

BAB I

PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang Masalah

Persaingan dunia usaha semakin ketat akhir-akhir ini dan konsumen semakin selektif dalam memilih perusahaan jasa. Disamping perlunya promosi sebagai taktik standar dalam menarik perhatian konsumen baru, perusahaan-perusahaan juga perlu melakukan perampingan karyawan. Dengan jumlah karyawan yang sesuai dengan tingkat banyaknya pekerjaan, maka perusahaan akan mampu menghemat pengeluaran dalam hal pembiayaan gaji karyawan, yang selanjutnya berdampak langsung terhadap nilai jual suatu produk atau jasa yang dihasilkan, karena tidak terlalu banyak karyawan yang dibutuhkan untuk menghasilkan produk tersebut. Saat ini, teknologi memungkinkan untuk dijadikan jawaban tantangan ini. Dalam beberapa hal yang bersifat proses produksi berulang dan pasti dapat dialihkan menjadi kegiatan yang otomatis yang dijalankan oleh mesin, baik berupa komputer yang merupakan mesin digital ataupun mesin mekanik.

Untuk beberapa bidang perusahaan yang memang membutuhkan suatu daya tarik yang lebih untuk calon konsumennya, multimedia merupakan jawaban yang sangat sempurna untuk itu. Kemampuan dari multimedia komputer untuk menyajikan suatu informasi sangatlah tampak, karena disajikan dalam bentuk elemen-elemen multimedia seperti : suara, teks, grafik, video, maupun animasi, sehingga informasi yang ditampilkan tidak

hanya terbatas dalam model teks tetapi penggabungan dari elemen – elemen multimedia tersebut sehingga *user* dapat lebih tertarik untuk melihat informasi yang disajikan. Perkembangan teknologi dibidang aplikasi multimedia sangat cepat berkembang dan semakin marak bersaing serta semakin banyak digunakan orang. 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 dalam bidang per-film-an.

Media Solusindo Visitama merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa pembuatan obyek-obyek komunikasi visual dan multimedia untuk bisnis. Pemasaran yang dilakukan melalui kerjasama dengan beberapa instansi disamping pemasaran melalui media iklan. Tetapi mengingat ketatnya persaingan untuk masa-masa sekarang ini, metode-metode aktif seperti tersebut diatas telah terlalu umum dilakukan, sehingga semua perusahaan yang bergerak dibidang yang sama telah melakukan hal yang sama pula dalam memasarkan produk. Untuk mengatasi hal tersebut, penulis memberikan solusi pemasaran yang disebut dengan pemasaran pasif dan membutuhkan antusias konsumen untuk mendapatkan informasi tentang perusahaan. Solusi ini berupa layanan *customer service* virtual yang terpasang pada suatu sistem komputer anjungan yang bisa diakses konsumen pada kondisi terdepan dari semua transaksi sebelum selanjutnya menemui penyelia jasa obyek yang konsumen

inginkan. Solusi ini mampu menghasilkan setidaknya tiga keuntungan utama bagi perusahaan. Keuntungan yang pertama adalah bisa membagi atau memecah konsentrasi kegiatan yang selama ini dititikberatkan pada *customer service* sehingga jumlah *customer service* bisa dikurangi dan konsumen dapat melakukan pencarian informasi sendiri. Keuntungan yang kedua adalah dapat mempermudah penyampaian informasi berupa presentasi yang membutuhkan visual dan contoh hasil karya atau portofolio. Keuntungan yang ketiga adalah mampu meningkatkan prestisius perusahaan.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis menjadikan Media Solusindo Visitama sebagai obyek penyusunan skripsi, sehingga pada kesempatan ini penulis mengangkat judul skripsi dengan "**Analisis dan Perancangan Sistem Pelayanan Konsumen Berbasis Multimedia Interaktif pada Media Solusindo Visitama Bangka**".

I.2. Perumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah diuraikan maka dapat disimpulkan bahwa sebuah desain promosi sangat berpengaruh dalam keberhasilan usaha. Untuk itu dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut “Bagaimana merancang suatu sistem informasi sekaligus pelayanan yang mampu menarik minat calon pelanggan untuk memesan obyek-obyek multimedia yang dihasilkan oleh Media Solusindo Visitama?”

I.3. Batasan Masalah

Agar hasil yang diperoleh lebih terarah, mengenai dan mendalam maka permasalahan yang ada dibatasi pada pembuatan aplikasi multimedia yang menyajikan informasi utama tentang Media Solusindo Visitama, produk-produknya serta beberapa pelayanan standar yang biasa dilakukan customer service terhadap konsumen. Sedangkan *software* utama yang penulis gunakan adalah Macromedia Director MX 2004, Autodesk 3Ds Max 7, CorelDraw 11, Adobe Photoshop 7 dan Adobe Premiere 6.5.

I.4. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini secara garis besar adalah sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini dimaksudkan untuk dapat membantu dalam kegiatan promosi dan pelayanan konsumen Media Solusindo Visitama.

2. Mengembangkan pola keilmuan dan membuka wawasan tentang ilmu pengetahuan baru yang sesuai dengan teknologi informasi khususnya multimedia.

I.5. Metode Pengumpulan Data

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

1. Metode observasi /*Observation*

Penulis melakukan pengamatan secara langsung terhadap kegiatan Media Solusindo Visitama.

2. Metode wawancara /*Interview*

Penyusun mengumpulkan informasi dan data dengan cara mengadakan wawancara kepada pihak Media Solusindo Visitama.

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*

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

I.6. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah penulisan tugas akhir 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 kegiatan.

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.

Pada bab ini berisikan tentang gambaran umum Media Solusindo Visitama yang didalamnya memuat sejarah singkat, tujuan pendirian, visi dan misi dan juga bagan dari struktur organisasi Media Solusindo Visitama.

BAB IV : Analisis Pengembangan Sistem Multimedia

Pada bab ini akan diuraikan secara lengkap tentang tahapan sistem analisis pemasaran dan promosi Media Solusindo Visitama serta analisis pengembangan sistem multimedia.

BAB V : Perancangan dan Implementasi Multimedia

Pada bab ini akan diuraikan secara lengkap tentang penerapan rencana implementasi sistem, kegiatan implementasi sistem, serta rancangan sistemnya dimulai dari merancang konsep hingga pemeliharaan.

BAB VI : Penutup

Pada bab ini berisikan tentang kesimpulan dan kritik saran terhadap peneliti guna menghasilkan karya yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA.

Pada daftar pustaka ini berisi tentang sumber-sumber yang digunakan penulis untuk menulis laporan, baik berupa buku, buku panduan, majalah dan internet.

