

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dewasa ini, istilah Desainer Grafis sudah mulai dikenal oleh masyarakat. Banyak sekali generasi muda yang memilih ilmu Desain Komunikasi Visual sebagai jurusan di kuliah yang mereka ambil. Untuk menunjang persiapan dalam menghadapi dunia kerja nyata dalam masyarakat maka diwujudkanlah mata kuliah Kerja Praktik. Di dalam mata kuliah ini, mahasiswa diwajibkan terjun langsung ke dalam dunia kerja sesungguhnya untuk merealisasikan semua ilmu dan teori yang sudah dipelajari di Universitas. Sehingga dalam prosesnya nanti, mahasiswa akan dapat mempelajari secara langsung hal-hal yang terjadi di dunia kerja.

Dunia usaha dalam bidang Komunikasi Visual terdiri dari berbagai bidang kerja, seperti: percetakan, penerbitan, studio desain, majalah, animasi, periklanan, multimedia, studio fotografi, dsb. Hampir semua perusahaan membutuhkan desainer grafis sendiri untuk melakukan promosi. Promosi itu sendiri merupakan hal yang paling penting bagi perusahaan karena promosi adalah kunci utama untuk memperkenalkan perusahaan ke masyarakat dan membujuk mereka agar menggunakan produk dan jasa yang ditawarkan. Hal ini diperkuat oleh pengertian menurut William G. Nickels, James M. McHugh dan Susan M. McHugh (2005 : 490), "*Promotion is an effort by marketers to inform and remind people in the target market about products and to persuade them to participate in an exchange*" yang artinya promosi adalah usaha yang dilakukan oleh pihak pemasaran untuk menginformasikan dan mengingatkan orang yang menjadi sasaran pasar tentang produk dan membujuk mereka untuk berpartisipasi dalam jual beli. Oleh karena itu, hal ini memperluas ruang lingkup pekerjaan bagi para lulusan DKV.

Menu Cookies & Sephine Craft juga menerapkan promosi dalam perusahaannya. Promosi sangat dianggap penting dalam perusahaan ini karena industri kue dan craft saat ini sudah merajalela sehingga tercipta banyak saingan di

dalam industri ini. Solusi untuk tetap bertahan dalam industri ini antara lain meningkatkan kualitas produk dan melaksanakan promosi yang baik. Hal tersebut mendorong perusahaan ini membuat divisi grafis sendiri yang berfungsi untuk melakukan kegiatan promosi. Tujuan diadakannya promosi dalam perusahaan ini agar produk yang ditawarkan, dalam hal ini adalah kue kering dan *craft*, dapat lebih dikenal masyarakat dan akhirnya menarik masyarakat untuk membeli dan menggunakan produk tersebut. Sampai saat ini, promosi yang dilakukan oleh Menu Cookies & Sephine Craft sudah dapat disebut sukses karena promosi ini berhasil menambah kuota dari pelanggan baik dalam kota maupun luar kota.

Seiring dengan perkembangan zaman, Menu Cookies & Sephine Craft mulai mencari ide kreatif selain menjual sekedar kue dan *craft* saja. Sekitar tahun 2009, perusahaan ini memutuskan untuk mengembangkan divisi grafis yang ada agar dapat lebih bertahan dalam dunia bisnis. Oleh karena itu divisi grafis dari perusahaan ini mulai menerima klien dari luar. Jadi tidak hanya konsentrasi pada promosi perusahaan tetapi juga mengeksplorasi pelanggan atau konsumen baru. Walaupun sudah menerima klien dari luar, divisi grafis perusahaan ini tetap masih mengutamakan kegiatan promosi perusahaan Menu Cookies & Sephine Craft.

Penulis sebagai mahasiswa yang mengambil mata kuliah Kerja Praktik tertarik untuk bekerja di perusahaan ini. Menilai dari tingkat kreatifitas perusahaan dan juga keberhasilan promosi yang dilakukan oleh perusahaan maka penulis memutuskan untuk melaksanakan kerja praktik di perusahaan ini. Keunggulan dari perusahaan ini dibandingkan dengan perusahaan lain adalah perusahaan ini merupakan *home industry* yang masih dapat berkembang dengan pesat dan juga perusahaan ini mementingkan kualitas dibandingkan dengan kuantitas. Selain itu, promosi yang dilakukan oleh perusahaan sudah sesuai dengan target market yang ditargetkan sehingga untuk mengambil pelajaran dari perusahaan ini sangatlah baik. Penulis menilai banyak yang dapat dipelajari dari perusahaan ini sehingga penulis memutuskan untuk melaksanakan kerja praktik di Menu Cookies & Sephine Craft.

1.2 Lingkup Pekerjaan

- Tugas pertama adalah membuat desain kartu ucapan harian yang bertema kelahiran, ulang tahun, pernikahan dan lain sebagainya.
- Tugas kedua adalah mendesain kartu nama untuk kantor cabang.
- Tugas ketiga adalah membuat desain katalog *craft* dan kartu ucapan Lebaran menggunakan tema *colorful but serious*.
- Tugas keempat adalah membuat *name tag* edisi Lebaran untuk para pegawai perusahaan.
- Tugas kelima adalah membuat *name tag* sehari-hari yang dipakai oleh pegawai perusahaan.

1.3 Rumusan Masalah

Dalam pelaksanaan kerja praktik ini, batasan masalah yang diambil yaitu hanya sebatas media promosi. Media promosi yang dikerjakan oleh penulis merupakan media promosi 2D (dua dimensi) yaitu kartu ucapan, kartu nama, katalog dan *name tag*. Hal yang menjadi patokan dalam mendesain media-media tersebut adalah kesesuaian dengan konsep yang sudah dibuat dan menyampaikan informasi yang diinginkan melalui media promosi tersebut. Hal lain yang menjadi patokan juga adalah kesesuaian dengan *target market*. Pada pembuatan media promosi, penulis tidak hanya bekerja sendiri tetapi dibantu rekan desainer grafis juga dan tetap dibimbing oleh *art director* di perusahaan ini sehingga hasil yang dicapai dapat maksimal dan sesuai dengan keinginan klien.

1.4 Tujuan dan Manfaat

Penulisan laporan kerja praktik ini, selain sebagai salah satu syarat menempuh Tugas Akhir juga sebagai syarat kelulusan mata kuliah Kerja Praktik.

Sedangkan berdasarkan kerja praktik yang sudah dilakukan oleh penulis, manfaat yang didapat dari kerja praktik ini yaitu sebagai berikut :

1. Mengetahui kinerja seorang desainer grafis di dunia nyata.
2. Mengaplikasikan teori-teori yang sudah diajarkan pada masa perkuliahan dan mendapatkan ilmu-ilmu baru yang diperoleh selama bekerja.
3. Beradaptasi dalam dunia kerja dan lingkungan sekitarnya serta dengan pekerja-pekerja di bidang lain.
4. Memperluas wawasan dan jaringan kerja atau relasi kerja.
5. Mengaplikasikan keinginan klien terhadap desain yang dibuat.
6. Belajar menerima saran dan kritik yang diberikan baik oleh klien maupun oleh *art director*.

1.5 Metode Pengumpulan dan Pengolahan Data

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

1. Wawancara
2. Observasi langsung dan praktik
3. Studi Pustaka

1.5.2 Metode Pengolahan Data

Metode pengolahan data yang dilakukan berdasarkan bidang yang dikerjakan yaitu mengaplikasikan permintaan klien dan juga mendengarkan instruksi *art director* lalu menerapkannya pada desain yang dibuat.