJAUAN UMUM

Bab ini berisi tentang gambaran umum PT. FORMULA LAND. Yang dimulai dengan Sejarah dan perkembangan perusahaan, Misi dan Tujuan perusahaan, Struktur organisasi Keselamatan kerja dan Proses Pemasaran.

BAB IV : ANALISIS UMUM

Dalam bab ini akan diuraikan tentang analisis sistem multimedia yang akan dikembangkan dengan menggunakan metode analisis biaya-manfaat, analisis aspek bisnis dan analisis kebutuhan sistem serta fungsi sistem informasi yang diberikan oleh sistem yang sekarang.

BAB V : DESAIN DAN PERANCANGAN SISTEM

Pada bab ini berisi tentang proses pendesainan dan perancangan sistem informasi berbasis multimedia.

