

# 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 yang ditawarkan lewat pemasaran. Dengan begitu teknologi informasi multimedia mempunyai peranan penting dalam penyaluran informasi.

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 adalah dapat mempersingkat pertemuan sehingga klien 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]

Ucok Jogja Souvenir merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang percetakan undangan dan juga pembuatan souvenir yang terletak di Sleman, DI Yogyakarta. Ucok Jogja Souvenir ini berdiri pada tahun 2007 sampai sekarang sudah mampu mengirimkan produknya hingga luar Jawa. Namun semakin tingginya tingkat persaingan dibidang yang sama, mendorong Ucok Jogja Souvenir untuk lebih memperkenalkan usahanya melalui video yang menarik serta adanya keinginan untuk meningkatkan nama baik perusahaan menjadi landasan untuk pembuatan *company profile* 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 bagaimana alur saat ingin memesan produk di Ucok Jogja Souvenir.

Melihat dari kenyataan diatas diperlukan suatu sarana informasi untuk memperkenalkan perusahaan tersebut. Sehingga hadirnya pengenalan *company profile* dengan teknik *motion graphic* dapat menunjang dan memperbaiki kekurangan pada identitas pada perusahaan Ucok Jogja Souvenir. Oleh karena itu penulis ingin mengembangkan suatu media pengenalan perusahaan yang lebih menarik dengan judul “Pembuatan *Company Profile* Ucok Jogja Souvenir 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 perusahaan Ucok Jogja Souvenir yang menarik dan *relevan*?”

### 1.3 Batasan Masalah

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

1. Pembuatan *company profile* dengan menerapkan teknik *motion graphic*.
2. Objek penelitian adalah perusahaan Ucok Jogja Souvenir yang hasil produksinya adalah undangan dan souvenir.
3. Didalam video akan terdapat informasi yaitu:
  - Gambaran umum perusahaan
  - Alamat perusahaan Ucok Jogja Souvenir
  - Macam-macam produk yang dibuat Ucok Jogja Souvenir

- Fasilitas yang diberikan UcoK Jogja Souvenir
- *Contact person* UcoK Jogja Souvenir

#### 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 UcoK Jogja Souvenir.
3. Memecahkan permasalahan yang dihadapi konsumen yang bingung saat ingin memesan produk UcoK Jogja Souvenir.
4. Memberikan informasi kepada masyarakat mengenai keberadaan UcoK Jogja Souvenir.
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* UcoK Jogja Souvenir 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 Ucok Jogja Souvenir pada Januari 2018.

#### 3. Wawancara

Melakukan wawancara kepada Bapak Azmi Akhir selaku owner di Ucok Jogja Souvenir terkait tempat penulis melakukan penelitian pada Januari 2018.

#### 4. Dokumentasi

Melakukan pengambilan gambar produk dan juga peta lokasi di Ucok Jogja Souvenir pada Januari 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 Ucok Jogja Souvenir pada Februari 2018.



### 1.5.3 Metode Perancangan Video

Metode perancangan video dengan melakukan tahapan praproduksi yaitu penulis merancang konsep dengan membuat alur cerita, atau *storyboard* untuk memecahkan masalah pada hasil analisis data di UcoK Jogja Souvenir pada Februari 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 pascaproduksi yang meliputi, *compositing*, *editing*, dan *rendering* pada Februari 2018.

### 1.5.5 Metode Testing

Penulis melakukan *testing* terhadap video dengan cara menayangkannya dan memperlihatkan kepada Azmi Akhir selaku *owner* di UcoK Jogja Souvenir pada Maret 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.