



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Pada era sekarang ini banyak sekali metode-metode penjualan yang dapat dilakukan untuk menjual suatu produk atau jasa. Tujuannya adalah agar barang atau jasa tersebut dapat laku terjual dan dapat dimanfaatkan oleh konsumen. Mulai dari sistem penjualan yang dilakukan secara *door to door* hingga sekarang yang sudah menggunakan komputer. Tampilan barang pada setiap katalog yang diberikan sangat menentukan ketertarikan dari konsumen. Namun masih banyak pihak yang tidak mepedulikan betapa pentingnya sebuah katalog dalam penjualan. Maka dari itu penulis akan membahas bagaimana sebuah katalog dapat memikat rasa ketertarikan konsumen terhadap produk yang ditawarkan.

Dikutip dari artikel di Kompas.com tahun 2010 yang megatakan bahwa “*E-catalogue* adalah modul baru dalam *e-procurement* (pengadaan barang secara elektronik). Setelah ada *e-catalogue* maka pengadaan bisa langsung beli dari daftar produk yang tersedia. Khusus tahun 2010 akan diujicoba pada mobil, obat, dan sewa hotel. Jadi dalam *e-procurement* akan ada dua modul, yakni *e-purchasing* dan *e-catalogue*”. Dengan adanya fenomena baru seperti *e-catalogue*, maka muncul ide dari penulis untuk membuat katalog digital namun pada pemasarannya tidak harus melalui internet, namun hanya dengan menggunakan komputer biasa saja untuk menunjukan produk yang ada.

Didukung dengan kemajuan teknologi, setiap penjual berlomba – lomba untuk memberikan yang terbaik kepada pihak konsumen. Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan menggunakan media audio visual. Katalog berupa tampilan flash berisi setiap produk yang dibuat dari animasi 3D bertujuan agar konsumen tertarik dengan apa yang dilihat.

Pembuatan katalog digital seperti diatas dapat dijadikan dengan beberapa perangkat lunak. Flash salah satunya, dengan penambahan *user interface* serta unsur-unsur di dalamnya maka katalog digital akan berjalan dengan baik. Penulis dengan klien Bengkel Audio Barcode, membuat katalog digital dimana menggunakan aset 3D. Katalog digital ini akan memberikan informasi mengenai produk yang dijual pada Bengkel Audio Barcode.

## 1.2. Rumusan Masalah

Dalam pembuatan Tugas Akhir ini, penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

Bagaimana perancangan media interaktif dengan menggunakan aset 3D *pre-rendered* pada katalog produk *sound system*?

## 1.3. Batasan Masalah

Ruang lingkup dalam batasan masalah Tugas Akhir ini menjelaskan:

1. Terdapat 3 paket untuk pembentukan *sound system*.
2. Aset untuk aplikasi katalog ini menggunakan aset 3D *pre-rendered*
3. Pembuatan desain aplikasi ini difokuskan pada pembuatan tampilan dan prinsip interaktif dasar seperti interaktif menggunakan tombol (*button*).

4. Sasaran pengguna adalah mahasiswa dan pekerja dengan umur 21- 50 tahun yang ingin menjadikan informasi dalam aplikasi sebagai referensi atau wawasan bagi pengguna mengenai *audio system*.
5. Aplikasi interaktif ini digunakan melalui komputer.

#### **1.4. Tujuan Tugas Akhir**

Tujuan Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut:

Merancang media interaktif yang sesuai dengan kebutuhan produk serta yang mudah dimengerti oleh pengguna.

#### **1.5. Manfaat Tugas Akhir**

Memberikan alternatif pemanfaatan media interaktif untuk keperluan komersial.

UMMN