

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan ilmu komunikasi dan desain pada masa sekarang ini sudah sangatlah inovatif dan maju, bersamaan dengan semakin banyaknya persaingan di dunia industri menjadikan banyak perusahaan atau instansi berlomba melakukan promosi penjualan yang baik, salah satunya adalah memanfaatkan media promosi yang akan digunakan sebagai alat bantu berkomunikasi dan sebagai media pemasaran produk agar dapat lebih dikenal oleh para konsumen. Sehubungan dengan hal tersebut di atas, maka penggunaan media komunikasi visual dapat memberikan manfaat yang sangat besar, baik dalam mendeskripsikan kualitas maupun nilai informasi yang diterima konsumen, sehingga dapat meningkatkan nilai jual bagi perusahaan. Oleh sebab itu kesempatan bagi penulis untuk merancang logo dan katalog produk baru yang di butuhkan oleh klien dari PT. Java Pratama Perkasa.

Katalog atau dalam bahasa Indonesia dapat diartikan sebagai buku yang berisi tentang kelebihan suatu produk dari produsen atau penyedia jasa, merupakan aset yang sangat bernilai bagi perusahaan atau organisasi. Penentuan pengolahan visual sebuah perusahaan menjadi hal yang sangat penting karena katalog produk memiliki dampak yang begitu besar bagi perusahaan atau organisasi ke depannya. Pengolahan secara visual suatu perusahaan untuk mendeskripsikan produk yang di buat perusahaan, bergerak di bidang apakah

perusahaan tersebut, apakah visi dan misi dari perusahaan tersebut, bagaimanakah karakter, sifat, siapakah target pasarnya dan nilai dasar dari semua bagian dari perusahaan menjadi penentu pengolahan visual suatu perusahaan untuk melengkapi atribut promosi perusahaan yang bersangkutan kepada publik dan konsumen, untuk menjadi lebih dikenal dan akan menjadi identitas awal bagi perusahaan untuk dapat menempatkan dirinya dalam persaingan pasar.

Menurut Sutojo (1998), bahwa tujuan promosi yang merupakan efek dari komunikasi yang dapat diklasifikasikan sebagai penumbuh persepsi pelanggan terhadap suatu kebutuhan (*category need*), memperkenalkan dan memberikan pemahaman tentang suatu produk kepada konsumen (*brand awareness*), mendorong pemilihan terhadap suatu produk (*brand attitude*), Membujuk pelanggan untuk membeli suatu produk (*brand purchase intention*), Menyeimbangi kelemahan unsur bauran pemasaran (*purchase facilitation*), dan menanamkan citra produk dan perusahaan (*positioning*).

Pembuatan media promosi visual klien perusahaan mencakup banyak elemen visual yang harus dipertimbangkan dengan matang. Diawali dari pembuatan logo sebagai penanda elemen identitas produk yang pada nantinya akan terdapat pada media promosi yang berupa rancangan buku katalog produk. Hal yang wajib untuk dilakukan untuk mengenali dan mengetahui semua hal tentang kebutuhan klien adalah dengan analisis pesaing, elemen perusahaan, hingga analisa target market menjadi titik tolak untuk mempertimbangkan identitas visual perusahaan yang bersangkutan, media promosi yang tepat dan disukai oleh klien menjadi bagian dari kesuksesan PT. Java Pratama Perkasa

dalam melayani kliennya dan juga sebagai cara untuk bersaing dengan kompetitor perusahaan lainnya.

Pembuatan media promosi tersebut hanya meliputi pembuatan logo, dan katalog produk. Dari pemaparan di atas, penulis berkesempatan untuk melakukan kerja praktek di PT. Java Pratama Perkasa sebagai desainer yang menangani salah satu dari project perusahaan. Sehingga penulis dapat mengetahui secara jelas bagaimana proses dari awal perancangan desain hingga hasil akhir. Setelah mengetahui bagaimana proses merancang desain logo dan katalog produk klien dari perusahaan hingga pada hasil akhir dari desain tersebut, maka penulis memiliki rancangan tentang apa yang akan dikerjakan dalam kerja praktek. Sehingga dalam penulisan laporan kerja praktek ini, penulis mengambil judul "Perancangan Desain Buku Katalog Produk dan Logo Hotel Budget Bangkalan di PT. Java Pratama Perkasa".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas yang berjudul "Perancangan Desain Buku Katalog Produk dan Logo Hotel Budget Bangkalan di PT. Java Pratama Perkasa". Maka rumusan masalah yang diangkat, yaitu:

1. Bagaimana merancang desain Logo dan buku katalog dari Hotel Budget Bangkalan yang merupakan klien PT. Java Pratama Perkasa?
2. Apa saja yang harus diperhatikan dalam menentukan elemen logo dan layout buku katalog produk dari Hotel Budget Bangkalan klien dari PT. Java Pratama Perkasa?

1.3 Batasan Masalah

Dari rumusan masalah di atas, maka batasan masalah yang akan dikerjakan dalam kerja praktek ini adalah:

1. Mencari dan mengumpulkan berbagai macam bahan referensi sebagai landasan dalam merancang desain logo dan buku katalog dari Hotel Budget Bangkalan klien PT. Java Pratama Perkasa.
2. Melakukan analisis pesaing, SWOT, visi dan misi klien dari perusahaan, serta berbagai unsur yang dapat mendukung proses perancangan logo dan buku katalog dari Hotel Budget Bangkalan klien dari PT. Java Pratama Perkasa.
3. Merancang dan memberikan alternatif logo akan dipilih klien dari perusahaan.
4. Menyusun katalog produk sebagai media promosi perusahaan.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai pada kerja praktek ini adalah:

1. Untuk menyelesaikan tugas dengan benar dan sesuai dengan yang di berikan oleh klien PT. Java Pratama Perkasa untuk mendukung proses pemasaran.
2. Untuk menentukan elemen visual dan landasan dalam yang dapat diimplementasikan pada logo dan Katalog produk yang sesuai dengan permintaan klien dari PT. Java Pratama Perkasa.
3. Sebagai bahan pertimbangan untuk mengembangkan perancangan desain logo dan katalog produk Hotel Budget Bangkalan sehingga dapat memberikan hasil yang diinginkan bagi klien PT. Java Pratama Perkasa kedepannya.

1.5 Manfaat

a. Manfaat secara teoritis

Membantu dalam bidang keilmuan khususnya bagi mahasiswa Desain Komunikasi Visual dalam dunia bisnis dan Sebagai perbandingan perancangan logo dan katalog produk bagi perancangan yang selanjutnya.

b. Manfaat secara praktis

Dapat diaplikasikan oleh PT. Java Pratama Perkasa, sehingga mampu meningkatkan brand awareness perusahaan di mata klien dan lebih terkonsep dalam pembuatan rancangan media promosi selanjutnya sehingga diharapkan dapat berpengaruh dalam kepercayaan para konsumen yang semakin meningkat.

1.6 Pelaksanaan

Kerja Praktek ini dilaksanakan di PT. Java Pratama Perkasa yang beralamat di Tenggilis timur VII blok FF-3 Surabaya, 60291 Waktu pelaksanaannya dari tanggal 1 Juli sampai dengan 31 Juli Tahun 2013 dari hari Senin sampai dengan Jum'at dari mulai pukul 08:00 WIB – 16:00 WIB' Detail dari perusahaan.

Nama Tempat Praktek (Bag/Divisi) :PT JAVA PRATAMA PERKASA

Nama Penyelia :Bapak Achmad Mashudi Mubarok

Jabatan Penyelia :Pemilik /owner

Alamat :Tenggilis timur VII blok FF-3 Surabaya,
60291

Telepon/Hp. : (031) – 92052721

E-mail : masudisurabaya@gmail.com

Adapun kegiatan yang dilakukan adalah:

1. Mengumpulkan data referensi klien melalui hasil wawancara dan online.
2. Menganalisa data referensi untuk menentukan elemen katalog produk dan logo.
3. Menyiapkan bahan-bahan desain, seperti gambar, font, warna, dan sebagainya.
4. Menjadi desainer di PT Java Pratama Perkasa

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan Laporan Kerja Praktek ini akan disusun sebagai berikut:

BAB I :PENDAHULUAN

Pada Bab I ini ada beberapa materi yang akan dijelaskan, yaitu:

- 1.1 Latar Belakang Masalah
- 1.2 Rumusan Masalah
- 1.3 Batasan Masalah
- 1.4 Tujuan
- 1.5 Manfaat
- 1.6 Pelaksanaan
- 1.7 Sistematika Penulisan

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada Bab II ini akan dijelaskan tentang berbagai macam teori yang menjadi dasar dalam perancangan karya pada kerja praktek ini.

BAB III : METODE PERANCANGAN

Pada Bab III ini akan dijabarkan metode penelitian yang sesuai untuk mendukung metode perancangan karya yang akan dikerjakan pada kerja praktek ini.

BAB IV : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab IV ini berisi penjelasan umum tentang gambaran perusahaan tempat kerja praktek ini, yaitu gambaran umum tentang PT. JAVA PRATAMA PERKASA.

BAB V : IMPLEMENTASI KARYA

Bab V ini merupakan hasil implementasi hasil karya dari metode perancangan pada Bab III.

BAB VI : PENUTUP

Pada Bab VI ini akan dijelaskan beberapa hal, meliputi:

6.1 Simpulan

Bagian ini akan dijelaskan inti sari dari seluruh kegiatan selama Kerja Praktek, khususnya akan dijabarkan secara singkat dari masalah yang diangkat atau yang dikerjakan.

6.2 Saran

Bagian ini akan dijelaskan tentang kelebihan dan kekurangan selama kegiatan kerja praktek berlangsung.

DAFTAR PUSTAKA

Daftar pustaka berisi tentang daftar referensi yang digunakan sebagai dasar dalam pelaksanaan kerja praktek, berupa buku, website, jurnal, e-book dan lain lain.