

## **BAB I PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Klinik, merupakan sebuah layanan medis terorganisir yang menawarkan layanan rawat jalan diagnostik, terapi, atau tindakan preventif. Seringkali, istilah tersebut mencakup seluruh pusat pengajaran medis, termasuk rumah sakit dan fasilitas rawat jalan. Perawatan medis yang ditawarkan oleh klinik mungkin berhubungan atau tidak dengan rumah sakit. Istilah klinik dapat digunakan untuk menunjuk semua aktivitas klinik umum atau hanya divisi bagian tertentu dari pekerjaan, misalnya: klinik psikiatrik, klinik neurologi, atau klinik bedah. Seluruh aktivitas yang terhubung dengan rumah sakit biasanya disebut departemen rawat jalan, dan subdivisi spesifik dari hal tersebut dapat disebut sebagai klinik.

Klinik pertama di dunia berbahasa Inggris, *London Dispensary*, didirikan pada tahun 1696 sebagai sarana sentral untuk membagikan obat-obatan kepada orang miskin yang sakit yang dirawat oleh para dokter di rumah pasien. Apotik di *New York City, Philadelphia, dan Boston*, didirikan pada tahun 1771, 1786, dan 1796 secara beruntun, dan memiliki tujuan yang sama. Setelahnya, klinik mulai berkembang menjadi berbagai macam divisi dan bentuk, mulai dari rumah sakit, pusat kesehatan, poliklinik, dan klinik keluarga berencana.

Terdapat 2 macam klinik, khususnya di Indonesia, meliputi Klinik Pratama, yaitu sebuah klinik yang dipimpin dan dilayani oleh dokter umum, lalu Klinik Utama, yaitu sebuah klinik spesialis ilmu yang dipimpin dan dilayani oleh dokter spesialis (klinik dokter gigi, THT, anak, dsb).

Anak, memiliki ciri khas untuk selalu tumbuh dan berkembang. Di mana pertumbuhan merupakan proses kontinyu, penambahan ukuran, kecepatan tidak teratur, dan fase percepatan maupun perlambatan. Sedangkan perkembangan merupakan proses maturasi dan belajar, mempunyai pola tertentu, sekuensial dan dapat diprediksi, serta memiliki pola yang sama. Sebagai orangtua, menjaga kecukupan nutrisi, gizi dan memantau pembelajaran perkembangan anak sangatlah penting dalam membantu tumbuh dan perkembangan anak.

Mengetahui tumbuh dan kembang anak sangat penting bagi orangtua, agar mereka dapat berkembang sebagai seorang yang memiliki kebiasaan baik, mengembangkan keterampilan mulai dari berhitung, membaca atau keterampilan dalam membuat sesuatu, mengembangkan ketahanan emosional yang baik bagi anak, memastikan anak tumbuh dan berkembang bagi masa depan mereka, dan mengembangkan rasa kasih sayang anak terhadap orangtua (*bonding*).

Terdapat beberapa klinik anak, khususnya di daerah karesidenan Surakarta, seperti Klinik *Mommy and Me*, Klinik Lestari, Klinik Anak Paramayoga, Klinik Griya Bunda, dan sebagainya, salah satunya yaitu Klinik Anak Cerdas Ceria.

Klinik Anak Cerdas Ceria sangat memperhatikan bagaimana tumbuh kembang seorang anak. Terlebih bagi anak yang mengalami kesulitan dalam masa pertumbuhan. Klinik Anak Cerdas Ceria memiliki banyak sekali pelayanan terpadu untuk anak, mulai dari pelayanan anak dari usia 1 hingga 12 tahun, pelayanan oleh dokter spesialis anak maupun dokter umum, psikolog,

terapis, terapi wicara, terapi okupasi, pelatihan pijat bayi bagi orangtua, dokter gigi. Klinik Anak Cerdas Ceria tidak hanya peduli terhadap penyakit yang diderita, namun juga perkembangan seorang anak. Perkembangan pertumbuhan anak, baik perkembangan berbicara, perkembangan sosial, emosi anak bahkan perkembangan bakat dan gaya belajar anak yang sesuai dengan usia anak.

Klinik Anak Cerdas Ceria memiliki relasi dan kerjasama, terutama Yayasan Putra Bumi Ngantos Sami sebagai lembaga naungan, dan juga kerjasama terhadap RS PKU Muhammadiyah Surakarta, dimana para dokter praktek mulai dari dokter anak, psikiater dsb juga praktek dalam RS PKU Muhammadiyah.

Informasi yang cukup terhadap Klinik Cerdas Ceria sangatlah dibutuhkan agar masyarakat tahu bahwa terdapat sebuah klinik yang menawarkan dalam pemeriksaan, pengawasan dan pembelajaran pertumbuhan dan perkembangan anak, salah satunya melalui sebuah media promosi. Media promosi yang baik dapat mengenalkan kepada masyarakat dimana letak Klinik Anak Cerdas Ceria, pelayanan apa saja yang disediakan dan memberikan pengetahuan dasar mengenai pentingnya untuk selalu memantau tumbuh dan kembang anak sejak dini.

Klinik Anak Cerdas Ceria memiliki sebuah laman *facebook* sebagai media informasi dan promosi secara umum terhadap masyarakat, khususnya daerah sekitar Surakarta, namun, hal tersebut kurang efektif karena informasi yang disajikan hanyalah informasi dasar seputar kesehatan dan informasi layanan atau seminar kesehatan dalam lingkup Klinik Anak Cerdas Ceria, sehingga tidak cukup informasi terhadap masyarakat awam mengenai apa itu Klinik Anak Cerdas Ceria,

pelayanan apa yang tersedia, jam praktek pemeriksaan, dan sebagainya. Maka dari itu, pentingnya sebuah media interaktif dalam bentuk *company profile* agar masyarakat dapat mengetahui informasi dasar Klinik Anak Cerdas Ceria dan dapat meyakinkan bahwa Klinik Anak Cerdas Ceria adalah tempat yang dituju dalam mengetahui perkembangan dan pertumbuhan anak, juga dapat sebagai sebuah media promosi untuk mengenalkan dalam geografis yang lebih luas, seperti luar Surakarta.

## **B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana konsep perancangan *company profile* yang dapat mempresentasikan profil perusahaan Klinik Cerdas Ceria?
2. Bagaimana merancang *company profile* agar terlihat interaktif, komunikatif dan persuasif?

## **C. Tujuan Perancangan**

1. Mengetahui konsep yang tepat dalam pembuatan *company profile* yang dapat mempresentasikan profil perusahaan Klinik Cerdas Ceria.
2. Sebagai media informasi profil perusahaan yang interaktif, komunikatif dan persuasif.

## **D. Manfaat Perancangan**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan dampak diantaranya :

- a. Bagi Penulis

Dapat dijadikan sebagai portofolio yang kelak bermanfaat di masa mendatang serta menambah pengalaman dalam pembuatan company profile.

b. Bagi Perusahaan

Dapat menjadi media promosi berupa profil usaha guna menarik perhatian segmentasi pasar.

c. Bagi Masyarakat

Khalayak dapat mengenal perusahaan mana yang dapat memenuhi ekspektasi menjadi realita dan dapat mempromosikan perusahaan terkait.

## **E. Tinjauan Pustaka**

Nuga Choiril Umam dalam jurnalnya yang berjudul “PERANCANGAN *MOTION GRAPHIC* PENGENALAN BATIK GEMAWANG KHAS KABUPATEN SEMARANG” (2016). Jurnal ini sangat berguna bagi tugas akhir dengan judul “PERANCANGAN *COMPANY PROFILE* “KLINIK ANAK CERDAS CERIA” SURAKARTA”, karena di dalamnya terdapat cara bagaimana sebuah *motion graphic* dapat dijadikan sebagai sarana pengenalan untuk sebuah obyek kepada masyarakat luas, dan membuat masyarakat dapat mengenal obyek tersebut secara singkat namun tetap jelas.

(URL : <http://digilib.isi.ac.id/1840>)

Rayhan Helsa Fajri dalam jurnalnya yang berjudul “PERANCANGAN *MOTION GRAPHIC* SEBAGAI IKLAN LAYANAN PENTINGNYA IMUNISASI BAGI ANAK SEJAK USIA DINI DI KOTA BUKITTINGGI”.

Jurnal ini sangat berguna bagi tugas akhir dengan judul “PERANCANGAN *COMPANY PROFILE* “KLINIK ANAK CERDAS CERIA” SURAKARTA”, karena di dalamnya memuat informasi mengenai efektifitas sebuah iklan layanan dengan menggunakan sebuah *motion graphic* untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya kesehatan dan imunisasi bagi anak usia dini, khususnya kota Bukittinggi, dimana hal tersebut juga bermanfaat dalam merancang *motion graphic* untuk menyadarkan orang tua akan pentingnya kesehatan anak dan memeriksakan anak ke klinik anak terdekat, khususnya Klinik Anak Cerdas Ceria.

(URL : <http://ejournal.unp.ac.id/index.php/dkv/article/view/9308>)

Oktalisa Wardhani D.P. dalam tugas akhirnya yang berjudul “PERANCANGAN ANIMASI *MOTION GRAPHIC* SEBAGAI MEDIA INFORMASI WISATA EDUKASI DI KOTA BANDUNG”. Jurnal ini sangat berguna bagi tugas akhir dengan judul “PERANCANGAN *COMPANY PROFILE* “KLINIK ANAK CERDAS CERIA” SURAKARTA”, karena di dalamnya, Oktalisa menjelaskan, bahwa media informasi melalui animasi *motion graphic* dapat mempermudah *audiens* karena tidak hanya berupa visual, namun pesan yang tersampaikan juga dapat melalui aksi yang bergerak dalam animasi, dan suara melalui narasi yang mengiringinya, sehingga masyarakat mudah dalam memahami informasi dan tertarik untuk mengetahui lebih lanjut dari *motion graphic* tersebut.

(URL : <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/home/catalog/id/122494/slug/perancangan-animasi-motion-graphic-sebagai-media-informasi-wisata-edukasi-di-kota-bandung.html>)

Jonggi Pratama Panjaitan dalam tugas akhirnya yang berjudul “PERANCANGAN *MOTION GRAPHIC* SEBAGAI MEDIA IKLAN LAYANAN MASYARAKAT”, menjelaskan bahwa agar dapat menarik perhatian target *audience*, dibutuhkan nya sebuah media yang kreatif dan unik, agar dapat diminati masyarakat secara umum daripada media-media yang *mainstream* dan berkesan membosankan.

(URL : <https://ojs.amikom.ac.id/index.php/semnasteknomedia/article/view/1952>)

## **F. Landasan Teori**

### **1. *Company Profile***

*Company profile* adalah gambaran umum perusahaan yang ditulis dalam produk tulisan oleh praktisi. Gambaran ini tidak sepenuhnya detail, lengkap dan mendalam. Perusahaan disini dapat memilih inti poin apa saja yang ingin disampaikan secara umum terbuka terhadap publik (Kriyantono, 2008). Menurut Agustrijanto (2001), *Company profile* atau profil perusahaan yaitu gambaran umum melalui sebuah buku atau media lain yang dilakukan oleh sebuah perusahaan melalui serangkaian promosi terpadu mengenai perusahaan itu sendiri.

Kriyantono (2008) fungsi *Company profile* yaitu sebagai berikut:

- a. Sebagai representasi perusahaan, *Company profile* merupakan gambaran umum terhadap suatu perusahaan. Dapat digunakan sebagai perwakilan terhadap informasi inti perusahaan tersebut sehingga publik dapat mengetahui informasi dasar perusahaan tersebut tanpa harus mencari dengan susah payah. Juga memiliki fungsi sebagai media pembangun citra agar bermacam-macam kelompok penekan di dalam masyarakat memiliki pemahaman tentang perusahaan secara tepat.
- b. Dapat digunakan untuk memberikan kelengkapan terhadap komunikasi lisan dan terciptanya *mutual understanding*.
- c. Efisiensi waktu transaksi. Pihak lain yang berkaitan dengan bisnis perusahaan tidak perlu menanyakan secara detail tentang perusahaan, produk, pasar, visi, misi, posisi keuangan. Hal itu dapat dipelajari melalui *Company profile*.
- d. Sebagai sarana membangun identitas dan citra korporasi. *Company profile* yang dibuat dan dikemas secara jelas, detail, dan menarik, mencerminkan persepsi perusahaan sebagai perusahaan yang besar, bonafit, dan terpercaya dalam publik.

Ada berbagai macam bentuk *company profile*. Terdapat lima bentuk dari *company profile* antara lain (Zackhy S. Youri & Faizal Alfa Z., 2010):

- a. *Text company profile*



Merupakan sebuah *company profile* yang berisi teks tertulis dengan hal dasar dalam pembuatan *company profile* ini adalah penggunaan kata-kata yang mudah dipahami, keruntutan penyampaian, dan redaksional yang rapi..

b. Bentuk *graphic company profile*

*Graphic company profile* bersifat lebih variatif daripada bentuk teks karena menggabungkan unsur teks dan gambar/foto/ilustrasi secara harmonis. Apabila digunakan sebagai *marketing tool*, *graphic company profile* dapat muncul dalam berbagai bentuk desain cetak, seperti: *Catalog, booklet, brochure, flyer, leaflet, printed map* dengan variasi warna, ukuran, media cetak, hingga *finishing*.

c. Bentuk *video company profile*

*Company profile* ini lebih bersifat *multimedia* yang dibangun dari sebuah konsep dan *storyboard*. Umumnya berdurasi singkat, *company profile* tidak berdurasi sekitar 7 – 10 menit, sehingga konsepnya harus matang dan *smart* yang artinya penyampaian pesan jelas dengan tampilan yang sedikit untuk menghemat durasi.

d. Bentuk *interactive company profile*

*Company profile* jenis ini merupakan salah satu inovasi terbaru dalam dunia *company profile*. Berbasis konsep interaktif, jenis *company profile* ini menitikberatkan pada interaktifitas, sehingga penikmat *company profile* lebih terlibat untuk memilih informasi yang dibutuhkan. Salah satu kelebihan dari *interactive company profile*

adalah fleksibilitasnya, terutama terkait dengan *update* karena apabila terjadi dinamika perusahaan, perusahaan dapat melakukan perubahan sendiri secara cepat, tepat, efektif, dan efisien.

*e. Bentuk online company profile*

*Online company profile* muncul dalam bentuk website yang memiliki keunikan dan warna perusahaan. *Online company profile* juga merupakan sebuah inovasi menarik dalam sebuah pencarian bentuk *company profile* yang lengkap, informatif, accessible, dan efisien.

5. *Isi Company Profile*

Banyak hal yang bisa ditulis dalam *company profile*. Tetapi, secara umum menurut Kriyantono (2008) isi *company profile* mencakup:

- a. Sejarah perusahaan, mencakup antara lain pendiri perusahaan, jajaran direksi, asal muasal dan proses perkembangan.
- b. Filosofis perusahaan, bisa disebut pandangan atau ideologi dasar-dasar perusahaan.
- c. Budaya perusahaan, adalah nilai-nilai kunci dan konsep bersama yang membentuk citra anggota organisasi terhadap organisasinya. Misalnya, etos kerja tinggi, maju untuk semua, makan tidak makan yang penting kumpul.

- d. Sambutan dari pimpinan (direktur utama dan komisaris utama) tentang segala hal yang sangat berpengaruh pada aktivitas perusahaan dan rencana jangka panjang.
- e. Identitas perusahaan, termasuk disini logo, *uniform*, interior gedung dan kantor, kualitas cetakan atau kualitas *audiovisualnya*.
- f. Visi, misi strategi perusahaan, termasuk komitmen perusahaan untuk meraih kemajuan. Ini menunjukkan bahwa operasional perusahaan dilakukan tidak sembarangan, tetapi melalui perencanaan yang matang dan berkeseimbangan. Sebagai jaminan masa depan bisnis yang berkelanjutan. Pada akhirnya menciptakan kepercayaan publik, bahwa masa depan perusahaan terjamin.
- g. Alamat cabang-cabang. Semakin banyak cabang perusahaan di beberapa wilayah menunjukkan jalur distribusi yang merata. Pada akhirnya mencerminkan kebersamaan dan prestise perusahaan.
- h. Gambaran tentang SDM, ceritakan orang-orang dibalik operasional perusahaan, siapa saja figur pengendali di jajaran manajemen termasuk tokoh berpengaruh di masyarakat yang berkaitan dengan perusahaan.
- i. Sistem pelayanan dan fasilitas yang disediakan. Dalam persaingan ketat dewasa ini, pelayanan pelanggan memegang kunci strategis. Gambaran kelebihan perusahaan dari sisi yang membedakan dengan kompetitor.
- j. Prestasi dan keunggulan perusahaan, termasuk segala hal yang telah dilakukan perusahaan untuk kepentingan masyarakat. Masyarakat

menuntut bukan hanya kualitas produk atau jasa, tapi juga apa yang bisa dilakukan perusahaan dalam upaya meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat. Misalnya program peduli lingkungan sebagai wujud tanggung jawab perusahaan.

- k. Laporan perkembangan perusahaan (*annual report*), termasuk informasi keuangan perusahaan.
- l. Deskripsi tentang produk-produk dan jasa utama yang ditawarkan program pengembangan dimasa mendatang.

## **2. Animasi**

Animasi merupakan sekumpulan gambar yang disusun secara berurutan. Ketika rangkaian gambar tersebut di tampilkan dengan kecepatan yang memadai, maka rangkaian gambar tersebut akan terlihat bergerak (Hidayatullah dkk, 2011:63). Menurut Munir (2013:340) “animasi berasal dari bahasa inggris, *animation* dari kata *to anime* yang berarti “menghidupkan”.

Animasi merupakan gambar tetap (*still image*) yang disusun secara berurutan dan direkam dengan menggunakan kamera”. Sedangkan menurut Vaughan dalam Binanto (2010:219) menyatakan bahwa “animasi adalah usaha untuk membuat presentasi statis menjadi hidup”. Menurut pendapat beberapa ahli di atas maka dapat disimpulkan bahwa animasi merupakan sekumpulan gambar yang disusun secara berurutan dan direkam menggunakan kamera untuk membuat presentasi statis menjadi hidup.

Film animasi biasa dipakai untuk merekam suatu keadaan atau mengemukakan sesuatu. Film animasi dipakai untuk memenuhi suatu kebutuhan umum, yaitu mengkomunikasikan suatu gagasan, pesan atau kenyataan. Karena keunikan dimensi dan sifat hiburannya, film animasi telah diterima sebagai salah satu media audio visual yang paling populer dan digemari. Karena itu juga dianggap sebagai media yang paling efektif (Dalz, 2010)

Animasi secara sederhana merupakan sebuah ilustrasi atau gambar yang dicetak dalam *frame* demi *frame*. Tiap-tiap *frame* memiliki gambar yang berbeda atau mirip satu dengan yang lain sehingga jika di proyeksikan dan di 8 gerakkan secara cepat terciptalah ilusi pergerakan gambar. Perkembangan teknik animasi dari masa ke masa demikian pesat. Sejak awal kali pertama para pembuat animasi langsung menggambar pada frame filmnya hingga kini telah menggunakan teknologi digital. Dari animasi dua dimensi (2-D), lalu animasi *stop-motion*, kini berkembang menjadi animasi tiga dimensi digital (3-D). Film animasi memiliki jangkauan wilayah ceritayang luas, seperti drama, fiksi-ilmiah, perang, fantasi, horor, musikal, hingga epik sejarah.

Secara umum, animasi dapat dibagi ke dalam tiga kategori, yaitu traditional *animation* (2D *animation*), *stop motion animation*, dan *computer graphics animation* (3D *animation*). (Aditya, 2009: 10)

a. *Traditional Animation (2D Animation)*

Animasi tradisional (traditional animation) adalah kategori animasi yang sudah berumur sangat tua. Disebut tradisional karena teknik/model animasi inilah yang digunakan untuk pengembangan awal animasi di media layar kaca (TV) dan layar perak (bioskop). *Traditional animation* sering disebut dengan *cell animation* karena teknik pengerjaannya dilakukan pada media kertas *celluloid* transparan yang secara sekilas terlihat sama dengan kertas transparan untuk OHP. Contoh film-film dalam jenis tradisional animasi diantaranya adalah "*Snow White and Seven Dwarf*", "*Cinderella*", "*Beauty and The Beast*", "*Alladin*", "*Tom and Jerry*", dan lain-lain.

b. *Stop Motion Animation*

*Stop motion* animation adalah animasi yang menggunakan media perekam, misalnya kamera, untuk menangkap pergerakan objek yang digerakkan sedikit demi sedikit. Dalam jenis animasi ini, objek akan diatur untuk memperlihatkan pose tertentu dan kamera akan merekam poser objek tersebut. Animasi ini sering disebut juga dengan *clay motion* karena dalam perkembangannya, jenis animasi ini umumnya menggunakan media atau bahan berupa tanah liat (*clay*) sebagai objek animasinya. *Clay* tersebut digunakan untuk membuat objek animasi berupa boneka, patung, dan sebagainya. *Clay* dipilih karena bahan ini bersifat elastis (mudah dibentuk) dan mudah untuk digerakkan. Namun, animasi jenis ini tidak hanya terbatas pada objek berbahan tanah liat saja, kertas, kayu, dan bahan lain pun dapat digunakan

dalam animasi jenis ini. Contoh film yang termasuk dalam jenis stop motion animation ini adalah "*Chicken Run*", "*Celebrity Death Match*", "*Shaun The Sheep*", dan lain-lain.

c. *Computer Graphics Animation (3D Animation)*

*Computer graphics animation* adalah jenis animasi yang keseluruhan prosesnya dikerjakan dengan media komputer, Animasi ini dapat berupa animasi 2 dimensi (2D) dan 3 dimensi (3D). Namun, dalam perkembangannya, *computer graphic animation* ini telah berevolusi dengan sangat cepat melalui pendekatan 3D yang sangat revolusioner dan bahkan mampu mendekati bentuk objek aslinya (*hyperreality*) sehingga pada akhirnya, animasi jenis ini menjadi identik dengan animasi 3D. Dengan bantuan komputer, maka seluruh pengerjaan animasi, mulai tahap pemodelan hingga hasil akhir (*rendering*), tidak lagi dikerjakan dengan sketsa tangan manual (konvensional) sehingga keseluruhan proses pembuatan animasi menjadi lebih mudah dan lebih cepat. *Computer graphic animation* saat ini dikenal juga dengan istilah *Computer Generated Imagery (CGI)*. 3 Contoh film-film yang menggunakan jenis animasi ini adalah "*Toy Story*", "*Finding Nemo*", "*Ice Age*", "*Madagascar*", "*Final Fantasy VII: Advent Children*", dan lain-lain.

### **3. *Motion Graphic***

Krasner (2008: 137) mengatakan bahwa motion graphic adalah bahasa universal, setiap gerakan mempunyai dampak dan memilih metode

untuk memindahkan elemen dalam sebuah layar akan meningkatkan maknanya.

Menurut Betancourt (2012) dalam artikelnya yang berjudul *The Origins of Motion Graphics*, yang terdapat di *Cinegraphic. Motion Graphic* adalah media yang digunakan rekaman video atau teknologi animasi untuk menciptakan ilusi gerak dan biasanya dikombinasikan dengan suara untuk digunakan dalam sebuah output media. *Motion Graphic* biasanya ditampilkan melalui teknologi media elektronik, tetapi dapat ditampilkan melalui petunjuk didukung teknologi (misalnya *thaumatrope*, *phenakistoscope*, *stroboscope*, *zeotrope*, *praxinoscope*, dan *flip book* juga). Istilah ini berguna untuk membedakan *still graphics* dari grafis dengan penampilan yang berubah dari waktu ke waktu (*Transforming Graphics*). (<http://www.cinegraphic.net/article.php/20130306203217744>)

*Motion Graphics* pada umumnya merupakan gabungan dari potongan-potongan desain/animasi yang berbasis media visual yang menggabungkan bahasa film dengan desain grafis. Ini dapat dicapai dengan memasukkan sejumlah elemen yang berbeda seperti 2d/3d, animasi, video, film, tipografi, ilustrasi, fotografi, dan musik. Ada beberapa karakteristik kunci untuk lebih mendefinisikan sifat *Motion Graphics* :

1. *Motion Graphics* dua dimensi, tetapi dapat menciptakan ilusi elemen gerakan tiga dimensi. hal tersebut ada sebagai gambar pada layar dan proyeksi yang memiliki lebar dan panjang, tetapi tidak ada



kedalaman. hanya terlihat seperti *space*/objek 2 dimensi yang terletak pada 3d *space*.

2. *Motion Graphics* tidak harus benar-benar berpindah posisi, asalkan ada sesuatu yang berubah dalam jangka waktu tertentu pada objek tersebut. Sebagai contoh, pada layar terdapat sebuah objek font, font tersebut hanya diam tidak berpindah tempat melainkan ada **15** perubahan dalam dirinya seperti dalam durasi tertentu font tersebut berubah warna.

3. *Motion Graphics* yang sering digunakan dalam interaktif multimedia, tetapi tidak juga selalu interaktif. hanya disajikan secara linear dan *user* tidak memiliki kemudi penuh atas *Motion Graphics* tersebut.

(Majalah Motion by Design #01. *History of Motion Graphic Design*)

#### **4. Klinik**

Klinik adalah fasilitas pelayanan kesehatan yang menyelenggarakan dan menyediakan pelayanan medis dasar dan atau spesialisik, diselenggarakan oleh lebih dari satu jenis tenaga kesehatan dan dipimpin oleh seorang tenaga medis (Permenkes RI No.9, 2014).

Jenis-jenis Klinik meliputi:

##### a. Klinik Pratama

Klinik pratama merupakan klinik yang menyelenggarakan pelayanan medik dasar yang dilayani oleh dokter umum dan dipimpin oleh seorang dokter umum. Berdasarkan perijinannya klinik ini dapat dimiliki oleh badan usaha ataupun perorangan.

## b. Klinik Utama

Klinik utama merupakan klinik yang menyelenggarakan pelayanan medik spesialistik atau pelayanan medik dasar dan spesialistik. Spesialistik berarti mengkhususkan pelayanan pada satu bidang tertentu berdasarkan disiplin ilmu, golongan umur, organ atau jenis penyakit tertentu. Klinik ini dipimpin seorang dokter spesialis ataupun dokter gigi spesialis. Berdasarkan perijinannya klinik ini hanya dapat dimiliki oleh badan usaha berupa CV, ataupun PT.

Perbedaan antara klinik pratama dan klinik utama adalah:

1. Pelayanan medis pada klinik pratama hanya pelayanan medis dasar, sementara pada klinik utama mencakup pelayanan medis dasar dan spesialis.
2. Pimpinan klinik pratama adalah dokter atau dokter gigi, sementara pada klinik utama pimpinannya adalah dokter spesialis atau dokter gigi spesialis.
3. Layanan di dalam klinik utama mencakup layanan rawat inap, sementara pada klinik pratama layanan rawat inap hanya boleh dalam hal klinik berbentuk badan usaha.
4. Tenaga medis dalam klinik pratama adalah minimal dua orang dokter atau dokter gigi, sementara dalam klinik utama diperlukan satu orang spesialis untuk masing-masing jenis pelayanan.

Adapun bentuk pelayanan klinik dapat berupa:

- a. Rawat jalan.

- b. Rawat inap.
- c. *One day care*.
- d. *Home care*.
- e. Pelayanan 24 jam dalam 7 hari.

Perlu ditegaskan lagi bahwa klinik pratama yang menyelenggarakan rawat inap, harus memiliki izin dalam bentuk badan usaha. Mengenai kepemilikan klinik, dapat dimiliki secara perorangan ataupun badan usaha. Bagi klinik yang menyelenggarakan rawat inap maka klinik tersebut harus menyediakan berbagai fasilitas yang mencakup:

- 1. Ruang rawat inap yang memenuhi persyaratan.
- 2. Minimal memiliki 5 bed, dan maksimal 10 bed, dengan lama inap maksimal 5 hari
- 3. Tenaga medis dan keperawatan sesuai jumlah dan kualifikasi.
- 4. dapur gizi
- 5. Pelayanan laboratorium klinik pratama (Permenkes RI No.9, 2014).

### 3. Kewajiban Klinik

- a. Memberikan pelayanan aman, bermutu, mengutamakan kepentingan pasien, sesuai standar profesi, standar pelayanan dan standar prosedur operasional.
- b. Memberikan pelayanan gawat darurat pada pasien sesuai kemampuan tanpa meminta uang muka terlebih dahulu/mengutamakan kepentingan pasien.
- c. Memperoleh persetujuan tindakan medis.

- d. Menyelenggarakan rekam medis.
- e. Melaksanakan sistem rujukan.
- f. Menolak keinginan pasien yang tidak sesuai dengan standar profesi, etika dan peraturan perundang-undangan.
- g. Menghormati hak pasien.
- h. Melaksanakan kendali mutu dan kendali biaya.
- i. Memiliki peraturan internal dan standar prosedur operasional.
- j. Melaksanakan program pemerintah di bidang kesehatan (Permenkes RI No.9, 2014).

#### 1. Kewajiban Pihak Penyelenggara Klinik

- 1. Memasang papan nama klinik.
- 2. Membuat daftar tenaga medis dan tenaga kesehatan lainnya yang bekerja di klinik beserta nomor surat tanda registrasi (STR) dan surat izin praktik (SIP) atau surat izin kerja (SIK) dan surat izin praktik apoteker (SIPA) bagi apoteker;
- 3. Melaksanakan pencatatan untuk penyakit-penyakit tertentu dan melaporkan kepada dinas kesehatan kabupaten/kota dalam rangka melaksanakan program pemerintah sesuai dengan peraturan perundang-undangan.

Pembinaan dan pengawasan terhadap pelaksanaan penyelenggaraan klinik ini dilakukan oleh pemerintah dan pemerintah daerah. Bagi klinik yang melakukan pelanggaran, maka pemerintah dapat

mengenaikan sanksi administratif berupa teguran, teguran tertulis dan pencabutan izin (Permenkes RI No.9, 2014).

## 2. Bangunan dan Ruangan

Klinik diselenggarakan pada bangunan yang permanen dan tidak bergabung dengan tempat tinggal atau unit kerja lainnya. Dan juga bangunan klinik harus memenuhi persyaratan lingkungan sehat sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan. Bangunan klinik juga harus memperhatikan fungsi, keamanan, kenyamanan dan kemudahan dalam pemberian pelayanan serta perlindungan dan keselamatan bagi semua orang termasuk penyandang cacat, anak-anak dan orang usia lanjut. Bangunan klinik paling sedikit terdiri atas:

- a. Ruang pendaftaran/ruang tunggu.
- b. Ruang konsultasi.
- c. Ruang administrasi.
- d. Ruang obat dan bahan habis pakai untuk klinik yang melaksanakan pelayanan farmasi.
- e. Ruang tindakan.
- f. Ruang/pojok asi.
- g. Kamar mandi/wc.
- h. Ruangan lainnya sesuai kebutuhan pelayanan (Permenkes RI No.9, 2014).

## 3. Prasarana Klinik

Berdasarkan permenkes RI No.9, 2014 tentang klinik disebutkan bahwa prasarana klinik meliputi:

1. Instalasi air.
2. Instalasi listrik.
3. Instalasi sirkulasi udara.
4. Sarana pengelolaan limbah.
5. Pencegahan dan penanggulangan kebakaran.
6. Ambulans, untuk klinik yang menyelenggarakan rawat inap.
7. Sarana lainnya sesuai kebutuhan. Prasarana sebagaimana dimaksud di atas harus dalam keadaan terpelihara dan berfungsi dengan baik.

#### 6. Peralatan Klinik

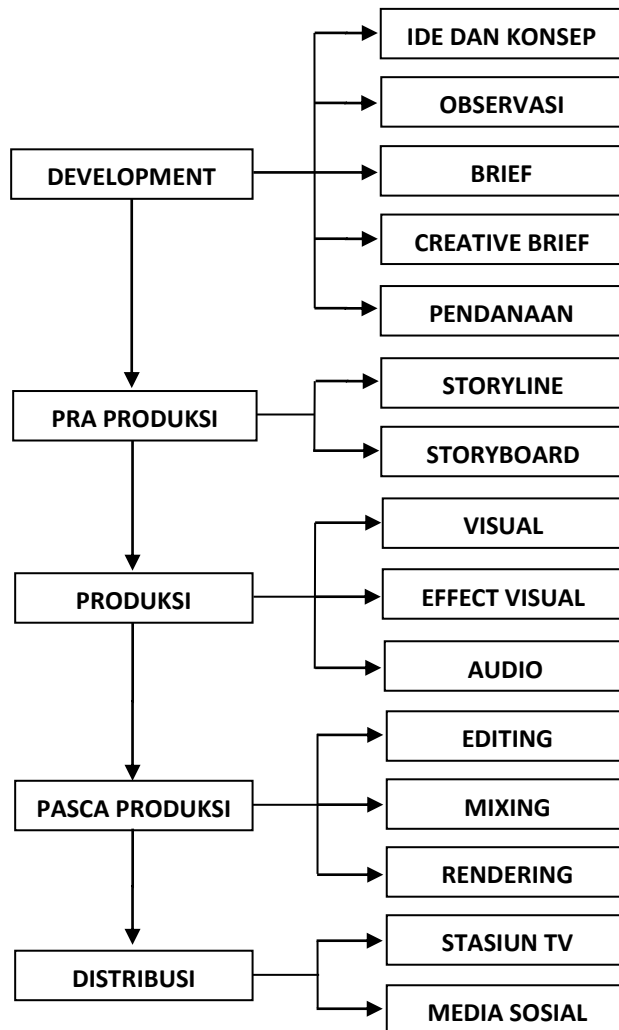
Klinik harus dilengkapi dengan peralatan medis dan nonmedis yang memadai sesuai dengan jenis pelayanan yang diberikan. Peralatan medis dan nonmedis harus memenuhi standar mutu, keamanan, dan keselamatan. Selain memenuhi standar, peralatan medis juga harus memiliki izin edar sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan. Peralatan medis yang digunakan di klinik harus diuji dan dikalibrasi secara berkala oleh institusi penguji atau pihak pengkalibrasi yang berwenang untuk mendapatkan surat kelayakan alat. Peralatan medis yang menggunakan radiasi pengion harus mendapatkan izin sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan. Penggunaan peralatan medis untuk kepentingan penegakan diagnosis, terapi dan rehabilitasi harus berdasarkan indikasi medis (Permenkes RI No.9, 2014).

## 7. Ketenagaan Klinik

Pimpinan klinik pratama adalah seorang dokter atau dokter gigi. Pimpinan klinik utama adalah dokter spesialis atau dokter gigi spesialis yang memiliki kompetensi sesuai dengan jenis kliniknya. Pimpinan klinik sebagaimana dimaksud pada ayat dan ayat merupakan penanggung jawab klinik dan merangkap sebagai pelaksana pelayanan. Tenaga medis pada klinik pratama minimal terdiri dari 2 (dua) orang dokter dan/atau dokter gigi. Lain halnya dengan klinik utama, minimal harus terdiri dari 1 (satu) orang dokter spesialis dari masing-masing spesialisasi sesuai jenis pelayanan yang diberikan. Klinik utama dapat mempekerjakan dokter dan/atau dokter gigi sebagai tenaga pelaksana pelayanan medis. Dokter atau dokter gigi sebagaimana dimaksud di atas harus memiliki kompetensi setelah mengikuti pendidikan atau pelatihan sesuai dengan jenis pelayanan yang diberikan oleh klinik. Jenis, kualifikasi, dan jumlah tenaga kesehatan lain serta tenaga non kesehatan disesuaikan dengan kebutuhan dan jenis pelayanan yang diberikan oleh klinik. Setiap tenaga medis yang berpraktik di klinik harus mempunyai surat tanda registrasi dan surat izin praktik (SIP) sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan. Begitu juga tenaga kesehatan lain yang bekerja di klinik harus mempunyai surat izin sebagai tanda registrasi/ surat tanda registrasi dan surat izin kerja (SIK) atau surat izin praktik apoteker (SIPA) sesuai ketentuan peraturan perundang - undangan. Setiap tenaga kesehatan yang bekerja di klinik harus bekerja sesuai dengan standar profesi, standar prosedur operasional, standar pelayanan, etika profesi, menghormati hak pasien, mengutamakan kepentingan

dan keselamatan pasien. dan juga klinik dilarang mempekerjakan tenaga kesehatan warga negara asing (Permenkes RI No.9, 2014).

## G. Metodologi Perancangan



Gambar. 1 Metodologi Perancangan  
(Sumber Condro Anggoro, 2021)

### 1. Development

Sebuah proses kegiatan dimana perusahaan melakukan inovasi atau menciptakan sebuah layanan yang baru. Terdiri dari beberapa rangkaian



proses dari hasil riset dan pengembangan sebuah produk atau layanan yang ingin dibuat. Development bertujuan untuk meluncurkan sebuah jasa atau produk baru yang kreatif dan optimal.

➤ Ide dan Konsep

Ide merupakan gagasan atau rancangan yang belum direalisasikan. Perancangan dalam company profile ini menggunakan konsep motion graphic yang membahas informasi dasar Klinik Anak Cerdas Ceria.

➤ Observasi

Tahap pengamatan dalam studi kasus pembelajaran yang dilakukan dengan cara melihat atau mengamati secara cermat keseluruhan aktivitas yang terjadi di Klinik Anak Cerdas Ceria.

➤ *Brief*

Media promosi Klinik Anak Cerdas Ceria dibuat dengan tujuan agar masyarakat, khususnya karesidenan Surakarta dapat mengenal klinik tersebut.

➤ *Creative Brief*

Brief kreatif adalah dokumen yang memiliki kegunaan untuk menjelaskan informasi lengkap perusahaan bagaimana. membantu membentuk rencana kreatif yang akan dilakukan. Brief kreatif yang baik merupakan investasi yang bagus dalam prosesnya.

➤ Pendanaan

Dana merupakan himpunan dari uang dalam jumlah tertentu dalam berbagai bentuk, baik tunai maupun nontunai. Kata dana biasa digunakan dalam bisnis untuk menyebutkan istilah uang. Dana juga merupakan komponen utama dari analisis sebuah bisnis. Mulai dari pendanaan voice over maupun *media plan*.

## 2. Pra Produksi

Pra-Produksi merupakan tahapan awal sebelum dilaksanakannya produksi video. Tahapan ini merupakan tahapan yang sangat penting. Karena ditahapan ini semua langkah-langkah perencanaan untuk proses produksi video dilakukan. Pra-Produksi ini semua perencanaan harus disusun dengan rapi dan terperinci untuk menghindari kesalahan-kesalahan saat dilakukannya proses pengambilan gambar atau tahap produksi . Hampir keseluruhan jenis video melalui tahap pra-produksi ini. Beberapa tahap yang perlu dilakukan pada tahap pra-produksi ini yaitu :

➤ Storyline

Sebuah struktur rangkaian kejadian didalam cerita yang tersusun sebagai urutan dari bagian cerita pada seluruh fiksi.

➤ Storyboard

Proses Perancangan Storyboard pada *Company Profile* Klinik Anak Cerdas Ceria ini berisi penyusunan cerita setiap scene pada Video tersebut, sehingga di susunan dengan dimasukan waktu

setiap scene, isi setiap scene, dan urutan per scene, sehingga mempermudah saat masuk Pra Produksi.

### **3. Produksi**

Setelah semua Proses Pra Produksi sudah siap, maka tahap selanjutnya adalah proses Produksi. Proses produksi, Tahap ini merupakan tahap dimana visual mulai diproduksi sesuai dengan konsep pada tahap pra-produksi. Pada tahap ini proses yang dilakukan adalah pembuatan source visual, penempatan visual, penambahan effect, dan audio.

#### ➤ Visual

Pembuatan visual sesuai dengan konsep pada tahap pra-produksi, dengan konsep Minimalist design.

#### ➤ Efek Visual

Efek visual atau VisualFX adalah pemberian effect tertentu ke dalam sebuah video atau film yang merupakan perpaduan dari gambar syuting asli dengan obyek rekayasa komputer serta obyek lainnya, yang bertujuan untuk menciptakan adegan yang realistis sesuai dengan tuntutan scenario.

#### ➤ Audio

Dalam proses editing suara menjadi element penting, suara meliputi backsound dan voice over, peran suara akan menambah kesan dalam film dan membuat film menjadi lebih mudah diterima penonton.

#### 4. Pasca Produksi

Terakhir Pasca Produksi yaitu proses Pra Produksi dan Produksi terpenuhi semua. Proses terakhir dari pembuatan *Company Profile* Klinik Anak Cerdas Ceria, dengan mengerjakan beberapa hal seperti,

➤ Editing

Editing adalah proses mengorganisir, reviewing, memilih, dan menyusun gambar dan suara hasil rekaman produksi. Editing harus menghasilkan tayangan gambar yang padu dan cerita yang penuh makna sesuai apa yang telah direncanakan sebelumnya yaitu untuk menghibur, menginformasikan, memberi inspirasi dan lainnya (Roy Thompson and Christopher J. Bowen, 2009: 1). Proses Editing yang dilakukan dengan model motion graphic yang menggunakan aplikasi Adobe After Effect, Adobe Illustrator, Adobe Photoshop, dan CorelDraw.

➤ Mixing

Mixing adalah proses dimana menyatukan dan menyusun gambar, video dan audio dari hasil rekaman dan editing, untuk menjadi satu kesatuan file yang utuh.

➤ Rendering

Rendering adalah proses membangun sebuah gambar dari model dengan menggunakan aplikasi pada komputer. bahasa sederhananya adalah proses membuat gambar hasil akhir dari sebuah desain mentah yang masih terpisah, masih belum bersih, tidak

menentu dan lain-lain. jadi dengan rendering, kita bisa mengetahui seperti apa hasil akhir dari sebuah model atau desain yang sudah di buat. Saat pembuatan motion graphic pada aplikasi after effect selesai, lalu melalui tahap rendering agar dapat melihat hasil video tanpa membuka aplikasi editing / *After Effects*.

## **5. Distribusi**

Dalam pandangan Alex S. Nitisemito, distribusi adalah lembaga-lembaga penyalur atau distributor yang berkegiatan menyalurkan barang-barang maupun jasa-jasa dari produsen kepada konsumen. Definisi Alex S. Nitisemito ini menonjolkan pentingnya keberadaan distributor dalam proses produksi dan konsumsi barang maupun jasa. Keberadaan distributor dalam pandangannya bukan hanya saluran yang diciptakan oleh produsen, namun juga dapat berdiri independen sebagai suatu lembaga tersendiri di luar produsen maupun konsumen. Video Company Profile Klinik Anak Cerdas Ceria juga bertujuan untuk didistribusikan dengan mengiklankan antara lain,

### ➤ Stasiun TV

Perkembangan pesat industri media dalam era globalisasi saat ini, ditandai dengan bermunculannya media massa baru, baik elektronik maupun cetak. Perkembangan media massa, baik media massa cetak maupun media massa elektronik yang semakin beragam didukung oleh kemajuan teknologi komunikasi yang canggih. Pergerakan eksistensi stasiun televisi dari pusat ke daerah, dimana

juga terjadi perubahan dominasi kepemilikan stasiun TV dari pengusaha metropolitan kelas atas ke kalangan pengusaha menengah di daerah, menunjukkan realitas bahwa usaha stasiun TV cukup menjanjikan secara ekonomis dengan kata lain belum ada stasiun TV yang gulung tikar di Indonesia. Adanya Stasiun TV ini sehingga Video Company Profil bisa di tampilkan dengan ditayangkan di TV, hal tersebut sangat strategis untuk melakukan promosi ke seluruh tempat.

➤ Media Sosial

Dengan banyaknya pengguna internet di Indonesia, sudah jelas potensi digital marketing melalui pemanfaatan sosial media memiliki peluang lebih besar. Hal ini juga didukung dengan lama rata-rata orang di Indonesia menghabiskan waktu berselancar di dunia maya, yaitu sekitar 6 jam 43 menit setiap harinya. Bisa dikatakan, seperempat dari kehidupan masyarakat Indonesia dihabiskan untuk menggunakan internet. Karena itulah, para pelaku usaha kecil dan menengah (UKM dan UMKM), juga para pemilik bisnis lainnya, perlu memanfaatkan sosial media sebagai media promosi demi meraih pasar yang lebih luas. *Social media marketing* adalah proses pemasaran yang dilakukan melalui pihak ketiga, yaitu website berbasis sosial media, seperti Instagram, Facebook, LinkedIn, Twitter, YouTube, bahkan TikTok.

## **H. Sistematika Penulisan**

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan, manfaat, tinjauan pustaka, metodologi perancangan dan sistematika penulisan.

### **BAB II : IDENTIFIKASI DATA**

Berisi tentang dasar konsep rancangan yang akan dilakukan, meliputi tinjauan pustaka dari berbagai sumber yang relevan, informasi obyek, dan data-data yang telah diperoleh.

### **BAB III : ANALISA DATA DAN KONSEP PERANCANGAN**

Berisi tentang identifikasi data, analisa data yang meliputi segmentasi, USP, *positioning*, dan strategi kreatif perancangan.

### **BAB IV : PERWUJUDAN KARYA**

Berisi tentang konsep, teknik, konsep estetis dan media promosi.

### **BAB V : PENUTUP**

Berisi tentang kesimpulan dan saran, yaitu beberapa kesimpulan dan saran dari penulis.

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **GLOSARIUM**