

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Beraneka ragam dan warna perusahaan yang ada di negeri ini yang berjalan di bidang perindustrian, pertanian, pertambangan dan lain-lain dalam persaingan dunia industri maka perusahaan – perusahaan akan berlomba untuk mencari nama, menguatkan brand dan citra perusahaan ke masyarakat atau calon customer yang akan menikmati fasilitas atau kinerja perusahaan tersebut.

Dalam persaingan di dunia industri maka sebuah perusahaan harus memulai dari awal yaitu menguatkan identitas perusahaan yang akan berguna untuk perusahaan agar di terima atau di kenal di tengah – tengah dunia industri dan masyarakat penguatan identitas perusahaan yang di sebut corporate identity yang dalam bahasa Indonesia yang dapat di artikan identitas visual yang sangat berharga bagi perusahaan dan industry.

Untuk Penentuan identitas visual sebuah perusahaan menjadi hal yang sangat penting karena corporate identity memiliki dampak yang begitu besar bagi perusahaan/organisasi ke depannya. Identitas visual 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

visual 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.

Jacob cass pernah memberikan statmen “The perceived emotional corporate image as a whole.” Yang berartikan citra perusahaan di rasakan secara emosional di seluruh perusahaan yang kuat menjadi sebuah faktor penting bagi kesuksesan sebuah citra perusahaan untuk mencapai keunggulan dalam lingkungan yang berubah-ubah. Dengan cara yang sama, sebuah strategi pemasaran betul-betul dipertimbangkan sebagai strategi untuk menguasai pasar dalam jangka waktu yang lama.

JAVA PRATAMA PERKASA (JPP) yakni sebuah perusahaan yang bergerak di bidang konstruksi dan konsultan konstruksi di Surabaya yang banyak sekali melayani costumer dari Surabaya dan JPP dari beberapa costumer yang ingin membuat suatu bidang seperti rumah, rumah sakit ,sekolah, hotel, dll di Surabaya, dimana JPP membutuhkan media Promosi untuk mengenalkan perusahaannya ke dunia luar untuk menaruh beban kepercayaan costumer ke JPP dalam menyelesaikan proyek pembangunan dan konsultasi pembangunan.

Dari uraian di atas saya sebagai pengarang buku ini sangat berkesempatan untuk melakukan kerja praktek di Java Pratama Perkasa sebagai designer yang bergerak melakukan beberapa pekerjaan dari melakukan design logo, dan melakukan perancangan identitas perusahaan klien, Analisa pesaing, elemen perusahaan, hingga analisa target market menjadi titik tolak untuk mempertimbangkan identitas visual perusahaan yang bersangkutan. kepada klien hingga melakukan perancangan

corporate identity untuk mengenalkan Java Pratama Perkasa ke masyarakat di Surabaya maupun di luar Surabaya yang dimana Java Pratama Perkasa membutuhkan perancangan corporate identity guna mencakup lebih luas lapangan kerjasama yang akan datang ke Java Pratama Perkasa.

Yang akan saya tulis dalam laporan kerja praktek ini yakni berjudul “merancang corporate identity di Java Pratama Perkasa Surabaya “.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas yang berjudul “merancang corporate identity di java pratama perkasa surabaya” maka dari hal ini uraian masalah yang dapat di jelaskan yakni :

1. Bagaimana merancang design corporate identity secara tepat ?
2. Apa yang akan harus di pertimbangkan dalam membuat design corporate identity yang dapat mewakili perusahaan klien dan untuk mengenalkan Java Pratama Perkasa ?
3. Bagaimana cara mengeemas elemen perusahaan klien dalam sebuah desain corporate identity yang sesuai dengan ke inginan klien ?

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan uraian rumusan masalah maka yang akan di urai dalam batasan masalah ini yakni :

1. Mencari dan mengumpulkan berbagai macam bahan referensi sebagai bahan pembanding dan landasan dalam, merancang corporate identity klien *Java Pratama Perkasa Surabaya*.
2. melakukan proses asistensi dan konsultasi kepada pemilik sehingga menuju revisi dan menuju ke sebuah design yang diinginkan pemilik *Java Pratama Perkasa*.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin di capai dan menjadi target dalam kerja praktek ini yakni adalah :

1. Untuk menemukan landasan guna bahan merancang sebuah corporate identity pada klien *Java Pertama Perkasa Rumah sakit bedah suramadu*
2. Memilah dan menentukan sebuah landasan sebagai bahan merancang sebuah corporate identity klien *Java Pratama Perkasa Rumah sakit bedah suramadu*.
3. Sebagai bahan pertimbangan sebagai mengembangkan gaya design corporate identity

1.5 Manfaat

1. Manfaat Teoritis.

- Membantu saya sebagai mahasiswa mengenal dunia kerja dan sebagai bahan pembelajaran baru dalam menyelesaikan tugas “*merancang corporate identity di Java Pratama Perkasa Surabaya*”.
- Sebagai bahan pembeding corporate identity selanjutnya .

2. Manfaat Praktis.

- Membantu Java Pratama Perkasa untuk dikenal di Surabaya maupun luar Surabaya melalui hasil perancangan corporate identity .
- bahan portofolio untuk perusahaan kepada calon customer.

1.6 Pelaksanaan

Kerja praktek akan dilaksanakan di Java Pratama Perkasa Surabaya pada bagian designer yang beralamat di Tenggilis Timur VII Blok FF-3, Surabaya waktu pelaksanaannya dari tanggal 1 Juli sampai tanggal 1 Agustus Tahun 2013 dari hari Senin sampai Jumat mulai dari Pukul 08.00 WIB – 17.00 WIB, tapi dengan menyesuaikan keadaan dan kebutuhan didalam perusahaan penulis juga masuk pada hari Sabtu dari Pukul 09.00 WIB – 16.00 WIB.

Adapun kegiatan yang akan di laksanakan adalah :

1. Menggumpulkan data refrensi dari pemilik melalui hasil brief dan online .
2. Mengganalisa data referensi untuk menentukan bahan untuk media promosi.

3. Menjiapkan bahan-bahan design seperti gambar,font,warna dan sebagainya.
4. Menggunakan Adobe untuk mendesain atau membuat media promosi.
5. Menjadi seorang designer

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 menjelaskan 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.

STIKOM SURABAYA