

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan zaman yang semakin pesat memberikan tantangan tersendiri bagi sebuah perusahaan untuk melakukan promosi dengan ide dan gagasan yang unik serta menimbulkan feedback yang positif bagi perusahaan maupun masyarakat. Sebab semakin tinggi tingkat ketertarikan konsumen terhadap promosi yang dibuat maka akan berbanding lurus dengan ketertarikan konsumen terhadap produk maupun jasa yang ditawarkan sang pembuat iklan tersebut [1].

Agar promosi yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh masyarakat, perusahaan harus membuat laporan yang didalamnya berisi tentang sejarah, tujuan, dan informasi penting lainnya yang selanjutnya disebut sebagai *Company Profile*. Banyak teknik yang dapat digunakan untuk membuat *Company Profile*, yang paling umum ditemui adalah penggunaan media *Photography* dan *Videography*. *Company Profile Photography* adalah usaha untuk merepresentasikan dan menggambarkan konsep perusahaan secara jelas dan menarik melalui foto, sedangkan *Videography* adalah melalui video [2].

Selain *Photography* dan *Videography*, terdapat media alternatif lain untuk membuat sebuah *company profile*, yaitu dengan menggunakan media *jingle*. *Jingle* pada dasarnya merupakan lagu atau nada pendek yang digunakan untuk mempromosikan sesuatu[3]. *Jingle* mempunyai keunggulan tersendiri jika dibandingkan dengan media lain, salah satunya adalah mempermudah *audience* dalam pengingatan *brand* dan pesan-pesan yang disampaikan. *Jingle* Indomie ataupun Teh Botol Sosro memiliki nada yang sama dari dulu hingga sekarang, sehingga membuat kita para konsumen bisa mengingat bahkan menyanyikan *jingle* mereka[4].

Mandala Roastery adalah sebuah cafe yang menyediakan *Roastery Coffee*, *Slow Bar*, dan *Art Gallery*. Mandala Roastery didirikan oleh Muchammad Guruh

Mandalatirta pada 28 November 2018, berlokasi di Jalan Taman Siswa, Gang Bojowiguno No.1274B, Wirogunan, Kecamatan Mergangsan, Yogyakarta. Yang spesial dari Roastery ini adalah biji kopi yang diolah berasal dari berbagai macam daerah, yaitu Aceh, Garut, Flores, Temanggung, Sumatera, hingga Kenya, Afrika. Sementara jenis biji kopi yang diolah oleh Mandala Roastery adalah Arabica dan Robusta.

Mandala Roastery belum banyak dikenal oleh para pecinta kopi. Saat ini Mandala Roastery hanya melakukan promosi melalui media sosial. Media sosial yang digunakan Mandala Roastery untuk melakukan promosi adalah Instagram, yaitu dengan cara memposting foto dan video. Dikarenakan hal tersebut, Mandala Roastery dapat dibilang belum terpublikasi dengan baik dikarenakan penyampaian informasi yang kurang optimal, maka dari itu Mandala Roastery ingin berinovasi dengan membuat jingle yang dimaksudkan untuk menjadi sebuah media alternative promosi yang bertujuan untuk lebih mengenalkan keunggulan yang ada pada Mandala Roastery agar dapat menambah daya tarik masyarakat luas.

Dengan latar belakang tersebut, penulis terdorong untuk melakukan penelitian dengan judul "*Pembuatan Jingle Mandala Roastery Sebagai Media Promosi Menggunakan Digital Audio Workstation*".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasar latar belakang masalah seperti di 1.1, penulis terdorong untuk melakukan penelitian dengan judul "*Pembuatan Jingle Mandala Roastery Sebagai Media Promosi Menggunakan Digital Audio Workstation*".

1.3 Batasan Masalah

Adapun hal-hal mengenai batasan masalah untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Peneliti hanya membuat jingle bagi pihak Mandala Roastery selaku objek penelitian.

2. Perangkat lunak atau *software* yang digunakan adalah Image-Line FL Studio 21, PreSonus Studio One 6, (yang lain menyusul setelah jingle selesai).
3. Format Audio yang dihasilkan adalah .WAV.
4. Audio yang dibuat memiliki batas durasi 1 menit dan 30 detik.
5. Hasil Audio diserahkan kepada pihak Mandala Roastery dan dikelola sendiri oleh pihak Mandala Roastery.

1.4 Tujuan Penelitian

1. Tujuan dari diadakannya penelitian ini adalah menjelaskan tahapan pembuatan jingle yang digunakan sebagai media promosi menggunakan *Digital Audio Workstation*.
2. Membantu objek penelitian yang dalam hal ini adalah Mandala Roastery dalam memaksimalkan publikasi.
3. Sebagai salah satu syarat wajib yang harus dipenuhi untuk meraih gelar Strata 1 yang ditempuh di Universitas Amikom Yogyakarta.

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu media yang memperkenalkan Mandala Roastery kepada masyarakat umum untuk mencapai tujuan dari suatu perusahaan.

1.5.1 Bagi Penulis

1. Dapat menambah pengetahuan sekaligus memperdalam pengetahuan atas teori yang telah diajarkan khususnya yang berkaitan dengan *Digital Audio Workstation*.
2. Dapat melakukan penyusunan skripsi sebagai syarat untuk meraih gelar Strata 1 dengan jurusan Sistem Informasi di Universitas Amikom Yogyakarta. Bagi Penulis.

1.5.2 Bagi Mandala Roastery

1. Memperkenalkan Mandala Roastery kepada masyarakat luas.
2. Mengoptimalkan media publikasi dan promosi Mandala Roastery.

1.5.3 Bagi Masyarakat Umum

1. Memberi informasi kepada masyarakat umum tentang Mandala Roastery.

1.5.4 Bagi Universitas Amlkom Yogyakarta

1. Dokumentasi karya ilmiah berupa skripsi dibidang Multimedia.
2. Referensi bagi mahasiswa yang sedang mengerjakan karya ilmiah berupa Skripsi.

1.5.5 Bagi Pembaca

1. Sebagai acuan dan pedoman apabila melakukan penelitian dengan topik bahasan yang sama.
2. Menambah ilmu dan wawasan pembaca.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang studi literatur dan dasar teori.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang objek penelitian, alur penelitian, serta alat dan bahan.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang tahapan concept, tahapan design, tahapan material collecting, tahapan assembly, tahapan testing, dan tahapan distribution.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran.