

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam sebuah perusahaan atau industri ritel yang bergerak di bidang busana, keberadaan suatu desain mempunyai peranan yang sangat penting dalam urusan penjualan produk, karena dengan jalur desain bisa digunakan sebagai ajang promosi kepada konsumen, desain hiasan maupun dekoratifnya terutama yang mendorong atau menarik minat masyarakat (konsumen) untuk membeli produk yang diperjualkan, dimana setiap ruangan atau area yang menjadi pusat perhatian para konsumen itu untuk mempromosikan produk perusahaan.

Sebuah area diperusahaan sebagai *display* produk yang ditawarkan atau dipamerkan atau dipamerkan oleh perusahaan tersebut, pada bisa tersebut sehingga (konsumen) bisa melihat dan tertarik untuk membeli produk tertentu pada setiap *center point*, *show window* dan lain sebagainya. Selain *center point* dan *show window* ada juga terdapat *mannequin*, *mannequin* adalah sebuah patung yang menyerupai orang, berfungsi untuk memakai busana atau *fashion* yang terdapat meja yang tertata dengan rapi, maka sebuah desain busana diperlukan, guna meningkatkan konsumen untuk datang atau berkunjung.

Dalam desain, hiasan merupakan suatu rancangan gambar yang untuk diterapkan sebagai hiasan pada benda pakai yang bersifat dekoratif yang

mempengaruhi suatu ruangan ataupun sebagai *selling promotion produk*, yang bertujuan untuk menarik konsumen datang sebuah desain hiasan ini meliputi garis, bentuk, warna, tekstur dan ukuran dari suatu rancangan benda, salah satunya yakni desain busana, *show window* dan *center point* yang menggunakan tema tertentu disetiap tahunnya yang dimana semua itu tergantung dari setiap sistem-sistem perusahaan itu sendiri.

Desain hiasan ini juga merupakan tambahan hiasan yang diterapkan untuk menghasilkan keindahan dimana hiasan itu berperan sebagai media untuk memperindah sekaligus menarik konsumen datang, jadi suatu desain busana harus dapat mengilustrasikan dengan jelas apa yang ada dalam pikiran perancang sehingga yang ada dalam pikirannya dapat dibaca orang lain (konsumen) yang dapat diwujudkan dalam harmoni warna, corak, garis maupun mode atau gaya busana pada masa kini, yang direncanakan sesuai dengan tema dari perusahaan tersebut.

PT Matahari Department Store Tbk merupakan perusahaan ritel yang menyediakan pakaian, aksesoris, perlengkapan kecantikan, dan perlengkapan rumah untuk konsumen yang menghargai mode yang didukung dari pemasok lokal dan internasional terpercaya, gerai dengan visual yang menarik, berkualitas dan modern, menjadikan Matahari sebagai Department Store pilihan utama bagi kelas menengah Indonesia yang tengah tumbuh pesat.

Selama ini perusahaan yang bergerak dibidang retail pakaian, kecantikan, dan lainnya ini membutuhkan desain dekoratif atau hiasan yang dimana perusahaan ini meletakkan barang-barang atau menata barangnya di area yang sudah di *setting* atau

disediakan guna untuk dipamerkan atau di *display* karena ini juga merupakan salah satu strategi pemasaran dari PT Matahari Department Store, salah satu cara untuk meningkatkan penjualan barang-barang dengan menggunakan desain hiasan, desain hiasan ini mencakup secara luas dan beberapa di area beberapa area tersebut yakni *center point, show window, table area*, dan lainnya, sedangkan desain hiasan meliputi *property-property, pricelist, property standart manual matahari center, mannequin* yang dipergunakan untuk *mendisplay* atribut *men, girl, youth boy* beserta aksesoris lainnya yang digunakan sesuai dengan tema yang sedang berlangsung,

Desain pesta bola, merupakan perayaan dimana masyarakat pada periode bulan ini sedang meramaikan piala dunia 2014, dimana perayaan ini ada di tiap 4 tahun sekali, sehingga perusahaan ini perlu adanya konsep desain yang bertema pesta bola 2014 selain itu perusahaan ini memiliki karakteristik sendiri dalam melakukan pemasaran terhadap produk-produknya yakni dengan desain hiasan atau dekoratif, bertujuan agar konsumen tertarik untuk datang, dan harapannya konsumen bisa ikut merasakan maupun merayakan pesta bola, dengan konsep desain yang ditampilkan.

Maka dari itu penulis ingin merancang desain pesta bola 2014 dengan upaya meningkatkan penjualan produk yang ada di Matahari Department Store, dengan dirancangnya desain layout dekorasi ini harapannya mampu menarik konsumen mau berkunjung untuk datang ke toko Matahari Department Store yang merupakan event bola empat tahunan tersebut.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, maka diperoleh perumusan masalah bagaimana Merancang Desain Layout Dekorasi Matahari Plaza Surabaya.

1.3 Batasan Masalah

Permasalahan yang akan dijelaskan dalam laporan ini hanya sebatas konsep, metode, dan implementasi Perancangan Desain Layout Dekorasi Matahari Plaza Surabaya Tema Pesta Bola 2014.

1.4 Tujuan

Tujuan dari proyek perancangan ini adalah Untuk Merancang *Desain Layout Dekorasi Matahari Plaza Surabaya Tema Pesta Bola 2014*.

1.5 Manfaat

1.5.1 Manfaat Teoritis

Manfaat yang dapat diperoleh dalam bidang keilmuan khususnya dalam Desain Komunikasi Visual dari proyek perancangan Design dan Layout Dekorasi adalah sebagai referensi dan penambahan wawasan sekaligus pengalaman bagi peneliti agar dapat merancang mengkonsep khususnya dalam hal design dan layout yang meliputi konsep sampai dengan implementasi perancangan.

1.5.2 Manfaat Praktis

Manfaat yang dapat diperoleh bagi PT Matahari Department Store adalah peningkatan citra perusahaan, menarik minat *customer* dengan meningkatkan

penjualan selain itu juga diharapkan dapat menarik minat klien untuk menjalin kerjasama dengan perusahaan yang lain.

1.6 Pelaksanaan

1.6.1 Detail Perusahaan

Nama perusahaan : PT Matahari Departmnet Store

Jasa : *Retail*

Alamat : Jl. Pemuda No. 33-37, Surabaya

Jawa Timur Indonesia

Phone : (031) 5316112

Fax : (031) 8054101

e-mail : aries_adece@yahoo.com

Adapun kegiatan yang dilakukan selama melaksanakan kerja praktek di PT Matahari Department Store adalah merancang design layout pesta bola 2014 diantaranya meliputi desain show window, desain center point, table area dan lainnya yang dimana menjadi kewajiban pada setiap tema yang ditentukan guna meningkatkan penjualan.

1.6.2 Periode

Periode waktu pelaksanaan kerja praktek yang telah ditentukan adalah minimal 160 jam dengan keterangan sebagai berikut:

Tanggal pelaksanaan : 1 Juni – 24 July 2014

Waktu : Senin-Sabtu 09.00 – 17.00 WIB.

1.7 Sistematika Penulisan

Pada laporan ini akan dijelaskan hasil penelitian dimulai dengan bab pendahuluan. Bab ini meliputi latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan, manfaat, pelaksanaan, sampai terakhir kepada sistematika penelitian.

Dilanjutkan dengan bab kedua yang berisi tentang landasan teori yang digunakan sebagai dasar dalam penulisan laporan ini yang terdiri dari beberapa definisi yang dikemukakan oleh beberapa tokoh ahli.

Pada bab ketiga, penulis membahas secara keseluruhan tentang metode pelaksanaan perancangan dimulai dengan penentuan software, perencanaan warna, elemen grafis, dan tipografi.

Pada bab keempat, penulis akan membahas tentang informasi umum PT Matahari Department Store, visi dan misi dan motto perusahaan, struktur organisasi PT Matahari Department Store, serta jasa yang ditawarkan oleh PT Matahari Department Store. Pada bab kelima akan membahas tentang implementasi karya yang merupakan hasil perancangan selama melaksanakan kerja praktek di PT Matahari Department Store berdasarkan permasalahan dan metode perancangan yang telah dikerjakan. Bab keenam merupakan bab penutup dalam laporan ini. Pada bab ini, penulis menyimpulkan pembuatan perancangan media presentasi yang terkait dengan tujuan dan permasalahan yang ada, serta saran untuk pengembangan perancangan media presentasi bagi PT Matahari Department Store.