

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada saat ini perusahaan maupun usaha kecil menengah dituntut untuk lebih inovatif dan kreatif dalam penyajian informasi maupun strategi pemasaran, sehingga mampu menarik konsumen untuk melakukan pembelian 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. 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 internet untuk mengiklankan produk-produk yang dijual atau memperkenalkan perusahaan kepada orang-orang diseluruh dunia.[1]

Company profile memiliki peranan yang penting bagi sebuah perusahaan karena dapat mempresentasikan visi dan misi perusahaan atau apa yang ingin ditawarkan kepada konsumen. Selain itu manfaat lain dari *company profile* sebagai sarana presentasi yang dapat mempersingkat pertemuan sehingga konsumen tidak perlu bertanya secara detail tentang profil, visi, dan misi perusahaan secara langsung.

Company profile 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.[2]

Teknik *motion graphic* 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.[3]

Ayam Batokok Khas Minang merupakan salah satu usaha yang bergerak dibidang kuliner yang terletak di Sleman, DI Yogyakarta. Ayam Batokok Khas Minang ini berdiri pada tahun 2017 sampai sekarang, dan memiliki cukup banyak pelanggan terutama dari kalangan mahasiswa minang-sendiri. Namun semakin tingginya tingkat persaingan dibidang yang sama, mendorong Ayam Batokok Khas Minang untuk lebih memperkenalkan usahanya melalui video yang menarik serta adanya keinginan untuk meningkatkan nama baik usahanya. Ini menjadi landasan untuk pembuatan *company profile* Ayam Batokok Khas Minang dengan teknik *motion graphic*.

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 juga penyampaiannya yang kurang optimal. Dan juga

masih banyaknya konsumen yang kebingungan dimana rumah makan Ayam Batokok Khas Minang berada.

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 identitas di usaha Ayam Batokok Khas Minang. Oleh karena itu penulis ingin mengembangkan suatu media pengenalan perusahaan yang lebih menarik dengan judul “Pembuatan *Company Profile* Ayam Batokok Khas Minang 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 untuk pengenalan usaha makanan Ayam Batokok Khas Minang yang menarik dan relevan”.

1.3 Batasan Masalah

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

1. Pembuatan *company profile* dengan menerapkan teknik *motion graphic*.
2. Objek penelitian adalah usaha Ayam Batokok Khas Minang yang hasil produksinya adalah makanan.

3. Didalam video akan terdapat informasi yaitu:

- Gambaran umum perusahaan.
- Alamat Ayam Batokok Khas Minang.
- Macam-macam makanan yang dibuat Ayam Batokok Khas Minang.
- Fasilitas serta kelebihan yang ada pada Ayam Batokok Khas Minang.
- Contact person* Ayam Batokok Khas Minang.

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 Ayam Batokok Khas Minang.
3. Memecahkan permasalahan yang dihadapi konsumen yang bingung saat ingin memesan produk Ayam Batokok Khas Minang.
4. Memberikan informasi kepada masyarakat mengenai keberadaan Ayam Batokok Khas Minang.
5. Sebagai syarat kelulusan untuk menyelesaikan program Strata satu Informatika di Universitas Amikom Yogyakarta.

1.5 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam pembuatan video *company profile* Ayam Batokok Khas Minang adalah sebagai berikut:

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini, diantaranya adalah sebagai berikut :

1. Kepustakaan

Pengumpulan data dari jurnal-jurnal penelitian yang berkaitan dengan *company profile* dan teknik *motion graphic* di perpustakaan Universitas AMIKOM Yogyakarta pada Januari 2018.

2. Observasi

Pengumpulan data dengan cara pengamatan langsung objek yang diteliti hingga mendapatkan data yang akurat di Ayam Batokok Khas Minang pada Oktober 2018.

3. Wawancara

Melakukan wawancara kepada Abangda Anggi Nasution selaku owner di Ayam Batokok Khas Minang terkait tempat penulis melakukan penelitian pada Oktober 2018.

4. Dokumentasi

Melakukan pengambilan gambar produk dan juga peta lokasi di Ayam Batokok Khas Minang pada Oktober 2018.

1.5.2 Metode Analisis

Data yang sudah terkumpul dan diolah kemudian dianalisis dengan menggunakan analisis SWOT (*strenghts, weaknesses, opportunities, threats*). Disini penulis akan menganalisa tentang kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman di Ayam Batokok Khas Minang pada Oktober 2018.

1.5.3 Metode Perancangan Video

Metode perancangan video dengan melakukan tahapan pra produksi yaitu penulis merancang konsep dengan membuat alur cerita atau *storyboard* untuk memecahkan masalah pada hasil analisis data di Ayam Batokok Khas Minang pada Oktober 2018.

1.5.4 Metode Pengembangan

Metode pengembangan dengan melakukan tahapan produksi meliputi pembuatan gambar grafis hingga menganimasikan gambar, setelah itu, model selanjutnya adalah tahap pasca produksi yang meliputi, *compositing, editing*, dan *rendering* pada Oktober 2018.

1.5.5 Metode Testing

Penulis melakukan *testing* terhadap video dengan cara menayangkannya dan memperlihatkan kepada Anggi Nasution selaku *owner* di Ayam Batokok Khas Minang pada Oktober 2018.

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 dan penerapan aplikasi untuk mengedit video.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini berisi mengenai istilah-istilah yang berada di bab ke-tiga.

BAB V PENUTUP

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