

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pada saat ini perusahaan maupun usaha kecil menengah berlomba-lomba dalam penyajian informasi maupun strategi pemasaran, sehingga mampu menarik konsumen agar membeli produk-produk yang ditawarkan oleh produsen. Dengan begitu teknologi informasi multimedia bisa menjadi salah satu pilihan untuk menyampaikan informasi pada konsumen. Multimedia merupakan gabungan dari teks, suara, gambar, video, dan animasi. (M. Suyanto, 2005) Multimedia sebagai media publikasi sekarang ini telah menjadi salah satu media pendukung dalam penyampaian informasi. Sudah banyak perusahaan yang menggunakan multimedia untuk membuat *company profile* dan ditampilkan di media sosial untuk mengiklankan produk-produk yang dijual kepada orang-orang diseluruh dunia.[1]

Company profile (Rachmat Kriyantono, 2008) adalah produk tulisan praktisi PR yang berisi gambaran umum perusahaan. Gambaran ini tidak sepenuhnya lengkap, detail dan mendalam. Perusahaan bisa memilih poin-poin apa saja yang ingin disampaikan secara terbuka kepada publiknya. Bahkan ada perusahaan yang memilih membuat *company profile* berdasarkan kepentingan publik sasaran. Ada *company profile* yang dibuat khusus untuk konsumen (pelanggan), untuk bank, untuk pemerintah, pemasok dan sebagainya. Biasanya hal ini dilakukan oleh perusahaan besar yang mempunyai bidang usaha luas dan publik yang berbeda-beda.[2]

Company profile (Danang Setiawan S, 2012) merupakan pencitraan yang baik dari sebuah perusahaan yang dapat digunakan sebagai media pemasaran yang cocok karena terdapat unsur visual berupa gambar, teks, dan *audio*, terlebih lagi jika ditambahkan unsur multimedia yang lain akan membuat klien terkesan. *Company Profile* yang kurang menarik akan menimbulkan ketidakpercayaan konsumen terhadap suatu perusahaan terutama penyedia jasa.[3]

Teknik *motion graphic* (Iman Satriaputra Sukarno, 2014) merupakan teknik yang terdiri dari dua kata yaitu *motion* yang berarti gerak dan *graphic* yang berarti grafis. Jadi animasi *motion graphic* dibentuk dari model-model yang dibuat secara grafis yang kemudian digerakan. Tujuannya dimaksudkan untuk menipu mata manusia agar mempercayai bahwa memang terjadi gerakan. Misalkan sebuah benda yang mati, lalu digerakan melalui gerakan yang sedikit demi sedikit dan teratur sehingga memberi kesan hidup.[4]

Expose Coffee merupakan usaha yang bergerak di dalam bidang makanan dan minuman. Usaha yang dikelola oleh Expose Coffee lebih fokus dalam pembuatan kopi. Usaha yang sudah berdiri sejak tahun 2014 ini beralamat di Jalan Sorowajan Baru No.17 Banguntapan, Bantul, Yogyakarta. Usaha penjualan kopi di area Yogyakarta sudah tergolong baik karena dipercaya sebagai penyaji kopi berkualitas terbaik sama seperti cafe dibidang serupa seperti Ling-Lung Coffee dan Goeboex Coffee serta Cafe kecil lainnya.



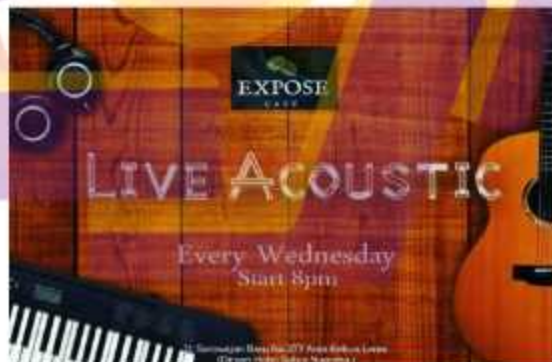
Gambar 1. 1 Instagram Cafe Expose Coffee

Namun semakin tingginya tingkat persaingan dibidang yang sama, mendorong Expose Coffee untuk lebih memperkenalkan usahanya melalui video yang menarik serta adanya keinginan untuk meningkatkan nama baik usahanya. dengan adanya iklan Promosi ini diharapkan penyampaian informasi akan lebih efektif dan menarik sehingga pesan yang disampaikan dapat diterima dengan jelas dan tidak membosankan, sehingga dapat menyakinkan konsumen untuk berkunjung ke cafe Expose Coffe. Diharapkan dengan video promosi ini cakupan pemasaran akan semakin luas karena iklan dapat di tayangkan di instagram, facebook, youtube dan media sosial lainnya, sehingga calon pembeli lebih banyak sehingga dapat meningkatkan produktifitas perusahaan.

Disamping itu juga untuk memperbaiki promosi perusahaan yang sebelumnya masih menggunakan *banner*, spanduk, brosur, dan kartu nama yang berakibat lemahnya administrasi, pemborosan tenaga, pembengkakan biaya, penyajian yang buruk dan penyampaiannya yang kurang optimal. Dan juga masih banyaknya konsumen yang kebingungan dimana cafe Expose Coffee berada.



Gambar 1. 2 Spanduk Cafe Expose Coffee



Gambar 1. 3 Banner Cafe Expose Coffee



Gambar 1. 4 Brosur Cafe Expose Coffee

Melihat dari kenyataan diatas diperlukan suatu sarana informasi untuk memperkenalkan usaha tersebut. Sehingga hadirnya pengenalan *company profile* dengan teknik *motion graphic* dapat menunjang dan memperbaiki kekurangan pada promosi cafe Expose Coffee. Oleh karena itu penulis ingin mengembangkan suatu media pengenalan perusahaan yang lebih menarik dengan judul “Pembuatan *Company Profile* Sebagai Media Promosi Expose Coffee dengan Teknik *Motion Graphic*”.

1.2. Rumusan Masalah

Dari uraian di atas, akan didapat rumusan permasalahan dalam penelitian yaitu “Bagaimana membuat *company profile* sebagai media promosi untuk cafe Expose Coffee?”

1.3. Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan diatas, maka didapatkan beberapa batasan masalah dari penelitian ini. Diantaranya :

1. Objek penelitian adalah cafe Expose Coffee yang hasil produksinya adalah makanan dan minuman.
2. Pembuatan *company profile* sebagai media promosi dengan menerapkan teknik *motion graphic* dengan durasi 0,59 detik.
3. Didalam video akan terdapat informasi yaitu:
 - Gambaran umum perusahaan.
 - Alamat cafe Expose Coffee.
 - Tayang di Instagram dan media sosial lainnya.
 - Resolusi video HD (1280x720p)
 - Aplikasi yang digunakan Adobe Premiere Pro CC 2018, Adobe Illustrator CC 2018, Adobe After Effects CC 2018 dan Corel Draw X7.
 - Macam-macam makanan dan minuman yang dibuat di cafe Expose Coffee.
 - Fasilitas serta kelebihan yang ada pada cafe Expose Coffee.
 - *Contact person* cafe Expose Coffee.

1.4. Maksud dan Tujuan Penelitian

Adapun maksud dan tujuan dari penelitian yang ingin dicapai adalah sebagai berikut :

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah variasi pembuatan *Company Profile* perusahaan yang lebih menarik dan inovatif.
2. Sebagai media promosi untuk cafe Expose Coffee.
3. Memecahkan permasalahan yang dihadapi konsumen ketika bingung saat ingin memesan produk cafe Expose Coffee.
4. Memberikan informasi untuk konsumen Cafe Expose Coffee dan di upload di instagram.
5. Sebagai syarat kelulusan untuk menyelesaikan program Strata I Sistem Informasi di Universitas Amikom Yogyakarta.

1.5. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam pembuatan video *company profile* cafe Expose Coffee adalah sebagai berikut:

1.5.1. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data (Wiyatul Fitriani, 2013) terbagi atas 4 bagian dan digunakan dalam penelitian ini, diantaranya adalah sebagai berikut : [5]

1. Kepustakaan

Pengumpulan data dari jurnal-jurnal penelitian yang berkaitan dengan *company profile* dan teknik *motion graphic* di perpustakaan Universitas AMIKOM Yogyakarta.

2. Observasi

Pengumpulan data dengan cara pengamatan langsung objek yang diteliti hingga mendapatkan data yang akurat di cafe Expose Coffee .

3. Wawancara

Melakukan wawancara kepada Abangnda Wahyu Kurniawan Harahap selaku owner di cafe Expose Coffee terkait tempat penulis melakukan penelitian.

4. Dokumentasi

Melakukan pengambilan gambar makanan serta minuman dan juga peta lokasi di cafe Expose Coffee.

1.5.2. Metode Analisis

Data yang sudah terkumpul dan diolah kemudian dianalisis dengan menggunakan analisis SWOT (Philip Kotler, dan Kevin Lane Keller, 2009) yaitu *strenghis, weaknesses, opportunities, threats*. Disini penulis akan menganalisa tentang kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman di cafe Expose Coffee . [6]

1.5.3. Metode Pembuatan

Metode Pembuatan video ini dilakukan dengan 3 tahapan (M. Suyanto, 2005) yaitu sebagai berikut:[7]

- Pra Produksi yaitu penulis merancang konsep dengan membuat alur cerita atau *storyboard* untuk memecahkan masalah pada hasil analisis data di cafe Expose Coffee.

- Produksi yaitu dengan melakukan pengembangan tahapan produksi meliputi pembuatan gambar grafis hingga menganimasikan gambar.
- Pasca Produksi dengan melakukan *compositing*, *editing*, dan *rendering* video.

1.5.4. Metode *Testing*

Penulis melakukan *testing* terhadap video dengan cara menayangkannya dan memperlihatkan kepada Wahyu Kurniawan Harahap selaku *owner* di cafe Expose Coffee.

1.6. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan pada penelitian skripsi ini agar dapat memberikan penyajian laporan yang mudah dimengerti dan terstruktur, diantaranya adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini akan membahas tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini berisi tinjauan pustaka yang dipakai penulis dalam membuat skripsi yang meliputi teknik *motion graphic* dan teori-teori lainnya yang berkaitan dengan penyusunan rancangan skripsi.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Dalam bab ini berisi tentang penyusunan naskah, *storyboard* dan penerapan aplikasi untuk mengedit video.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini berisi mengenai istilah-istilah yang berada di bab ketiga.

BAB V PENUTUP

Dalam bab ini berisikan tentang kesimpulan dan saran yang merupakan rumusan dari analisa dan pembahasan bab-bab sebelumnya.

