

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Semakin tingginya persaingan pasar di era informasi saat ini berdampak pada munculnya kesadaran perusahaan akan pentingnya nilai visual dari sebuah merek. Fenomena ini membuat sejumlah *design office* di Indonesia menerima berbagai macam permintaan jasa desain dari beberapa perusahaan dengan latar belakang yang berbeda-beda. Sebagai salah satu *design office* yang terkemuka di Surabaya, FruityLOGIC Design Surabaya tidak henti-hentinya menerima klien yang membutuhkan berbagai macam jasa perancangan desain. Salah satu jenis jasa desain yang ditawarkan oleh FruityLOGIC adalah perancangan desain *corporate identity* dan media aplikasinya. Karena *corporate identity* merupakan elemen visual utama dari sebuah merek, maka dibutuhkan pemahaman untuk merancang desain yang komunikatif dan mampu merepresentasikan merek yang bersangkutan. Tujuan dari Kerja Praktek ini adalah “Perancangan Desain Corporate Identity Klien FruityLOGIC Design Surabaya”.

Merancang sebuah *corporate identity* tidak semudah seperti merancang desain media promosi, karena *corporate identity* 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, dan siapakah target pasarnya. Dibutuhkan sebuah riset dan analisis yang mendalam terhadap perusahaan yang bersangkutan untuk dapat menentukan konsep *corporate identity* yang akan digunakan. Victor Danciu dalam jurnalnya yang berjudul “*The Brand Identity: A Strategic Shift for Success*” mengatakan bahwa *corporate identity* yang kuat menjadi sebuah faktor penting bagi kesuksesan sebuah strategi pemasaran. Strategi ini merupakan sebuah arah dan kesempatan organisasi dalam jangka waktu panjang, yang digunakan untuk mencapai keunggulan dalam lingkungan yang berubah-ubah.

Tidak semua perusahaan memiliki divisi yang khusus menangani desain *corporate identity* dan media aplikasinya. Karena itu, sebagian besar perusahaan memercayakan desain *corporate identity* dan media pendukungnya pada *design office* yang mereka percaya. FruityLOGIC Design Surabaya sebagai *design office* yang cukup dikenal di Surabaya dan Jakarta memiliki sejumlah klien yang memercayakan perancangan desain *corporate identity* serta media aplikasinya. Proses perancangan desain *corporate identity* klien yang cukup panjang membutuhkan kerjasama dari berbagai elemen perusahaan guna mengembangkan ide-ide kreatif yang menunjang proses perancangan.

Dari pemaparan di atas, penulis berkesempatan untuk melakukan Kerja Praktik di FruityLOGIC Design Surabaya sebagai *designer* yang menangani beberapa *project* klien. Sehingga penulis dapat mengetahui secara jelas bagaimana proses desain *corporate identity* dari awal perancangan hingga hasil akhir.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar Belakang di atas yang berjudul “Perancangan Desain *Corporate Identity* di FruityLOGIC Design Surabaya”. Maka rumusan masalah yang diangkat, yaitu:

1. Bagaimana merancang desain *corporate identity* klien FruityLOGIC Design Surabaya yang mampu merepresentasikan perusahaan klien?
2. Bagaimana merancang desain media aplikasi untuk mendukung hasil perancangan *corporate identity* klien FruityLOGIC Design Surabaya?

1.3 Batasan Masalah

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

1. Merancang desain *corporate identity* klien FruityLOGIC Design Surabaya yang meliputi HP Group dan Citi 9, dengan cara mencari dan mengumpulkan berbagai macam bahan referensi sebagai landasan dalam menentukan konsep perancangan.
2. Merancang desain media aplikasi pendukung hasil perancangan *corporate identity* klien FruityLOGIC Design Surabaya yang meliputi website Fairpack, kalender Metaloe, serta maskot dan web banner SuddenlyTravel, dengan cara mempertimbangkan elemen logo, warna, tipografi dan konsep *corporate identity*.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai pada Kerja Praktik ini adalah:

1. Menghasilkan perancangan desain *corporate identity* klien FruityLOGIC Design Surabaya yang dapat merepresentasikan identitas perusahaan klien.
2. Menghasilkan perancangan desain media aplikasi pendukung hasil perancangan *corporate identity* klien FruityLOGIC Design Surabaya yang sesuai dengan elemen *corporate identity* yang telah ditentukan sebelumnya.

1.5 Manfaat

1. Manfaat Teoritis
 - a. Membantu proses pembelajaran, pengalaman dan wawasan penulis dalam merancang *corporate identity* perusahaan dengan tepat, sesuai dengan keinginan klien.
 - b. Sebagai bahan perbandingan perancangan *corporate identity* perusahaan yang selanjutnya
2. Manfaat Praktis
 - a. Membantu FruityLOGIC Design Surabaya melayani klien dalam perancangan *corporate identity* perusahaan.
 - b. Sebagai atribut perusahaan klien yang dapat diimplementasikan untuk mendukung proses pemasaran klien yang bersangkutan.

1.6 Pelaksanaan

Kerja Praktik ini dilaksanakan di *FruityLOGIC Design* Surabaya pada bagian desainer, yang beralamat di Kupang Baru 1/100, 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 *corporate identity*.
3. Menyiapkan bahan-bahan desain, seperti gambar, font, warna, dan sebagainya.
4. Menggunakan *Adobe Illustrator* untuk mendesain beragam elemen desain yang bersifat vektor.
5. Menggunakan *Adobe Photoshop* untuk mendesain beragam elemen desain yang bersifat *digital imaging*.
6. Menjadi *illustrator*.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan Laporan Kerja Praktik 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 Praktik 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 Praktik ini.

BAB IV : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab IV ini berisi penjelasan umum tentang gambaran perusahaan tempat Kerja Praktik ini, yaitu gambaran umum tentang *FruityLOGIC Design* Surabaya.

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 Praktik berlangsung.

DAFTAR PUSTAKA

Daftar pustaka berisi tentang daftar referensi yang digunakan sebagai dasar dalam pelaksanaan Kerja Praktik, bisa berupa buku, koran, majalah, e-book dan lain-lain.