BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

CD Interaktif adalah salah satu media interaktif yang bisa terbilang baru. Media ini sebenarnya merupakan pengembangan dari teknologi internet yang akhir-akhir ini berkembang pesat. Sebagaimana dimaklumi bahwa teknologi internet saat ini menjadi salah satu tolok ukur majunya suatu perusahaan. Dari data disebutkan bahwa lebih dari 200 juta orang menggunakan media ini, termasuk di antaranya penduduk Indonesia.

AC Nielsen menyatakan bahwa 3% dari penduduk Indonesia juga merupakan pengguna aktif internet (Istanto, 20001). Data ini juga memungkinkan perubahan yang semakin besar seiring semakin merakyatnya teknologi ini di masyarakat. Hal yang sebenarnya tidak mengherankan, mengingat internet memiliki keunggulan-keunggulan dibandingkan dengan media lain. Media ini demikian mudah digunakan, memiliki kecepatan tinggi, dan yang paling penting bahwa internet memiliki jaringan yang mendunia. Bahkan, dengan kenyataan tersebut kini setiap perusahaan atau lembaga yang bergerak dalam bidang apapun merasa "berkewajiban" untuk memiliki situs sendiri yang berfungsi menyampaikan informasi seputar eksistensi keberadaan dirinya kepada masyarakat di seluruh dunia.

Berkembangnya internet ini tidak lepas dari perkembangan teknologi *PC* (*Personal Computer*) dan *software* yang dari tahun ke tahun

semakin canggih. Terlebih lagi setelah diperkenalkannya teknologi multimedia pada era tahun 80-an.

Versi *online* (aktif di jaringan) internet ini kemudian diadopsi dalam versi *offline* (tanpa jaringan) dalam bentuk CD Interaktif dengan tampilan yang tetap menarik walau terbatas penggunaannya pada lokal satu unit PC saja. Hal ini yang menjadikan adanya korelasi antara internet dan CD Interaktif.

CD Interaktif merupakan sebuah media yang menegaskan sebuah format multimedia dapat dikemas dalam sebuah CD (*Compact Disk*) dengan tujuan aplikasi interaktif di dalamnya.*CD ROM* (*Read Only Memory*) merupakan satu-satunya dari beberapa kemungkinan yang dapat menyatukan suara, video, teks, dan program dalam CD (Tim Medikomp, 1994).

Kemudian dalam program talk show *e-Lifestyle* yang ditayangkan Metro TV pada 9 Agustus 2003 pukul 09.00 WIB disebutkan bahwa CD Interaktif adalah sebuah CD yang berisi menu-menu yang dapat diklik untuk menampilkan sebuah informasi tertentu.

Dari sini jelas bahwa sistem interaktif yang dipakai CD Interaktif sama persis dengan sistem navigasi pada internet, hanya yang berbeda di sini adalah media yang dipakai keduanya. CD Interaktif memakai media *off line* berupa CD sementara Internet memakai media*on line*.

STIKOM Surabaya merupakan salah satu kampus terbaik untuk belajar Teknologi Informasi & Multimedia yang berada di kota Surabaya. STIKOM Surabaya memiliki ruang lingkup dalam dunia pendidikan berbasis komputer, diantaranya Sistem Informasi, Sistem Komputer, Sistem Informasi Bidang

INSTITUT BISNIS & INFORMATIKA stikom SURABAYA

Kekhususan Akuntansi, Desain Komunikasi Visual, Komputer Multimedia, Komputerisasi Perkantoran & Kesekretariatan, serta Komputer Grafis & Cetak yang semuanya berbasis terknologi. Stikom pun memiliki lulusan akademisi yang dapat bersaing di dunia kerja dalam masing-maing bidang yang telah ditempuh selama perkuliahan. Mahasiswa Stikom banyak memenangkan berbagai macam lomba yang diselenggarakan di dalam maupun luar kota baik lomba nasional dan daerah.

Selama ini Stikom dalam mempromosikan instansinya masih menggunakan brosur. Brosur memiliki kelebihan dan kekurangannya sendiri misalnya dari segi kelebihan mampu menjelaskan secara singkat tentang jasa yang ditawarkan sedangkan kekurangannya tidak dapat menampung seluruh informasi yang ada karena brosur hanya terdiri dari satu atau dua halaman saja. Maka dari itu penulis akan membuat media promosi baru yang lebih lengkap dengan menggunakan Interaktif profile dalam mempromosikan instansi STIMIK STIKOM Surabaya. Media interaktif profil ini dipilih penulis karena memiliki berbagai macan kelebihan. Kelebihan utama dari media ini adalah mampu menampung banyak informasi yang dapat dibagikan kepada audien karena bentuknya hampir seperti web tetapi offline

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang tersebut maka dalam pembuatan CD pembelajaraan ini dapat dirumuskan masalah sebagai berikut: Bagaimana membuat Interaktif Profil Stikom Surabaya?

INSTITUT BISNIS & INFORMATIKA stikom SURABAYA

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah di atas, adapun batasan masalahnya sebagai berikut: Membuatan Interaktif Profil Stikom Surabaya yang dikemas dalam CD

1.4 Tujuan

Tujuan secara umum pembuatan interaktif profil ini adalah untuk mempromosikan kepada audien tentang Stikom Surabaya. Diharapkan dengan adanya interaktif profil ini para audien dapat mengetahui tentang keseluruhan Stikom Surabaya. Sedangkan tujuan secara pribadi dalam proses Kerja Praktek ini adalah mampu memaksimalkan ilmu yang diperoleh dalam perkuliahan dan mampu menerapkan dalam dunia kerja.

1.5 Manfaat

Beberapa manfaat yang diperoleh dalam proses Kerja Praktek adalah :

1. Sebagai pelatihan langsung peran Multimedia di dunia kerja.
2. Mampu membuat interaktif profil yang lebih baik dan sesuai.
3. Menerapkan dan memaksimalkan ilmu yang diperoleh diperkuliahan dalam dunia kerja.

INSTITUT BISNIS & INFORMATIKA stikom SURABAYA

1.6 Metode Penelitian

Konsep yang diterapkan dalam penggarapan interaktif profil ini yaitu dengan memahami keinginan perusahaan yang nantinya bertujuan untuk memperoleh minat serta simpatik dari audien serta diharapkan interaktif profil ini dapat tampil dengan baik dan jelas saat dipertunjukan kepada audien.

1.7 Kontribusi

Pembuatan interaktif profil ini ialah bagaian dari salah satu media promosi kepada audien yang sesuai lingkup dan segmentasi Stikom serta sebagai portofolio stikom.

1.8 Sistematika Penulisan

Laporan kerja peraktek ini terdiri dari beberapa bab dimana masing-masing bab terdiri dari berbagai sub-sub bab yang bertujuan untuk menjelaskan pokok-pokok bahasan dalam penyusunan laporan ini. Adapun sistematika penulisan laporan ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini di uraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan masalah, metodologi, dan sistematika penulisan.

BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Dalam bab ini di uraikan tentang sejarah singkat perusahaan, visi, misi, domisili perusahaan, dan struktur organisasi perusahaan.

INSTITUT BISNIS & INFORMATIKA stikom SURABAYA

BAB III LANDASAN TEORI

Dalam bab ini dibahas berbagai teori dasar tentang pembuatan interaktif profil dari unsur yang ada, serta pengaplikasiannya pada interaktif, yang mengacu pada prinsip-prinsip dari apa yang harus diterapkan pada sebuah karya.

BAB IV DESKRIPSI KERJA PRAKTEK DAN IMPLEMENTASI KARYA

Dalam bab ini menjelaskan metode-metode kerja selama melakukan kerja praktek, proses pengerjaan interaktif profil. Dimana nantinya metode-metode ini dapat digunakan dalam proses pembuatan karya atau proyek multimedia selama kerja praktek di Stikom Surabaya.

BAB V PENUTUP

Dalam bab ini penulis mengemukakan kesimpulan dan saran dari proses pembuatan interaktif profil Stikom Surabaya.

INSTITUT BISNIS & INFORMATIKA stikom SURABAYA