

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Secara umum istilah *Corporate Identity* merupakan sebuah identitas yang dimiliki oleh sebuah perusahaan. Identitas tersebut digunakan untuk memperkenalkan perusahaan tersebut kepada perusahaan lain atau kepada *personal* dan untuk membuat suatu hubungan baik dengan perusahaan lain, maka ada makna dibalik suatu identitas perusahaan, Antara lain makna visual yang menggambarkan karakteristik, kepribadian, dan tata kerja, salah satu yang biasanya digunakan sebagai aplikasi dari *Corporate Identity* adalah *Stationery Set*.

Kartu nama merupakan identitas perusahaan yang sangat penting karena isi dari kartu nama akan menjelaskan semua identitas yang dimiliki, Antara lain nama perusahaan, pemilik, nomor *handphone* yang bisa dihubungi, alamat *email*, lokasi perusahaan, dan alamat *website* yang dimiliki, kemudian ada pula media yang biasa digunakan yaitu amplop dan kop surat dimana kop surat ini dijadikan identitas perusahaan untuk mengenalkan atau mempromosikan kepada masyarakat luas dan dapat berinteraksi langsung kepada *audience*. oleh sebab itu visual yang dibuat harus mampu berkomunikasi secara personal karena menyangkut identitas perusahaan.

CV. HENSINDO MEDIA adalah salah satu perusahaan advertising dan interior dengan lokasi kantor di jalan Medokan Asri II Blok O no.14 Rt.001 Rw.007 Kel.Medokan Ayu Kec.Rungkut Surabaya. Jawa Timur. Perusahaan ini bergerak dibidang Advertising, Design, Interior, dan Event Organizer. Sejarah

dari perusahaan HENSINDO didirikan oleh 5 orang yang sama-sama memiliki pekerjaan dibidang advertising pada tanggal 22 february 2015. Kemudian HENSINDO resmi menjadi perusahaan baru yang bergerak di bidang advertising, perusahaan yang bergerak di bidang jasa kreatif ini hanya memiliki logo yang desainnya sudah bagus akan tetapi perusahaan ini belum memiliki *Corporate Identity* berupa *Stationery Set* sama seperti perusahaan maju lainnya. Untuk itu diperlukan perancangan *Stationery Set* berupa *soft copy* yaitu dalam bentuk digital.

1.2 Perumusan Masalah

Dalam perancangan Kerja Praktek ini rumusan masalah yang akan di angkat adalah

- Bagaimana membuat *corporate identity* yang efektif dan efisien sebagai upaya meningkatkan *Brand Awareness*.

1.3 Batasan masalah

Adapun batasan masalah yang nantinya akan digunakan, yaitu:

1. Hanya terbatas pada pembuatan *corporate identity* yang meliputi *stationery set* (Kartu nama, amplop, kop surat, dan label CD, mug, *ID card* karyawan, *note*, map, *mouse pad*, seragam)
2. Berupa file yang siap cetak yakni PDF dan JPEG

1.4 Tujuan

Tujuan dari kerja praktek yang dilakukan adalah sebagai berikut:

“Membuat *Corporate Identity* yang sesuai dengan karakter perusahaan sebagai upaya meningkatkan image dan citra perusahaan terhadap konsumen dan pesaingnya.”

1.5 Manfaat

Manfaat dengan tujuan yang diharapkan, maka manfaat dari perancangan ini adalah:

1. Memberikan desain corporate identity yang sesuai dengan karakteristik dari perusahaan tersebut sehingga mampu menunjukkan karakter perusahaan dan jasa yang ditawarkan oleh CV. HENSINDO MEDIA.
2. Memberikan Kontribusi kepada pihak CV. HENSINDO MEDIA untuk memperoleh *Awareness* konsumen.

1.6 Pelaksanaan

Pelaksanaan kerja praktik ini:

Periode waktu : 25 Juli – 25 Agustus 2016

Hari dan Tanggal : Senin – Jumat, 25 Juli – 25 Agustus 2016

Tempat : CV. Hensindo Media

Jl. Mangga 6 Blok H-178, Sidoarjo Jawa Timur

1.7 Sistematika Penulisan

Di dalam penyusunan laporan ini secara sistematis diatur dan disusun dalam lima bab, yang masing-masing terdiri dari beberapa sub. Adapun urutan dari bab pertama sampai bab terakhir adalah sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini membahas latar belakang, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan, manfaat di bagi menjadi 2 yaitu manfaat secara teoritis dan praktisi, di lanjutkan dengan pelaksanaan kerja praktik, dan sistematis penulisan laporan.

BAB II: GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini membahas tentang gambaran umum tentang perusahaan CV. Hensindo Media, visi dan misi, produk yang di jual, dan proyek overview yang di pernah di layani oleh perusahaan ini.

BAB III: LANDASAN TEORI

Bab ini akan membahas tentang teori yang di gunakan untuk menjelaskan secara singkat mengenai landasan teori yang berkaitan dengan permasalahan yang di bahas dalam laporan ini. Bab ini sebagai dasar dalam penulisan laporan ini dengan menggunakan beberapa definisi yang pernah di kemukakan oleh beberapa tokoh ahli.

BAB IV:DESKRIPSI PEKERJAAN

Pada bab keempat ini, akan membahas mengenai pelaksanaan kerja praktek selama di CV. Hensindo Media, baik secara sistematis maupun progress di lapangan. Serta pada bab ini merupakan penjelasan dari hasil perancangan yang ada dalam sebuah implementasi karya. Implementasi

karya merupakan hasil peran cangan selama melaksanakan kerja praktek di CV. Hensindo Media berdasarkan permasalahan dan metode perancangan pada laporan ini.

BAB V : PENUTUP

Pada bab kelima ini akan membahas dua hal, yakni sebagai berikut:

1. Kesimpulan

Pada bagian ini penulis akan meringkas keseluruhan hasil dari laporan kerja praktik ini dalam satu kesimpulan yang terkait dengan permasalahan dan solusi yang di angkat pada laporan kerja praktik ini.

2. Saran

Pada bagian ini penulis akan memberikan masukan terkait dengan masalah yang di angkat dalam laporan kerja praktik ini kepada beberapa pihak yang terkait.

DAFTAR PUSTAKA

Daftar pustaka berisi informasi terkait daftar referensi yang di gunakan sebagai acuan dalam penulisan laporan kerja praktik ini berupa buku, jurnal, maupun e-book, dan lain-lain.