

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bisnis properti di Indonesia dari tahun ke tahun menunjukkan perkembangan yang cukup signifikan. Daya minat masyarakat Indonesia untuk berinvestasi pada bisnis property mulai tampak sejak awal tahun 1980-an sampai dengan pertengahan tahun 1990-an, disaat hampir seluruh kota besar di Indonesia mulai marak dengan kehadiran real estate. Maraknya pembangunan perumahan dalam skala besar mengakibatkan kompetisi bisnis properti di Indonesia semakin ketat, sehingga pengembang berlomba-lomba membuat perencanaan proyek perumahan lebih menarik. Nilai kesuksesan sebuah perusahaan atau organisasi dinilai dari seberapa jauh pencitraan perusahaan atau organisasi tersebut di mata konsumenya. company profile atau dalam bahasa indonesia dapat di artikan sebagai profil perusahaan dan sebaiknya didesain sesuai dengan misi dan visi bisnis dari perusahaan tersebut. Beda perusahaan, beda pula desain yang musti dibuat.

Apapun jenis dan model desain sebuah company profile, pada dasarnya sebuah company profile harus bisa mengusung fungsi eksternal dengan menjadi media yang mempromosikan segala bentuk aktifitas dan produk perusahaan secara garis besar. Meski brosur, buklet, dan sebagai telah menjadi media utama terhadap fungsi eksternal pencitraan produk dan layanan bisnis suatu perusahaan, kehadiran sebuah company profile dengan desain yang matang akan segera memperlengkap gambaran di sisi calon kustomer potensial.

Penentuan identitas visual sebuah perusahaan menjadi hal yang sangat penting karena

company profile adalah media yang memiliki dampak yang begitu besar bagi perusahaan/organisasi ke depannya. Identitas suatu perusahaan merepresentasikan nama sebuah perusahaan, bergerak di bidang apakah perusahaan tersebut, apakah visi dan misi dari perusahaan tersebut, bagaimanakah karakter, sifat, dan nilai dasar dari para pekerjanya, siapakah target pasarnya.

Penentuan identitas suatu perusahaan tidak hanya dibuat untuk sekedar melengkapi atribut perusahaan yang bersangkutan, akan tetapi menjadi langkah awal bagi perusahaan untuk dapat menempatkan dirinya dalam persaingan pasar.

PT.Java Pratama Perkasa merupakan salah satu perusahaan developer di Surabaya yang memiliki berbagai macam klien dalam bidang yang berbeda-beda. Sebagian besar klien tersebut memercayakan desain arsitektur kepada PT.Java Pratama Perkasa. Terkadang pembuatan desain arsitektur klien mencakup banyak elemen visual yang harus dipertimbangkan dengan matang. Pembuatan company profile tersebut meliputi pembuatan logo dan proposal atau yang disebut company profilnya.

Dari pemaparan di atas, penulis berkesempatan untuk melakukan Kerja Praktik di PT.Java Pratama Perkasa Surabaya sebagai designer yang menangani beberapa project klien. Sehingga penulis dapat mengetahui secara jelas bagaimana proses desain dari awal perancangan hingga hasil akhir.

Setelah mengetahui bagaimana proses desain company profile perusahaan hingga hasil akhir dari desain tersebut, maka penulis memiliki gambaran tentang apa yang akan dikerjakan dalam Kerja Praktik. Sehingga dalam penulisan laporan Kerja Praktik ini, Penulis mengambil judul “Perancangan Desain Company Profile Di PT.Java Pratama Perkasa Surabaya”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar Belakang di atas yang berjudul “Perancangan Desain Company Profile Di PT.Java Pratama Perkasa Surabaya”, Maka rumusan masalah yang diangkat, yaitu:

1. Bagaimana merancang desain company profile klien PT.Java Pratama Perkasa.

1.3 Batasan Masalah

Dari rumusan masalah di atas, maka batasan masalah yang akan dikerjakan dalam Kerja Praktik ini adalah:

1. Merancang desain company profile klien PT.Java Pratama Perkasa.
2. Melakukan proses asistensi dengan klien yang bersangkutan hingga kemudian menuju ke proses revisi desain yang telah dibuat.
3. Merancang logo dan company profilenya.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai pada Kerja Praktik ini adalah:

1. Untuk memperoleh landasan dalam merancang company profile sehingga dapat diimplementasikan oleh klien untuk mendukung proses pemasaran.
2. Tujuan utamanya adalah memperkenalkan kepada public informasi tentang company tersebut berkaitan dengan: Nama perusahaan, Tag Line dan Logo.

1.5 Manfaat

1. Manfaat Teoritis

- a. Membantu proses pembelajaran, pengalaman dan wawasan penulis dalam merancang company profile perusahaan dengan tepat, sesuai dengan keinginan klien.
- b. Sebagai bahan perbandingan perancangan corporate identity perusahaan yang selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

- a. Membantu PT Java Pratama Perkasa Surabaya melayani klien dalam perancangan company profile perusahaan.
- b. Sebagai atribut perusahaan klien yang dapat diimplementasikan untuk mendukung proses pemasaran klien yang bersangkutan.

1.6 Pelaksanaan

Kerja Praktik ini dilaksanakan di PT.Java Pratama Perkasa Surabaya pada bagian desainer, yang beralamat di Tenggilis Timur VII FF no 3, Surabaya. Waktu pelaksanaannya dari tanggal 1 Juli sampai tanggal 1 Agustus Tahun 2013 dari hari Senin sampai Jum'at mulai dari pukul 08.00 WIB – 17.00 WIB, tetapi dengan menyesuaikan keadaan dan kebutuhan perusahaan, penulis juga masuk pada hari Sabtu dari pukul 08.00 WIB – 16.00 WIB.

Adapun kegiatan yang dilakukan adalah:

1. Mengumpulkan data referensi klien melalui hasil brief dan online.
2. Menganalisa data referensi untuk menentukan elemen company profile.
3. Menyiapkan bahan-bahan desain, seperti gambar, font, warna, dan sebagainya.
4. Menggunakan Adobe Photoshop untuk mendesain beragam elemen desain yang bersifat vector maupun digital imaging.
5. Menggunakan Adobe Illustrator untuk mendesain beragam elemen desain yang bersifat vector.