

BAB. I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam era globalisasi saat ini, sebuah perusahaan jasa entertainment dituntut untuk selalu mengikuti perkembangan teknologi yang semakin pesat sehingga mampu bersaing untuk memenangkan keunggulan kompetitif. Persaingan dunia bisnis antara lain dimulai dari tahap promosi dan layanan yang dilakukan perusahaan-perusahaan dalam menarik minat para konsumen untuk menggunakan produk maupun jasa sehingga konsumen menjadi loyal terhadap perusahaan tersebut. Untuk mendukung hal tersebut maka sebuah informasi yang cepat dan akurat serta tepat waktu adalah salah satu elemen penting untuk membuat perusahaan-perusahaan tersebut berkembang pesat dan memenangkan pasar.

Kemajuan ilmu dan teknologi yang unggul adalah terciptanya kemajuan suatu bidang yang memanfaatkan aplikasi teknologi yang menunjang keunggulan dari suatu instansi atau badan usaha, dalam hal ini memanfaatkan aplikasi multimedia yang digunakan sebagai sarana pemasaran. Multimedia memungkinkan pemakai komputer untuk mendapatkan *output* dalam bentuk yang lebih kaya dan menarik dibanding dengan media cetak maupun elektronik lain seperti koran atau radio. Kemampuan dari multimedia komputer untuk menyajikan suatu informasi sangatlah tampak, karena disajikan dalam bentuk elemen-elemen multimedia seperti: suara, teks, grafik, video, maupun animasi

yang diharapkan dapat dirancang suatu sistem yang lebih interaktif, sehingga informasi yang ditampilkan tidak hanya terbatas dalam model teks tetapi penggabungan dari elemen-elemen multimedia tersebut sehingga pelanggan dapat lebih tertarik untuk melihat informasi yang disajikan.

Perkembangan teknologi dibidang aplikasi multimedia saat ini semakin marak bersaing dan banyak digunakan orang. Teknologi multimedia sudah mampu bersaing dan sangat fleksibel digunakan di berbagai bidang. Didalam dunia pemasaran hubungan teknologi multimedia telah dirasakan sebagai suatu terobosan baru dalam mencari alternatif suksesnya kegiatan tersebut. Sebagian besar perusahaan-perusahaan besar atau menengah menerapkan jalur pemasaran melalui teknologi berbasis multimedia, sebagai contoh adalah periklanan televisi dan bidang perfilman.

Pada saat ini penyampaian dan penyajian informasi yang dilakukan Dress Code Management adalah melalui media dari mulut ke mulut, karena memang penggunaan media tersebut memiliki banyak keterbatasan dalam menyampaikan informasi yang lengkap dan akurat.

Selain itu pada saat melakukan presentasi, Dress Code menggunakan Microsoft Powerpoint dan foto album secara manual untuk memperkenalkan model-modelnya. Cara tersebut juga memakan banyak biaya percetakan jika terjadi kesalahan dalam mencetak foto. Oleh karena informasi yang diberikan melalui media - media tersebut masih belum sepenuhnya memberikan informasi yang terjabarkan secara lengkap dan akurat. Maka untuk mengatasi masalah itu, penulis ingin memberikan solusi dalam mempermudah penyampaian informasi

kepada pengguna (*audience*) yaitu dengan layanan Informasi berbasis multimedia interaktif yang memang dibutuhkan oleh pihak management ini.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis menjadikan Dress Code Management Yogyakarta sebagai obyek penyusunan skripsi, sehingga pada kesempatan ini penulis mengangkat judul skripsi **“Analisis Dan Perancangan Media Informasi Model Dress Code Management Yogyakarta Berbasis Multimedia”**.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang ada dapat ditarik kesimpulan bahwa permasalahan yang dihadapi yaitu:

1. Bagaimana merancang suatu media informasi yang lebih interaktif dan menarik sebagai penyedia informasi dengan kemampuan teknologi komputer berbasis multimedia tentang Dress Code Management Yogyakarta.
2. Bagaimana meningkatkan nilai unggul Dress Code Management agar dapat meyakinkan masyarakat khususnya *client* atau calon *client* dengan informasi yang disampaikan melalui sistem informasi tersebut.

1.3 Batasan Masalah

Teknologi aplikasi multimedia mencakup bidang-bidang yang cukup luas, namun mengingat terbatasnya waktu, tenaga dan teori yang dimiliki penulis serta supaya penelitian ini lebih mendalam, maka penelitian ini khusus menampilkan

atau mempromosikan model sebagai salah satu cara untuk meningkatkan layanan informasi kepada *clien* atau calon *clien* Dress Code Management Yogyakarta, melalui aplikasi informasi yang berbasis multimedia meliputi sejarah, visi misi, struktur organisasi, galeri model dan aktifitas, dengan menggunakan software pendukung. Antara lain Macromedia Flash 8, Macromedia Dreamweaver 8, Adobe Photoshop CS, Adobe Audition 1.5, XML dan SwishMax.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

a. Maksud

Sebagai syarat untuk menyelesaikan pendidikan strata I (S1) pada Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer AMIKOM Yogyakarta.

b. Tujuan

1. Untuk mengembangkan pola keilmuan dan membuka wawasan tentang ilmu pengetahuan baru yang sesuai dengan teknologi informasi khususnya multimedia.
2. Menerapkan ilmu yang diperoleh selama mengikuti perkuliahan dan diharapkan dapat diterapkan dalam kehidupan dimasyarakat.
3. Hasil penelitian ini dimaksudkan untuk memberi informasi kepada masyarakat khususnya para *client* dan calon *client* yang ingin mengetahui informasi Dress Code Management Yogyakarta.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini bagi Dress Code Management Yogyakarta adalah dapat menyajikan informasi yang lengkap, tepat dan akurat

sehingga dapat dijadikan sebagai alternative baru metode penyajian informasi tentang Dress Code Management Yogyakarta. Sistem Informasi tersebut juga dapat digunakan sebagai alat untuk presentasi dari Dress Code Management dan juga bisa digunakan sebagai *Company Profile*.

1.6 Metode Pengumpulan Data

Dalam menunjang pencarian fakta dan pengumpulan data, penyusun akan menggunakan berbagai tahapan pengumpulan data yang dikira memungkinkan, antara lain adalah:

1. **Metode Observasi /*Observation***

Penulis melakukan pengamatan secara langsung terhadap kegiatan di Dress Code Management Yogyakarta.

2. **Metode Wawancara /*Interview***

Penulis mengumpulkan informasi dan data dengan cara mengadakan wawancara kepada pihak terkait di Dress Code Management Yogyakarta.

3. **Metode Kearsipan /*Documentation***

Penulis melakukan pengumpulan data dengan cara membaca dan mempelajari data-data dan arsip yang sudah ada yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti.

4. **Metode Kepustakaan /*Library***

Penulis melakukan pengumpulan data dengan cara membaca dan mempelajari dari buku-buku pustaka yang telah ada untuk digunakan sebagai referensi atau digunakan sebagai bahan pembanding.

1.7 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah penulisan skripsi ini, penulis menggunakan sistematika skripsi sebagai berikut:

BAB I : Pendahuluan

Pada bab ini berisikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan, metode pengumpulan data, sistem penulisan dan rencana penelitian.

BAB II: Dasar Teori

Pada bab ini membahas tentang pengertian dari multimedia, struktur sistem informasi multimedia dan pengenalan *software* yang digunakan.

BAB III: Tinjauan Umum dan Analisis Pengembangan Sistem Multimedia

Berisikan tentang gambaran umum Dress Code Management yang memuat sejarah singkat, tujuan, visi dan misi, dan juga bagan dari struktur organisasi Dress Code Management Yogyakarta. Pada sub bab analisis akan diuraikan tentang analisis pengembangan sistem multimedia serta penerapannya dalam sistem analisis pemasaran dan promosi Dress Code Management Yogyakarta.

BAB IV: Perancangan dan Implementasi Sistem Multimedia

Berisi tentang penerapan rencana implementasi sistem, kegiatan implementasi sistem, serta rancangan sistemnya.

BAB V : Penutup

Pada bab ini berisikan tentang kesimpulan dan kritik saran terhadap penulis guna penyempurnaan skripsi ini.

