

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Semakin pesatnya kemajuan teknologi dan percepatan informasi pada abad ke-21 ini telah menjadikan dunia cetak dan elektronik sebagai bagian yang tak terpisahkan dalam kehidupan masyarakat. Dunia usaha berlomba-lomba, melakukan segala daya dan upayanya memanfaatkan berbagai media cetak maupun elektronik untuk dapat bersaing di dalam dunia usaha. Melihat kondisi yang ada, kebutuhan perusahaan akan desainer-desainer profesional dan handal semakin tinggi. Namun menjadi seorang desainer yang berpengalaman tidaklah mudah. Pengalaman dan ilmu yang didapatkan di perkuliahan belumlah cukup, sehingga praktikan harus bisa dan mampu untuk terjun langsung ke dalam dunia kerja yang jauh lebih luas dibanding dunia kampus untuk mendapatkan pengalaman dan ilmu yang lebih banyak lagi. Melalui kerja praktik ini, mahasiswa dapat merasakan dan terlibat langsung dengan proses pembuatan proyek dari awal hingga akhir.

Melalui kerja praktik ini, praktikan mendapatkan pengalaman bahwa seorang desainer bukan hanya membuat sebuah desain namun harus juga memahami bagaimana menjadikan sebuah desain mampu untuk menarik minat, dan menimbulkan keuntungan bagi perusahaan. Namun untuk memenuhi hal tersebut banyak faktor yang harus dilaksanakan dengan baik. Faktor-faktor tersebut diantaranya adalah strategi produk, harga, saluran distribusi, dan promosi. Dan

khusus untuk laporan kerja praktik ini, praktikan memfokuskan pada aplikasi desain untuk promosi dan membangun identitas korporat PT SIDOLA serta mendesain katalog lukisan .

Promosi merupakan suatu aktivitas menawarkan produk atau jasa yang bertujuan menarik orang lain untuk membeli, menggunakan atau bahkan hanya melihat produk atau jasa yang ditawarkan. Menurut Burnett (1984:262) beberapa definisi dari promosi adalah sebagai berikut:

1. Setiap usaha dari produsen untuk mempengaruhi konsumen agar menerima dan mengingat informasi yang diberikan produsen.
2. Program komunikasi dari suatu perusahaan akan produknya kepada calon konsumen untuk mencapai keuntungan jangka panjang.
3. Aktivitas komunikasi yang bertujuan untuk meningkatkan produk, pelayanan atau ide dalam jalur distribusi.

Tujuan promosi itu sendiri adalah:

1. Menyebarkan informasi produk kepada target pasar potensial.
2. Untuk mendapatkan kenaikan penjualan atau profit.
3. Untuk mendapatkan pelanggan baru dan menjaga kesetiaan pelanggan.
4. Untuk menjaga kestabilan penjualan ketika terjadi lesu pasar.
5. Membedakan serta mengunggulkan produk dibanding produk pesaing.
6. Membentuk citra produk di mata konsumen sesuai yang diinginkan.

Berdasarkan uraian di atas, maka semakin jelaslah bahwa promosi merupakan hal yang sangat penting untuk meningkatkan penjualan suatu produk atau jasa. Sehingga setiap perusahaan idealnya memiliki pengaplikasian desain yang baik agar dapat menghasilkan promosi yang tepat dan memperkuat posisi produk atau jasanya di mata konsumen. Seperti halnya PT SIDOLA, perusahaan yang bergerak di bidang produksi produk makanan, obat tradisional, dan pembekalan kesehatan rumah tangga, sebagai perusahaan tradisional yang

telah berdiri sejak 1973, PT SIDOLA memerlukan media promosi untuk dapat meningkatkan penjualan produk-produknya dan juga memperkuat posisinya di mata konsumen.

Desainer grafis memiliki peranan yang sangat besar dalam bidang aplikasi desain untuk promosi perusahaan. Desainer diharapkan dapat memperkenalkan dan mengkomunikasikan produk atau jasa kepada konsumen. Melalui kerja praktik di PT SIDOLA, praktikan dapat memperoleh ilmu tentang pengaplikasian desain untuk mempromosikan produk-produk dari sebuah perusahaan dan juga memahami tata cara dan pelaksanaan profesi seorang desainer grafis yang bekerja di dalam sebuah perusahaan.

1.2 Maksud dan Tujuan

Maksud pelaksanaan kerja praktik ini adalah untuk melatih dan menguji potensi diri mahasiswa sebagai calon desainer komunikasi visual yang siap dan mampu untuk terjun ke dalam masyarakat. Selain itu untuk memahami proses perencanaan dan pelaksanaan proyek di lapangan yang berhubungan dengan teori-teori dan praktik yang di dapat selama mengikuti perkuliahan atau yang didapat ketika melaksanakan kerja praktik.

Laporan kerja praktik ini diharapkan dapat berguna dan memberikan manfaat yang besar bagi:

- **Perusahaan:** sebagai pihak yang mempercayakan proyek desain kepada praktikan.
- **S1 Program Studi Desain Komunikasi Visual FSRD UK Maranatha Bandung:** sebagai masukan untuk revisi kurikulum agar lebih meningkatkan kualitasnya supaya tidak terjadi kesenjangan dengan dunia kerja yang sebenarnya.
- **Praktikan:** sebagai patokan mengenai hal-hal yang didapat selama melaksanakan kerja praktik yang sangat berguna di kemudian hari dan dapat membantu memberikan

gambaran kepada mahasiswa-mahasiswa lain mengenai pelaksanaan kerja praktik dan hal-hal positif yang dapat dipetik melalui kerja praktik tersebut.

1.3 Batasan Kerja Praktik

Praktikan bekerja selama 200 jam dan bekerja setiap hari Senin hingga Jumat dari pukul 08.00 sampai 17.00. Selama melaksanakan kerja praktik, praktikan membuat beberapa tugas yang berhubungan dengan promosi dan identitas korporat.

- Brosur Minyak Telon dan Minyak Kayu Putih SIDOLA
- Buku Panduan Senam Pasca Persalinan
- Poster, Spanduk, dan X banner Minyak Telon dan Minyak Kayu Putih SIDOLA
- Desain Kalender 2012
- Karakter kartun Keluarga SIDOLA
- Katalog Lukisan
- Certificate Lukisan

1.4 Sasaran

Secara umum subjek yang akan dibahas adalah Brosur Minyak Telon dan Minyak Kayu Putih SIDOLA, Buku Panduan Senam Pasca Persalinan, Poster, Spanduk, dan X banner Minyak Telon dan Minyak Kayu Putih SIDOLA, Brosur Minyak Telon dan Minyak Kayu Putih SIDOLA, Karakter kartun Keluarga SIDOLA, Katalog Lukisan, Certificate Design, dan lainnya.

Oleh karena itu, kerja praktik diharapkan dapat memenuhi semua semua sasarnya yaitu:

- Bagaimana caranya memulai sebuah proyek desain?
- Bagaimana caranya mengerjakan sebuah proyek desain?
- Bagaimana mengaplikasikan desain untuk kepentingan perusahaan?

- Bagaimana caranya melayout Katalog sebuah lukisan agar menarik?

1.5 Sumber Data

- Data Primer yaitu data-data utama yang diperoleh dari studi kasus dan lapangan yang dilaksanakan di PT SIDOLA, yang bersumber dari data perusahaan itu sendiri.
- Data Sekunder yaitu data-data yang diambil dari internet, majalah, dan stok foto yang berhubungan dengan desain yang diperlukan.

1.6 Metoda Perolehan dan Pengumpulan Data

Dalam menyusun laporan ini, metoda yang digunakan dalam pengumpulan dan pengolahan data adalah:

1. Metoda empirik, yaitu pengamatan langsung selama proses kerja praktik
2. Metoda wawancara, yaitu bertanya langsung kepada pihak-pihak yang terkait dengan data-data yang ada.
3. Mencari bahan dari internet.

1.7 Sistematika Penyusunan Laporan

Laporan kerja praktik disusun berdasarkan standar yang bersifat umum sampai dengan yang bersifat khusus. Sistematika yang disusun adalah sebagai berikut:

- **BAB I PENDAHULUAN**
Membahas Latar Belakang kerja praktik, maksud dan tujuan, sasaran, ruang lingkup kerja praktik, sumber data, metoda laporan, dan sistematika penyusunan laporan.
- **BAB II PROFIL PERUSAHAAN**
Menuliskan sejarah berdirinya perusahaan, visi dan misi perusahaan, ruang lingkup perusahaan.

- **BAB III PEMBAHASAN KARYA**

Membahas proyek yang dikerjakan selama menjalani kerja praktik.

- **BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN**

Menguraikan kesimpulan dari pembahasan sebelumnya, pengalaman yang didapat selama kerja praktik di perusahaan tersebut dan memberikan masukan atau saran yang bersifat mendukung dan konstruktif dan saran untuk Fakultas Seni Rupa dan Desain Universitas Kristen Maranatha.