

BAB I

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Sehubungan dengan makin pesatnya arus perkembangan informasi dalam era globalisasi yang menyebabkan semakin berkembangnya teknologi informasi. peran dari teknologi amat besar di karenakan dengan terus berputarnya informasi dalam kehidupan sehari-hari. Demi lancarnya aliran informasi yang ingin diberikan kepada konsumen perusahaan maka dibuatlah sebuah *company profile* yang didalamnya berisikan data-data mengenai perusahaan. *company profile* ini dapat disebut sebagai salah satu media informasi yang tentunya dibutuhkan dalam menyampaikan informasi tentang sebuah perusahaan, maka diperlukan adanya *company profile*.

Company profile adalah penjelasan mengenai perusahaan secara umum. Di dalamnya berisi info produk dari sebuah perusahaan. Selain itu *company profile* memberitahukan keunggulan produk perusahaan dari para pesaing-pesaingnya. *Company profile* bisa dibuat dalam bentuk media cetak maupun dalam sebuah website.

Kegunaan dan manfaat dari *Company Profile* sangat banyak salah satunya yaitu sebagai alat marketing untuk memperoleh klien, dan disetiap manfaat dan kegunaannya nanti dipengaruhi oleh bentuk desain dan kelengkapan data. Sehingga pada dasarnya *company profile* yang menariklah yang akan banyak pengunjung/klien, baik menarik dari segi image maupun tulisan.

Sebuah perusahaan tidaklah lengkap bila tidak mempunyai *company profile*. Seiring perkembangan zaman, khususnya dalam bidang usaha atau perbisnisan, *company profile* menjadi salah satu hal yang mutlak dalam sebuah perusahaan. Karena persaingan dalam dunia bisnis sudah semakin kompetitif, maka perusahaan dituntut menciptakan sesuatu yang menarik, dalam hal ini adalah perancangan desain *company profile*.

company profile memiliki peranan cukup penting bagi sebuah perusahaan yang melakukan business to business karena dapat mempresentasikan visi dan misi perusahaan atau apa yang ingin ditawarkan kepada konsumen. Selain itu manfaat lain dari *company profile* sebagai sarana presentasi adalah dapat mempersingkat pertemuan sehingga klien tidak perlu bertanya secara detail tentang profil, visi, dan misi perusahaan secara langsung. *Company profile* adalah gambaran tentang perusahaan. bisa di anggap mewakili perusahaan kepada public sehingga tidak perlu bersusah payah untuk mencari informasi suatu perusahaan (Kriyantono, 2003.226). Pengertian *company profile* juga di jelaskan oleh Suyanto, 2003.99 bahwa *company profile* perusahaan dapat mengetahui keunggulan dari perusahaan tersebut. Dalam teori yang di kembangkan oleh Rosser Reeves sebuah keunggulan perusahaan yang tidak dimiliki oleh perusahaan kompetitornya dapat dijadikan sebuah strategi dalam melakukan promosi sebuah perusahaan.

CV. Hendinso Media adalah perusahaan yang bergerak di bidang periklanan indoor maupun outdoor, material stick cutting, sticker printing, one way vision, stiker stiker poliplex, stiker timbul, segala jenis stiker. Produksi Billboard, papan nama toko, letter timbul, produksi rak display, gondolla, etalase, merchandising, dll. *Company Profile* sendiri sangat di butuhkan oleh perusahaan

tersebut karena kurangnya informasi akan profil perusahaan, produk dan jasa yang di tawarkan.

Dalam perancangan company profile CV. Hensindo Media, penulis menggunakan desain *Company Profile* dengan teknik yang menonjolkan dari segi fotografi sebagai media penyampaian informasi kepada orang-orang yang dituju / client. karena media foto mampu mengungkapkan beribu kata. “Fotografi sebagai media berekspresi dan komunikasi yang kuat, menawarkan berbagai persepsi, interpretasi dan eksekusi yang tak terbatas.” (*Ansel Adams*, 1974;54)

Pengertian fotografi sendiri berasal dari kata foto dan grafi yang masing-masing kata tersebut mempunyai arti sebagai berikut: foto artinya cahaya dan grafi artinya menulis jadi arti fotografi secara keseluruhan adalah menulis dengan bantuan cahaya, atau lebih dikenal dengan menggambar dengan bantuan cahaya atau merekam gambar melalui media kamera dengan bantuan cahaya (Amir Hamzah Sulaeman, 1981;94).

Fotografi adalah proses pembuatan lukisan menggunakan media cahaya dengan menggunakan kamera. Teknologi kamera berkembang seiring perkembangan zaman. Fotografi merupakan media komunikasi visual yang dapat menciptakan suatu gambar yang dapat memberikan suatu pesan. Public relation yang bekerja sebagai fotografer harus dapat menggambarkan kejadian sesungguhnya lewat karya fotonya. Foto yang dihasilkan harus bisa bercerita sehingga tanpa harus menjelaskan orang sudah mengerti isi dari foto tersebut. Public relation menggunakan fotografi sebagai bahan puiblitas yang bermanfaat. Karena fotografi dapat memvisualkan apa yang dibuat oleh seorang public relation. Salah

satu kelebihan fotografi adalah mampu merekam peristiwa yang aktual dan membentuk sebuah citra di dalamnya.

Agar orang-orang lebih yakin pada kredibilitas dari perusahaan, maka perusahaan harus memberikan bukti yang nyata pada *company profile*. Cara yang paling nyata dan paling tepat adalah dengan memberikan foto-foto yang hidup dan benar-benar menggambarkan profesionalitas dan kinerja dari perusahaan. Sehingga bisa membuat suatu perusahaan dapat terlihat lebih profesional dan memiliki kinerja yang luar biasa di mata khalayak umum, karena *Company profile* adalah sebuah investasi bagi perusahaan.

Dalam suatu perusahaan, kunci utama untuk mengait client yakni dilihat dari first impression perusahaan tersebut, umumnya yang dipakai untuk memperkenalkan tentang perusahaan kepada client adalah sebuah *Company Profile*, maka pembuatan *company profile* yang bagus dan informatif akan mampu memberikan keuntungan yang berlipat bagi perusahaan.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka permasalahan pada laporan kerja praktik ini dapat dirumuskan sebagai berikut bagaimana merancang media promosi CV. Hensindo Media desain *company profile* melalui teknik fotografi.

1.3 Batasan Masalah

Agar pembahasan dalam laporan kerja praktik ini dapat terfokus dan tidak terlalu meluas, maka diperlukan batasan-batasan mengenai permasalahan yang ada, yaitu :

1. *Company profile* tentang perusahaan,
2. visi misi
3. proyek yang sudah di kerjakan
4. dan produk / Jasa yang di jual.

1.4 Tujuan

Tujuan yang ingin dicapai dari pembuatan laporan kerja praktik ini adalah untuk merancang media promosi di CV. Hensindo Media melalui desain *company profile*.

1.5 Manfaat

1. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari perancangan media promosi ini adalah dapat menambah pengetahuan umum akan pentingnya media cetak *company profile* untuk mahasiswa dan masyarakat umum. Khususnya dalam perancangan *company profile* CV. Hensindo Media

2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis yang dihasilkan dari penelitian ini diharapkan dapat diaplikasikan pada media cetak yang sudah dirancang. Dan juga diharapkan dapat memberikan informasi mengenai produk-produk CV. Hensindo Media.

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. Warna Buana

Jl. Medokan Asri II blok O/14, Rungkut

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 1 : 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 2 : 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 3: 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 4: DESKRIPSI PEKERJAAN

Pada bab keempat ini, akan membahas mengenai pelaksanaan kerja praktek selama di CV.Hensindo Media, baik secara sistematika 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 5 : 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.