

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Efek visual (*Visual effects/VFX*) adalah teknik atau proses untuk menciptakan, memanipulasi, atau merekayasa gambar atau video agar tampak lebih realistis, fantastis, atau menarik. Ini sering digunakan dalam industri film, televisi, permainan video, dan periklanan untuk menciptakan efek yang sulit atau tidak mungkin dicapai secara langsung selama produksi (Fink dan Morie, 2010). Contoh efek visual termasuk penciptaan makhluk fantasi, ledakan, efek cuaca, atau peristiwa yang sulit atau berbahaya untuk diproduksi secara langsung. Teknologi VFX sering melibatkan perangkat lunak komputer dan teknik pengeditan gambar untuk menciptakan dan mengintegrasikan elemen-elemen visual yang kompleks ke dalam produksi media.

Pertumbuhan industri efek visual (VFX) di Indonesia terus mengalami peningkatan signifikan dari tahun ke tahun. Perkembangan jumlah produksi film, animasi, dan proyek visual lainnya yang semakin melibatkan penggunaan teknologi VFX (Hipwee, 2021). Menurut artikel yang diunggah IDS (2020), industri perfilman Indonesia sendiri telah menunjukkan peningkatan produksi film dengan standar internasional yang membutuhkan penggunaan efek visual yang lebih kompleks dan realistis. Selain itu, banyaknya talenta lokal yang terlibat dalam industri ini juga menjadi indikator penting bagi perkembangan VFX di Indonesia. Dengan demikian, tidak diragukan lagi bahwa industri efek visual di Indonesia terus berkembang pesat dan menjadi salah satu pemain kunci dalam industri kreatif global.

Salah satu perusahaan yang bergerak di bidang ini adalah Mattebox Visualworks, yang fokus pada pembuatan konten visual yang inovatif dan kreatif. Mattebox Visualworks telah menyadari pentingnya memiliki media informasi interaktif sebagai alat untuk memperkuat eksistensinya di pasar. Menurut penulisan

Wirasaputra (2022), konsumen maupun klien cenderung lebih responsif terhadap media informasi yang interaktif dan menarik. Perancangan media informasi interaktif menjadi kunci strategis bagi perusahaan seperti Mattebox Visualworks untuk mempertahankan dan meningkatkan daya tariknya di mata klien. Menurut Fuchs C (2017), menyajikan informasi secara interaktif membuat perusahaan dapat lebih efektif berkomunikasi dengan target audiens, dapat meningkatkan keterlibatan pengguna, serta dapat menciptakan pengalaman yang lebih mendalam bagi perusahaan itu sendiri.

Pada perjalanan karirnya, perusahaan Mattebox Visualworks telah memanfaatkan potensi media sosial, terutama melalui *platform* Instagram dan LinkedIn sebagai alat untuk meningkatkan visibilitas dan kehadiran mereka di ranah digital. Namun, Mattebox Visualworks tidak memiliki suatu *platform* khusus yang dapat digunakan dalam menampilkan informasi dan profil perusahaan dengan cara yang profesional dan terlihat kredibel (Rifandy, 2024). Untuk mengatasi tantangan ini, Mattebox Visualworks dapat memanfaatkan *website company profile* sebagai alat penguat branding dengan lebih mendalam. Penggunaan *website company profile* dianggap lebih kredibel dibandingkan penggunaan media sosial karena memberikan kendali yang lebih besar atas konten yang disajikan dan memastikan pesan perusahaan disampaikan dengan konsistensi dan profesionalisme (David, 2024).

Website company profile memungkinkan perusahaan untuk merancang pengalaman pengguna yang terkendali, menyajikan informasi secara terstruktur, dan membangun citra merek yang lebih terpercaya. Hal ini sejalan dengan visi Mattebox Visualworks kedepannya yang ingin fokus mengerjakan proyek film luar dari *production house* besar seperti Netflix, dimana sebagai perusahaan yang membutuhkan jasa dari Mattebox Visualworks ini memerlukan gambaran yang bisa meyakinkan mereka bahwa Mattebox merupakan studio yang dapat dipercaya untuk mengerjakan proyek yang ada (Rifandy, 2024).

Oleh karena itu, perancangan *website company profile* dianggap sebagai langkah strategis untuk menyelesaikan tantangan ini. *Website company profile* dapat menciptakan pengalaman yang lebih terlibat, memberikan informasi secara lebih dinamis, dan memperkuat citra Mattebox Visualworks sebagai perusahaan yang progresif dan berinovasi (Thohariansyah, 2024). Dengan demikian, Mattebox Visualworks dapat memanfaatkan wadah media interaktif ini untuk meningkatkan eksposur mereka di pasar internasional serta menarik minat klien baru dengan cara yang lebih efektif dan efisien.

1.2. Rumusan Masalah

Kondisi persaingan industri konten visual yang semakin ketat tentu membuat Mattebox Visualworks menghadapi beberapa tantangan signifikan. Maka dari itu, berdasarkan latar belakang yang ada penulis menyimpulkan beberapa masalah yaitu:

- 1) Mattebox Visualworks memiliki kesulitan dalam meningkatkan visibilitas di ranah digital dalam upaya menarik klien internasional.
- 2) Mattebox Visualworks tidak memiliki platform khusus yang dapat digunakan untuk menyajikan profil dan informasi perusahaan secara profesional dan kredibel untuk dilihat oleh potensial klien baik lokal maupun internasional.

Berdasarkan permasalahan tersebut, penulis menyimpulkan rumusan masalah yaitu, “Bagaimana perancangan *website company profile* Mattebox Visualworks untuk *filmmaker*.”

1.3. Batasan Masalah

1.3.1. Demografis

1.3.1.1. Primer (Klien Internasional)

- 1) Jenis Kelamin : Laki-laki/Perempuan
- 2) Usia : 30 - 50 Tahun

Berdasarkan survei dari penulisan Variety (2022), klien-klien VFX luar negeri cenderung lebih memilih untuk

menggunakan website dalam mencari vendor VFX. Hal ini disebabkan oleh kemudahan akses serta kecepatan dalam menemukan beragam opsi yang sesuai dengan kebutuhan produksi mereka. Dengan adanya platform-platform daring seperti ArtStation, The Foundry, atau bahkan situs-situs khusus seperti VFX Production, klien dapat dengan cepat menemukan vendor yang tepat dengan kredibilitas yang terverifikasi, portofolio yang terstruktur, dan sistem penilaian yang dapat diandalkan. Hal ini menjadi salah satu cara efisien bagi klien VFX untuk memastikan bahwa mereka dapat bekerja dengan profesional yang dapat diandalkan dalam memenuhi kebutuhan produksi visual mereka.

3) Tingkat Ekonomi : SES A

Berdasarkan penulisan Anwar (2021), klien VFX dari luar negeri sering kali berasal dari kalangan ekonomi atas. Hal ini dapat disebabkan oleh berbagai faktor, termasuk anggaran produksi yang besar untuk proyek-proyek film, televisi, dan permainan video yang membutuhkan layanan VFX berkualitas tinggi. Kelompok ekonomi atas cenderung memiliki akses ke sumber daya finansial yang lebih besar, memungkinkan mereka untuk menginvestasikan dana yang signifikan dalam produksi hiburan. Dengan demikian, mereka lebih mungkin mencari penyedia layanan VFX terkemuka di luar negeri yang dapat memenuhi standar kualitas tinggi dan menciptakan efek visual yang memukau untuk proyek-proyek mereka.

4) Status/Pekerjaan : Produser VFX

Produser visual effects (VFX) dari luar negeri memiliki peran penting dalam menjembatani kontak dengan vendor

VFX di Indonesia. Dengan pengalaman dan pengetahuan yang luas dalam industri, produser VFX luar negeri mampu memahami kebutuhan proyek secara mendalam serta menemukan vendor VFX yang sesuai dengan spesifikasi dan anggaran proyek. Mereka memfasilitasi komunikasi antara klien dan vendor, memastikan bahwa visi kreatif tercapai dengan baik, dan memastikan bahwa proyek berjalan sesuai jadwal. Kolaborasi antara produser VFX luar negeri dan vendor VFX Indonesia membawa manfaat bagi kedua belah pihak, memungkinkan pertukaran pengetahuan dan pengalaman serta meningkatkan kualitas produksi VFX secara keseluruhan.

1.3.1.2. Sekunder (Klien Lokal)

- 1) Jenis Kelamin : Laki-laki/Perempuan
- 2) Usia : 30 - 50 Tahun (Dewasa Awal)

Berdasarkan data survei APJII tahun 2016, mayoritas pengguna *website* untuk kebutuhan perusahaan berada dalam rentang usia 24 - 50 tahun. Hal ini menunjukkan pentingnya memahami preferensi dan kebutuhan target pengguna dalam merancang media interaktif.

- 3) Tingkat Ekonomi : SES A

Berdasarkan penulisan Lubis (2017), klien seringkali dikaitkan dengan tingkatan ekonomi karena dalam konteks bisnis, klien merupakan individu atau entitas yang menggunakan jasa atau produk dari suatu perusahaan dan memiliki kemampuan finansial untuk membayar atas layanan atau produk tersebut.

- 4) Status/Pekerjaan : *Production House* dan *Agency*

Production house atau *agency* merupakan klien yang berkaitan dengan industri VFX karena mereka berperan

sebagai perantara antara klien dan perusahaan VFX. Klien yang biasanya merupakan produser film, sutradara, atau perusahaan pemasaran, memiliki visi kreatif dan kebutuhan spesifik untuk proyek mereka.

1.3.2. Geografis

1) Primer (Internasional)

Mattebox Visualworks, sebuah perusahaan kreatif di industri visual, tengah merencanakan ekspansi ke skala internasional untuk memperluas jangkauan dan dampaknya secara global. Hal tersebut sudah dimulai dari kerjasama perusahaan dengan Netflix Indonesia yang merupakan OTT skala internasional. Dalam menghadapi tantangan geografis skala internasional, perusahaan harus memperhatikan berbagai faktor seperti perbedaan budaya, regulasi bisnis, infrastruktur teknologi, dan preferensi konsumen di berbagai negara. Kerjasama dengan Netflix Indonesia membuat perusahaan dalam beradaptasi dengan strategi pemasaran yang sesuai dengan karakteristik demografis dan geografis. Selain itu, membangun kemitraan lokal yang kuat dengan Netflix Indonesia membuat perusahaan dapat memahami dinamika *workflow* skala internasional yang merupakan langkah penting dalam memperkuat posisi perusahaan dalam persaingan global.

2) Sekunder (Lokal)

Jakarta menjadi salah satu klien terbanyak dalam industri efek visual (VFX) karena berkembangnya industri hiburan di Indonesia, khususnya film dan iklan. Dengan pertumbuhan pesat dalam produksi film lokal dan internasional yang membutuhkan efek visual yang canggih, Jakarta telah menjadi tujuan utama bagi perusahaan VFX global dan lokal.

1.3.3. Psikografis

- 1) Klien internasional yang tertarik dengan inovasi dan kreativitas cenderung mencari penyedia layanan *visual effects* yang mampu memberikan solusi unik dan berani dalam proyek-produk mereka.
- 2) Klien internasional yang cenderung mencari vendor *visual effects* yang dapat diandalkan dan memiliki reputasi yang baik dalam menyelesaikan proyek tepat waktu dan dengan hasil berkualitas tinggi. Mereka memprioritaskan kerjasama dengan perusahaan yang memiliki portofolio yang solid, testimoni positif dari klien sebelumnya, dan reputasi yang baik dalam industri.
- 3) Klien internasional yang memiliki perwakilan dalam mencari vendor VFX lokal untuk mengerjakan proyek mereka.

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Tugas akhir ini bertujuan untuk merancang *website company profile* yang memberikan representasi yang komprehensif dan menarik tentang Mattebox Visualworks kepada klien potensial, baik lokal maupun internasional. Melalui desain yang informatif dan estetis, *website* tersebut bertujuan untuk memperkuat citra perusahaan, menyoroti keunggulan dan kualitas layanan yang mereka tawarkan, serta memberikan pengalaman interaktif yang memikat bagi audiens, sehingga memperkuat keterlibatan, membangun kepercayaan, dan meningkatkan peluang kerjasama di pasar global.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

1.5.1. Bagi Penulis

Tugas akhir ini memberikan kontribusi positif terhadap pengembangan keterampilan perancangan desain bagi penulis, terutama dalam mengintegrasikan pendekatan Desain Komunikasi Visual (DKV). Penulis akan memperoleh pemahaman mendalam tentang kompleksitas industri kreatif dan strategi perancangan media interaktif yang dapat meningkatkan kompetensi profesional dan

keaktivitas penulis dalam merespon tantangan yang dihadapi oleh perusahaan seperti Mattebox Visualworks.

1.5.2 Bagi Orang Lain

Tugas akhir ini memberikan solusi inovatif dalam membantu perusahaan Mattebox Visualworks untuk meningkatkan interaksi dengan audiens dan klien serta memanfaatkan potensi perusahaan. *Website company profile* dapat memperkuat citra merek perusahaan, meningkatkan eksposur di pasar internasional, dan menarik minat klien baru. Penyajian portofolio proyek-proyek mereka secara mendalam dan menarik, serta memberikan informasi yang informatif dan terstruktur tentang layanan yang mereka tawarkan akan menjadi alat yang kuat dalam membangun kesan profesional dan kredibilitas di mata klien potensial baik lokal maupun internasional.

1.5.3 Bagi Universitas

Tugas akhir ini memberikan kontribusi kepada lingkungan akademis dengan memperkaya wawasan mahasiswa, dosen, dan penulis di bidang Desain Komunikasi Visual (DKV), Interaksi Pengguna, dan Industri Kreatif. Hasil penulis dapat menjadi referensi untuk perancangan lebih lanjut dan pengembangan kurikulum, menghadirkan elemen baru dalam pembelajaran dan memperkuat hubungan antara teori dan praktik dalam konteks desain media interaktif.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A