
DESAIN COMPANY PROFILE “PT. Puguh Bakti Karsa” MELALUI ANIMASI 2D SEBAGAI MEDIA PENGENALAN JASA PERUSAHAAN

COMPANY PROFILE DESIGN OF “PT. Puguh Bakti Karsa” THROUGH 2D ANIMATION AS INTRODUCTION MEDIA OF COMPANY SERVICES

Teddy Prakosa Putra¹, Noor Hasyim²

^{1,2}Desain Komunikasi Visual, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Dian Nuswantoro
¹114201702573@mhs.dinus.ac.id, ²noor.hasyim@dsn.dinus.ac.id

INFO ARTIKEL

Riwayat Artikel :

Diterima : 4 Oktober 2021
Disetujui : 4 Desember 2021

Kata Kunci :

Animasi, Company Profile, Motion Graphic

ABSTRAK

“PT. Puguh Bakti Karsa (PBK)” adalah perusahaan yang bergerak dibidang jasa eksportir hasil laut berupa ikan laut, udang, dan kerang. Company profile perusahaan “PT. Puguh Bakti Karsa (PBK)” belum pernah diperbarui dan terakhir diupdate yaitu pada tahun 2017 atau tiga tahun lalu yang memiliki perubahan informasi. Metode yang digunakan dalam perancangan ini adalah metode kualitatif melalui wawancara, observasi langsung, dan studi pustaka. Analisa yang digunakan dalam perancangan adalah metode SOAR, dengan hasil perancangan adalah company profile yang sudah paling mutakhir dengan menggunakan media dinamis berupa animasi motion graphic 2D sesuai dengan perkembangan teknologi dan zaman.

ARTICLE INFO

Article History :

Received : October 4, 2021
Accepted : December 4, 2021

Keywords:

Animation, Company Profile, Motion Graphic

ABSTRACT

“PT. Puguh Bakti Karsa (PBK)” is a company engaged in exporting marine products in the form of marine fish, shrimp, and shellfish. Company profile company “PT. Puguh Bakti Karsa (PBK)” has never been updated and was last updated in 2017 or three years ago with information changes. The method used in this design is a qualitative method through interviews, direct observation, and literature study. The analysis used in the design is the SOAR method, with the results of the design being the most up-to-date company profile using dynamic media in the form of 2D motion graphic animation following technological developments and times.

1. PENDAHULUAN

Ekspor memiliki arti yaitu kegiatan mengeluarkan atau mengirimkan barang dari dalam negeri ke luar negeri dengan memenuhi ketentuan dan peraturan yang berlaku. Kegiatan ekspor biasanya dilakukan suatu negara jika negara tersebut menghasilkan produksi barang yang memiliki jumlah besar dan kebutuhan barang tersebut didalam negara sendiri sudah terpenuhi, sehingga dikirimkanlah produksi barang tersebut ke negara lain yang tidak bisa memproduksi barang tersebut atau jumlah produksi barang di negara tersebut sedikit dan tidak terpenuhi (Heri, 2019).

“PT. Puguh Bachtu Karsa (PBK)” adalah perusahaan yang bergerak dibidang ekspor hasil laut segar berupa ikan, udang, dan kerang. Berdominasi di Kota Semarang dan melakukan jasa ekspor ke negara Singapura dan Malaysia. Beroperasi sejak tahun 2010 yang memiliki omset berjumlah 750jt per-bulan, 9M dalam satu tahun, merupakan anak dari perusahaan “PT. Devian Bachtu Karsa (DBK)”.

Pada saat melakukan observasi ditempat dan pada saat wawancara, CEO perusahaan bapak Puguh Arianto Wibowo menjelaskan bahwa perusahaan memiliki dokumen *company profile*, berupa teks berparagraf file Microsoft Word, dokumen brosur dan *power point* untuk foto kegiatannya, namun kedua dokumen tersebut belum pernah diperbarui lagi dan terakhir diupdate yaitu pada tahun 2017 atau tiga tahun yang lalu yang hanya berisi legalitas perusahaan dan jasanya berupa pengurusan ekspor dan impor, pengepakan dan logistik, tidak ada visi dan misi, sekarang perusahaan tidak melakukan pengurusan ekspor-impor umum, hanya sebagai ekspor berupa hasil laut saja, tidak disebutkannya jenis ikan apa saja yang diterima untuk ekspor, tidak ada keterangan supplier, serta belum ada tambahan bahwa perusahaan telah mendapatkan sertifikasi HACCP grade C dari BKPIM yang menjadikan “PT. Puguh Bachtu Karsa (PBK)” perusahaan resmi untuk unit pengolahan ikan di Indonesia.

Pemilihan media animasi *motion graphic* ditujukan saat CEO “PT. Puguh Bachtu Karsa (PBK)” mengharapkan adanya perubahan pada *company profile* yang baru tidak hanya memberikan update terkait jasa dan pelayanannya saja, namun juga menginginkan media seperti animasi iklan layanan masyarakat yang ditampilkan di videotron, media animasi tersebut dipilih selain mengikuti perkembangan zaman, juga diharapkan membantu audiens yang menderita gangguan tunarungu serta tunanetra karena adanya dukungan elemen multimedia seperti visual dan suara. Pembuatan *company profile* yang terbaru sangat dibutuhkan agar tidak adanya kesalah pahaman terkait informasi yang sudah tidak akurat pada *company profile* lama, dapat menimbulkan kesalah pahaman antara klien dan audiens dengan apa yang ingin perusahaan sampaikan, sehingga *company profile* terbaru harus disegerakan. Media dinamis seperti video atau animasi secara digital yang dapat ditampilkan saat acara dan dapat dibagikan melalui internet, terutama WhatsApp yang diharapkan dapat menarik pelanggan dari kalangan usia muda sampai tua lebih meluas dari sebelumnya, sehingga omset yang didapatkan minimal 5% lebih banyak dari tahun sebelumnya. Berdasarkan masalah yang teruraikan diatas, maka “PT. Puguh Bachtu Karsa (PBK)” memerlukan suatu media pengenalan atau *company profile* yang baru berupa media dinamis digital yang informatif dan tepat dalam penyampaiannya agar masyarakat mengerti perusahaan tersebut dan paham dengan jasa yang diberikan dan tertarik untuk menggunakan jasanya tersebut.

2. METODE

2.1 Metode Penelitian

Pada perancangan *desain company profile* “PT. Puguh Bachtu Karsa” ini, penulis menggunakan metode data kualitatif karena adanya penjelasan yang dibutuhkan secara deskriptif tentang aspek-aspek informasi perusahaan yang akan diangkat dalam isi *company profile* yang akan dibuat seperti visi-misi, jasa yang ditawarkan apa, prosesnya seperti apa saja dan sebagainya, bersifat secara langsung. Teknik pengumpulan datanya berupa wawancara, melakukan observasi, serta melakukan studi pustaka. Metode kualitatif dipilih karena tujuan yang diharapkan adalah agar penulis lebih mengenali klien lebih lanjut dan lebih memahami tentang permasalahan yang diangkat. Setelah data-data yang diperlukan terkumpul, penulis melakukan analisis dengan

menggunakan metode SOAR dan hasil yang diperoleh akan dilanjutkan ketahap konsep perancangan dan visualisasi.

2.2 Metode Pengumpulan Data

1.) Wawancara

Wawancara digunakan dengan tujuan mendapatkan dan memahami informasi data dan permasalahan yang dibahas secara langsung. Wawancara dilakukan kepada CEO perusahaan bapak Puguh Arianto Wibowo dan *founder* perusahaan ibu Ade Parlisma yang berkaitan dengan pembahasan jasa yang ditawarkan apa, prosesnya seperti apa saja dan sebagainya.

2.) Observasi

Observasi yang dilakukan dalam perancangan berupa mendatangi langsung ke lokasi kantor perusahaan untuk keperluan dokumentasi dan pengumpulan data dokumen *offline* yang tersedia seperti brosur, kartu nama, poster visi-misi file word, power point dan sebagainya.

3.) Studi Pustaka.

Data sekunder diperoleh melalui studi pustaka berupa informasi yang relevan dengan topik perancangan melalui media artikel secara online dan perancangan yang relevan sebagai informasi dan referensi.

2.3 Metode Analisa Data

Metode analisa yang digunakan penulis adalah SOAR, SOAR adalah alternatif metode SWOT karena perancangan *company profile* berbasis pada kekuatan terhadap perusahaan sendiri, hal tidak melakukan perbandingan dengan kompetitornya dikarenakan *company profile* mengutamakan pada faktor memfokuskan perusahaannya sendiri terkait dengan masa depannya. Salah satu metode teknik perencanaan strategi yang menggunakan evaluasi kekuatan (strength) internal yang ada pada perusahaan, peluang (opportunities) yang memungkinkan untuk diaplikasikan, aspirasi (aspiration) atau bagaimana gambaran masa depan yang diharapkan, dan hasil (result) kesempatan dalam suatu proyek atau perusahaan.

1.) Strength

Faktor internal kelebihan dari perusahaan “PT. Puguh Bachtu Karsa (PBK)”.

2.) Opportunities

Faktor peluang eksternal yang bisa didapatkan oleh perusahaan “PT. Puguh Bachtu Karsa (PBK)”.

3.) Aspiration

Faktor harapan internal dari perusahaan “PT. Puguh Bachtu Karsa (PBK)”.

4.) Result

Faktor hasil yang dapat diukur dan membuktikan tentang apa yang ada pada perusahaan “PT. Puguh Bachtu Karsa (PBK)”.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil serta Penjabaran dari Analisis SOAR.

a. Strength

1. Mendapatkan sertifikat HACCP grade C dari BKIPM dan sertifikat kelayakan pengolahan grade B, menjadikan unit pengolahan ikan resmi di Indonesia.
2. Proses ekspor yang ditangani cepat, memiliki kualitas yang baik dan dapat menampung jumlah ekspor yang berat (per-bulan 100 ton).

b. Opportunities

1. Indonesia merupakan negara kepulauan maritim, mewujudkan banyaknya hasil laut yang dapat diekspor ke negara lain.

2. Memiliki hubungan dengan klien menetap yang kuat dari berbagai negara.
- c. Aspiration
 1. Ingin lebih dikenal oleh pengusaha lokal, dan terutama pengusaha internasional.
- d. Result
 1. Menambah jumlah klien yang menetap.
 2. Perusahaan lebih dikenal oleh pengusaha lokal, dan terutama pengusaha internasional.

3.1 Tabel Matriks SOAR

Tabel 1. Matriks SOAR
[Sumber: Teddy Prakosa Putra, 2020]

SOAR Internal / Eksternal	STRENGTH	OPPORTUNITIES
	1. Mendapatkan sertifikat HACCP grade C dari BKIPM dan sertifikat kelayakan pengolahan grade B, menjadikan unit pengolahan ikan resmi di Indonesia. 2. Proses ekspor yang ditangani cepat, memiliki kualitas yang baik dan dapat menampung jumlah ekspor yang berat (per-bulan 100 ton).	1. Indonesia merupakan negara kepulauan maritim, mewujudkan banyaknya hasil laut yang dapat diekspor ke negara lain. 2. Memiliki hubungan dengan klien menetap yang kuat dari berbagai negara.
ASPIRATION	S-A STRATEGIES	O-A STRATEGIES
1. Ingin lebih dikenal oleh pengusaha lokal, dan terutama pengusaha internasional.	1. (S2 – A1) Membuat media <i>company profile</i> tentang perusahaan dengan penekanan bahwa perusahaan merupakan unit pengolahan ikan resmi di Indonesia.	1. (O1 – A1) Merancang media kreatif yang menggambarkan hasil kekayaan laut Indonesia.
RESULT	S-R STRATEGIES	O-R STRATEGIES
1. Menambah jumlah klien yang menetap. 2. Perusahaan lebih dikenal oleh pengusaha lokal, dan terutama pengusaha internasional.	1. (S2 – R1) Meyakinkan kepada calon klien bahwa proses ekspor yang ditangani perusahaan cepat, berkualitas dan dapat menampung jumlah yang berat.	1. (O1 – R1) Memperkuat <i>image</i> kepada calon klien dengan hasil laut Indonesia yang banyak.

Berdasarkan perumusan matriks SOAR pada tabel 1, strategi yang dipilih adalah strategi S2 – A1 dan S2 – R1 didalam perancangan.

3.2 Hasil Analisis

Berdasarkan data SOAR diatas, penulis memilih strategi S2 – A1 dan S2 – R1 didalam perancangan, strategi S2 – A1 dipilih karena perusahaan ingin sebuah *company profile* yang memiliki kesan bahwa perusahaan tersebut merupakan unit pengolahan ikan resmi di Indonesia kepada pengusaha-pengusaha lokal maupun internasional, dengan adanya sertifikat HACCP grade C dan sertifikat kelayakan pengolahan grade B, strategi S2 – R1 dipilih juga karena perusahaan ingin menekankan kesan bahwa didalam *company profile* mereka menampilkan proses ekspor yang ditangani cepat, berkualitas dan dapat menampung jumlah yang berat berjumlah 100 ton per-bulan.

Company profile yang akan dirancang nantinya dipilih menggunakan berbahasa Inggris sebagai bahasa internasional dikarenakan target audiens “PT. Puguh Bakti Karsa (PBK)” adalah seorang pengusaha didalam kelas ekonomi menengah keatas dan diutamakan berdomisili di berbagai negara dengan bahasa yang berbeda-beda seperti Singapura, Malaysia, Jeddah / Saudi Arabia dan Thailand, maka akan menarik dan meyakinkan calon klien lokal maupun internasional dengan adanya status unit pengolahan ikan resmi di Indonesia

3.3 Strategi Kreatif

Strategi kreatif yang digunakan untuk mencapai tujuan yang tertera adalah memberikan informasi biodata tentang perusahaan dengan menggunakan kekuatan bahwa perusahaan merupakan unit pengolahan ikan resmi di Indonesia kepada pengusaha-pengusaha lokal maupun internasional, dengan adanya sertifikat HACCP grade C dan sertifikat kelayakan pengolahan grade B (S2-A1) serta proses ekspor yang ditangani perusahaan cepat dan dapat menampung jumlah yang berat (S2-R1) yang selanjutnya akan dibuat sebagai media informasi berupa media dinamis animasi seperti videotron iklan layanan masyarakat. Oleh karena itu dipilihlah perancangan *company profile* berupa media animasi *motion graphic* 2D minimalis yang memiliki tujuan sebagai memperkenalkan perusahaan “PT. Puguh Bakti Karsa (PBK)” saat presentasi sebuah acara maupun disebarluaskan lewat WhatsApp.

3.4 Storyline

Cerita animasi yang dirancang mengikuti teori-teori *company profile* yang tertera di tinjauan pustaka, berupa komponen isi *company profile* yaitu detail dan informasi perusahaan perusahaan berisi informasi-informasi terkait tentang perusahaan “PT. Puguh Bakti Karsa (PBK)”, biodata perusahaan seperti nama perusahaan, alamat perusahaan, kontak, serta jasa yang ditawarkan disertai dengan harganya seperti pengiriman jenis ikan *fresh demersal fish*, *fresh cephalopoda fish*, *fresh pelagic fish*, dan *fresh shrimp*. Informasi pencapaian seperti kepemilikan sertifikat HACCP dan kelayakan pengolahan sebagai unit pengolahan resmi (S2-A1), penjelasan proses yang ditangani cepat, berkualitas serta dapat menampung dengan jumlah yang berat yaitu 100 ton per-bulan (S2-R1) dan informasi tambahan berupa negara mana saja yang sudah menggunakan jasa perusahaan.

3.5 Script / Skenario

Skenario *company profile* yang akan dirancang secara berurutan sesuai dengan hasil analisis yang dibuat yaitu S2-A1 yang dimulai dengan logo perusahaan “PT. Puguh Bakti Karsa (PBK)”, penjelasan tentang bidang perusahaan, telah berbisnis selama 10 tahun serta adanya sertifikat HACCP grade C dan kelayakan pengolahan grade B, visi dan misi, informasi tentang supplier yang tertera pada *company profile* sebelumnya serta proses seleksi supplier dan kualitas ikan tangkapan serta berat yang ditangani berjumlah besar yaitu 100 ton per-bulan sesuai dengan strategi S2-R1, penawaran jasa pengiriman jenis ikan *fresh demersal fish*, *fresh cephalopoda fish*, *fresh pelagic fish*, dan *fresh shrimp*, negara mana saja yang sudah menggunakan jasa perusahaan (Singapura, Malaysia, Jeddah / Saudi Arabia dan Thailand), dan diakhiri dengan memberikan kontak perusahaan dengan termasuk alamat perusahaan sendiri. Setiap scene akan terlampirkan teks singkat dan elemen-elemen visual yang menyambung dengan apa yang sedang dibahas, audio berupa narasi.

Tabel 2. *Script* Animasi
[Sumber: Teddy Prakosa Putra, 2021]

No	Adegan Animasi	Narasi Bahasa Inggris
1.	Intro (Balok persegi panjang muncul ditengah, logo PBK jatuh dari atas ke dalam balok persegi panjang.).	-
2.	Karakter muncul membawa kotak isi	<i>PT. Puguh Bakti Karsa or in short</i>

	hasil laut dan adanya tulisan singkat jasa eksportir hasil laut	<i>PBK, is a company which serves about marine product export and domiciled in Semarang City, Indonesia.</i>
3.	Tangan karakter membawa kertas angka 10 sambil mengayunkannya ke kiri dan ke kanan secara perlahan.	<i>Puguh Bachtu Karsa has been around since 2010 and operated for more than 10 years.</i>
4.	Tangan karakter mengganti kertas tersebut menjadi sertifikat HACCP perusahaan sambil mengayunkannya ke kiri dan ke kanan secara perlahan.	<i>In addition of that, the company also has two certificates, one of which is Hazard Analysis and Critical Control Points or in short HACCP with C grade.</i>
5.	Tangan karakter mengganti kertas tersebut menjadi sertifikat kelayakan pengolahan perusahaan sambil mengayunkannya ke kiri dan ke kanan secara perlahan.	<i>And also a certificate of good manufacturing practices with a B grade, delivering a good quality export product with an average export weight amount of 100 tons per-month..</i>
6.	Karakter membawa sebuah papan berisikan visi dan misi perusahaan.	<i>Our Vision is to becomes an export company that has a good product quality, and our mission is to provide the best service for our partners, works with a great passion and commitment from the board of directors to all the employees who support each other.</i>
7.	Truk box dikendarai oleh karakter, terdapat tulisan deskripsi supplier di bagian boxnya.	<i>Suppliers of Puguh Bachtu Karsa are located along the north coast and the southbcoast of the island of Java, the suppliers who are accepted as raw materials for fresh fish have undergone a selection on the quality of the fish, finally the suppliers who have passed the quality test gets an approval quality test letter, and so we're sending the best quality fish to all of our destinations.</i>
8.	Tulisan jasa ditengah.	<i>The types of services offered by Puguh Bachtu Karsa.</i>
9.	Tulisan <i>fresh demersal fish</i> serta harganya, dan ada sebuah papan berisikan foto-foto ikan yang termasuk dalam <i>fresh demersal fish</i> .	<i>First, Fresh demersal fish are the types of fish that live and eat on the seabed, mostly we export this type of the fish are:</i> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Stingray</i> • <i>Black Pomfret</i> • <i>White Pomfret</i> • <i>Snapper</i> • <i>Golden Threadfin Bream</i> <i>With the price for the demersal type is IDR Rp. 40.000/kg.</i>
10.	Tulisan <i>fresh cephalopoda fish</i> serta harganya, dan ada sebuah papan berisikan foto-foto ikan yang termasuk dalam <i>fresh cephalopoda fish</i> .	<i>The second one is Fresh cephalopoda fish are the types of fish that includes all octopuses, squid, and cuttlefish. we export this type of the fish with the price for the cephalopoda type is IDR Rp. 25.000-Rp.30.000/kg.</i>
11.	Tulisan <i>fresh pelagic fish</i> serta harganya, dan ada sebuah papan berisikan foto-foto ikan yang termasuk dalam <i>fresh pelagic fish</i> .	<i>The third one is Fresh pelagic fish are the types of fish that live on the surface of the sea. mostly we export this type of the fish are :</i> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Spanish Mackerel</i> • <i>Rastrelliger Mackerel</i> • <i>Beltfish</i> <i>With the price for the pelagic type is IDR Rp. 40.000-Rp.50.000/kg.</i>
12.	Tulisan <i>fresh shrimp</i> serta harganya, dan ada sebuah papan berisikan foto-	<i>Lastly, Fresh shrimp are the type that includes all types of shrimp, with the</i>

	foto ikan yang termasuk dalam <i>fresh shrimp</i> .	<i>export price for the shrimp type is IDR Rp. 25.000-Rp.40.000/kg.</i>
13.	Tulisan negara Singapura, Malaysia, Jeddah / Saudi Arabia dan Thailand serta bendera tiap negaranya yang melambai-lambai.	<i>Our company has served its services to various international destination countries, namely Singapore, Malaysia, Indonesia, Jeddah or Saudi Arabia, and Thailand.</i>
14.	Karakter muncul menggunakan telepon, disertai dengan detail tulisan kontak perusahaan	<i>We are always ready to serve every costumer with humility and respect, any questions about our company and services are welcomes.</i>
15.	Karakter muncul ditengah melambai lambai tangan, dengan logo PBK dibawahnya.	<i>Thank you for listening to our company profile, see you around!.</i>

Company profile yang akan dirancang dibuat berbahasa inggris karena target audiens “PT. Puguh Bachtu Karsa (PBK)” berdomisili diberbagai negara, dengan tambahan adanya sebuah *subtitle* yang diharapkan membantu audiens yang menderita gangguan tunarungu, tunanetra serta audiens yang sulit dalam mendengarkan narasi langsung.

3.6 Konsep Visual

a. Desain Karakter

“PT. Puguh Bachtu Karsa (PBK)” tidak memiliki sebuah maskot karakter perusahaan, maka desain karakter yang akan dibuat berupa ilustrasi pegawai perusahaan dengan menggunakan kostum ikan tenggiri karena ikan tenggiri adalah jenis ikan dengan penjualan ekspor paling banyak oleh perusahaan, menggunakan *style vector* minimalis, berbentuk bulat atau oval dengan mata dan mulut simple dan menggunakan seragam pegawai perusahaan “PT. Puguh Bachtu Karsa (PBK)” sesuai dengan permintaan klien langsung.

b. Desain Enviroment

Desain latar yang akan digunakan berupa penggunaan gaya minimalis, dengan *background solid color* atau satu warna dan objek utama seperti teks dan elemen visual sebagai *foregroundnya*, hal ini digunakan agar fokus dalam penyampaian pesannya, tidak di *background*.

c. Storyboard

Storyboard digunakan untuk panduan tiap *scene* yang akan tertera dalam perancangan *company profile* “PT. Puguh Bachtu Karsa (PBK)”, namun hasil akhir dapat berubah sedikit berbeda dari *storyboard* selama berjalannya waktu.

Page 1/4 Project Name: Company Profile PBK

S/c	Action	Picture	Dialogue/sound	Time
S. 1 C. 1	-Balok putih muncul kecil membesar - elastik		SELURUH SCENE ADA BONYA - SFX pop	1'
S. 1 C. 1	-logo PBK jatuh ke balok putih - bounce		- SFX bounce	4'
S. 1 C. 1	- transisi kotak kecil hingga menutupi 1 layar - ganti warna		- SFX POP	1'
S. 1 C. 1	- karakter boneka hasil laut muncul dari bawah - tulisan muncul dari kanan ke kiri		- SFX geser, narasi tentang jasa perusahaan	6'
S. 1 C. 1	- transisi jatuh ke bawah menutupi scene		- SFX bounce jatuh	1'
S. 2 C. 2	- tangan karakter muncul membawa kertas angka 10 sambil geser kiri: kanan - teks muncul elastic		- SFX geser dan pop, narasi berdiri nya perusahaan	9'

Gambar 1. Storyboard 1
[Sumber: Teddy Prakosa Putra, 2021]

Page 2/4 Project Name: Company Profile PBK

S/c	Action	Picture	Dialogue/sound	Time
S. 2 C. 2	- tangan ke bawah dan mengganti kertas		- SFX geser	1'
S. 2 C. 2	- tangan kembali dengan HACCP - teks berganti elastic		- SFX geser dan pop - narasi memiliki HACCP	9'
S. 2 C. 2	- transisi sama, beda isi		- SFX geser dan pop - Narasi memiliki sertifikat kelengkapan pengolahan	9'
S. 2 C. 2	- karakter dari kanan membawa papan visi dan misi - diam sebetar, kemudian hilang ke kiri		- SFX geser - Narasi visi dan misi	20'
S. 2 C. 2	- karakter dari kiri menunjuk truk - tulisan supplier dan penjelasan - diam sebetar, kemudian hilang kanan		- SFX mesin truk dan klakson - Narasi supplier	25'
S. 2 C. 2	- transisi bulet kecil sampai menutupi scene - ganti warna, elastic		- SFX pop	1'

Gambar 2. Storyboard 2
[Sumber: Teddy Prakosa Putra, 2021]

Page 3/4 Project Name: Company Profile ABK

S/C	Action	Picture	Dialogue/sound	Time
S. 3 C. 3	- tulisan bold jasa dari atas kebawah - transisi menghilang kotak		SELURUH SCENE ADA SENGAM - SFX geser, bounce	5'
S. 3 C. 3	- tulisan muncul pop - barga di masking buka ke kanan pake persegi panjang putih - kanan whiteboard dengan ikan yang sesuai		- SFX pop dan geser	17'
S. 3 C. 3	SELOPON TRANSISI SCENE JAGA SAMA SENGAM - transisi menghapus ikan kanan - transisi teks mengkilip dan bergoyang dimasking tutup ke kiri		- SFX pop dan menghapus	3'
S. 3 C. 3	- tulisan muncul pop - barga di masking buka ke kanan pake persegi panjang putih - kanan whiteboard dengan ikan yang sesuai		- SFX pop dan geser	11'
S. 3 C. 3	- tulisan muncul pop - barga di masking buka ke kanan pake persegi panjang putih - kanan whiteboard dengan ikan yang sesuai		- SFX pop dan geser	15'
S. 3 C. 3	- tulisan muncul pop - barga di masking buka ke kanan pake persegi panjang putih - kanan whiteboard dengan ikan yang sesuai		- SFX pop dan geser	10'

Gambar 3. Storyboard 3
[Sumber: Teddy Prakosa Putra, 2021]

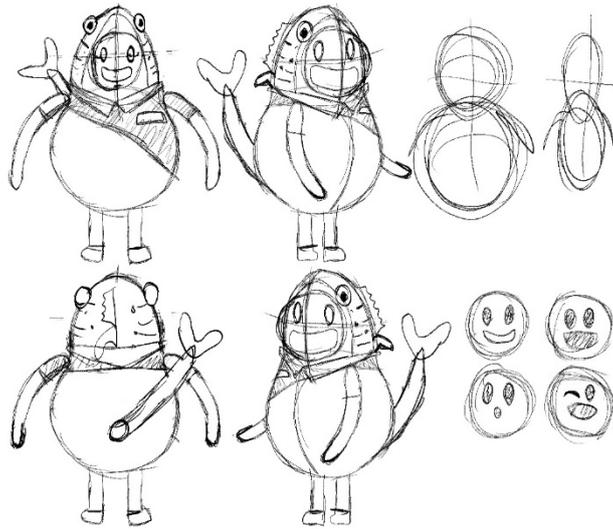
Page 4/4 Project Name: Company Profile ABK

S/C	Action	Picture	Dialogue/sound	Time
S. 3 C. 3	- bulat bulat kecil membesar menutupi scene - elastic bounce 1 per 1		SELURUH SCENE ADA SENGAM - SFX pop, bounce	2'
S. 4 C. 4	- bundera negara yang terdapat muncul 1 per 1 dari bawah selisih - tulisan muncul kebawah		- SFX geser, kain selisih	9'
S. 4 C. 4	- bundera negara turun 1 per 1 menghilang kebawah - tulisan menghilang kotak		- SFX geser, kain selisih	1'
S. 4 C. 4	- karakter telpon geor dari kiri - tulisan kontak dan deskripsi kontak muncul 1 per 1		- SFX pop dan geser	13'
S. 4 C. 4	- lingkaran mengkilip dengan area hitam seperti kartun jaman dulu		- SFX sesuatu mengkilip	1'
S. 5 C. 5	- sebelum menutupi scene, muncul karakternya selisih tangan dengan logo FBK dibawahnya - diakhiri dengan area hitam akhirnya menutupi scene		- SFX pop dan mengkilip lagi	4'

Gambar 4. Storyboard 4
[Sumber: Teddy Prakosa Putra, 2021]

3.7 Visualisasi

a. Visualisasi Karakter



Gambar 5. Sketsa Karakter
[Sumber: Teddy Prakosa Putra, 2021]



Gambar 6. Desain Final Karakter
[Sumber: Teddy Prakosa Putra, 2021]

b. Visualisasi Enviroment

1.) Warna

Warna yang digunakan dalam perancangan *company profile* “PT. Puguah Bachtu Karsa (PBK)” adalah warna cerah pastel agar mendapatkan sebuah mood atau perasaan yang playful dan ceria, dengan palet warna yang bervariasi yang mengikuti teori warna brewster agar tidak ada warna yang saling bertabrakan satu sama lain.



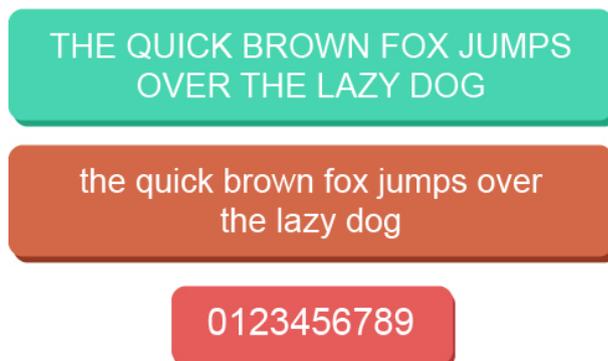
Gambar 7. Palet Warna Pastel Animasi
[Sumber: Teddy Prakosa Putra, 2021]

2.) Font

Font yang digunakan dalam perancangan company profile “PT. Puguh Bachtu Karsa (PBK)” adalah tipe font sans serif karena kesan yang didapatkan adalah modern serta minimalis yang cocok digunakan untuk motion graphic dengan DIN font untuk animasi, serta Arial untuk subtitle, Arial digunakan agar audiens yang menderita gangguan tunarungu, tunanetra serta audiens yang sulit dalam mendengarkan narasi langsung mendapatkan pesannya karena font tersebut adalah font default atau font yang sering tertera diberbagai media.



Gambar 8. *DIN Font* Untuk Animasi
[Sumber: Teddy Prakosa Putra, 2021]



Gambar 9. *Arial Font* Untuk Subtitle
[Sumber: Teddy Prakosa Putra, 2021]

3.) Background Music & SFX

Aspek suara berfungsi sebagai penekanan kesan perasaan lebih kepada animasi, didalam perancangan terdapat background music berjudul Tropic - Anno Domini Beats serta berbagai macam variasi soundFX atau SFX, kedua aspek tersebut berasal dari “Youtube Audio Library” yang bersifat bebas royalti memiliki arti bahwa audio tersebut dapat digunakan secara pribadi dan komersial tanpa membeli sebuah lisensi.



Gambar 10. Contoh *Enviroment 1*
[Sumber: Teddy Prakosa Putra, 2021]



Gambar 11. Contoh *Enviroment 2*
[Sumber: Teddy Prakosa Putra, 2021]

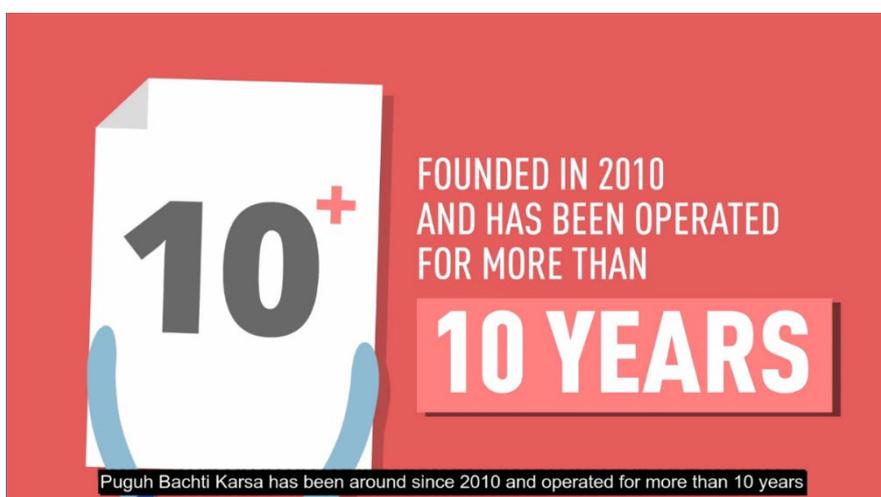
c. Visualisasi Animasi



Gambar 12. Animasi 1
[Sumber: Teddy Prakosa Putra, 2021]



Gambar 13. Animasi 2
[Sumber: Teddy Prakosa Putra, 2021]



Gambar 14. Animasi 3
[Sumber: Teddy Prakosa Putra, 2021]



Gambar 15. Animasi 4
[Sumber: Teddy Prakosa Putra, 2021]



Gambar 16. Animasi 5
[Sumber: Teddy Prakosa Putra, 2021]



Gambar 17. Animasi 6
[Sumber: Teddy Prakosa Putra, 2021]



Gambar 18. Animasi 7
[Sumber: Teddy Prakosa Putra, 2021]



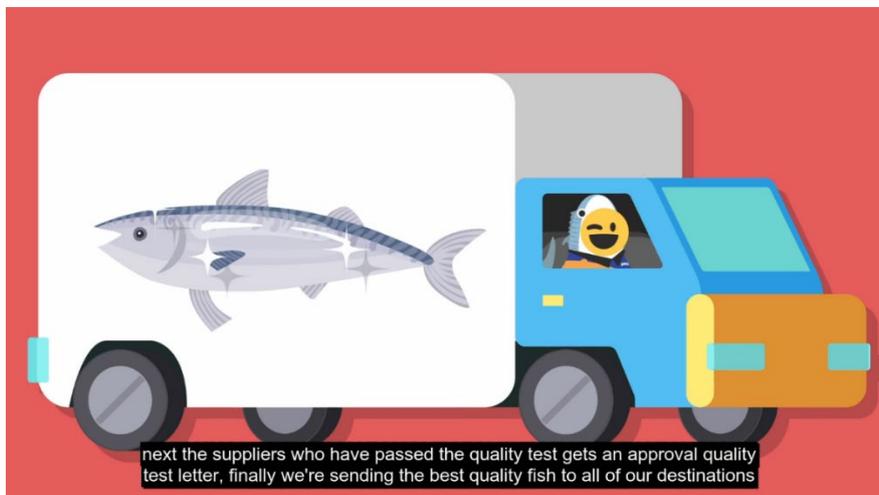
Gambar 19. Animasi 8
[Sumber: Teddy Prakosa Putra, 2021]



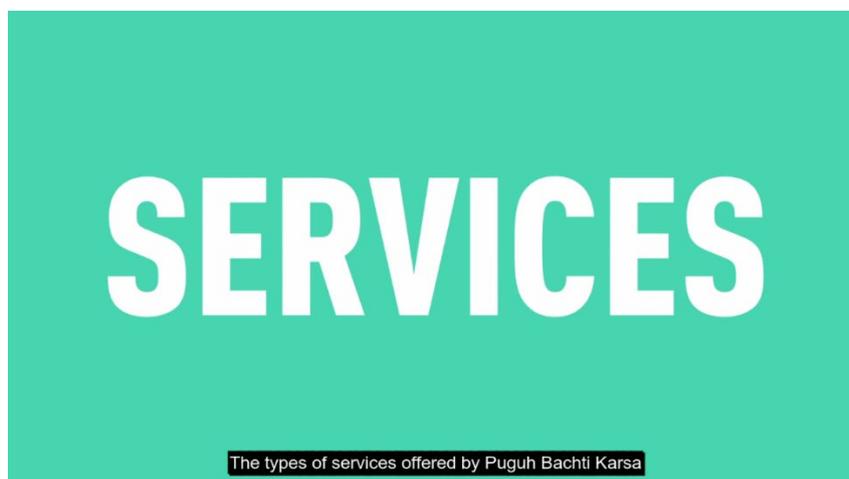
Gambar 20. Animasi 9
[Sumber: Teddy Prakosa Putra, 2021]



Gambar 21. Animasi 10
[Sumber: Teddy Prakosa Putra, 2021]



Gambar 22. Animasi 11
[Sumber: Teddy Prakosa Putra, 2021]



Gambar 23. Animasi 12
[Sumber: Teddy Prakosa Putra, 2021]



Gambar 24. Animasi 13
[Sumber: Teddy Prakosa Putra, 2021]



Gambar 25. Animasi 14
[Sumber: Teddy Prakosa Putra, 2021]



Gambar 26. Animasi 15
[Sumber: Teddy Prakosa Putra, 2021]



Gambar 27. Animasi 16
[Sumber: Teddy Prakosa Putra, 2021]



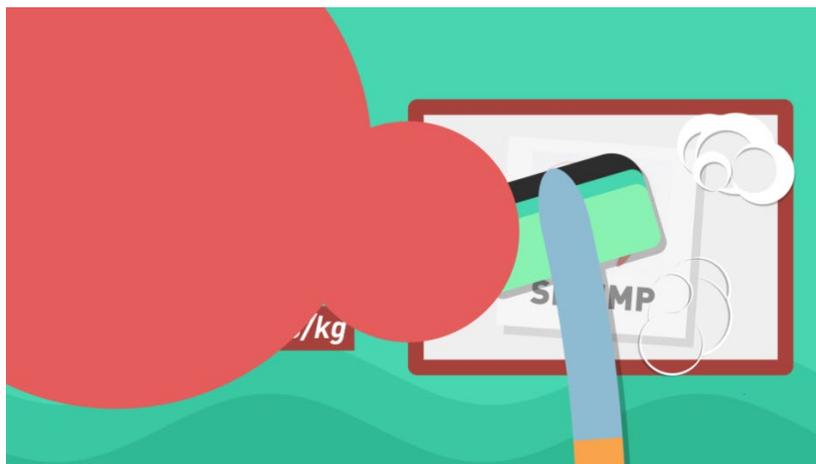
Gambar 28. Animasi 17
[Sumber: Teddy Prakosa Putra, 2021]



Gambar 29. Animasi 18
[Sumber: Teddy Prakosa Putra, 2021]



Gambar 30. Animasi 19
[Sumber: Teddy Prakosa Putra, 2021]



Gambar 31. Animasi 20
[Sumber: Teddy Prakosa Putra, 2021]



Gambar 32. Animasi 21
[Sumber: Teddy Prakosa Putra, 2021]



Gambar 33. Animasi 22
[Sumber: Teddy Prakosa Putra, 2021]



Gambar 34. Animasi 23
[Sumber: Teddy Prakosa Putra, 2021]

4. PENUTUP

4.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisa perancangan *company profile* “PT. Puguh Bakti Karsa (PBK)”, maka diperoleh kesimpulan yaitu perusahaan “PT. Puguh Bakti Karsa (PBK)” mendapatkan sebuah *company profile* yang sesuai dengan mengikuti perkembangan zaman berupa media dinamis seperti video atau animasi secara digital yang dapat ditampilkan saat acara dan dapat dibagikan melalui internet yang berbahasa Inggris sebagai bahasa internasional yang sesuai dengan target audiens perusahaan yaitu pengusaha yang berdomisili di berbagai negara (Asia).

Company profile dapat dibuat dengan menggunakan media animasi *motion graphic* 2D sebagai sarana informasi yang menghibur dan informatif tepat dalam penyampaian pesannya, dengan adanya sebuah elemen media animasi dan suara yang ada didalam perancangan diharapkan dapat memberikan pesan kepada audiens yang menderita gangguan tunarungu, tunanetra serta *subtitle* untuk membantu audiens yang sulit dalam mendengarkan narasi yang ada.

4.2. Saran

Berdasarkan pengalaman dalam penyusunan laporan tugas akhir ini, penulis telah melakukan upaya-upaya secara maksimal agar hasil akhir yang didapatkan sesuai dengan target pesan yang ingin disampaikan. Perancang yang telah membaca laporan penulis dapat lebih mendalami informasi-informasi terkait dengan penulisan dan perancangan *company profile* yang lebih terstruktur, serta animasi *motion graphic* yang lebih kompleks dan menarik dalam visual dan

penyampiannya, hal tersebut akan mendapatkan perhatian lebih kepada audiens yang melihat karya tersebut.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Adieb, M. (2020, juni 30). Company Profile: Definisi dan Apa Saja yang Harus Ada di Dalamnya. Retrieved from glints.com: <https://glints.com/id/lowongan/company-profile-adalah/>
- Arviana, G. N. (2020, September 8). Mendalami Animasi, Gambar Bergerak dengan Daya Storytelling yang Kuat. Retrieved from glints.com: 2020
- DeFar. (2019, November 23). 12 Prinsip Animasi Harus Dipahami Dulu Sebelum Jadi Animator. Retrieved from qomaruna.com: <https://qomaruna.com/12-prinsip-animasi/>
- Deff, D. (2019, Agustus 1). Panduan Dasar Membuat Animasi 2D Mulai Dari Pra Produksi Hingga Produksi. Retrieved from dafideff.com: <https://www.dafideff.com/2019/08/panduan-lengkap-membuat-animasi-2d.html>
- Deff, D. (2020, Februari 10). Pengertian Motion Graphics dan Cara Membuatnya. Retrieved from dafideff.com: <https://www.dafideff.com/2016/01/pengertian-motion-graphics-dan-cara-membuatnya.html>
- Funidelia. (2021, June 2). Shark Costume. Retrieved from www.funidelia.com: www.funidelia.com
- Handayani, M. T. (2020, Mei 30). Memahami dunia motion graphic dan peluang karier di bidangnya. Retrieved from ekrut.com: <https://www.ekrut.com/media/motion-graphic>
- Heri. (2019, juni 23). EKSPOR DAN IMPOR: Pengertian, Tujuan & Komoditas Ekspor Indonesia. Retrieved from salamadian.com: <https://salamadian.com/pengertian-ekspor-dan-impor/>
- Kharisma, R. N. (2020, Februari 8). Definisi dan 5 Elemen Multimedia. Retrieved from kompasiana.com: <https://www.kompasiana.com/nabellakharisma/5e3c44a3d541df55f862f917/definisi-dan-5-elemen-multimedia>
- Meilani. (2015, Agustus 26). JENIS-JENIS WARNA BERDASARKAN KEHARMONISANNYA. Retrieved from dkv.binus.ac.id/: <https://dkv.binus.ac.id/2015/08/26/jenis-jenis-warna-berdasarkan-keharmonisannya/>
- Mulyawan, R. (2019, Januari 31). Pembahasan Pengertian Animasi: Menurut Ahli, Jenis, Manfaat, Prinsip dan Contohnya! Retrieved from rifqimulyawan.com: <https://rifqimulyawan.com/blog/pengertian-animasi/>
- Nutshell, K. –I. (2018, Juli 22). What If You Detonated a Nuclear Bomb In The Marianas Trench? (Science not Fantasy). Retrieved from Youtube: <https://youtu.be/9tbxDgcv74c>
- Pratama, O. (2020, juli 1). Konservasi Perairan Sebagai Upaya menjaga Potensi Kelautan dan Perikanan Indonesia. Retrieved from kkp.go.id: <https://kkp.go.id/djprl/artikel/21045-konservasi-perairan-sebagai-upaya-menjaga-potensi-kelautan-dan-perikanan-indonesia>
- Rifai, M. (2019, November 26). Memahami Teori Warna. Retrieved from desainerhub.com: <https://desainerhub.com/2019/11/memahami-teori-warna>

- Schultz, D. J. (2021, June 02). Spanish Mackerel, *Scomberomorus commerson* (Lacépède 1800). Retrieved from fishesofaustralia.net.au: <https://fishesofaustralia.net.au/home/species/728>
- Sofian, F. (2017, Oktober 17). Prinsip-prinsip Desain Tipografi. Retrieved from ferysofian.blogspot.com: <http://ferysofian.blogspot.com/2017/10/prinsip-prinsip-desain-tipografi.html>
- Solihah, L. M. (2019, Desember 26). lalalaila.com. Retrieved from Jenis-Jenis Warna, (Pengertian, Klasifikasi, & Teori Brewster): <https://lalalaila.com/jenis-jenis-warna/>
- Studio, H. (2017, Desember 7). THE USES OF ANIMATION. Retrieved from hivestudio.net: <https://hivestudio.net/the-uses-of-animation/>
- Sugara, E. P. (2015, Juli 24). Mengenal Klasifikasi Jenis Huruf Tipografi. Retrieved from palcomtech.com: <https://news.palcomtech.com/mengenal-klasifikasi-jenis-huruf-tipografi/>
- Thabroni, G. (2018, september 5). Teori Warna: Proses Terjadinya Warna Menurut Para Ahli. Retrieved from serupa.id: <https://serupa.id/teori-warna/>
- Thabroni, G. (2019, Agustus 23). Tipografi: Pengertian, Parameter, Prinsip & Penjelasan Lengkap. Retrieved from serupa.id: <https://serupa.id/tipografi/>
- Theidoitnxt2u. (2021, April 15). Characters in Dumb Ways to Die series. Retrieved from Dumb Ways To Die Wiki: https://dumbways2die.fandom.com/wiki/Characters_in_Dumb_Ways_to_Die_series
- Yusuf. (2020, Agustus 16). COMPANY PROFILE, PENGERTIAN, MANFAAT, ISI, DAN CARA MEMBUATNYA. Retrieved from belajardm.com: <https://belajardm.com/company-profile/>