

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1 Multimedia**

##### **2.1.1 Pengertian Multimedia**

Multimedia adalah penggunaan komputer untuk menyajikan dan menggabungkan teks, suara, gambar, animasi dan video dengan alat bantu (*tools*) dan koneksi (*link*) sehingga pengguna dapat bernavigasi, berinteraksi, berkarya dan berkomunikasi (Hofstetter 2001). Multimedia sering digunakan dalam dunia hiburan. Selain dari dunia hiburan, Multimedia juga diadopsi oleh dunia *Game*. Multimedia juga dapat diartikan sebagai penggunaan beberapa media yang berbeda dalam menyampaikan informasi berbentuk teks, audio, grafik, animasi, dan video.

Robin dan Linda, 2001 : Multimedia adalah Alat yang dapat menciptakan presentasi yang dinamis dan interaktif yang mengkombinasikan teks, grafik, animasi, audio dan video

Vaughan (2004, p1) : Multimedia adalah beberapa kombinasi dari teks, gambar, suara, animasi dan video dikirim ke anda melalui komputer atau alat elektronik lainnya atau dengan manipulasi digital.

Jonassen (dalam Sumarno, 2011) mengatakan hal menarik dari multimedia adalah efek seduktif yang dimilikinya. Jonassen telah membuktikan bahwa multimedia memikat perhatian dan memiliki daya tarik yang tinggi untuk digunakan. Unsur visual dan auditori yang menarik

merupakan senjata yang ampuh untuk memancing ketertarikan siswa pada kegiatan instruksional, meningkatkan performansi proses instruksional, dan meningkatkan kemampuan retensi dan transfer. Fitur – fitur seperti teks dan tulisan, animasi ilustrasi, musik dan efek suara, video dan lingkungan multimedia dapat memberikan dukungan yang kuat dalam pembelajaran.

### **2.1.2 Elemen Multimedia**

Teknologi multimedia mulai diperkenalkan pada pertengahan tahun 80-an dan telah membuka dimensi baru dalam Teknologi Informasi. Teknologi multimedia telah membawa satu perubahan drastis pada industri media karena kemampuannya menyatukan kelebihan televisi sebagai alat audio visual dan kekuatan teknologi mesin cetak dan kemampuan teknologi interaktif komputer.

Terdapat 5 elemen multimedia penting yang mendasar yaitu:

#### **1. Teks**

Merupakan elemen dasar untuk menyampaikan informasi. Memiliki berbagai jenis dan bentuk tulisan yang bisa memberi daya tarik dan penyampaian informasi. Memberi penekanan untuk sesuatu materi yang ingin disampaikan.

#### **2. Grafis**

Merupakan elemen paling penting, memberikan penekanan secara visual terhadap sesuatu presentasi maklumat. Membantu menyampaikan informasi dengan lebih berkesan. Menjadikan presentasi atau penyampaian informasi dengan lebih menarik.

### 3. Audio

Membantu menyampaikan informasi dengan lebih efektif (misalnya: penggunaan suara latar atau kesan audio khusus). Membantu meningkatkan daya tarik terhadap sesuatu tayangan. Membantu meningkatkan daya tarik terhadap isi yang di presentasikan.

### 4. Video

Menyediakan metode penyaluran informasi yang amat menarik dan hidup. Merupakan elemen atau media yang sangat dinamis dan efektif dalam menyampaikan informasi.

### 5. Animasi

Berperan sebagai penarik pada sebuah presentasi dan sangat membantu dalam menjelaskan suatu konsep yang kompleks dengan mudah.

## **2.2 Multimedia interaktif**

### **2.2.1 Pengertian Multimedia interaktif**

Multimedia interaktif adalah suatu multimedia yang dilengkapi dengan alat pengontrol yang dapat dioperasikan oleh pengguna, sehingga pengguna dapat memilih apa yang dikehendaki untuk proses selanjutnya. Multimedia interaktif merupakan media yang menggabungkan teks, grafik, video, animasi dan suara. Untuk menyampaikan suatu pesan dan informasi, melalui media elektronik seperti komputer dan perangkat elektronik lainnya. . Contoh multimedia interaktif adalah : multimedia interaktif pembelajaran, multimedia interaktif *company profile*, aplikasi *game*.

Menurut Robin dan Linda (seperti dikutip Benardo, 2011) Multimedia interaktif adalah alat yang dapat menciptakan persentasi yang dinamis dan interaktif, yang mengkombinasikan teks, grafik, animasi, audio dan gambar video.

Menurut Hofstetter (seperti dikutip Benardo, 2011) Multimedia interaktif adalah pemanfaatan komputer untuk membuat dan menggabungkan teks, grafik, audio, gambar bergerak (video dan animasi) dengan menggabungkan link dan *tools* yang memungkinkan pemakai melakukan navigasi, berintraksi, berkreasi dan berkomunikasi.

### **2.2.2 Jenis Multimedia interaktif**

Jenis Multimedia Interaktif Menurut Suyanto (seperti dikutip Benardo, 2011) jenis multimedia interaktif terbagi menjadi dua bagian, yaitu:

#### **1. Multimedia Interaktif *Online***

Multimedia Interaktif *Online* adalah media interaktif yang cara penyampaiannya melalui jalur / kawat/ saluran / jaringan. Contohnya situs Web, *Yahoo Messengers*, dan lain sebagainya. Jenis media ini termasuk media lini atas, yang komunitas sasarannya luas, dan mencakup masyarakat luas.

#### **2. Multimedia Interaktif *Offline***

Multimedia interaktif *offline* adalah media interaktif yang cara penyampainnya tidak melalui jalur / kawat / saluran / jaringan. Contohnya CD interaktif : *Company Profile*, Media Pembelajaran. Media ini termasuk

media lini bawah karena sasarannya, tidak terlalu luas dan hanya mencakup masyarakat pada daerah tertentu saja.

### **2.2.3 Fungsi Multimedia interaktif**

Fungsi Multimedia Interaktif dalam sebuah presentasi yang ditulis oleh Yanuar Rahman menyimpulkan beberapa fungsi dari multimedia interaktif adalah sebagai berikut:

1. Komunikasi antar bisnis: manajemen, absensi, keuangan
2. Komunikasi bisnis dan konsumen: *e-commerce*
3. Komunikasi antar konsumen: jejaring sosial
4. *E-Learning: training*, alat bantu pengajaran, media pembelajaran. Hiburan: *games*
5. Komunikasi pemerintah: informasi publik, layanan masyarakat
6. Komunikasi kebudayaan: informasi museum dan galeri

### **2.2.4 Manfaat Multimedia Interaktif**

Multimedia interaktif memungkinkan membantu perusahaan dalam mempromosikan sebuah produk atau jasa kedalam sebuah media yang mudah diakses dan dipahami oleh calon *client*.

Presentasi Multimedia Interaktif memberikan keuntungan dan manfaat, diantaranya

1. Meningkatkan citra perusahaan dimata *client*
2. Membuat presentasi produk dan jasa menjadi lebih interaktif dan *persuasive*
3. Membuat presentasi pemaparan informasi lebih mudah dipahami

4. Dalam menyampaikan presentasi yang *portable*
5. Multimedia yang interaktif mampu memberikan nilai tambah bagi *client* dalam mengeksplorasi materi yang ada didalamnya, karena didukung oleh fungsi interaktif antar halaman atau materi baik dari sisi *content* atau isi maupun dari sisi tampilan *interfacenya*
6. Dengan multimedia interaktif memungkinkan untuk memadukan kombinasi antara media video, grafik, teks, audio, dan animasi kedalam sebuah presentasi yang didistribusikan melalui media CD/DVD atau internet

### **2.3 Android**

Android merupakan sebuah *system* operasi khusus yang dirancang untuk perangkat *mobile* layar sentuh atau disebut dengan *smartphone*. *System* operasi ini merupakan pengembangan dari *system* operasi Linux yang sudah terbukti ketangguhan dan kehandalannya. *Android OS* merupakan sebuah sistem operasi terbuka dibawah lisensi *Apache* yang memungkinkan sistem operasi ini dapat dikembangkan, dimodifikasi dan didistribusikan oleh pihak - pihak lain. Selain itu sistem operasi *Android* juga didukung oleh banyak pengembang aplikasi, sehingga dapat meningkatkan fungsi *Android* itu sendiri. Untuk dapat menjalankan sistem operasi ini, perangkat *smartphone* membutuhkan spesifikasi minimal yaitu, processor ARM-V7 32 bit dengan arsitektur *MIPS*, memori *RAM 512 MB* dan *GPU OpenGL ES 2.0*. Akan tetapi apabila menggunakan *Android* versi tertentu perlu *upgrade hardware Smartphone* yang dimiliki sesuai dengan rekomendasi dari pengembang.

## 2.4 Animasi

### 2.4.1 Pengertian animasi

Animasi adalah sekumpulan gambar yang dibuat untuk menghasilkan sebuah gambar bergerak. Gambar tersebut disusun secara teratur sehingga mengikuti pergerakan dari gambar-gambar sebelumnya. Ketika proses pembuatannya, sang animator (pembuat animasi) akan menentukan alur gerak setiap objek yang ada dalam gambar.

Animasi 2D adalah sebuah karya gambar bergerak yang memakai lingkungan dua dimensi. Setiap gambar ini memiliki urutannya tersendiri yang akhirnya membuat *frame* berlatar dua dimensi.

### 2.4.2 Konsep Animasi

Konsep dasar animasi dan istilah menurut Fikri Alami (2005: 7) diantaranya :

#### A. Movie

Animasi yang telah dibuat dalam flash secara umum disebut dengan *movie*. Dalam membuat animasi maka seseorang akan mengatur jalan cerita dari animasi tersebut selanjutnya membuat beberapa objek dan merangkainya menjadi suatu bagian yang bermakna tertentu. *Movie* terdiri dari beberapa animasi yang terkadang disebut *movie clip*. *Clip-clip movie* tersebut dapat dirangkai kembali menjadi movie baru. Suatu animasi atau *movie clip* akan dijalankan dalam suatu skenario yang dapat dianalogkan sebagai suatu episode.

## **B. Objek**

Sebelum membuat animasi maka terlebih dahulu membuat objek. Kemudian mengatur gerakan-gerakan dari objek tersebut. *Flash* menyediakan *tools* untuk membuat objek sederhana seperti garis, lingkaran, persegiempat.

## **C. Teks**

Pada *toolbox* disediakan fasilitas untuk menulis teks. Dengan teks dapat menulis pesan yang akan disampaikan pada animasi tersebut. Selain itu pesan atau teks dapat dibuat dalam bentuk animasi, menjalankan teks sesuai dengan animasi yang diinginkan. Dalam *flash* teks dikategorikan dalam 3 jenis yaitu, teks statis label, teks dinamis dan teks input.

## **D. Sound**

Animasi yang disertakan dengan *sound* agar tampak lebih menarik. Penambahan sound pada suatu *movie* akan memperbesar ukuran file tersebut. *Format sound* yang digunakan dalam *flash* dapat bermacam-macam seperti *WAV*, *MP3*. Mengimport *sound* dari luar tetapi untuk sound tertentu telah disediakan di dalam program *flash*.

### **2.4.3 Jenis Animasi**

Animasi memiliki bentuk dan ragam sesuai dengan fungsi maupun merancu pada teknik pembuatannya. Jenis - jenis animasi diantaranya sebagai berikut :

### **A. Animasi *Cell***

Kata *cell* berasal dari kata “*celluloid*” yang merupakan materi yang digunakan untuk membuat film gambar bergerak pada tahun-tahun awal animasi. Animasi *cell* biasanya merupakan lembaran-lembaran yang membentuk animasi tunggal. Masing-masing sel merupakan bagian yang terpisah, misalnya antara objek dengan latar belakangnya, sehingga dapat saling bergerak mandiri. Sehingga animasi tersebut menciptakan nuansa baru yang hidup untuk menggambarkan bentuk karakter yang telah dibuat oleh pengguna animasi tersebut agar tampilan tersebut dilihat menarik oleh para penonton.

### **B. Animasi *Frame***

Animasi *frame* adalah bentuk animasi paling sederhana dengan membuat suatu ilusi pergerakan dari sebuah gambar atau objek yang diam (*still image*) *frame* demi *framenya*

### **C. Animasi *Path***

Animasi *path* adalah animasi dari obyek yang bergerak sepanjang garis kurva yang ditentukan sebagai lintasan. Misalnya dalam pembuatan animasi kereta api, pesawat terbang, burung dan lain-lain yang membutuhkan lintasan gerak tertentu. Pada kebanyakan animasi *path* dilakukan juga efek *looping* yang membuat gerakan *path* terjadi secara terus menerus.

## **2.5 Company profile**

### **2.5.1 Pengertian *Company Profile***

*Company profile* merupakan suatu gambaran yang berisikan data yang memberikan informasi tentang sebuah perusahaan, yang berfungsi sebagai media informasi kepada konsumen, memaparkan tentang latar belakang dari perusahaan yang bersangkutan sebagai pengenalan kepada perusahaan lain yang akan di ajak melakukan kerjasama.

### **2.5.2 Kegunaan *Company Profile***

Kegunaan *Company profile* adalah untuk alat marketing untuk memperoleh klien, dan disetiap manfaat dan kegunaannya nanti dipengaruhi oleh bentuk desain dan kelengkapan data. Sehingga pada dasarnya *Company profile* yang menariklah yang akan banyak pengunjung / klien, baik menarik dari segi *image* maupun tulisan. Daya tarik *marketing* dapat kita peroleh dengan mengubah gaya penulisan, penyampaian isi yang berbobot dan menarik sesuai kebutuhan target pasar. Sedangkan untuk daya tarik desain digunakan untuk mempengaruhi emosi pembaca, menarik untuk dikunjungi, meningkatkan *image*, menambah tingkat kepercayaan *client* tentang usaha bisnis perusahaan. Adapun bentuk desain maupun warna dapat juga digunakan sebagai identitas perusahaan.

### **2.5.3 Fungsi dan Manfaat *Company profile***

Adapun Fungsi dan Manfaat *Company profile* sebagai berikut :

1. Sebagai informasi lengkap bisnis perusahaan
2. Sebagai media representasi perusahaan

3. Sebagai alat / media *marketing* untuk menunjang bisnis perusahaan
4. Sebagai pelengkap dalam sebuah proposal, penawaran, *event*, seminar, pameran, tender pada perusahaan
5. Sebagai *Branding* pada bisnis perusahaan
6. Sebagai alat publikasi pada bisnis perusahaan

## **2.6 Media**

### **2.6.1 Pengertian Media**

Media adalah sarana untuk menyampaikan pesan atau informasi kepada *public* dengan menggunakan berbagai unsur komunikasi grafis seperti teks atau gambar / foto. Media adalah saluran penyampaian pesan komersial kepada khalayak sasaran atau dapat dikatakan salah satu komunikasi periklanan yang dilakukan melalui saluran media tertentu, seperti televisi, surat kabar, majalah, radio, internet, buku profil, media luar ruang, iklan transit dan *direct mail*. Pemilihan setiap media dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti ciri produk, jenis pesan, pasar sasaran, luas dan jenis distribusi, anggaran, strategi iklan pesaing, serta keunggulan dan kekurangan dari media itu sendiri.

### **2.6.2 Pengertian Media Promosi**

Media Promosi adalah sarana yang digunakan untuk mengkomunikasikan suatu produk / jasa / image / perusahaan ataupun yang lain untuk dapat lebih dikenal masyarakat lebih luas. Dimana dengan promosi ini diharapkan seseorang bisa mengetahui, mengakui, memiliki dan mengikatkan diri pada suatu barang / jasa / produk / image / perusahaan yang

menjadi sasarannya. Salah satu bagian penting dari promosi adalah menentukan media promosi yang paling tepat.

### **2.6.3 Animasi sebagai Media Iklan Perusahaan**

Animasi media iklan perusahaan banyak digunakan untuk membuat produk untuk konsumennya dengan memanfaatkan karakter animasi dan memakai unsur *motion* grafik, berupa huruf, judul, atau logo yang biasa digerakkan. Selain itu animasi iklan ini memposisikan animasi sebagai digital environment yang merupakan cara lain buat menampilkan daya tarik iklan digambarkan dengan teknik tinggi. Dengan animasi, tampilan iklan secara visual dan audio dapat direkayasa sedemikian rupa hingga dapat menarik perhatian penonton.

Klasifikasi dari unsur - unsur tersebut adalah:

1. Huruf-huruf didalam animasi huruf-huruf yang digunakan ialah huruf-huruf yang menarik dan unik, hal ini membutuhkan kreatifitas dari para pembuat iklan animasi. Tujuannya agar penampilan dari iklannya lebih unik dan menarik.
2. Judul-judul di konsep dengan menarik perhatian penonton iklan, para pembuat iklan animasi harus memperhatikan judul-judul yang digunakan seperti judul yang menjanjikan dan tepat, sehingga penonton dapat tertarik pada iklan tersebut.
3. Logo-logo jika akan membuat iklan animasi, logo yang bagus dan menarik dapat dijadikan suatu cara untuk menarik perhatian penonton.

Daya tarik animasi dilihat dari kesulitan-kesulitan yang tidak dapat diciptakan dengan *lifeshot*, maka digunakan animasi untuk mengatasi kesulitan ini. Animasi menjadi satu pilihan ketika merealisasikan sesuatu dengan *budget* yang dimiliki, sehingga ide pembuatan proyek animasi dapat ditangani secara langsung. Visualisasi Iklan animasi dengan menggunakan iklan animasi memungkinkan mengatur pencahayaan, gambar, pewarnaan yang sedemikian rupa, dengan sinkron yang telah dikonsepsi dan tujuan dari pembuatan iklan animasi itu sendiri.

Selain itu animasi mampu memvisualisasikan hal-hal sulit yang tak dapat dijangkau dengan kamera biasa, pada saat pengambilan gambar berlangsung. Dengan adanya animasi, tampilan iklan yang muncul lebih menarik untuk dilihat. Audio sebagai penyajian iklan yang menampilkan kata-kata yang diucapkan. Selain itu audio juga menampilkan suara dan intonasi dalam sebuah iklan, suara tersebut bisa didengar dari kecepatan, volume tinggi rendahnya intonasi suara.

Penggunaan Iklan animasi dalam grafik komputer yang rumit dan mendetail dibuat agar orang tertarik untuk menonton dan mudah diterima serta dipahami oleh pemirsanya. Selain itu alasan penggunaan iklan animasi diantaranya :

1. Animasi mengilustrasikan sesuatu yang sulit serta tidak dapat dijangkau dengan *shooting* biasa. Selain itu, ketertarikan pengiklan terhadap iklan animasi dapat membangun image visual yang tidak berbeda jauh dengan keadaan aslinya.

2. Pemanfaatan animasi berfungsi untuk tampilan iklan terlihat lebih atraktif dan menarik perhatian.
3. Animasi lebih efisien dalam biaya pembuatannya lebih murah daripada membuat iklan non animasi. Hal ini dikarenakan pembuatan iklan animasi prosesnya tidak sama dengan membuat iklan biasa, pada saat menjatuhkan pilihan untuk pembuatan iklan animasi terutama menggunakan animasi karakter secara utuh pengiklan atau agensi tidak perlu menyediakan alokasi aturan *shooting* maupun bintang iklan. Sebab dalam pembuatan iklan animasi semua prosesnya bisa langsung dikerjakan dirumah produksi animasi *post production*.

## **2.7 Promosi**

### **2.7.1 Pengertian Promosi**

Promosi adalah upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa pada dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli atau mengkonsumsinya. Dengan adanya promosi produsen atau distributor mengharapkan kenaikannya angka penjualan.

### **2.7.2 Tujuan promosi**

Tujuan promosi di antaranya adalah:

1. Menyebarkan informasi produk kepada target pasar potensial
2. Untuk mendapatkan kenaikan penjualan dan profit/laba
3. Untuk mendapatkan pelanggan baru dan menjaga kesetiaan pelanggan
4. Untuk menjaga kestabilan penjualan ketika terjadi lesu pasar
5. Membedakan serta mengunggulkan produk dibanding produk pesaing

6. Membentuk citra produk di mata konsumen sesuai dengan yang diinginkan serta mengubah tingkah laku dan pendapat konsumen

## **2.8 Pemasaran**

### **2.8.1 Pengertian pemasaran**

Pemasaran (bahasa Inggris: *marketing*) adalah aktivitas, serangkaian institusi, dan proses menciptakan, mengomunikasikan, menyampaikan, dan mempertukarkan tawaran yang bernilai bagi pelanggan, klien, mitra, dan masyarakat umum. Pemasaran dimulai dengan pemenuhan kebutuhan manusia yang kemudian bertumbuh menjadi keinginan manusia. Proses dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan manusia inilah yang menjadi konsep pemasaran. Mulai dari pemenuhan produk (*product*), penetapan harga (*price*), pengiriman barang (*place*), dan mempromosikan barang (*promotion*). Seseorang yang bekerja dibidang pemasaran disebut pemasar. Pemasar ini sebaiknya memiliki pengetahuan dalam konsep dan prinsip pemasaran agar kegiatan pemasaran dapat tercapai sesuai dengan kebutuhan dan keinginan manusia terutama pihak konsumen yang dituju.

### **2.8.2 Tujuan pemasaran**

Tujuan pemasaran diantaranya adalah:

1. Konsumen potensial mengetahui secara detail produk yang kita hasilkan dan perusahaan dapat menyediakan semua permintaan mereka atas produk yang dihasilkan.
2. Perusahaan dapat menjelaskan secara detail semua kegiatan yang berhubungan dengan pemasaran. Kegiatan pemasaran ini meliputi

berbagai kegiatan, mulai dari penjelasan mengenai produk, desain produk, promosi produk, pengiklanan produk, komunikasi kepada konsumen, sampai pengiriman produk agar sampai ke tangan konsumen secara cepat.

3. Mengetahui dan memahami konsumen sedemikian rupa sehingga produk cocok dengannya dan dapat terjual dengan sendirinya.

## **2.9 INOPAK Institute**

INOPAK Institute merupakan lembaga konsultan kewirausahaan yang bergerak dalam pengembangan ekonomi kawasan, terutama daerah priangan timur yang terdiri dari 6 kabupaten dan kota. Tasikmalaya, Ciamis, Garut, Banjar dan Pangandaran memiliki potensi sumber daya alam yang melimpah, sumber daya manusia yang kreatif serta kesempatan akses pasar yang luas. INOPAK Institute hadir di Indonesia untuk memberikan kontribusi nyata bagi bangsa dengan meningkatkan nilai tambah produk untuk pengembangan yang berkelanjutan.

### **Visi**

Menjadi mitra kerja dalam pengembangan lembaga dan pelaku usaha untuk menciptakan ekonomi berkelanjutan yang berdaya saing.

### **Misi**

Menganalisis berbagai permasalahan lembaga dan pelaku usaha untuk merancang solusi yang tepat bagi peningkatan dan perbaikan kualitas perusahaan agar bisa bersaing dalam kegiatan perekonomian nasional dan internasional.

Fokus pengembangan INOPAK terbagi kedalam 3 (tiga) spesialisasi :

### **A. INOPAK *PRODUCT PACKAGING***

INOPAK *Product Packaging* merupakan program pengembangan kemasan produk bagi pelaku usaha. Program ini fokus kepada atribut produk, STP, teknologi dan inisiasi pasar. INOPAK INSTITUTE dan BAZNAZ Kabupaten Sukabumi mengembangkan kapasitas kelompok usaha mustahik dengan membuat kemasan produk yang representatif dan teknologi tepat guna. INOPAK INSTITUTE dan KADIN JAWA BARAT mengembangkan desain produk bagi UMKM Priangan Timur serta menginisiasikan program pemasaran produk pilihan.

### **B. INOPAK *BUSINESS DEVELOPMENT***

INOPAK *Business Development* merupakan program pengembangan kelembagaan secara keahlian, manajerial, teknologi informasi dan unit usaha. Program ini fokus terhadap peningkatan kemampuan lembaga, manajemen transisi serta penerapan teknologi informasi. INOPAK INSTITUTE dan ASOSIASI UPK KAB.TASIKMALAYA mengembangkan kapasitas lembaga, pengurus, kelompok dan efisiesnsi kinerja dengan penerapan sistem E-UPK. E-UPK dikembangkan untuk mempermudah kinerja dan monitoring proses dalam lembaga UPK, sistem E-UPK dikembangkan secara terintegrasi dengan pembinaan kelompok sehingga menghasilkan sistem yang komperehensif dan informatif. INOPAK INSTITUTE dan BANK INDONESIA mengembangkan kapasitas para Wirausaha Bank Indonesia yang terpilih

dari teknis pengemasan produk, informasi teknologi pendukung serta mitra dalam pemasaran produk UMKM.

### C. INOPAK *VOCATIONAL EDUCATION*

INOPAK *Vocational Education* Merupakan Program pengembangan kewirausahaan untuk *civitas academic*. Program ini fokus terhadap pengembangan kapasitas, aksebilitas dan akselerasi untuk berwirausaha, sehingga menghasilkan generasi muda yang kreatif mandiri dan siap bersaing secara global. INOPAK INSTITUTE, UNIVERSITAS SILIWANGI, UNIVERSITAS DIPENOGORO dan UNIVERSITAS GALUH bekerja sama serta berkomitmen untuk menstimulasi serta mengembangkan jiwa kewirausahaan *civitas academic* dengan membekali keahlian analisis usaha, pengemasan produk serta akses pasar untuk produk – produk unggulan daerah.

#### 2.10 Struktur Navigasi

Menurut Binanto (2010) Struktur navigasi adalah urutan alur informasi dari suatu aplikasi multimedia. Dengan menggunakan struktur navigasi yang tepat maka suatu aplikasi multimedia mempunyai suatu pedoman dan arah informasi yang jelas. Dalam pembuatan aplikasi multimedia terdapat empat macam bentuk dasar struktur navigasi yang digunakan, yaitu : Struktur Navigasi *Linear*, Struktur Navigasi *Non Linear*, Struktur Navigasi *Hierarchi*, dan Struktur Navigasi *Composite*.

## 1. Struktur Navigasi *Linear*

Struktur Navigasi *Linear* merupakan struktur yang hanya mempunyai satu rangkaian cerita berurut. Tampilan yang dapat ditampilkan pada struktur jenis ini adalah satu halaman sebelumnya atau satu halaman sesudahnya tidak dapat dua halaman sebelumnya atau dua halaman sesudahnya.

Biasanya struktur ini digunakan Multimedia Presentasi karena tidak menuntut keinteraksian tetapi hanya memerlukan keindahan dan kemudahan menampilkan data sebagai informasi.

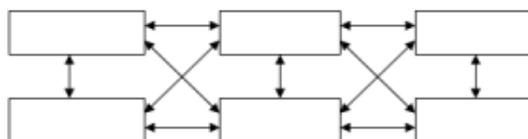


**Gambar 2.1** Struktur Navigasi *Linear*

## 2. Struktur Navigasi *Non Linear*

Struktur navigasi *non linear* ( tidak berurut ) merupakan pengembangan dari struktur navigasi *linear*. Pada struktur ini diperkenankan membuat navigasi bercabang.

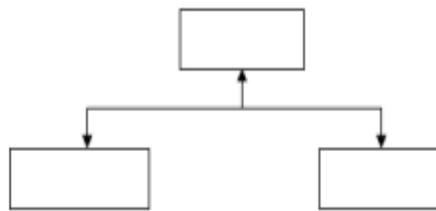
Percabangan yang dibuat pada struktur linear ini berbeda dengan percabangan pada struktur *hierarchi*, karena pada percabangan *non linear* ini walaupun terdapat percabangan, tetapi tiap-tiap tampilan mempunyai kedudukan yang sama tidak ada *master page* dan *slave page*.



**Gambar 2.2** Struktur Navigasi *Non Linear*

### 3. Struktur Navigasi *Hierarchi*

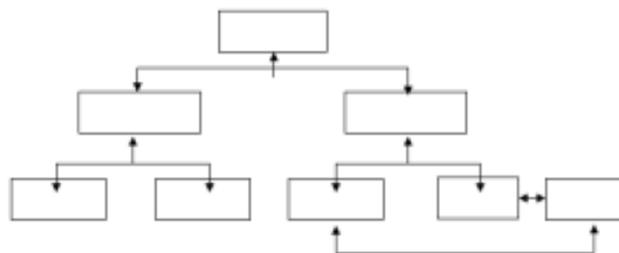
Struktur navigasi *hierarchi* ( bercabang ) merupakan suatu struktur yang mengandalkan percabangan untuk menampilkan informasi yang berdasarkan kriteria tertentu. Informasi pada halaman utama disebut *parent* dan informasi pada cabangnya disebut *child*.



**Gambar 2.3** Struktur Navigasi *Hierarchi*

### 4. Struktur Navigasi *Composite*

Struktur Navigasi *Composite* ( campuran ) merupakan struktur gabungan dari ketiga struktur sebelumnya. Struktur ini disebut juga struktur navigasi bebas. Kelebihan dengan menggunakan struktur navigasi ini adalah suatu aplikasi mampu memberikan keterkaitan informasinya lebih baik.



**Gambar 2.4** Struktur Navigasi *Composite*

## **2.11 Storyboard**

### **2.11.1 Pengertian Storyboard**

*Storyboard* adalah suatu sketsa gambar yang disusun dengan urutan berdasarkan naskah cerita, dengan *storyboard* maka pengarang cerita bisa menyampaikan ide cerita secara lebih mudah pada orang lain, karena dengan *storyboard* seorang pembuat cerita bisa membuat seseorang membayangkan suatu cerita dengan mengikuti gambar-gambar yang telah disajikan, sehingga bisa mendapatkan persepsi yang sama dengan ide cerita yang dibuat.

*Storyboard* bisa juga didefinisikan sebagai naskah yang penyajiannya berbentuk sketsa gambar secara berurutan, bermanfaat untuk membuat mudah alur cerita ataupun pengambilan gambar. Alasan menggunakan *storyboard* adalah:

1. Mempermudah sebelum pembuatan suatu film, animasi, video pendek dan lain sebagainya
2. *Storyboard* dipakai untuk mengingatkan animator tentang alur cerita
3. *Storyboard* dipakai agar memudahkan pembaca dalam memahami alur cerita

### **2.11.2 Fungsi Storyboard**

Secara umum, fungsi *storyboard* adalah sebagai media konsep dan ungkapan yang kreatif dalam penyampaian ide atau gagasan. Pada *storyboard* juga seseorang bisa menambahkan arahan-arahan seperti arahan audio, letak atau arahan informasi lainnya. Terdapat beberapa fungsi dari *storyboard*, antara lain:

1. Dalam pembuatan sebuah film, *storyboard* bermanfaat untuk menggambarkan alur cerita menurut garis besarnya saja dari bagian awal, tengah dan akhir.
2. *Storyboard* kemudian berguna sebagai pembuat perencanaan di suatu film
3. *Storyboard* secara keseluruhan bisa membuat mudah dalam pembuatan dan pemahaman alur *film*. Sekarang ini *storyboard* juga bermanfaat dalam pembuatan sebuah *game*, seperti membuat sketsa alur *game* tersebut dari awal sampai selesai.

### **2.11.3 Tujuan *Storyboard***

Adapun tujuan dari *storyboard* adalah:

1. *Storyboard* sebagai pemandu untuk orang-orang yang terlibat didalamnya, dari sutradara, penuli cerita, *lighting* dan kameramen
2. Memungkinkan seorang pembuat film untuk memprevisualisasikan ide-idenya
3. Merupakan alat untuk mengkomunikasikan keseluruhan ide film
4. Menerangkan suatu alur narasi dari sebuah cerita
5. Berperan pada pewaktuan “*timing*” pada *sequence*, percobaan-percobaan dengan sudut pandang kamera, perpindahan dan kesinambungan “*continuity*” antar elemen-elemen pada sebuah *frame*.

### **2.11.4 Manfaat *Storyboard***

Adapun manfaat dari dibuatnya *storyboard* adalah:

1. Menjadikan proses pembuatan *film* menjadi cepat
2. Menunjukkan visi artistik suatu produk *film* atau multimedia

3. Memberikan tata letak visual dari adegan misalnya yang terlihat dengan lensa kamera

### 2.12 Teknik Analisis data

Data kualitatif yang didapat dari validasi ahli *software* tidak perlu diolah dengan sistem *scoring*. Aplikasi dikatakan layak jika *pass* / lolos pada setiap tahapan pengujian *UTC for Java ME Application*. Saran dari ahli *software* dan ahli materi dijadikan acuan untuk merevisi aplikasi.

Data kuantitatif yang didapat dari angket validasi ahli materi dan angket penilaian pengguna kemudian dilakukan perhitungan *rating scale* untuk mendapatkan prosentase kelayakan dengan rumus dari Sugiyono (2009:99) sebagai berikut:

$$P = \frac{\text{Skor hasil pengumpulan data}}{\text{Skor ideal}} \times 100\%$$

Keterangan :

P = angka prosentase

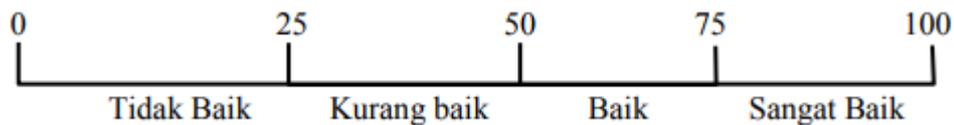
Skor ideal = skor tertinggi tiap butir x jumlah responden x jumlah butir.

Hasil prosentase kemudian dikategorikan dalam tabel presentase kelayakan sebagai berikut (Gonia, 2009:50):

**Tabel 2.1** Presentase Kelayakan

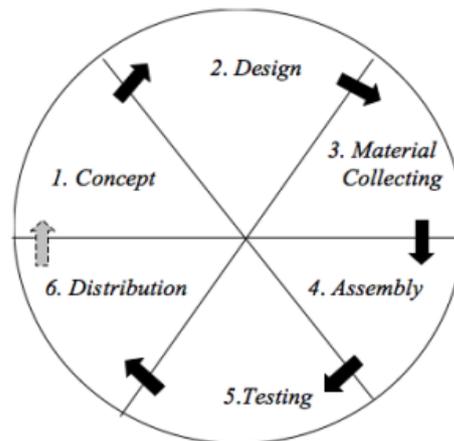
Skor Prosentase (%)	Interpretasi
0% - 24,99%	Tidak Baik
25% - 44,99%	Kurang Baik
50% - 74,99%	Baik
75% - 100%	Sangat Baik

Selanjutnya tingkat validasi rancang bangun aplikasi dalam penelitian ini digolongkan dalam empat kategori dengan menggunakan skala sebagai berikut (Gonia, 2009:50):

**Gambar 2.5** (Gonia, 2009:50)

### 2.13 Metode Pengembangan MDLC ( *Multimedia Development Life Cycle* )

MDLC ( *Multimedia Development Life Cycle* ) Merupakan Metodologi pengembangan multimedia Luther – sutopo. Menurut Luther(1994), metodologi pengembangan multimedia terdiri dari enam tahap, yaitu: yaitu *concept, design, material collecting, assembly, testing dan distribution* seperti gambar di bawah ini:



**Gambar 2.6** Ilustrasi model *Multimedia Development Life Cycle* ( MDLC )  
( *Luther - Sutopo, 1994* )

### **1. Concept**

Tahap *Concept* (konsep) merupakan tahap untuk menentukan tujuan dan siapa pengguna program (identifikasi audien). Selain itu menentukan macam aplikasi (presentasi, interaktif, dan lain -lain) dan tujuan aplikasi (hiburan, pelatihan, pembelajaran, dan lain - lain).

### **2. Design**

Tahap *Design* (perancangan) merupakan tahap membuat spesifikasi mengenai arsitektur program, gaya, tampilan dan kebutuhan material atau bahan untuk program.

### **3. Material Collecting**

Tahap *Material Collecting* (pengumpulan bahan) merupakan tahap dimana pengumpulan bahan yang sesuai dengan kebutuhan dilakukan. Tahap ini dapat dikerjakan *paralel* dengan tahap *assembly*. Pada beberap kasus, tahap *Material Collecting* dan tahap *Assembly* akan dikerjakan secara *linear* tidak *paralel*.

#### **4. Assembly**

Tahap *Assembly* (pembuatan) merupakan tahap dimana semua objek atau bahan multimedia dibuat. Pembuatan aplikasi berdasarkan pada *storyboard* atau diagram objek yang berasal dari tahap *design*.

#### **5. Testing**

Tahap *Testing* (pengujian) merupakan tahap dilakukan setelah selesai tahap pembuatan (*assembly*) dengan menjalankan aplikasi atau program dan dilihat apakah ada kesalahan atau tidak.

##### **A. Pengujian Alpha Testing**

Pengujian *Alpha Testing* merupakan tahapan pengujian dilakukan oleh organisasi pengembangan produk dengan tujuan agar *system* yang dikembangkan terhindar dari cacat atau kegagalan penggunaan.

Pada Pengujian *Alpha Testing* menggunakan pengujian *Black Box Testing*. *Black Box Testing* merupakan pengujian yang dilakukan hanya mengamati hasil eksekusi melalui data uji dan memeriksa fungsional dari perangkat lunak.

##### **B. Pengujian Beta Testing**

Pengujian *Beta Testing* merupakan tahapan pengujian dilakukan berlangsung di lokasi pengguna akhir oleh pengguna akhir untuk memvalidasi kegunaan, fungsi, kompatibilitas, dan uji realibilitas dari *software* yang dibuat.

Pada Pengujian *Beta Testing* menggunakan pengujian Kuesioner. Kuesioner merupakan instrumen pengumpulan data atau informasi yang dioperasionalkan kedalam bentuk pertanyaan untuk mengetahui tanggapan responden dari aplikasi yang telah dibuat.

## 6. Distribution

Tahap *Distribution* (distribusi) merupakan tahap aplikasi akan disimpan dalam suatu media penyimpanan. Jika media penyimpanan tidak cukup untuk menampung aplikasinya, kompresi terhadap aplikasi tersebut akan dilakukan.

Tahap ini juga dapat disebut tahap evaluasi untuk pengembangan produk yang sudah jadi supaya menjadi lebih baik. Hasil evaluasi ini dapat digunakan sebagai masukan untuk tahap *concept* pada produk selanjutnya.

### 2.14 State Of The Art

Persamaan dan perbedaan pada masing – masing penelitian dengan penelitian yang dilakukan dapat dilihat pada table 2.3

**Tabel 2.2** Perbandingan *study literature*

No	Judul	Peneliti	Tujuan	Persamaan	Perbedaan
1	Perancangan Aplikasi Multimedia Interaktif <i>Company Profile</i> Generic (Studi Kasus CV. GANETIC )	Septiana Firdaus	Dengan adanya publikasi kepada masyarakat terutama instansi-instansi dalam bentuk visual untuk memberikan gambaran yang jelas dan menarik melalui multimedia interaktif <i>company profile</i> Generic	Konsep memiliki persamaan yaitu menampilkan aplikasi multimedia interaktif <i>company profile</i> sebagai penunjang media promosi perusahaan Menggunakan <i>software Adobe Flash</i> sebagai pembuatan aplikasi	Menggunakan PC untuk pengoperasian aplikasi  Tidak tersedia dalam bentuk android  Terdapat <i>update content</i> pada aplikasi tersebut

2	Media <i>Company Profile</i> sebagai sarana penunjang informasi dan promosi	Maimunah	Pembuatan media <i>Company Profile</i> sebagai media sarana informasi yang dibutuhkan saat ini yang diharapkan dapat dijadikan solusi sarana informasi dan promosi yang dibutuhkan oleh PT. Inovasi Multi Teknologi.	Konsep memiliki persamaan yaitu menampilkan <i>company profile</i> sebagai penunjang media promosi perusahaan	Tidak menggunakan PC dan android untuk pengoperasian aplikasi  Menggunakan <i>software</i> Adobe Photo CS2 dan Adobe Illustrator CS2
3	Aplikasi <i>Company Profile</i> Multimedia Pada PT. Tuntex Garment Indonesia	Muhammad Iqbal Hanafri	Dengan adanya aplikasi <i>Company Profile</i> sebagai pembangun citra perusahaan membawa tujuan yang besar dalam membangun identitas perusahaan	Konsep memiliki persamaan yaitu menampilkan aplikasi multimedia interaktif <i>company profile</i> sebagai penunjang media promosi perusahaan  Menggunakan <i>software</i> Adobe Flash sebagai pembuatan aplikasi	Menggunakan PC untuk pengoperasian aplikasi  Tidak tersedia dalam bentuk android
4	Perancang <i>Company Profile</i>	Moch. Alif Cindi Momintan	Dengan adanya sarana pendukung yaitu sebuah	Konsep memiliki persamaan yaitu	Menggunakan PC untuk pengoperasian aplikasi

	The Geek Apple Authorised Reseller Yogyakarta Berbasis Multimedia <i>Flash</i> Sebagai sarana promosi dan informasi		<i>company profile</i> berbasis multimedia <i>flash</i> sehingga bisa dijadikan salah satu media promosi bagi <i>The Geek, Apple Authorised Reseller</i> dan sebagai media untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat.	menampilkan aplikasi multimedia interaktif <i>company profile</i> sebagai penunjang media promosi perusahaan  Menggunakan <i>software Adobe Flash</i> sebagai pembuatan aplikasi	Tidak tersedia dalam bentuk android
5	Perancang <i>Video Company Profile</i> sebagai Media Promosi Perusahaan pada PT. Propan Raya ICC Semarang	Tri Haryanto	Dengan adanya <i>Video Company Profile</i> strategi promosi yang baik untuk lebih meyakinkan kepada konsumen agar produk yang dijual dapat diterima dengan baik	Konsep memiliki persamaan yaitu menampilkan <i>company profile</i> sebagai penunjang media promosi perusahaan	Tidak menggunakan PC dan android untuk pengoperasian aplikasi