

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi yang semakin tinggi, turut mempengaruhi persaingan ekonomi. Dengan teknologi informasi yang semakin tinggi para pesaing di dunia ekonomi akan rela mengeluarkan biaya cukup besar untuk mencapai keefektivan pemasaran. Salah satu cara agar tercapainya pemasaran yang efektif adalah melalui iklan.

Sebuah iklan dapat menjadi iklan yang berkualitas jika pesan-pesan dalam iklan tersebut bisa tersampaikan ke para konsumen. Para konsumen bisa menangkap pesan dari suatu iklan jika konsumen mau mengikuti atau menyimak iklan yang disampaikan. Dengan demikian, bagaimana konsumen bisa mengetahui suatu produk yang diiklankan, jika para konsumen sudah bosan dahulu sebelum iklan tersebut selesai disampaikan.

Maka kualitas suatu iklan sangat berpengaruh terhadap kualitas pemasaran. Jika suatu iklan dikemas dengan unik dan menarik niscaya setiap calon konsumen yang melihat akan langsung tertarik dan bisa menangkap pesan dari iklan yang disampaikan. Sehingga pihak produsen bisa mengambil hati dari para calon konsumen dan akhirnya produk yang diiklankan akan mendapat posisi di hati para konsumen yang akan berdampak pada hasil pemasaran yang memuaskan.

Penerapan multimedia di perusahaan yang menonjol tertuju pada aktivitas pemasaran, khususnya aktivitas promosi. Aktivitas promosi meliputi periklanan, promosi penjualan, penjualan perseorangan, public relation dan penjualan langsung termasuk penjualan lewat internet. Kelebihan multimedia adalah menarik indera dan menarik minat, karena merupakan gabungan antara pandangan, suara dan gerakan. Lembaga riset dan penerbitan komputer, yaitu Computer Technology Research (CTR) menyatakan bahwa orang hanya mampu mengingat 20% dari apa 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 ini dikombinasikan, maka efek yang dihasilkan melebihi penjumlahan bagian-bagiannya.

Multimedia tengah mendefinisikan ulang sistem informasi sebagai bagian nyata dari infrastruktur masyarakat. Multimedia memudahkan perusahaan melakukan merger dan aliansi, berkantor dari rumah. Home shopping, bisnis dan iklan, penerbitan elektrik, proses belajar mengajar, serta rekayasa ulang perusahaan, hingga multimedia sebagai alat pasar massa.

Banyak perusahaan melakukan merger atau aliansi dengan perusahaan lainnya, bahkan dengan pesaingnya. Profil dari masing – masing perusahaan sangat berpengaruh bagi citra perusahaan.

Berdasarkan pemikiran diatas, diperlukan suatu media sebagai sarana promosi, yaitu Company Profile yang ditambah dengan media iklan. Media atau sarana tersebut diharapkan mampu memberikan informasi yang efektif dan efisien

tentang hal – hal seputar PT. SUMBER BARU MOBIL sehingga dapat memberikan kontribusi semaksimal mungkin.

Salah satu trend dalam upaya penyampaian informasi adalah aplikasi multimedia, yang dapat menghasilkan animasi yang atraktif dan menarik. Informasi yang menarik biasanya mudah diingat dan langsung tepat serta dapat mempengaruhi image sasaran promosi.

1.2 Perumusan Masalah

Masalah yang dapat dirumuskan yaitu media penyampaian informasi dengan menggunakan aplikasi multimedia secara interaktif yang dilakukan pihak PT. SUMBER BARU MOBIL selama ini masih terdapat kekurangan baik dalam hal kelengkapan informasi yang diberikan maupun cara penyampaiannya.

Berdasarkan latar belakang diatas permasalahan dalam penelitian ini adalah “Bagaimana mengembangkan sebuah media informasi sebagai sarana promosi pada PT.SUMBER BARU MOBIL menggunakan aplikasi multimedia?”

Menggunakan aplikasi multimedia, menawarkan kepada PT. SUMBER BARU MOBIL suatu sistem penyampaian informasi yang mempunyai kelengkapan informasi yang lebih baik dan cara penyampaian yang lebih menarik guna menembus persaingan yang makin ketat antar perusahaan.

1.3 Batasan Masalah

Multimedia mempunyai ruang lingkup yang sangat luas, berdasarkan fungsi dan perannya dalam masing–masing bidang yang berbeda. Untuk lebih memfokuskan, masalah dibatasi pada multimedia dalam ruang lingkup yang kecil

serta berkaitan dengan profile PT. SUMBER BARU MOBIL. Informasi yang diolah meliputi, info tentang mobil – mobil terbaru. Dalam hal ini kami akan menggunakan beberapa jenis software yang dapat mengolah data, suara, gambar, dan grafik dengan baik. Software utama maupun software pendukung yang akan kami gunakan adalah Macromedia Flash 8, Adobe Audition 1.5, Adobe Photoshop CS2, dan Swift 3D.

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian.

1.4.1 Tujuan Penelitian

Menghasilkan software berbasis multimedia untuk promosi bagi PT.

SUMBER BARU MOBIL

1.4.2 Manfaat Penelitian

1. Bagi Mahasiswa

- Belajar menerapkan teori – teori yang telah didapat dalam bangku kuliah dan membandingkannya dengan kenyataan yang ada di lapangan.
- Memperbaiki sistem penyampaian informasi yang telah ada sehingga dapat memberi kontribusi semaksimal mungkin bagi PT.

SUMBER BARU MOBIL.

2. Bagi PT. SUMBER BARU MOBIL

- Merupakan sumbangan pemikiran bagi PT. SUMBER BARU MOBIL sebagai sarana promosi yang lebih atraktif dan menarik.

1.5 Metode Pengumpulan Data

pengumpulan data yang akurat sangat diperlukan dalam penyusunan laporan untuk mendapatkan hasil yang diinginkan, karena data merupakan komponen penyusun laporan yang paling penting. Untuk melakukan pengumpulan data, kami menggunakan metode:

a. Interview

Suatu metode penelitian yang dilakukan dengan mengadakan tanya jawab secara langsung dengan responden, berdasarkan pada tujuan penelitian terhadap bagian-bagian yang terkait.

b. Kearsipan

Suatu metode penelitian yang dilakukan dengan cara mempelajari arsip-arsip yang berhubungan dengan masalah yang akan dipecahkan sehingga laporan tugas akhir mempunyai landasan teori yang jelas.

c. Browsing

Suatu metode penelitian yang dilakukan dengan cara mencari data dari homepage-homepage yang terdapat di internet dengan memasuki situs-situs yang berhubungan dengan laporan tersebut.

1.6 Sistematika Penulisan

Penulisan dokumen ini disusun dalam beberapa bab, dimana tiap bab dapat dibaca sebagai satu kesatuan informasi tanpa perlu tergantung pada bab sebelumnya. Sehingga pembaca dapat membaca informasi dari bab tertentu saja. Adapun sistematika penulisannya disusun sebagai berikut:

- Bab I Pendahuluan berisi latar belakang, maksud dan tujuan, rumusan masalah, pembatasan masalah, dan sistematika penulisan ini sendiri. Bab ini memberikan gambaran umum mengenai isi dari dokumen.
- Bab II Landasan teori, bab ini berisi tentang konsep dasar multimedia.
- Bab III Tinjauan Umum, bab ini berisi sejarah PT. SUMBER BARU MOBIL, Perkembangannya, Visi dan Misi, dan Struktur Organisasi.
- Bab IV Pembahasan, dalam bab ini berisi tentang Pendefinisian Masalah, Perancangan Konsep, Perancangan Isi, Penyusunan Alur Naskah dan Rancangan Tampilan Profil PT. SUMBER BARU MOBIL.
- Bab V Penutup, berisi kesimpulan dan saran dari penulis
- Daftar Pustaka, Pada bab ini akan dijelaskan segala sumber data yang dibutuhkan untuk kelengkapan penulisan laporan dan pembuatan aplikasi.
- Lampiran, Berisi print out tampilan program, dan surat keterangan tugas akhir.

1.7 Rencana Kegiatan

NO	KEGIATAN	Oktober				November				Desember				January				
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
1.	Studi Literatur																	
2.	Perencanaan sistem																	
3.	Pembuatan Aplikasi																	
4.	Penyerahan																	

