

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Company Profile merupakan gambaran umum perusahaan, yang mencakup dalam buku yang di rancang untuk melakukan serangkaian media informasi yang terpadu. Tujuan utama pembuatan *company profile* yaitu sebagai identitas perusahaan guna menjalin kerjasama dengan pihak terkait. Selain itu, *company profile* berfungsi sebagai media informasi yang tepat untuk memperkenalkan profil perusahaan dan produk yang dimiliki oleh perusahaan. Website, media cetak, aplikasi interaktif, video dan foto merupakan jenis dari *company profile*. *Company profile* sangatlah penting karna melalui *company profile* suatu perusahaan mampu memperkenalkan diri kepada calon relasi atau konsumen, dengan demikian, calon konsumen bisa mengerti tentang suatu profil ataupun produk yang dimiliki oleh perusahaan. Jenis yang dipilih tergantung dari kebutuhan perusahaan. Seiring dengan berkembangnya teknologi, perusahaan banyak menggunakan *company profile* yang dikemas dalam bentuk foto karena dianggap lebih menarik dan mudah diakses oleh semua kalangan. Perkembangan zaman dan teknologi, maka semakin banyak juga perangkat yang muncul dan terus berkembang, salah satunya fotografi. Fotografi merupakan salah satu bidang komunikasi yang sangat di gemari oleh berbagai macam kalangan, tak terkecuali di Indonesia. Perkembangan fotografi mampu mempengaruhi pandangan seseorang terhadap suatu peristiwa melalui karya foto.

Untuk meningkatkan pemasaran, diperlukan fasilitas media pendukung informasi, seperti produksi sebuah karya foto yang sekarang ini banyak digunakan sebagai media informasi oleh banyak organisasi atau instansi. Sehingga harus diakui bahwa pemasaran berbasis digital atau multimedia menjadi alternatif pilihan yang sangat efektif. Salah satu cara yang banyak dipilih untuk meningkatkan *brand awareness* kepada masyarakat adalah membuat foto yang memuat informasi tentang sebuah perusahaan dengan tujuan memperkenalkan badan usaha maupun bisnis yang dijalankan. Informasi merupakan salah satu sumber daya yang diperlukan dalam suatu organisasi, informasi juga merupakan sebuah data yang di proses sedemikian rupa sehingga meningkatkan pengetahuan seseorang yang menggunakan data tersebut.

Bakmi Kadin 1947 merupakan salah satu pelaku bisnis yang bergerak di bidang kuliner yang sudah melayani penggemarnya sejak tahun 1947 maka tidak heran jika warung bakmi yang satu ini masuk di kategori Legendanya Yogyakarta. Bakmi Kadin 1947 yang berlokasi di Jl. Bintara Kulon no.3 dan 6 Yogyakarta yang didirikan oleh Kerto Kasidin selaku pemilik Bakmi Kadin 1947. Bakmi Kadin ini memiliki keistimewaan dalam mengolah masakannya, bakmi jawa ini masih menggunakan cara masak yang tradisional yaitu menggunakan tungku yang di buat dari tanah liat (anglo) dan pengapian nya menggunakan bahan dasar arang, berbeda dengan bakmi lainnya, Bakmi Kadin tetap menjaga citarasa dari masakan dengan cara memasak bakmi sesuai dengan porsi nya satu per satu, meskipun setiap pembeli memesan dengan jumlah porsi yang banyak, selain itu bahan dasar yang digunakan Bakmi Kadin ini menggunakan bahan dasar yang premium diantaranya

menggunakan suwiran ayam kampoeng, dan telur bebek sehingga akan memperoleh rasa yang nikmat dan khas dari Bakmi Kadin. Selain rasanya yang khas, Bakmi Kadin juga memiliki keunikan lainnya yaitu mempunyai satu hiburan yang bisa menemani waktu selagi menunggu pesanan pembeli datang, ada sekelompok grup musik kroncong yang memainkan lagu lagu kroncong dengan alunan lagu yang membuat suasana restoran semakin terasa nyaman lagu lagu yang di nyanyikan membuat para pembeli terpesona dan tidak merasa bosan ketika sedang berada di Bakmi Kadin 1947, selain menyanyikan lagu kroncong lawas grup musik kroncong ini juga bisa menyanyikan lagu lagu baru yang sedang ngetop dan masih menggunakan ciri khas genre kroncong nya.

Melihat latar belakang sejarahnya, pada mulanya bakmi ini berasal dari Desa Piyaman, Wonosari, Gunung kidul, Yogyakarta yang dipercaya sebagai tempat asal pembuat bakmi jawa. Dalam perkembangannya, kuliner tradisional ini telah menyebar dan ada hampir diseluruh wilayah Indonesia maupun luar negeri. Penjualnya pun memiliki ciri khas tersendiri. Mereka biasanya menjajakan dagangannya mulai senja dengan menggunakan gerobak tempat memasak bakmi di depan tempat usaha mereka. Di Yogyakarta sendiri telah ada banyak penjual bakmi jawa yang sudah sangat terkenal. Terdapat Bakmi Pak Pele di Alun-Alun Utara, Bakmi Kadin, Bakmi Mbah Hadi Terban, Bakmi Mbah Mo di Desa Code, Tirirenggo, Bantul dan Bakmi Mbah Wito di Desa Piyaman, Wonosari, Gunungkidul. Para pecinta kuliner belum lengkap rasanya jika belum mencoba mencicipi masakan Bakmi Jawa ini. Dan kini Bakmi Kadin 1947 telah memiliki satu cabang yang terletak di legona, Jalan Kaliurang Km. 15,5 kledokan Kabupaten

Sleman. Dengan bertambahnya cabang Bakmi Kadin 1947 konsumen yang sedang berwisata ke Kawasan Wisata Kaliurang dapat lebih dekat dan bisa merasakan kenikmatan bakmi Jawa satu ini.

Keunikan dari Bakmi Kadin 1947 menjadi daya tarik penulis dalam membuat karya *Photo Company Profile* Bakmi Kadin 1947, dengan adanya perancangan *photo company profile* Bakmi Kadin 1947 yang akan di kemas dalam bentuk Magazine akan menciptakan daya tarik untuk pelanggan meningkatkan rasa keingintahuan nya terhadap Bakmi Kadin 1947 dengan menyediakan sumber informasi yang mudah dikonsumsi oleh masyarakat dan meningkatkan *image* yang lebih bagus untuk Bakmi Kadin 1947. Karena itu, penulis tertarik melakukan perancangan *photo company profile* pada Bakmi Kadin 1947, dengan judul: "PERANCANGAN PHOTO COMPANY PROFILE PADA BAKMI KADIN 1947"

1.2 Fokus Permasalahan dan Rumusan Masalah

1.2.1 Fokus Permasalahan

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan, maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah:

1. Menvisualisasikan karya *photo company profile* Bakmi Kadin 1947
2. Merancang *photo company profile* yang dapat menarik perhatian sebagai alat media promosi dan informasi Bakmi Kadin 1947
3. Penerapan Teknik foto untuk menghasilkan karya yang menarik dalam *photo company profile* Bakmi Kadin 1947

1.2.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana memvisualisasikan karya *Photo Company Profile* Bakmi Kadin 1947
2. Bagaimana merancang *Photo Company Profile* yang dapat menarik perhatian sebagai alat media promosi dan informasi Bakmi Kadin 1947
3. Bagaimana penerapan Teknik foto untuk menghasilkan karya yang menarik dalam *Photo Company Profile* pada bakmi Kadin 1947

1.3 Tujuan Penciptaan

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan penciptaan karya *Photo company profile* ini adalah ;

1. Mendeskripsikan proses visualisasi karya *Photo company Profile* agar bisa memberikan informasi yang mendetail dan mudah dipahami sehingga lebih di kenal oleh konsumen
2. Mendeskripsikan penerapan Teknik foto pada *Photo Company Profile* Bakmi Kadin 1947
3. Karya ini di buat untuk memenuhi persyaratan mencapai gelar sarjana strata satu (S1) penulis sendiri dan juga sebagai sarana untuk penulis memvisualisasikan kedalam bentuk Magazine

1.4 Manfaat Penciptaan

1.4.1 Manfaat Akademis

Proyek ini diharapkan dapat berguna untuk pengembangan ilmu komunikasi terutama dalam bidang konten creator dalam sebuah karya sehingga berguna untuk pembelajaran, sebagai referensi dan sumber pengetahuan untuk penelitian selanjutnya.

Selain itu untuk lebih memahami tentang seni fotografi, sehingga dapat menambah wawasan serta keberagaman objek penilaian estetika.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Sebagai media untuk mengeluarkan ide melalui karya fotografi dalam bentuk *Photo company profile*
2. Sebagai media untuk memperkenalkan proses pembuatan karya fotografi
3. Sebagai media untuk menyampaikan pesan atau informasi mengenai Bakmi Kadin 1947 agar lebih mudah dipahami dan dikenal oleh masyarakat luas