BAB I
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Kerja Praktek

Mengutip dari beberapa definisi yang dirangkum oleh Janiansyah (http://janiansyah.wordpress.com/2009/05/15/pengertian-multimedia/: 2009), “Multimedia adalah kombinasi dari komputer dan video (Rosch, 1996) atau Multimedia secara umum merupakan kombinasi tiga elemen, yaitu suara, gambar dan teks (McCormick 1996) atau Multimedia adalah kombinasi dari paling sedikit dua media input atau output dari data, media dapat audio (suara, musik), animasi, video, teks, grafik dan gambar (Turban dkk, 2002) atau Multimedia merupakan alat yang dapat menciptakan presentasi yang dinamis dan interaktif yang mengkombinasikan teks, grafik, animasi, audio dan gambar video (Robin dan Linda, 2001)”. Pemanfaatan multimedia sangatlah banyak diantaranya untuk: media pembelajaran, game, film, medis, militer, bisnis, desain, arsitektur, olahraga, hobi, iklan/promosi, dll. Bila pengguna mendapatkan keleluasaan dalam mengontrol multimedia tersebut, maka hal ini disebut multimedia interaktif**.** (http://yogapw.wordpress.com/2010/01/26/pengertian-multimedia-interaktif/ : Yoga : 2010)

Menurut Caray (http://makalahdanskripsi.blogspot.com/2008/08/pengertian- perusahaan.html : 2008) perusahaan adalah suatu tempat untuk melakukan kegiatan proses produksi barang atau jasa. Hal ini disebabkan karena ‘kebutuhan‘ manusia tidak bisa digunakan secara langsung dan harus melewati sebuah ‘proses‘ di suatu tempat, sehingga inti dari perusahaan ialah ‘tempat melakukan proses‘ sampai bisa langsung digunakan oleh manusia.

Promosi menurut Djaslim saladin (2003 : 123) yaitu “suatu komunikasi informasi penjual dan pembeli yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli, yang tadinya tidak mengenal menjadi mengenal sehingga menjadi pembeli dan tetap mengingat produk tersebut” (http://www.ilmumanajemen.com/index.php?option=com_content&view=article&id=114:prom&catid=43:mnpasr&Itemid=29 : 2010).

Bagi suatu perusahaan yang baru berdiri atau sudah lama berdiri, promosi adalah salah satu unsur penting bagi kelangsungan hidup usaha bisnisnya. Begitu pula dengan App Lab yang bergerak di bidang *game developer* membutuhkan promosi sebagai media untuk menyampaikan informasi produk terbaru mereka ke pihak masyarakat luas. Seperti salah satu produk terbaru mereka, game Greedy Bird, menggunakan media *web online* sebagai salah satu sarana promosinya.

Dengan media *web online* yang bersifat multimedia interaktif, pihak pengembang game Greedy Bird bisa lebih leluasa menyampaikan informasi tentang game terbarunya ke pihak masyarakat luas, terutama pengguna ponsel *iPhone* dan ponsel bertipe *android*, sehingga masyarakat luar bisa mengetahui fitur – fitur yang ada di game Greedy Bird dan pada akhirnya membeli game Greedy Bird untuk dipasang di ponselnya.

1.2. Tujuan Kerja Praktek

1. Sebagai bahan untuk menambah pengalaman perihal dunia kerja, sehingga terbiasa bila bekerja secara sesungguhnya.
2. Memperdalam ilmu yang dipelajari di perkuliahan untuk diaplikasikan ke lingkungan pekerjaan.
3. Guna menambah relasi.

1.3. Waktu dan Tempat Pelaksanaan Kerja Praktek

Lokasi kerja praktek yang telah dilakukan di perusahaan :
PT. Idea Field Indonesia
Jln. Gatot Subroto 27, Bandung

Penulis mengajukan permohonan ke tempat tersebut agar diterima sebagai mahasiswa yang sedang malakukan kerja praktek. Setelah melalui proses wawancara serta membawa portofolio, maka Pak Sakti selaku *manager personalia* dari PT. Idea Field Indonesia, menyetujui pengajuan praktikan.

Hari Kerja	Jam Kerja
Senin	09.00 - 17.00
Selasa	12.00 - 18.00
Rabu	16.00 - 19.00
Kamis	10.00 - 17.00
Jumat	11.00 - 17.00