

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Saat ini teknologi berkembang dengan sangat cepat, segala aspek kehidupan banyak memanfaatkan teknologi, manusia dituntut untuk dapat mengikuti perkembangan teknologi tersebut. Dan salah satu teknologi itu adalah multimedia. Multimedia memungkinkan pemakai komputer untuk dapat melihat gambar-gambar dalam bentuk tiga dimensi, foto, animasi gerak (*frame*), video serta mendengarkan audio dengan stereo yang lebih memadai dan lebih baik. Multimedia bergerak diberbagai bidang, baik itu dibidang pemasaran, periklanan, maupun dalam dunia entertainment sekalipun. Multimedia sangat berperan dan memungkinkan pemakai komputer untuk mendapatkan *output* yang lebih baik daripada menggunakan media tabel dan grafik konvensional.

Kelebihan multimedia dalam menarik indra dan juga dapat menarik minat, karena multimedia dapat menggabungkan antara gerak dan suara dengan berbagai cara dan lebih mudah dengan menggunakan bantuan. Lembaga riset dan penerbitan computer, yaitu *Computer Technology Research (CTR)*, menyatakan bahwa orang hanya mampu mengingat 20% dari yang dilihat dan 30% dari yang didengar, tapi dapat mengingat 50% dari yang dilihat dan didengar, 80% dari yang dilihat, didengar dan dilakukan sekaligus, oleh karena itu multimedia memudahkan dalam penyampaian informasi¹.

¹ M.Suyanto, 2003, *Multimedia Alat Untuk Meningkatkan Keunggulan Bersaing*, Hal 23

Perusahaan “SS” WULANDARI Salon dan Spa mempunyai beberapa cabang diberbagai daerah. Salah satunya di Yogyakarta yang beralamat di Jalan Ringroad Utara No.26 Casa Grande Maguwoharjo Yogyakarta. Oleh karena itu para pelanggan yang ingin bergabung dapat langsung mendatangi alamat tersebut diatas. Perusahaan “SS” WULANDARI Salon dan Spa merupakan salah satu perusahaan salon dan spa terbesar didaerah Yogyakarta dan hanya melayani khusus wanita, oleh karena itu untuk meningkatkan promosi “SS” WULANDARI Salon dan Spa digunakanlah media presentasi sekaligus interaktif agar calon pelanggan lebih mudah untuk memilih dan menentukan pelayanan yang tepat. Sampai saat ini informasi mengenai “SS” WULANDARI Salon dan Spa hanya bisa dilihat melalui brosur, namun dapat disadari bahwa brosur tersebut memiliki banyak kekurangan. Didasari oleh permasalahan yang ada maka selayaknyalah dengan adanya multimedia ini mampu menutupi kekurangan tersebut, salah satunya adalah dengan menggunakan *Aplikasi Multimedia Interaktif*.

Kelebihan dari *Aplikasi Multimedia Interaktif* adalah pengguna tidak perlu repot menggunakan jasa internet, *Aplikasi Multimedia Interaktif* juga dapat menekan biaya promosi dan memudahkan bagi calon pelanggan untuk menjelajahi setiap produk atau pelayanan yang dimiliki oleh “SS” WULANDARI Salon dan Spa tanpa harus bersusah-payah untuk memilih pelayanan yang diinginkan. Pengguna akan mendapatkan informasi mengenai seluruh pelayanan yang ditawarkan oleh “SS” WULANDARI tanpa memakan waktu yang lama untuk membuka data dalam bentuk *Aplikasi Multifmedia Interaktif*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang ada, dengan ini merumuskan beberapa masalah yang berhubungan dengan pembuatan *Aplikasi Multimedia Interaktif* ini, yaitu: Bagaimana cara memberikan informasi tentang “SS” WULANDARI Salon dan Spa secara interaktif, informatif dan lebih *user friendly*, yang mampu melengkapi kekurangan media sebelumnya?

1.3 Batasan Masalah

Ruang lingkup penelitian multimedia sangat luas, sesuai dengan fungsi dan penerapannya pada masing-masing bidang yang berbeda. Untuk memfokuskan pembahasan dalam hal ini, dengan membatasi ruang lingkup aplikasi multimedia melalui ruang lingkup yang kecil yaitu sebatas penyajian informasi yang interaktif pada “SS” WULANDARI Salon dan Spa, serta informasi pelayanan yang ditawarkan pada “SS” WULANDARI Salon dan Spa tersebut. Untuk membuat media tersebut, penulis merinci apa saja yang dibahas dalam laporan yaitu sebagai berikut :

1. Seputar Perusahaan :
 - a. Sejarah “SS” Wulandari Salon dan Spa
 - b. Struktur “SS” Wulandari Salon dan Spa
 - c. Visi dan Misi “SS” Wulandari Salon dan Spa
 - d. Perawatan “SS” Wulandari Salon dan Spa
 - e. Lokasi “SS” Wulandari Salon dan Spa



2. Informasi yang disampaikan :
 - a. Mengenal promosi melalui komputer
3. software yang digunakan :
 - a. Macromedia flash MX
 - b. Adobe Photoshop CS
 - c. Swish MAX
 - d. Cool Edit Pro 2.0
4. Kegunaan aplikasi :
 - a. Media Promosi Interaktif
 - b. Memudahkan dalam penyampaian informasi
 - c. Meningkatkan kinerja karyawan

1.4 Tujuan Penelitian

1. Sebagai syarat kelulusan Strata 1 Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer “AMIKOM” Yogyakarta.
2. Membuat Aplikasi Multimedia sebagai sarana promosi pada “SS” Wulandari Salon dan Spa Casa Grande Yogyakarta.
3. Mengembangkan dan menerapkan semua yang telah didapat selama mengikuti pendidikan kedalam aplikasi nyata secara praktek guna membantu dan mendukung kemampuan beraktualisasi dalam penerapan ilmu kedalam dunia nyata.
4. Menambah wawasan dan sebagai modal dasar dalam memasuki dunia kerja.

5. Memberi alternatif pada “SS” WULANDARI Salon dan Spa bahwa multimedia merupakan salah satu cara untuk memberi informasi yang akurat, lengkap dan ringkas kepada masyarakat.

1.5 Metode Pengumpulan Data

Untuk mendukung keakuratan informasi yang ada dalam pembahasan diharapkan dapat menarik minat dan perkembangan dalam “SS” WULANDARI Salon dan Spa bidang multimedia maka penulis menggunakan beberapa metode penelitian sebagai berikut :

1. Metode observasi (*observation*)

Yaitu Suatu metode pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan secara langsung terhadap “SS” WULANDARI Salon dan Spa yang akan diteliti serta pencatatan secara cermat.

2. Metode Wawancara (*interview*)

Yaitu Metode ini dilaksanakan dengan mengadakan tanya jawab kepada karyawan “SS” WULANDARI Salon dan Spa yang berhubungan dengan masalah yang diamati.

3. Metode kepustakaan (*library*)

Metode dengan cara pengambilan bahan-bahan dari literatur, majalah, buku, serta sumber lain yang berhubungan dengan masalah yang diteliti. Sehingga dapat diperoleh landasan teori dalam mengadakan kerja maupun dalam menganalisa data yang ada, dan berguna sebagai referensi atau

sebagai bahan pembandingan untuk memperoleh teori dan kaidah yang mendasari penulis.

1.6 Sistematika Penulisan

Agar penyajian laporan lebih mudah dimengerti dan terstruktur, maka sistematika penyusunan laporan disajikan dalam lima Bab. Masing-masing bab diuraikan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Menguraikan latar belakang masalah yang akan diteliti, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, metode pengumpulan data dan Sistematika penulisan.

BAB II DASAR TEORI DAN TINJAUAN UMUM

Bab ini membahas tentang sejarah Multimedia, pengertian Multimedia, konsep dasar animasi, struktur sistem informasi multimedia, penyajian multimedia dan *software* yang digunakan dalam pembuatan aplikasi. Dan pada bab ini juga menguraikan tentang tinjauan umum, sarana dan prasarana, struktur organisasi, dan sistem yang diterapkan serta membahas sesuatu yang berhubungan dengan "SS" WULANDARI Salon dan Spa.

BAB III ANALISIS SISTEM

Bab ini memberikan penjelasan secara lengkap tentang penggunaan sistem analisis pemasaran dan media promosi pada "SS"

WULANDARI Salon dan Spa Casa Grande Yogyakarta, serta analisis pengembangan sistem Multimedia.

BAB IV PERANCANGAN DAN IMPLEMENTASI

Bab ini berisi tentang pembahasan dari desain aplikasi multimedia interaktif yang akan dibuat, termasuk didalamnya penjelasan tentang fungsi komponen-komponen yang digunakan untuk mendukung multimedia interaktif tersebut secara mendetail.

BAB V PENUTUP

Bab ini memuat tentang kesimpulan dari aplikasi multimedia yang sudah jadi serta saran-saran bagi pengembangan aplikasi tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

Pada daftar pustaka ini berisi tentang sumber-sumber yang digunakan penyusunan untuk menulis laporan, baik berupa buku-buku panduan.

LAMPIRAN

Pada lampiran berisi tentang data pendukung yang diperlukan seperti : surat keterangan sebagai bukti bahwa penyusun benar-benar mengadakan penelitian pada "SS" WULANDARI Salon dan Spa Casa Grande Yogyakarta.

