

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Tak dapat di pungkiri lagi bahwa saat ini hampir setiap perusahaan, baik perusahaan besar ataupun perusahaan kecil memakai jasa seorang desainer untuk memperkenalkan perusahaannya. Sebagai perusahaan yang memproduksi suatu barang atau produk tentu memerlukan pasar untuk menjual produk mereka. Oleh karena itu dibutuhkan media untuk menjangkau konsumennya. Media tersebut dapat berupa logo, iklan, reklame, poster, neon box, promosi, bahkan brosur yang dibuat untuk disebar. Media-media tersebut tidak lepas dari karya seorang desainer untuk memperkenalkan sebuah perusahaan kepada masyarakat. Dan juga tidak dapat lepas dari peranan salah satu bidang desain yaitu Desain Komunikasi Visual.

Desain Komunikasi Visual adalah salah cabang desain yang menguraikan ilmu mengenai konsep berkomunikasi secara efektif, kreatif, dan juga teknik pada berbagai media untuk menyampaikan gagasan secara visual. Seorang desainer komunikasi visual harus bisa memahami konsep berkomunikasi secara efisien dan juga kreatif untuk menumpahkan gagasan mereka pada beberapa media, agar pesan visual yang disampaikan dapat diterima dengan benar oleh masyarakat.

Perusahaan Misyelle merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang fashion yang memproduksi sepatu dan tas, dan mereka memproduksi sendiri semua barang-barang mereka. Dengan target market anak muda, Misyelle selalu memproduksi jenis dan model sepatu dan tas yang mengikuti trend mode yang sedang marak di kalangan anak muda tiap bulannya. Dengan banyaknya produk-produk terbaru yang selalu di produksi oleh Misyelle dan keunggulan yang dimiliki perusahaan Misyelle, maka perlu media promosi untuk menyampaikan kepada konsumen agar masyarakat atau konsumen mengetahui produk mereka. Tanpa adanya media promosi, semua kelebihan kelebihan yang dimiliki Misyelle tidak akan dikenal dan diketahui oleh masyarakat. Oleh karena itu, perusahaan Misyelle membutuhkan peran dari seorang desainer grafis untuk mempromosikan kelebihan dan keunggulan produk produk mereka kepada masyarakat.

Praktikan memilih perusahaan Misyelle sebagai tempat untuk Kerja Praktek karena praktikan ingin mengetahui strategi promosi yang dilakukan oleh perusahaan ini dan untunk membantu perusahaan. Praktikan juga ingin mengetahui bagaimana rasanya berada dalam lingkungan bekerja yang dimana kedisiplinan, kerjasama tim sangat diperlukan untuk membuat sebuah desain menjadi lebih baik. Dan untuk mengetahui bagaimana peran seorang desainer grafis dalam menyampaikan pesan kepada konsumennya.

1.2 Lingkup Pekerjaan

Pada awal masa Kerja Praktek, praktikan diberi kesempatan untuk mengenal lingkungan kerja, suasana kerja, para desainer dan pegawai, dan juga beberapa sistem yang digunakan perusahaan untuk mengatur agar perusahaan dapat terus maju. Praktikan juga diberi kesempatan untuk berkunjung ke lokasi penjualan langsung produk produk Misyelle disebuah toko di salah satu mall di Bandung.

Jadi ruang lingkup yang dilakukan praktikan dalam melaksanakan Kerja Praktek adalah memberikan ide dan gagasan untuk perusahaan, membuat media promosi seperti banner, poster serta brosur. Sebelumnya praktikan juga harus melakukan asistensi terlebih dahulu kepada kepala Desainer dan pemilik perusahaan, untuk mendapat izin untuk direalisasikan atau tidak.

Praktikan melaksanakan Kerja Praktik selama +/- 200 jam dalam divisi Desain Komunikasi Visual. Dalam pelaksanaannya, praktikan telah membuat beberapa promosi untuk perusahaan Misyelle dengan dibantu oleh beberapa desainer senior yang telah ada disana. Antara lain banner, poster, posting web, pameran kit, foto produk, desain gimmick, dan layout.

1.3 Tujuan Kerja Praktek

Tujuan praktikan melakukan Kerja Praktek ini antara lain untuk memenuhi syarat kelulusan mata kuliah Kerja Praktek, mengetahui bagaimana suasana kerja yang sebenarnya dalam sebuah perusahaan,

menambah wawasan dan pengetahuan yang baru diluar kampus, mengetahui bagaimana cara berinterkasi dengan sesama desainer dan pegawai di kantor, mempraktekkan apa saja yang sudah dipelajari selama kuliah, mempelajari bagaimana bertukar pikiran dengan sesama desainer lain, mempelajari bahwa kedisiplinan dan kerja sama tim sangat dibutuhkan untuk membuat sebuah desain menjadi lebih baik.

1.4 Metode Pengumpulan dan Perolehan Data

Praktikan menyusun laporan kerja praktek dengan 2 cara, yaitu:

- Observasi yaitu metode dengan cara mengamati dan menjalani secara langsung proses kerja. Mulai dari awal pengambilan data, pemotretan untuk foto produk, dan proses mendesain media cetak.
- Studi literatur melalui buku-buku yaitu metode dengan cara mencari data dan contoh buku.
- Browsing internet mengenai penyusunan laporan sebagai data tambahan untuk membuat laporan kerja praktek.