

Multimedia Interaktif Sebagai Media Promosi Properti Pada PT. Indah Nirwana Mandiri

I Gusti Ngurah Lanang Fajar Raditya¹⁾, Gusti Ngurah Mega Nata²⁾, Ni Nyoman Utami Januhari³⁾

Sistem Informasi¹⁾, Manajemen Informatika²⁾, Sistem Komputer³⁾

Institut Teknologi dan Bisnis STIKOM Bali

Denpasar, Indonesia

e-mail: 200030188@stikom-bali.ac.id¹⁾, mega@stikom-bali.ac.id²⁾, amik@stikom-bali.ac.id³⁾

Abstrak.

Promosi merupakan elemen penting bagi kesuksesan perusahaan, termasuk PT. Indah Nirwana Mandiri, sebuah perusahaan properti yang didirikan pada tahun 2018. Saat ini, metode promosi yang digunakan perusahaan masih menggunakan pendekatan konvensional, seperti jasa sales dan pemasangan spanduk. Metode tersebut dinilai kurang efisien, baik dari segi waktu maupun biaya, serta memiliki keterbatasan dalam menjangkau audiens yang lebih luas. Untuk mengatasi tantangan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk merancang dan mengembangkan sebuah multimedia interaktif berbasis aplikasi Android sebagai media promosi bagi PT. Indah Nirwana Mandiri. Aplikasi Android ini dirancang untuk memberikan informasi yang lebih komprehensif tentang perusahaan dan produk properti yang ditawarkan, sehingga dapat memperluas jangkauan pemasaran perusahaan secara lebih efektif. Penelitian ini menggunakan metode MDLC (Multimedia Development Life Cycle) sebagai pendekatan dalam pengembangan aplikasi Android. Dengan adanya media promosi berbasis aplikasi Android ini, PT. Indah Nirwana Mandiri diharapkan dapat meningkatkan efisiensi dalam proses promosi, memudahkan masyarakat dalam mengakses informasi produk, serta menarik lebih banyak konsumen potensial. Hasil penelitian ini diharapkan menjadi solusi yang tepat dalam menghadapi tantangan promosi konvensional yang selama ini digunakan perusahaan.

Kata kunci: Multimedia Interaktif, MDLC, Media Promosi, Properti, Android.

1. Pendahuluan

Promosi adalah kegiatan yang harus dilakukan oleh setiap perusahaan agar perusahaan tersebut dapat mencapai tujuannya, yaitu kesuksesan. Menurut Rangkuti, promosi dilakukan oleh suatu perusahaan dengan tujuan memberitahukan keberadaan produk serta memberi keyakinan kepada pembeli tentang manfaat produk tersebut [1]. Kunci utama dalam kegiatan promosi adalah menyusun kata-kata yang persuasif dan efektif untuk menarik perhatian konsumen. Tujuan promosi adalah untuk mengubah pendapat konsumen dari yang awalnya tidak tertarik terhadap suatu produk atau jasa menjadi tertarik dan setia terhadap produk atau jasa tersebut. Promosi dapat dilakukan oleh perusahaan di berbagai bidang, termasuk PT. Indah Nirwana Mandiri, yang bergerak di bidang properti. Didirikan pada tahun 2018 dan berlokasi di Jl. Tukad Pakesiran No.69, Dauh Puri Klod, Kec. Denpasar Selatan, Kota Denpasar, Bali, perusahaan ini menawarkan produk perumahan yang modern dan minimalis.

Berdasarkan hasil wawancara, promosi yang dilakukan PT. Indah Nirwana Mandiri saat ini masih menggunakan metode konvensional, seperti jasa sales untuk memperkenalkan dan memasarkan produk kepada masyarakat. Dari segi efisiensi waktu, penggunaan tenaga sales dinilai kurang efektif karena memerlukan tatap muka langsung. Selain itu, metode lain seperti pemasangan spanduk juga kurang efisien karena terbatas dalam penyampaian informasi dan memiliki biaya yang cukup tinggi. Meskipun pemasangan spanduk dapat menjangkau khalayak luas, metode ini kurang efektif dalam menargetkan audiens tertentu, karena lokasi pemasangan dipilih berdasarkan lalu lintas kendaraan tanpa jaminan bahwa audiens tersebut tertarik dengan produk yang ditawarkan.

Untuk mengatasi masalah ini, direncanakan pengembangan aplikasi Android berbasis multimedia interaktif pada PT. Indah Nirwana Mandiri sebagai sarana informasi dan promosi yang dapat menjangkau masyarakat lebih luas. Informasi mengenai perusahaan serta produk yang ditawarkan nantinya akan tersedia melalui aplikasi Android, mengingat banyak masyarakat yang mencari informasi produk atau jasa melalui perangkat mobile. Hal ini sejalan dengan penelitian Vanessa Stefanny dan Beby Tiara, yang menyatakan bahwa internet, terutama melalui perangkat mobile, telah menjadi teknologi penting dalam mengubah gaya hidup. Berdasarkan laporan digital tahun 2020, Indonesia berada di urutan ke-4 dengan jumlah penduduk

*Multimedia Interaktif Sebagai Media Promosi Properti Pada PT. Indah Nirwana Mandiri
(I Gusti Ngurah Lanang Fajar Raditya)*

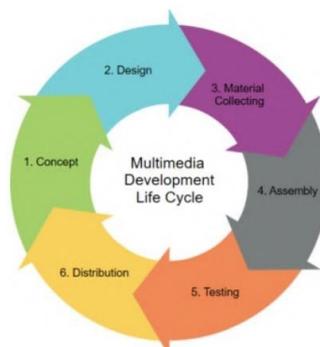
tertinggi di dunia, dengan 64% dari total populasi adalah pengguna internet. Jumlah ini meningkat 17% dibandingkan tahun 2019 [2]. Dengan memanfaatkan aplikasi Android sebagai platform pemasaran, diharapkan akan meningkatkan ketertarikan masyarakat terhadap produk yang ditawarkan PT. Indah Nirwana Mandiri.

Adapun penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian ini yakni penelitian pertama oleh Gusti Ngurah Mega Nata pada tahun 2022 [3]. Hasil dari penelitian ini adalah sebuah *website virtual tour* 360 yang dapat membantu promosi wisata Desa Kenderan. Penelitian kedua dilakukan oleh Putu Gilang Girindra Nadera pada tahun 2023 [4]. Hasil dari penelitian ini adalah sebuah multimedia interaktif yang dapat membantu siswa sekolah dasar untuk lebih mengenal lagu anak-anak. Penelitian ketiga oleh I Putu Cahyadi Mandala Putra pada tahun 2023 [5]. Hasil dari penelitian ini adalah sebuah *company profile* untuk LPD Desa Adat Antosari. Penelitian keempat dilakukan oleh I Gede Dhany Adinata pada tahun 2024 [6]. Hasil dari penelitian ini yakni *corporate identity* yang dapat membantu proses promosi produk Darana Konveksi. Dan penelitian yang terakhir oleh Army Trilidia Devega pada tahun 2022 [7]. Hasil dari penelitian tersebut yaitu media promosi interaktif yang memberikan informasi kepada masyarakat mengenai pengenalan produk pada PT. Caterpillar Fastener Manufacturer. Kelima penelitian tersebut akan dijadikan sebagai bahan referensi dalam pengembangan multimedia interaktif berbasis Android yang akan dibangun.

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan aplikasi “Multimedia Interaktif Sebagai Media Promosi Properti Pada PT. Indah Nirwana Mandiri”. Diharapkan, aplikasi ini dapat membantu PT. Indah Nirwana Mandiri untuk memberikan informasi serta mempromosikan produknya kepada masyarakat secara lebih efektif.

2. Metode Penelitian

Pengembangan multimedia interaktif sebagai media promosi pada PT. Indah Nirwana Mandiri menggunakan metode *Multimedia Development Life Cycle* (MDLC). Metode ini terdiri dari enam tahapan, yaitu konsep (*concept*), perancangan (*design*), pengumpulan materi (*material collecting*), pembuatan (*assembly*), pengujian (*testing*), dan pendistribusian (*distribution*) [8].



Gambar 1. MDLC (*Multimedia Development Life Cycle*)

Tahap konsep (*concept*) berfokus pada penentuan ide, tujuan, serta identifikasi audiens yang akan menggunakan aplikasi. Pada tahapan ini, akan dilakukan analisis 5W+1H dan SWOT untuk membantu menyusun dan mengembangkan konsep lebih lanjut. Tahap ini juga menentukan tujuan dari dibuatnya multimedia interaktif, yakni untuk kalangan masyarakat yang ingin membeli properti. Multimedia ini akan memberikan informasi umum mengenai perusahaan serta produk yang ditawarkan lengkap dengan spesifikasi dan lokasinya. Multimedia ini dikembangkan dalam basis aplikasi Android menggunakan Adobe Animate.

Pada tahap perancangan (*design*), dilakukan pembuatan spesifikasi terkait arsitektur aplikasi, desain visual, antarmuka pengguna, serta identifikasi kebutuhan material. Pada tahap *design*, dilakukan perancangan pembuatan multimedia interaktif sebagai media promosi pada PT. Indah Nirwana Mandiri. Tahapan ini meliputi pembuatan *flowchart* dan *storyboard*.

Tahap pengumpulan materi (*material collecting*) mencakup pengumpulan semua bahan yang diperlukan sesuai kebutuhan aplikasi. Tahap ini merupakan upaya untuk mendapatkan informasi yang diperlukan dalam pengembangan multimedia interaktif [9]. Proses ini menjadi langkah kritis dalam metode

ilmiah karena data yang terkumpul umumnya akan digunakan untuk memahami secara mendalam tentang PT. Indah Nirwana Mandiri. metode pengumpulan data yang digunakan diantaranya:

- a. Observasi
Data dikumpulkan melalui kunjungan langsung ke PT. Indah Nirwana Mandiri di Denpasar dan beberapa lokasi perumahan. Pengambilan foto dan video properti dilakukan untuk mendukung pengembangan aplikasi.
- b. Studi Pustaka
Data dikumpulkan dari buku, jurnal, dan sumber online yang relevan dengan multimedia interaktif, media promosi, dan properti untuk mendukung pengembangan aplikasi promosi PT. Indah Nirwana Mandiri.
- c. Wawancara
Wawancara dilakukan dengan I Gusti Ngurah Gunawan, Manajer Keuangan PT. Indah Nirwana Mandiri, untuk mendapatkan informasi yang mendukung pengembangan aplikasi.

Selanjutnya, pada tahap pembuatan (*assembly*), semua objek dan bahan multimedia dikembangkan. Pada tahap *assembly*, pengembangan “Multimedia Interaktif Sebagai Media Promosi Properti Pada PT. Indah Nirwana Mandiri” dilakukan dengan beberapa tahapan. Tahap awal adalah melakukan *editing* foto properti yang akan ditampilkan pada aplikasi Android menggunakan Adobe Photoshop, kemudian dilanjutkan dengan pembuatan video menggunakan Adobe Premiere Pro dan Adobe After Effects. Pada tahap akhir, semua elemen mulai dari video, foto, dan informasi lainnya akan dikemas dalam bentuk aplikasi Android yang dibangun menggunakan Adobe Animate. Berikut adalah tampilan dari beberapa layar aplikasi Android multimedia interaktif PT. Indah Nirwana Mandiri.

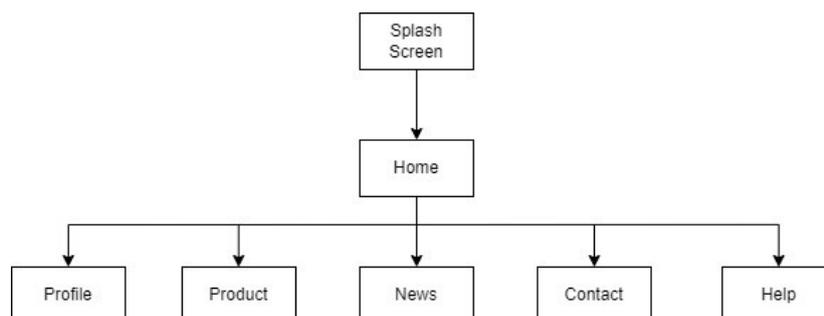
Dilanjutkan dengan tahap pengujian (*testing*) yang bertujuan untuk mengevaluasi kinerja dan fungsi setiap fitur pada aplikasi guna memastikan bahwa aplikasi beroperasi dengan baik. Metode pengujian yang digunakan adalah metode *black box testing*.

Terakhir, tahap pendistribusian (*distribution*) melibatkan penyebaran aplikasi Android kepada pengguna akhir.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Struktur Menu

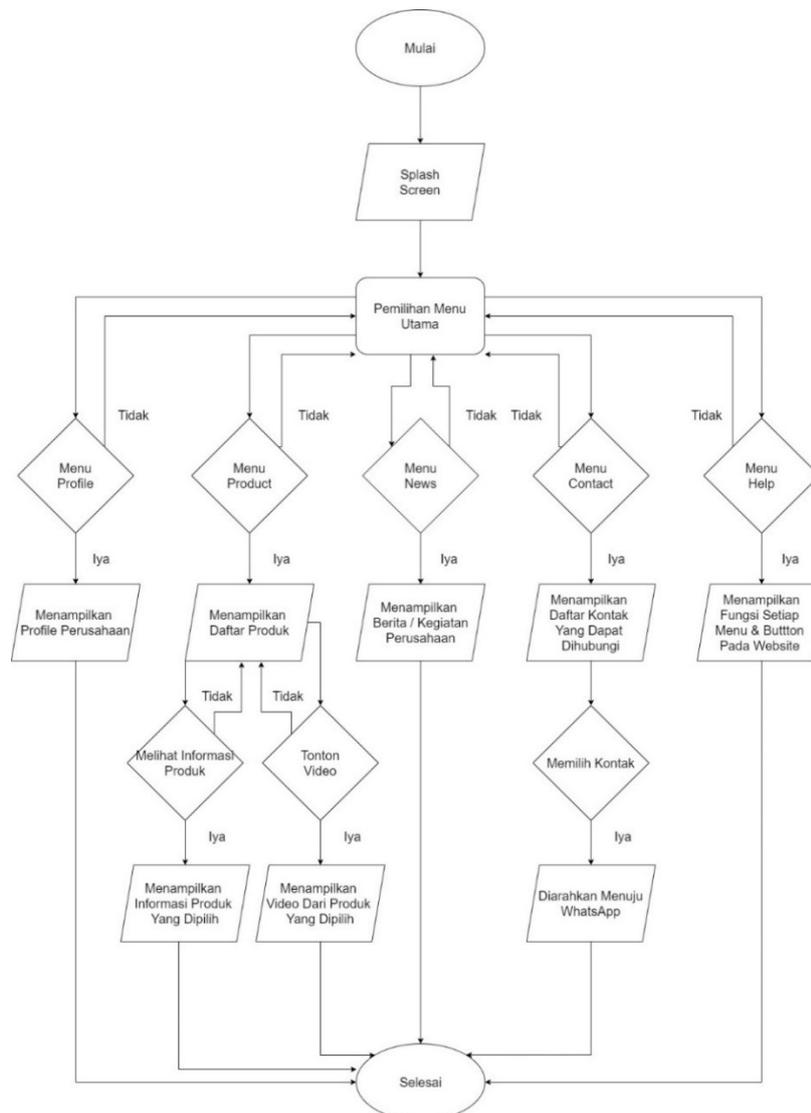
Struktur menu menampilkan gambaran sederhana dari aplikasi. Terdapat lima menu yang disediakan pada multimedia interaktif PT. Indah Nirwana Mandiri yakni menu *home* sebagai beranda, dilanjutkan dengan 5 sub menu yaitu menu *profile*, *product*, *news*, *contact* dan *help*.



Gambar 2. Struktur Menu

3.2 Flowchart

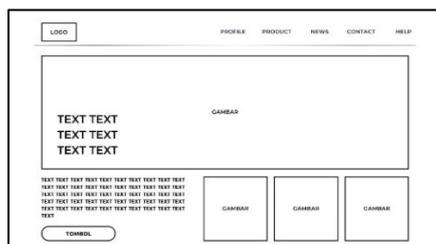
Pada tahap perancangan multimedia interaktif PT. Indah Nirwana Mandiri, *flowchart* digunakan untuk mengilustrasikan jalannya proses logika aplikasi. Diagram alir tersebut direpresentasikan seperti *flowchart* umum. Langkah-langkah dalam *flowchart* umum terdiri dari memulai aplikasi, muncul layar awal (*splash screen*), lalu masuk ke menu utama (*home*). Pada halaman utama tersedia lima pilihan menu, yakni menu *profile*, *product*, *news*, *contact*, dan *help*. Selengkapnya dapat dilihat pada *flowchart* umum gambar 3.



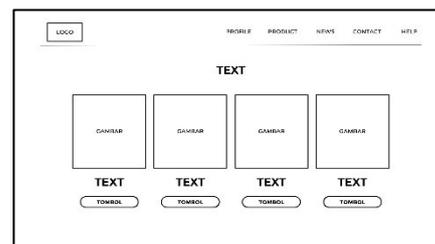
Gambar 3. Flowchart Secara Umum

3.3 Storyboard

Storyboard adalah visualisasi ide dari aplikasi yang akan dikembangkan, yang berfungsi memberikan gambaran awal tentang aplikasi yang akan dihasilkan. *Storyboard* juga dapat dianggap sebagai naskah visual (*visual script*) yang berfungsi sebagai kerangka dasar proyek, di mana setiap adegan atau tampilan digambarkan secara bertahap (*shot by shot*). Hal ini membantu merancang alur cerita dan tata letak aplikasi secara lebih jelas, mirip dengan membuat sketsa kasar sebelum menciptakan produk final [10]. Berikut adalah *storyboard* dari multimedia interaktif PT. Indah Nirwana Mandiri.



Gambar 4. Storyboard Halaman Home



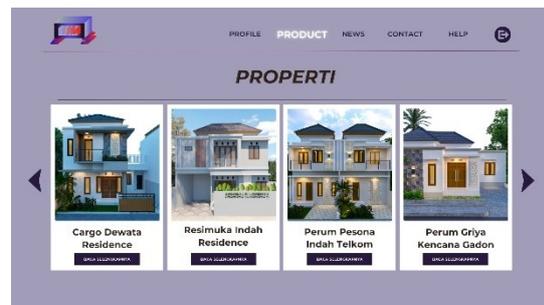
Gambar 5. Storyboard Halaman Product

3.4 Desain Aplikasi

Pengembangan aplikasi multimedia interaktif sebagai media promosi properti pada PT. Indah Nirwana Mandiri dilakukan dengan beberapa tahapan. Tahap awal adalah melakukan editing foto properti yang akan ditampilkan pada aplikasi Android menggunakan Adobe Photoshop, kemudian dilanjutkan dengan pembuatan video menggunakan Adobe Premiere Pro dan Adobe After Effects. Pada tahap akhir, semua elemen mulai dari video, foto, dan informasi lainnya akan dikemas dalam bentuk aplikasi Android yang dibangun menggunakan Adobe Animate. Berikut adalah tampilan dari beberapa layar multimedia interaktif PT. Indah Nirwana Mandiri.



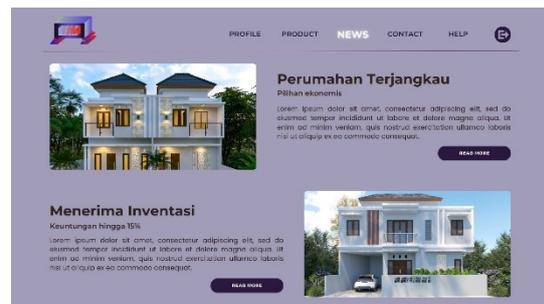
Gambar 6. Halaman Home



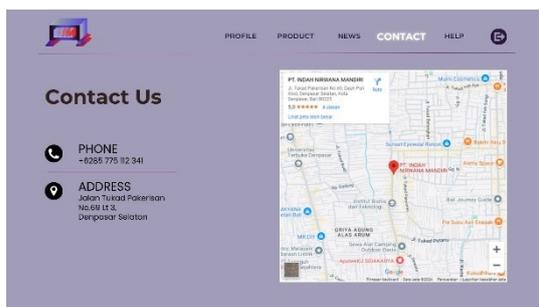
Gambar 7. Halaman Product



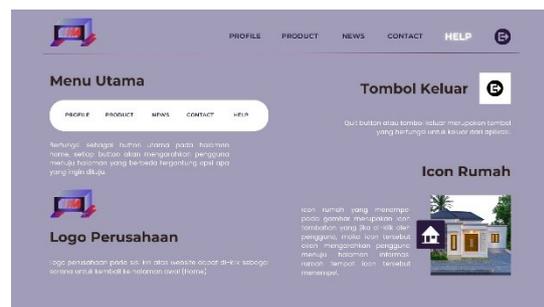
Gambar 8. Halaman Profile



Gambar 9. Halaman News



Gambar 10. Halaman Contact



Gambar 11. Halaman Help

Halaman Home merupakan halaman utama dari aplikasi, halaman home berisikan ringkasan dari keseluruhan informasi yang terdapat pada aplikasi. Selanjutnya terdapat halaman Profile, pada halaman ini pengguna dapat melihat informasi mengenai sejarah berdirinya perusahaan, visi dan misi perusahaan, lalu ditutup dengan informasi dari penulis dan dosen pembimbing 1 dan 2. Dilanjutkan dengan halaman Product, halaman ini berfungsi untuk menampilkan properti apa saja yang tersedia. Kemudian terdapat halaman News, halaman news berfungsi untuk menampilkan berita tentang perusahaan. Adapun halaman Contact yang berfungsi untuk menampilkan informasi mengenai kontak yang dapat dihubungi serta lokasi perusahaan. Terakhir yaitu halaman Help, halaman ini berfungsi untuk menampilkan informasi mengenai fungsi menu dan button yang terdapat pada aplikasi.

4. Kesimpulan

Hasil penerapan multimedia interaktif sebagai media promosi properti pada PT. Indah Nirwana Mandiri telah menghasilkan kesimpulan penting. Penggunaan metode penelitian *Multimedia Development Life Cycle* (MDLC) telah berhasil merancang sebuah aplikasi Android multimedia interaktif yang efektif sebagai media promosi properti. Aplikasi tersebut memiliki tata letak menu dan tampilan yang sederhana, sehingga pengguna dapat dengan mudah dalam mengakses dan memahami informasi perusahaan serta produk yang ditawarkan dalam aplikasi.

Daftar Pustaka

- [1] D. S. Puspitarini and R. Nuraeni, "PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House)," 2019.
 - [2] V. Stefanny and B. Tiara, "Overview Perbandingan Jumlah User Fintech (Peer-To-Peer Lending) Dengan Jumlah Pengguna Internet Di Indonesia Pada Masa Pandemi Covid-19," *Insa. Pembang. Sist. Inf. Dan Komput.*, vol. 9, no. 1, 2021.
 - [3] G. N. M. Nata, "Penerapan Virtual Tour 360 Sebagai Promosi Wisata Desa Kenderan Berbasis Website," *J. Sist. dan Inform.*, vol. 17, no. 1, pp. 30–39, 2022.
 - [4] P. G. G. Nadera, I. M. A. Santosa, R. A. N. Diaz, N. N. U. Januhari, and N. W. S. Darmayanti, "MULTIMEDIA INTERAKTIF PENGENALAN LAGU UNTUK SISWA SEKOLAH DASAR," *J. Pendidik. Dasar Rare Pustaka*, vol. 5, no. 1, pp. 1–8, 2023.
 - [5] I. P. C. M. Putra, G. N. M. Nata, and T. M. Kusuma, "Company Profile Lembaga Perkreditan Desa (LPD) Desa Adat Antosari Berbasis Web," in *Seminar Hasil Penelitian Informatika dan Komputer (SPINTER) Institut Teknologi dan Bisnis STIKOM Bali*, 2023, pp. 155–160.
 - [6] I. G. D. Adinata, G. N. M. Nata, and N. W. C. A. Pratami, "Corporate Identity Sebagai Media Promosi Darana Konveksi Berbasis Multimedia," in *Seminar Hasil Penelitian Informatika dan Komputer (SPINTER) Institut Teknologi dan Bisnis STIKOM Bali*, 2024, pp. 502–507.
 - [7] A. T. Devega, P. Panyahuti, M. Ropianto, A. Ambiyar, and M. Asriani, "Media Promosi Interaktif Pengenalan Produk Pada PT. Caterpillar Fastener Manufacturer," *JTEV (Jurnal Tek. Elektro dan Vokasional)*, vol. 8, no. 2, p. 308, 2022, doi: 10.24036/jtev.v8i2.117913.
 - [8] D. Y. Pramesti and R. W. Arifin, "Metode Multimedia Development Life Cycle Pada Media Pembelajaran Pengenalan Perangkat Komputer Bagi Siswa Sekolah Dasar," 2020. [Online]. Available: <http://ejurnal.ubharajaya.ac.id/index.php/JSRCS>
 - [9] A. Kurniasari, "PEMANFAATAN WEBSITE SEBAGAI MEDIA PROMOSI DAN PENJUALAN DI UKM NADIRA CATERING," 2023.
 - [10] I. Kunto, D. Ariani, R. Widyaningrum, and R. Syahyani, "Ragam Storyboard Untuk Produksi Media Pembelajaran," *J. Pembelajaran Inov.*, vol. 4, no. 1, pp. 108–120, Jan. 2021, doi: 10.21009/jpi.041.14.
-