

## BAB I

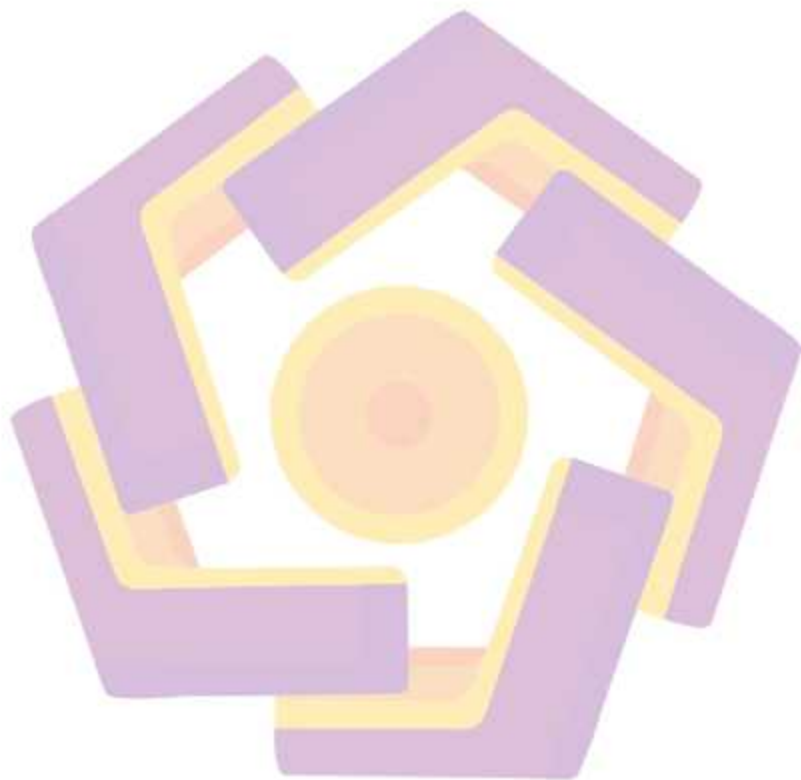
### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Penciptaan Karya

Kota Yogyakarta berdiri karena adanya perjanjian Giyanti pada tahun 1775. Yogyakarta dikenal dengan julukan kota pelajar karena berkaitan dengan sejarah dan peran kota ini dalam dunia pendidikan Indonesia. Kota Yogyakarta juga merupakan kota yang terkenal dengan pariwisata, budaya, dan kuliner yang kaya. Banyak wisatawan tertarik mengunjungi kota Yogyakarta karena kekayaan budaya, kuliner, serta pariwisata yang dimiliki kota Yogyakarta (Januar, 2023). Dikutip dari Badan Pusat Statistika Provinsi D.I. Yogyakarta (2023), pada bulan Juli 2023 jumlah wisatawan yang mengunjungi Yogyakarta mencapai 12.444 kunjungan.

Terdapat beberapa tempat wisata yang sering dikunjungi oleh wisatawan diantaranya, Kawasan Malioboro, Tugu, Benteng Vredenburg, Kraton, Taman Sari, Alun-Alun Kidul, Candi Prambanan, dan masih banyak lagi (Tysara, 2023). Selain pariwisata, Yogyakarta juga memiliki beragam kuliner unik yang dapat dinikmati wisatawan. Beberapa kuliner yang menjadi keberagaman kuliner Yogyakarta diantaranya, Gudeg, Bakpia, wedang ronde, weeding uwuh, dan masih banyak lagi (Azzahra, 2023). Tak jarang keberagaman kuliner kota Yogyakarta menjadi buah tangan bagi orang-orang terdekat. Umumnya bakpia menjadi oleh-oleh khas Yogyakarta yang wajib dibawa. Namun seiring dengan perkembangan kuliner Yogyakarta, oleh-oleh khas Yogyakarta menjadi semakin beragam. Untuk memperkenalkan oleh-oleh khas Yogyakarta yang erat dengan budaya dan ciri khas kota Yogyakarta diperlukan media penyampaian informasi yang diharapkan mampu meningkatkan pengetahuan khalayak terkait oleh-oleh khas Yogyakarta. Media penyampaian informasi tersebut tak cukup hanya dengan teks saja, melainkan dengan menggabungkan unsur audio dan video serta animasi yang

dapat menarik perhatian khalayak. Selain itu media penyampaian informasi tersebut perlu dilengkapi dengan



narasi yang membuat khalayak merasa lebih dekat dengan perusahaan dan menyerap seluruh informasi yang ingin disampaikan. Salah satu bentuk penyampaian informasi yang memiliki unsur *audio visual* adalah *video company profile*.

*Video company profile* adalah sebuah upaya untuk memperkenalkan secara persuasif serta sebagai media promosi bagi khalayak atau perusahaan lain. *Video company profile* berhubungan dengan segala hal tentang produk dan desain yang akan diperkenalkan kepada khalayak untuk media promosi. Selain itu *video company profile* juga sering digunakan oleh perusahaan untuk kepentingan memperkenalkan atau mempromosikan bisnis yang dimiliki (Sumadewa & Angrawan, 2020). *Video company profile* merupakan suatu media yang efektif dalam mempropagandakan perusahaan, produk, hingga promosi untuk potensi suatu daerah (Irfan, 2013).

Penulis membuat *video company profile* sebagai media penyebar informasi untuk memperkenalkan keragaman oleh-oleh khas Yogyakarta kepada khalayak. Salah satu bentuk keberagaman oleh-oleh khas Yogyakarta adalah produk cokelat dengan beragam varian. Cokelat nDalem merupakan salah satu oleh-oleh dari Yogyakarta. Penulis memilih cokelat nDalem sebagai objek pembuatan *video company profile* karena keunikan yang dimiliki oleh cokelat nDalem. Salah satu keunikan cokelat nDalem adalah *brand* ini erat kaitannya dengan budaya Jawa, hal ini terlihat dari kemasan varian *extra dark*, *dark*, dan *less sugar dark* yang mereka ilustrasikan dengan batik pernikahan khas Jawa. Budaya Jawa juga tertuang dalam kemasan varian pedas yang diilustrasikan dengan wayang yang dipadukan dengan sentuhan komik, serta varian rempahnesia yang diilustrasikan dengan prajurit keraton. Selain itu pemilihan cokelat nDalem sebagai objek *video company profile* juga didasari atas pernyataan perusahaan yang mengatakan bahwa masyarakat masih banyak yang belum mengenal produk dan perusahaan mereka, serta belum adanya *video company profile* yang dapat menyebar luaskan informasi terkait perusahaan tersebut.

cokelat nDalem adalah usaha yang sudah didirikan sejak tahun 2013. cokelat nDalem didirikan sebagai persembahan kepada kota Yogyakarta. cokelat nDalem memiliki tujuan menjadi cokelat tanda hati dari jogja, tujuan tersebut juga menjadi *tagline* yang mereka miliki. cokelat nDalem sangat erat kaitannya dengan budaya masyarakat jawa. Hal tersebut terlihat dari nama perusahaan ini yaitu “nDalem” yang memiliki arti rumah dalam bahasa jawa. cokelat nDalem mencoba mengeksplorasi pengertian kata “rumah” dengan mengartikannya bahwa nDalem adalah tempat dimana hati kembali. Perusahaan cokelat nDalem membuat konsep dan cerita bahwa nDalem merupakan rumah hati sebagai tempat untuk membuat cokelat dengan hati sebagai “tanda hati” dari Yogyakarta. Pembangunan *brand* cokelat nDalem terinspirasi dari latar belakang pendiri perusahaan tersebut yang masih erat dengan budaya Jawa, sehingga lahirlah cokelat nDalem yang menggabungkan citarasa, cerita, dan pengalaman Indonesia melalui sebatang cokelat.



*Gambar 1.1 Variasi cokelat dan kemasan cokelat nDalem*

*Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2024*

cokelat nDalem mengemas produk coklatnya menggunakan kemasan yang terdapat unsur budaya jawa didalamnya. Hal tersebut dilakukan dengan tujuan untuk menceritakan budaya Jawa kepada setiap pembelinya. Produk yang berhasil diproduksi oleh cokelat nDalem memiliki varian rasa yang unik daripada produk cokelat lainnya. Beberapa keunikan varian rasa cokelat tersebut tertuang dalam cokelat dengan varian rasa es rujak, wedang bajigur,

wedang uwuh dan masih banyak lagi. Selain itu, cokelat nDalem juga menyediakan varian cokelat custom yang dapat menjadi pilihan pembeli untuk memberikan cokelat sebagai hadiah atau sebuah cinderamata. Cokelat nDalem bekerjasama dengan para petani kakao lokal asal Gunung Kidul untuk menghasilkan coklat berkualitas yang berasal dari biji kakao lokal (Lulu, 2021).

Dalam pemasarannya, cokelat nDalem memfokuskan pemasarannya melalui market place dan operasional toko dikurangi secara waktu, hal tersebut dilakukan sejak masa pandemi (Lulu, 2021). Cokelat nDalem juga melakukan pemasaran melalui keikutsertaannya dalam pameran kuliner. Seperti yang dikutip dari website Radio Republik Indonesia cokelat nDalem menjadi salah satu UMKM yang mengikuti pameran perdagangan makanan dan minuman berskala Internasional yang bertempat di Singapur Expo (Desiandra, 2024). Cokelat nDalem juga mengikuti pameran kuliner di Jepang, hal tersebut disampaikan narasumber pada saat proses wawancara bersama penulis.

Penulis bertanggung jawab sebagai penulis naskah dalam proses pembuatan video *company profile* tersebut. Penulis naskah merupakan seseorang yang berperan membuat naskah untuk bahan siaran, penulis naskah memiliki kemampuan untuk merubah ide ke dalam suatu naskah yang tercipta dari hasil imajinasi yang dibuat menjadi suatu tulisan menarik dan memiliki pesan baik bagi pemirsa (Fachruddin dalam (Farhani & Sudono, 2019)). Penulis memadukan video dan narasi menggunakan *storytelling*. Pemilihan *storytelling* bertujuan untuk membuat *audience* lebih mudah memahami pesan yang ingin disampaikan dalam video *company profile* tersebut. Penulis memadukan penggunaan kata-kata sederhana namun tetap bisa memberikan pemahaman secara menyeluruh bagi khalayak pada pembuatan narasi video *company profile* tersebut. Penggunaan *storytelling* bertujuan agar memberikan kesenangan kepada khalayak serta mengembangkan imajinasi *audience* (Triyana & Safifah, 2021). Pada karya ini penulis ingin menyampaikan informasi terkait keunikan yang dimiliki oleh perusahaan

cokelat nDaelm yaitu implementasi budaya Indonesia terutama budaya Jawa pada kemasan dan variasi produk yang mereka miliki. Dengan menggunakan teknik *storytelling* penulis ingin menyampaikan secara *soft selling* terkait sejarah, visi dan misi, produk, serta keunikan yang dimiliki oleh perusahaan cokelat nDaelm.

Penggunaan *storytelling* dalam karya ini juga bertujuan untuk membentuk citra perusahaan cokelat nDalem. Menurut Alma (2002) citra merupakan suatu kesan yang diperoleh sesuai dengan pengetahuan ataupun pengalaman seseorang tentang sesuatu. Pendapat lain mengatakan citra dirlkan sebagai pandangan seorang pelanggan mengenai suatu perusahaan (Parto Purba, 2017). Karya ini akan mengangkat citra perusahaan cokelat nDaelm di mana cokelat nDaelm merupakan perusahaan yang erat dengan budaya Indonesia terutama budaya Jawa. Karya ini bertujuan untuk membangun citra cokelat nDaelm yang tak hanya memiliki produk coklat dengan varian rasa yang unik namun juga berkomitmen untuk mengenalkan budaya Indonesia terutama budaya Jawa melalui setiap produknya. Setiap produk cokelat nDaelm dikemas dengan kemasan yang dimasukkan budaya jawa di dalamnya dengan tujuan sebagai alat bercerita tentang rupa budaya yang ada di Jawa dan Yogyakarta.

## **1.2 Manfaat Penciptaan**

### **A. Manfaat Praktis**

Penulis menyusun tugas akhir ini dengan harapan video *company profile* yang telah di produksi dapat menjadi media penyampaian informasi kepada khalayak sehingga dapat meningkatkan citra perusahaan cokelat nDalem.

### **B. Manfaat Akademis**

Penyusunan tugas akhir ini merupakan kewajiban penulis sebagai mahasiswa tingkat akhir. Harapan penulis dengan adanya tugas akhir ini dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya yang nantinya

akan membuat konsep yang serupa yaitu video *company profile* dari suatu perusahaan.

