

Analisis & Desain Aplikasi Multimedia *untuk* Pemasaran

Pembahasan buku ini mencakup:

- Definisi pemasaran
- Mendefinisikan masalah aplikasi multimedia
- Studi kelayakan aplikasi multimedia
- Analisis kebutuhan bisnis
- Kebutuhan aplikasi multimedia serta alat bantu dalam melakukan analisis aplikasi multimedia
- Merancang konsep aplikasi multimedia
- Merancang isi aplikasi multimedia
- Strategi merancang naskah pada aplikasi multimedia
- Merancang grafik aplikasi multimedia
- Memproduksi aplikasi multimedia
- Mentes, menggunakan, dan memelihara aplikasi multimedia

Buku *Analisis dan Desain Aplikasi Multimedia untuk Pemasaran* ini membahas cara menganalisis dan merancang aplikasi multimedia dalam bidang pemasaran. Pemasaran merupakan ujung tombak perusahaan. Pesan pemasaran yang dikomunikasikan harus mampu diingat konsumen dan menyebabkan konsumen melakukan pembelian produk yang ditawarkan lewat pemasaran. Keunggulan bersaing suatu perusahaan, sesungguhnya adalah keunggulan komunikasi sehingga masalah dalam bersaing adalah masalah dalam berkomunikasi. Strategi positioning sesungguhnya adalah strategi komunikasi.

Dalam komunikasi, seperti halnya dalam arsitektur, lebih sedikit lebih baik. Anda harus mempertajam pesan agar masuk ke dalam pikiran konsumen. Multimedia dapat membantu **mempertajam pesan** tersebut karena kelebihan multimedia adalah menarik indera dan minat dan merupakan gabungan antara pandangan, suara, dan gerakan. Lembaga riset dan penerbitan komputer, yaitu Computer Technology Reseach (CTR) menyatakan bahwa orang hanya mampu mengingat 20 % dari yang dilihat dan 30 % dari yang didengar. Akan tetapi, orang dapat mengingat 50 % dari yang dilihat dan didengar dan 80 % dari yang dilihat, didengar, dan dilakukan sekaligus. Para pendukung multimedia menyatakan bahwa jika media berbagai indera ini dikombinasikan, maka efek yang dihasilkan melebihi penjumlahan bagian-bagiannya. Perusahaan-perusahaan Top Dunia yang unggul dalam bersaing menggunakan multimedia untuk mempertajam pesan-pesan pemasarannya.

MULTIMEDIA
ISBN: 979-731-238-0

