



**PERANCANGAN *COMPANY PROFILE* PADA CV. SURYA SARI
TEKNIK GUNA MENINGKATKAN BRAND *AWARENESS*
KERJA PRAKTIK**

Program Studi
S1 Desain Komunikasi Visual

Oleh:
Angga Wira Pratama Putra
14420100023

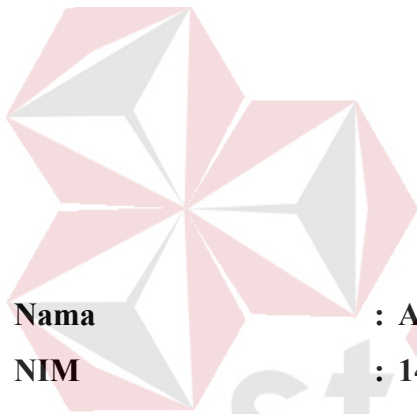
INSTITUT BISNIS
DAN INFORMATIKA

stikom
SURABAYA

FAKULTAS TEKNOLOGI DAN INFORMATIKA
INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA STIKOM SURABAYA
2017

**PERANCANGAN *COMPANY PROFILE* PADA CV. SURYA SARI
TEKNIK GUNA MENINGKATKAN BRAND *AWARENESS***

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan
Mata Kuliah Kerja Praktik :



Disusun Oleh :

Nama : Angga Wira Pratama Putra
NIM : 14420100023
Program : S1 (Strata Satu)
Jurusan : Desain Komunikasi Visual

**FAKULTAS TEKNOLOGI DAN INFORMATIKA
INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA STIKOM SURABAYA
2017**

LEMBAR MOTTO



“La Tahzan, Innallaha Ma’na”

LEMBAR PERSEMBAHAN



INSTITUT BISNIS
DAN INFORMATIKA

stikom

SURABAYA

Kupersembahkan kepada kedua Orang tua, Dosen Pembimbing, bu gia selaku penyelia yang selalu membantu saya, terutama pak wahyudi sebagai pemilik dari CV. Surya Sari Teknik yang selalu memberi semangat, Serta pihak yang telah membantu menyelesaikan laporan ini dengan baik h terima kasih banyak Alhamdulillah.

LEMBAR PENGESAHAN

**PERANCANGAN *COMPANY PROFILE* PADA CV. SURYA SARI
TEKNIK GUNA MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS***

Laporan Kerja Praktik oleh

Angga Wira Pratama Putra

NIM : 14.42010.0023

Telah diperiksa, diuji dan disetujui

Surabaya, Januari 2018

Disetujui :

Dosen Pembimbing


Penyelia


Siswo Martono, S.Kom., M.M.


NIDN. 0726027101


Giatun.S.Sos

Mengetahui,

 **Ketua Program Studi SI Desain Komunikasi Visual**

FAKULTAS TEKNOLOGI
DAN INFORMATIKA


Siswo Martono, S.Kom., M.M.

NIDN. 0726027101

SURAT PERNYATAAN

PERSETUJUAN PUBLIKASI DAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Sebagai mahasiswa Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya, saya :

Nama : Angga Wira Pratama Putra
NIM : 14420100023
Program Studi : SI Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Fakultas Teknologi dan Informatika
Jenis Karya : Laporan Kerja Praktik
Judul Karya : **PERANCANGAN *COMPANY PROFILE* PADA
CV. SURYA SARI TEKNIK GUNA MENINGKATKAN
BRAND AWARENESS**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

1. Demi pengembangan Ilmu Pengetahuan, Teknologi dan Seni, saya menyetujui memberikan kepada Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusive Royalti Free Right*) atas seluruh isi/ sebagian karya ilmiah saya tersebut di atas untuk disimpan, dialihmediakan dan dikelola dalam bentuk pangkalan data (*database*) untuk selanjutnya didistribusikan atau dipublikasikan demi kepentingan akademis dengan tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis atau pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta
2. Karya tersebut di atas adalah karya asli saya, bukan plagiat baik sebagian maupun keseluruhan. Kutipan, karya atau pendapat orang lain yang ada dalam karya ilmiah ini adalah semata hanya rujukan yang dicantumkan dalam Daftar Pustaka saya
3. Apabila dikemudian hari ditemukan dan terbukti terdapat tindakan plagiat pada karya ilmiah ini, maka saya bersedia untuk menerima pencabutan terhadap gelar kesarjanaan yang telah diberikan kepada saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, Januari 2018

Yang menyatakan


Angga wira pratama putra
NIM : 14420100023

Abstrak

Untuk mendesain *company profile* tersebut penulis menggunakan beberapa data yang telah diperoleh dari perusahaan serta yang ada di internet sebagai rujukan referensi agar desain serta konsep dapat dibuat sesuai dengan keinginan dari CV. Surya Sari Teknik. Setelah mengumpulkan dan mendapatkan informasi dan data yang dibutuhkan penulis melanjutkan ke tahap diskusi, setelah mendapatkan gambaran konsep yang pas akhirnya penulis meneruskan ke proses mendesain yaitu mencari dan menentukan warna yang akan digunakan, typografi yang akan dipakai, serta nantinya akan menggunakan *software* apa yang cocok, setelah melakukan proses tersebut didapatkanlah sebuah final desain yang nantinya akan dipakai oleh CV. Surya Sari Teknik. Setelah mendapatkan final desain akhirnya penulis menghasilkan sebuah *company profile* berbentuk buku yang siap digunakan oleh CV. Surya Sari Teknik.

Surabaya, januari 2018

Angga Wira Pratama Putra

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan ke hadirat Allah SWT, atas limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan laporan kerja praktik yang berjudul perancangan *company profile* pada CV. Surya Sari Teknik guna meningkatkan *brand awareness*

Laporan ini merupakan bukti tanggung jawab peneliti terhadap lembaga karena telah melaksanakan kegiatan perkuliahan di Institut Bisnis dan Informatika STIKOM Surabaya. Dalam penyusunannya laporan ini tidak lepas dari dorongan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan terimakasih kepada, yang terhormat:

1. **Prof. Dr. Budi Jatmiko, M.Pd** selaku Rektor Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya
2. **Siswo Martono, S.Kom., M.M** selaku Ketua Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual yang telah membimbing dan memberikan saran dalam mengerjakan laporan kerja praktik ini.
3. **Siswo Martono, S.Kom., M.M** selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dan mengarahkan serta memberi dukungan dalam pembuatan laporan kerja praktik ini.
4. **Agus Setia budi dan Ita Suswati** selaku kedua orang tua tercinta peneliti yang selalu memberikan dukungan baik secara moril maupun materil serta doanya. Juga adik kandung dan saudara peneliti yang memberi semangat dan meberikan doa dikala peneliti mengerjakan laporan.
5. **Bu Gia dan Pak Wahyudi** sebagai pembimbing selama kami kerja praktik di CV. Surya Sari Teknik.

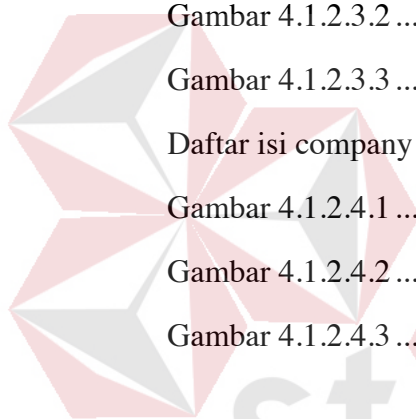
Surabaya, Januari
Peneliti

Daftar isi

Bab I Pendahuluan	1
Latar belakang	1
Rumusan masalah.....	3
Batasan masalah	3
Tujuan	3
manfaat	4
Bab II gambaran umum perusahaan.....	5
Profil perusahaan.....	5
Sejarah perusahaan	5
Lokasi perusahaan	6
Visi dan misi	6
Struktur organisasi	7
Gambar 2.5	7
Deskripsi.....	7
Logo perusahaan	9
Gambar 2.6	9
Deskripsi logo	9
Foto perusahaan	11
Gambar 2.7.1	11
Gambar 2.7.2	12
Gambar 2.7.3	13
Gambar 2.7.4	14
Gambar 2.7.5	15
Bab III tinjauan pustaka	16
Company profile.....	16
Company profile cetak	16
Desain.....	18

Konsep.....	19
Pengertian konsep.....	19
Prinsip desain	20
Keselarasan/keserasian.....	20
Perbandingan.....	21
Keseimbangan/balance.....	22
Irama.....	22
Pengulangan	23
Peralihan ukuran.....	23
Pertentangan/kontras	24
Pusat perhatian	24
Teori warna	25
Teori sir Isaac newton	25
Color theory (Brewster 1831)	25
Teori Alber Munsell	26
Alur pengerjaan.....	30
BAB IV Deskripsi pekerjaan	31
Pengumpulan data	31
Observasi.....	31
Wawancara.....	32
Proses desain company profile.....	33
Konsep desain isi company profile	33
Gambar 4.1.2.1.1	34
Gambar 4.1.2.1.2	34
Gambar 4.1.2.1.3	35
Gambar 4.1.2.1.4	35
Gambar 4.1.2.1.5	36
Gambar 4.1.2.1.6	36
Gambar 4.1.2.1.7	37

Gambar 4.1.2.1.8	38
Gambar 4.1.2.1.9	38
Konsep desain cover depan	39
Gambar 4.1.2.2.1	39
Gambar 4.1.2.2.2	40
Gambar 4.1.2.2.3	40
Gambar 4.1.2.2.4	41
Gambar 4.1.2.2.5	41
Tipografi.....	42
Gambar 4.1.2.3.1	42
Gambar 4.1.2.3.2	42
Gambar 4.1.2.3.3	42
Daftar isi company profile.....	43
Gambar 4.1.2.4.1	43
Gambar 4.1.2.4.2	44
Gambar 4.1.2.4.3	44
Lay out.....	45
Gambar 4.1.2.5.1	45
Gambar 4.1.2.5.2	45
Gambar 5.1.2.5.3	46
Hasil karya.....	47
Gambar 4.2.1	47
Gambar 4.2.2	48
Gambar 4.2.3	49
Gambar 4.2.4	50
Gambar 4.2.5	51
Gambar 4.2.6	52



INSTITUT BISNIS
 DAN INFORMATIKA
stikom
 SURABAYA

BAB V kesimpulan dan saran	53
Kesimpulan	53
Saran	54



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Saat ini media promosi merupakan salah satu cara yang sangat ampuh karena media promosi merupakan media yang dapat dan akan memperkenalkan produk sebuah perusahaan baik itu barang ataupun jasa kepada masyarakat luas. Semakin menarik cara promosi yang digunakan maka masyarakat akan semakin tertarik dan mudah mengingat perusahaan tersebut. Usaha promosi yang dilakukan berguna untuk menyebarluaskan informasi dan mendapatkan perhatian, membuat dan menumbuhkan keinginan, serta berusaha untuk membuat konsumen agar ingin membeli produk yang ditawarkan, Namun apa yang terjadi apabila media yang digunakan kuranglah tepat, dan tidak menarik ? tentunya masyarakat akan kurang berminat menggunakan jasa atau membeli barang dari perusahaan tersebut.

Perusahaan CV surya sari teknik merupakan perusahaan yang bergerak khusus di dalam bidang *chemical building* dan *applicator* yang telah menggunakan media promosi sebagai salah satu cara yang diambil oleh perusahaan untuk memperkenalkan produk-produk perusahaan kepada masyarakat luas, namun masih banyak masyarakat Indonesia yang kurang tahu akan keberadaan perusahaan tersebut, faktor-faktor yang mempengaruhi adalah promosi yang dilakukan sebelumnya kurang tepat, masih kurangnya pemahaman akan kelebihan dari media promosi, sehingga saat proses pembuatan dan eksekusinya terkesan tidak efektif terhadap pasar yang di tuju, kurangnya Sumber Daya Manusia yang ada untuk merancang/membuat/menyiapkan/mendesain sebuah media promosi yang baik dan benar dalam menyampaikan produk-produk

perusahaan untuk menjangkau khalayak umum agar lebih mengetahui adanya produk-produk dari CV Surya Sari Teknik, sebelumnya CV Surya Sari Teknik telah memiliki sebuah *company profile*, akan tetapi *company profile* tersebut hanya berupa buku text tebal yang didalamnya terdapat berbagai informasi produk yang dimiliki oleh perusahaan serta tanpa adanya gambar pendukung dan layout yang kurang menarik, sehingga saat ada klien yang ingin melihat buku tersebut akan merasa jenuh, bosan dan juga kurang efektif dalam menyampaikan informasi kepada klien.

Kemudian ada satu media lagi yang bisa digunakan dan mungkin efektif dalam memperkenalkan produk-produk yang dimiliki serta keunggulan dari perusahaan CV Surya Sari Teknik, yaitu menggunakan *company profile* dengan media video akan tetapi, untuk melakukan pengambilan gambar membutuhkan waktu-waktu tertentu dan tempat yang jauh karena kita harus mengikuti jadwal-jadwal proyek yang telah dimiliki oleh perusahaan, maka membuat *company profile* dengan menggunakan media buku dirasa lebih tepat dan efektif

Maka dari itu perusahaan CV. Surya Sari Teknik membutuhkan sebuah media promosi dalam bentuk buku tentang perusahaan mereka, perusahaan ini membutuhkan sebuah media promosi yang memuat dan memperkenalkan hasil-hasil dari pekerjaan yang telah dilakukan melalui sebuah *company profile* perusahaan, sebelumnya CV Surya Sari Teknik setiap bulanya hanya mengerjakan 1 proyek padahal pekerjaan yang di dapatkan berasal dari relasi yang sudah memiliki nama seperti, Tunjungan Plaza, Bandara Abdul Rachman Saleh Malang, dan PT. Esa Sampoerna, dengan dibuatnya buku *company profile* diharapkan CV Surya Sari Teknik memperoleh dan mengerjakan proyek lebih dari 3 proyek dalam 1 bulanya, oleh karena itu maka dibuatlah perancangan tugas ini yang

berjudul “perancangan *company profile* pada CV Surya Sari Teknik guna meningkatkan *brand awareness*”.

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan paparan latar belakang yang disebutkan tadi, maka sebuah permasalahan yang terdapat pada laporan kerja praktek ini dapat ditetapkan sebagai berikut “Bagaimana merancang *company profile* guna meningkatkan *brand awareness*”

1.3 Batasan masalah

Batasan masalah dalam laporan kerja praktik ini diperlukan supaya diharapkan dapat fokus dan tidak terlalu meluas maupun keluar dari batas konteks yang ada maka batasan masalah laporan kerja praktik ini yaitu :

Hanya merancang sebuah desain *company profile* untuk CV Surya Sari Teknik dengan menawarkan jasa yang telah disetujui tanpa mengubah informasi yang ada pada perusahaan, menyusun serta memasukan gambar yang telah disetujui ke dalam buku, memuat informasi tentang perusahaan CV Surya Sari Teknik seperti profile, sejarah, visi dan misi dari perusahaan dan struktur organisasi yang ada, serta proyek-proyek yang telah dikerjakan dan memasukan data-data relasi atau klien dari perusahaan, dan informasi yang diperlukan untuk menghubungi perusahaan seperti nomor telepon, *website*, *fax*, *e-mail*, dan alamat kantor.

1.4 Tujuan

Tujuan yang hendak dicapai dari adanya pembuatan laporan kerja praktik ini adalah untuk merancang sebuah media promosi di CV.Surya Sari teknik melalui *Company Profile* dalam bentuk sebuah buku.

1.5 **Manfaat**

Manfaat dari adanya perancangan media promosi ini adalah untuk menyadarkan mahasiswa bahwa dalam menciptakan sebuah promosi yang baik tidak hanya mengandalkan sebuah desain yang bagus, dan menarik akan tetapi pengetahuan dan wawasan umum akan pentingnya sebuah media promosi untuk mahasiswa desain komunikasi visual sangatlah penting untuk dipelajari agar konsep dari promosi yang telah di ciptakan matang dan dapat mengkomunikasikan antara promosi yang telah dibuat dengan produk-produk yang dimiliki perusahaan kepada masyarakat serta calon pengguna jasa perusahaan, manfaat untuk perusahaan diharapkan dapat meningkatnya jumlah klien baru yang nantinya ingin bekerja sama dengan CV Surya Sari Teknik, dan manfaat untuk pembaca ialah agar pembaca mendapatkan wawasan mengenai pentingnya sebuah perusahaan memiliki *company profile* dalam kegiatan promosi, diharapkan juga nantinya pembaca lebih mengenal tentang CV Surya Sari Teknik serta produk-produk yang mereka miliki. Manfaat praktis yang dihasilkan dari perancangan ini diharapkan dapat diaplikasikan pada media promosi (cetak), serta dapat tersampainya informasi mengenai CV Surya Sari Teknik

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil perusahaan

CV. SURYA SARI TEKNIK adalah perusahaan yang bergerak di bidang kontraktor bangunan dan aplikator kimia untuk bangunan (*Chemical Building*), yang meliputi Spesialis *Waterproofing Coating Cement Base*, *Spesialis Waterproofing Coating Acrylic*, *Spesialis Waterproofing Membrane Bakar*, *Joint Sealant Beton*, *Spesialis Epoxy Coating Lantai*, *Spesialis PU Lantai*, *Spesialis Floor Hardener*, dll.

Jasa yang ditawarkan memiliki keunggulan dalam bidang tersebut yang pada pekerjaannya selalu terdapat quality control yang ketat dan *SOP (Standard Operating Procedure)* sehingga perusahaan ini dapat memberikan hasil yang terbaik kepada *Client* mereka.

2.2 Sejarah perusahaan

CV.Surya Sari Teknik berdiri sejak 2007 adalah perusahaan yang bergerak di bidang kontraktor bangunan dan aplikator kimia untuk bangunan (*Chemical Building*), yang meliputi *Spesialis Waterproofing Coating Cement Base*, *Spesialis Waterproofing Coating Acrylic*, *Spesialis Waterproofing Membrane Bakar*, *Joint Sealant Beton*, *Spesialis Epoxy Coating Lantai*, *Spesialis PU Lantai*, *Spesialis Floor Hardener*, dll. CV. Surya Sari Teknik adalah nama baru yang baru saja diubah oleh pihak perusahaan, nama sebelumnya adalah “*NESA*” perusahaan ini dinaungi oleh perusahaan yang sudah cukup besar namanya di Indonesia *DeltacreteIndo* perusahaan tersebut juga bergerak dibidang kontraktor

2.3 Lokasi Perusahaan

Tempat : CV.Surya Sari Teknik
Alamat : Ruko niaga sentosa Kav.10 Jalan Letjen Sutoyo
No.140.A Medaeng, Waru, Sidoarjo
Buka : 08.00-15.00
Phone / fax : 031- 8543787 / 031- 8556551
Email : Suryasarteknik@yahoo.com

2.4 Visi dan misi

Visi dan misi CV.Surya Sari Teknik sebagai berikut:

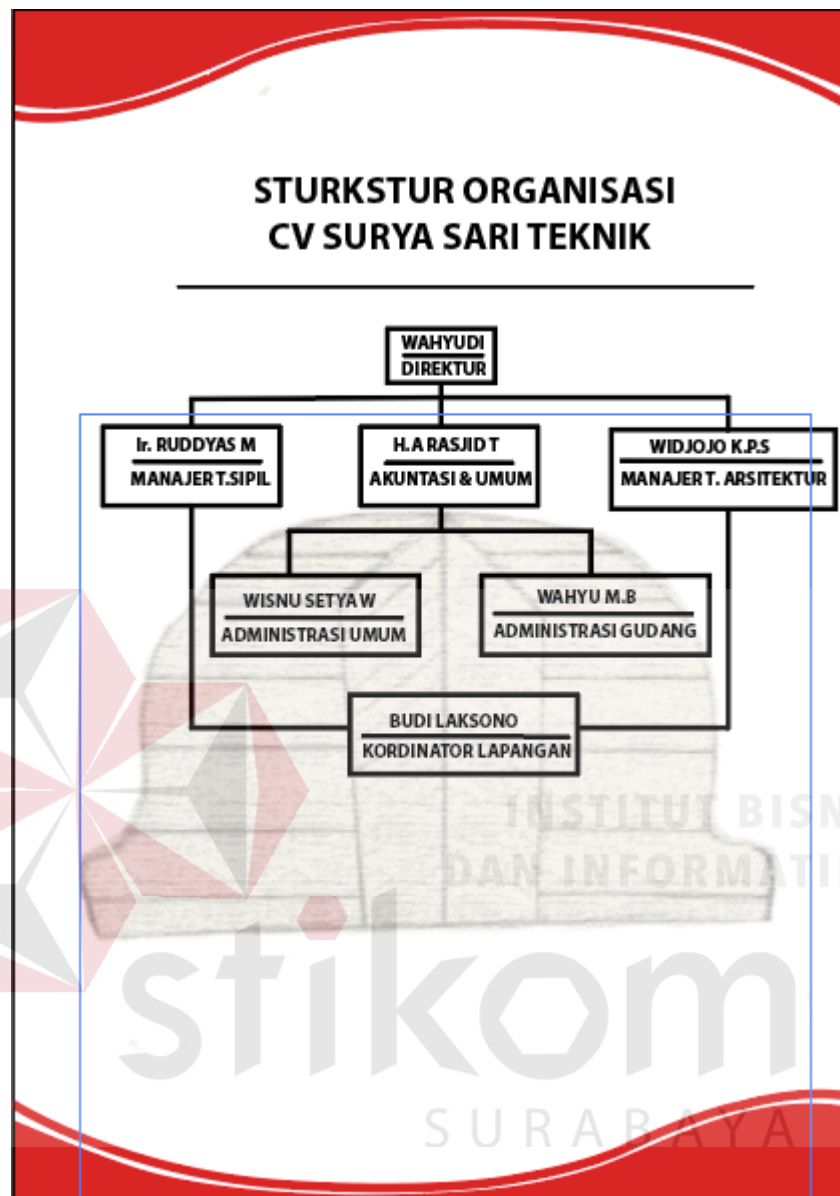
2.4.1 VISI

CV.Surya Sari Teknik ingin menjadikan perusahaan terdepan dalam industry jasa konstruksi, yang berkembang dan terus tumbuh meningkat ke ara yang lebih baik.

2.4.1 MISI

Berusaha menaikkan kualitas dan kuantitas dalam kuantitas kepuasan klien, serta menyatukan persepsi diantara manajemen yang ada untuk mempertahankan nilai-nilai perusahaan dalam mencapai tujuan bersama dan bekerja sama dengan perusahaan-perusahaan kontraktor nasional dan internasional

2.5 Struktur Organisasi



Gambar 2.5 Struktur organisasi CV.Surya Sari Teknik

2.5.1 Deskripsi:

1. Direktur

Sebagai seorang pemilik dan pemimpin dari CV.Surya Sari Teknik tugas beliau adalah memimpin perusahaan dengan menerbitkan kebijakan-kebijakan perusahaan, memilih, menetapkan, mengawasi tugas dari karyawan dan kepala bagian, menyetujui anggaran

tahunan perusahaan, dan menyampaikan laporan kepala pemegang saham atas kinerja perusahaan

2. Manajer T.Sipil

Sebagai orang yang bertanggung jawab dalam pembangunan yang di laksanakan pada perusahaan, segala tindakan yang bersangkutan dengan bangunan perusahaan harus dilaporkan dan menunggu persetujuan beliau.

3. Akuntansi dan Umum

Bertanggung jawab dalam segala tindakan yang berhubungan dengan akuntansi dan umum, pada saat di adakanya rapat dan membutuhkan data mengenai file-file yang dibutuhkan maka beliau lah yang akan mengeluarkan berkas-berkas yang dibutuhkan kepada atasan

4. Manajer T.Arsitektur

Adalah orang yang bertanggung jawab dalam merancang dan membangun keseluruhan lingkungan binaan, desain bangunan, desain prabot, dan desain produk perusahaan .

5. Administrasi Umum

Orang yang akan bertanggung jawab dalam keseluruhan proses kerjasama antara dua orang atau lebih yang didasarkan atas rasionalitas tertentu untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan sebelumnya

6. Administrasi Gudang

Bertanggung jawab dalam pencatatan dan pendataan mendetail mengenai keluar masuknya barang dari suatu perusahaan, sehingga dapat diketahui mengenai data jumlah dan penerimaan barang dalam satu waktu tertentu

7. Kordinator Lapangan

Bertanggung jawab untuk mengkoordinir atau mengawasi setiap tindakan yang dilakukan oleh para petugas yang melaksanakan segala aktivitasnya dilapangan.

2.6 Logo Perusahaan



Gambar 2.6 Logo perusahaan CV.Surya Sari Teknik

2.6.1 Deskripsi

logo dari perusahaan CV.Surya sari teknik adalah matahari dengan 3 warna setiap warna yang ada mewakilkan perusahaan tersebut, penjabaran setiap warna dan konsep yang ada sebagai berikut :

1. Matahari disimbolkan sebagai bentuk kekuatan, kesetiaan dan memiliki komitmen
2. Warna kuning mengartikan penuh energi, penuh energy disini ialah perusahaan akan selalu berusaha sebaik mungkin dalam mengedepankan kepuasan para klien
3. Warna merah mengartikan menarik dan berani, perusahaan berani mengambil setiap resiko yang ada dari klien demi memuaskan klien serta akan selalu memberikan inovasi-inovasi menarik dalam pengerjaan proyek yang ada
4. Warna hitam mengartikan kuat, tegas, solid, CV Surya Sari Teknik ingin menunjukkan bahwa mereka adalah perusahaan yang penuh komitmen dan solid sehingga pantas untuk dijadikan mitra kerja.
5. Tulisan SST merupakan singkatan dari CV.Surya Sari Teknik, sengaja dibuat seperti itu agar mudah diingat oleh orang ditambah dengan warna merah yang dipakai pada font dikarenakan menurut pemilik perusahaan yaitu bapak wahyudi, warna merah adalah warna yang mencolok sehingga orang pasti akan lebih mudah mengingat CV.Surya Sari Teknik.

2.7 Foto Perusahaan



Gambar 2.7.1 kantor CV Surya Sari Teknik

Gambar 2.7.1 adalah kantor CV Surya Sari Teknik yang berada di jalan letjen sutoyo, no.140A medaeng, waru, sidoarjo yang diambil melalui sisi depan kantor, di kantor inilah dimana klien atau calon relasi ingin bertemu dan ingin membicarakan proyek mereka bersama dengan pemilik perusahaan



Gambar 2.7.2 ruangan perusahaan CV Surya Sari Teknik
gambar 2.7.2 salah satu ruangan CV Surya Sari Teknik

Pada gambar 2.7.2 merupakan penampakan ruangan kantor CV Surya dari depan pintu, ruangan tersebut adalah ruangan dari manager dan sekretaris manager perusahaan, tempat tersebut juga berguna untuk mendiskusikan segala kegiatan dan perjanjian dengan klien yang sekiranya masih bisa dibicarakan di kantor, namun apabila perlu ditempat lain makan pertumuan akan diadakan ditempat lain.



Gambar 2.7.3 meja sekretaris CV Surya Sari Teknik

Gambar 2.7.3 Merupakan tempat dimana sekretaris perusahaan melakukan segala kegiatan beliau, bisa juga digunakan sebagai tempat diskusi atau revisi mengenai proyek yang akan dilakukan, dan biasanya setiap pegawai yang akan melakukan kegiatan harus menghadap meja beliau, pada meja sekretaris terdapat beberapa file yang mungkin bisa dipinjam oleh calon magang untuk mendapatkan beberapa data yang diinginkan sesuai dengan kebutuhan dan dengan cara yang baik.



Gambar 2.7.4 meja direktur CV. Surya Sari Teknik

Gambar 2.7.4 merupakan meja dari pemilik perusahaan CV Surya Sari Teknik seperti yang bisa kita lihat di meja tersebut terdapat banyak tumpukan file-file perusahaan yang harus sudah di periksa maupun belum di periksa, terkadang kita juga akan melakukan revisi kepada pemilik perusahaan dikarenakan beliau lah yang memiliki kendali besar, dan beliau juga yang nantinya yang akan memutuskan desain kita sudah cocok, dan pas dengan kriteria yang diinginkan atukah belum, maka dari itu setiap kami melihat beliau ada dimeja terkadang kami diajak diskusi mengenai desain yang dibutuhkan, dan harus seperti apa nantinya.



Gambar 2.7.5 Perusahaan CV. Surya Sari Teknik

gambar 2.7.5 merupakan tempat yang akan digunakan oleh tamu, klien, ataupun mahasiswa yang sedang magang dalam melakukan diskusi dengan manager serta sekretaris perusahaan dalam membicarakan segala aktivitas yang berhubungan dengan CV.Surya Sari Tekni, terkadang ditempat tersebut biasanya mahasiswa yang sedang melakukan magang di CV. Surya Sari Teknik akan ditempatkan dikursi tersebut untuk berkonsultasi lebih lanjut mengenai desain-desain apa yang sudah dikerjakan, dievaluasi kembali, dan nantinya akan diperiksa oleh penyelia, maupun pemilik CV. Surya Sari Teknik, tujuan kami semua ditempatkan disatu tempat ialah agar tidak terjadinya sebuah *miss communication* dan tercapailah suatu tujuan konsep yang diinginkan

BAB III

TINJAUAN PUSTAKA

3.1 *Company profile*

Company profile atau profil perusahaan adalah sebuah laporan yang akan memberikan gambaran tentang sejarah, status saat ini, dan tujuan masa depan sebuah bisnis. Sebuah profil perusahaan bisnis dapat dibuat dengan singkat, jadi dalam satu halaman sudah mengandung data yang cukup untuk mengisi beberapa halaman, walaupun sebenarnya ada beberapa format yang juga berbeda tidak sama yang dipakai dalam menyusun sebuah profil, serta kita harus menyertakan beberapa informasi penting yang harus dimasukkan.

Setiap jenis laporan profil perusahaan, informasi mengenai kontak perusahaan akan selalu disertakan, informasi kontak mungkin hanya alamat perusahaan dan surat digunakan untuk kantor pusat, atau mungkin termasuk nama dan alamat dari petugas atau eksekutif tertentu dari perusahaan. Biasanya nomor telepon dan nomor fax juga akan dimasukkan kedalam kontak yang telah disebutkan diatas. Dalam beberapa tahun terakhir ini alamat e-mail dan informasi umum juga dianggap penting dalam sebuah *company profile*.

Selain informasi kontak, profil perusahaan juga biasanya mencakup beberapa informasi tentang latar belakang dan sejarah dari bisnis yang bersangkutan. Informasi yang dimasukkan biasanya mengenai latar belakang dan sejarah dari bisnis yang bersangkutan, data kapan perusahaan itu dibentuk, nama-nama pendiri, dan bagaimana perusahaan tumbuh dan berkembang dari pertama kali didirikan. Terkadang penulisan prosa mengenai perjalanan jatuh bangun dari sebuah perusahaan disangkut-pautkan dengan perkembangan bisnis terkait pada saat ini.

Meski sebuah *company profile* tidaklah mencakup dan memuat sejarah yang lengkap hal itu seringkali telah dianggap cukup untuk memberikan pembaca sebuah gambaran mengenai perusahaan tersebut. Terkadang *company profile* juga seringkali membuat beberapa statistic umum yang berkaitan dengan status bisnis. Hal ini dapat mencakup informasi seperti jumlah pabrik, kantor, atau asset lain yang saat ini sedang dimiliki oleh perusahaan. Selain itu jumlah karyawan juga disebutkan, bersamaan dengan nominal statistic pendapatan yang telah dihasilkan selama tahun fiskal terbaru.

Company profile juga bisa diamsukan sebuah data mengenai rencana masa depan bisnis, seperti rencana untuk ekspansi masa depan dalam hal lokasi, produk, atau jasa baru yang akan ditawarkan dalam waktu dekat. Namun dalam memasukan data-data tersebut tidak mungkin memasukan informasi yang belum disetujui oleh pemegang saham dan pemimpin lain dari perusahaan, banyak perusahaan yang memperbarui profil mereka setidaknya dalam waktu sekali setahun.

3.2 *Company profile* cetak

Company profile cetak merupakan jenis media promosi yang sudah umum digunakan dan merupakan media yang mudah dan raktis untuk dipakai sebagai media presentasi yang nantinya akan digunakan kepada klien kapanpun dan dimanapun. *Company profile* jenis ini mengutamakan tulisan yang telah disusun dengan rapi dan menarik, dan menggunakan gambar-gambar yang mewakili perusahaan tersebut yang telah didesain sedemikian rupa agar terlihat menawan didepan mata para calon relasi.

3.3 Desain

Kata desain menurut pendapat sachari (2005:3) awalnya merupakan sebuah kata baru dalam peng-indonesia-an, berasal dari kata design (bahasa inggris), istilah ini melengkapi kata “rancang / rancangan / merancang” yang dinilai kurang dalam

mengekspresikan keilmuan, keluasan, dan kewibawaan profesi. Sejalan dengan kalangan insinyur menggunakan istilah “rancang bangun” sebagai pengganti istilah desain. Namun dikalangan keilmuan seni rupa istilah “desain” tetap secara konsisten dan formal dipergunakan.

Pengertian desain menurut beberapa kamus dan ensiklopedia yang telah disusun oleh para ahli bahasa dan orang-orang professional (sachari, 2005 : 7-8) adalah sebagai berikut :

Desain adalah sebuah garis besar / skesa / rencana seperti dalam kegiatan seni, bangunan, gagasan tentang mesin yang akan diwujudkan (The American Collage Dictionary). Desain adalah sebuah gambar / garis besar tentang sesuatu yang akan segera dikerjakan / akan dibuat (reader dictionary, oxford progressive English).

Pengertian desain pada decade selanjutnya semakin bervariasi dikarenakan tumbuh dan berkembangnya profesi ini diberbagai belahan dunia seperti hasil evaluasi Bruce Archer (sachari, 2005 : 6) terhadap pengertian desainya beliau mengemukakan bahwa :

Desain adalah salah satu bentuk kebutuhan badani dan rohani manusia yang diajarkan melalui berbagai pengalaman, keahlian, dan pengetahuannya yang mencerminkan perhatian pada apresiasi dan adaptasi terhadap sekelilingnya yang berhubungan dengan benda buatan manusia.

Adanya kritik terhadap modernism di tahun 30-an, kemudian memunculkan sebuah plesetan “ less is bore” plesetan dari (less is more yang digagas oleh mies van der robe). Dan adanya inspirasi ke kebudayaan global dan perekonomian terbuka pada tahun 90-an yang menyebabkan pengertian desain menjalani pergeseran-pergeseran (sachari, 2005 : 6) seperti:

Desain adalah wahana pembantu untuk melaksanakan inovasi pada berbagai kegiatan industry dan bisnis (burce Nussbaum, 1967).

3.4 Konsep

Kata Konsep berasal dari bahasa latin conceptum, yang artinya sesuatu yang dipahami. Aristoteles dalam bukunya "*The classical theory of concepts*" menyatakan bahwa konsep merupakan penyusun utama dalam pembentukan pengetahuan ilmiah dan filsafat pemikiran manusia.

3.4.1 Pengertian Konsep

Secara garis besar definisi konsep adalah suatu hal umum yang menjelaskan atau menyusun suatu peristiwa, objek, situasi, ide, atau akal pikiran dengan tujuan untuk memudahkan komunikasi antar manusia dan memungkinkan manusia untuk berpikir lebih baik. Pengertian lainnya mengenai konsep ialah abstraksi suatu ide atau gambaran mental, yang dinyatakan dalam suatu kata atau simbol. Konsep dinyatakan juga sebagai bagian dari pengetahuan yang dibangun dari berbagai macam karakteristik. Pengertian konsep juga dikemukakan oleh beberapa ahli, **Pengertian Konsep Menurut Para Ahli atau Pakar**

Soedjadi (2000:14) menyatakan bahwa pengertian konsep adalah ide abstrak yang dapat digunakan untuk mengadakan klasifikasi atau penggolongan yang pada umumnya dinyatakan dengan suatu istilah atau rangkaian kata.

Bahri (2008:30) menyatakan bahwa pengertian konsep adalah satuan arti yang mewakili sejumlah objek yang mempunyai ciri yang sama. Orang yang memiliki konsep mampu mengadakan abstraksi terhadap objek-objek yang dihadapi, sehingga objek-objek ditempatkan dalam golongan tertentu. Objek-objek dihadirkan dalam

kesadaran orang dalam bentuk representasi mental tak berperaga. Konsep sendiri pun dapat dilambangkan dalam bentuk suatu kata

Singarimbun dan Effendi (2009) menyatakan bahwa pengertian konsep adalah generalisasi dari sekelompok fenomena tertentu, sehingga dapat dipakai untuk menggambarkan berbagai fenomena yang sama.” Konsep merupakan suatu kesatuan pengertian tentang suatu hal atau persoalan yang

Konsep adalah? Apa itu konsep ? ini penjelasan mengenai arti konsep

dirumuskan. Dalam merumuskan kita harus dapat menjelaskannya sesuai dengan maksud kita memakainya.

3.5 Prinsip desain

Prinsip-prinsip desain adalah suatu cara untuk menyusun unsur- unsur sehingga tercapai perpaduan yang memberi efek tertentu (Sri Widarwati, 1993). Sedangkan menurut Widjningsih (1982) Prinsip-prinsip desain merupakan suatu cara penggunaan dan pengkombinasian unsur-unsur desain menurut prosedur tertentu. Prinsip-prinsip desain adalah cara untuk menggunakan, mengkombinasikan, dan menyusun unsur-unsur desain dengan prosedur tertentu sehingga dapat memberikan efek-efek tertentu. Oleh karena itu apabila prinsip desain diterapkan pada sebuah desain busana dengan benar, maka akan tercipta busana yang indah.

Adapun prinsip-prinsip desain adalah sebagai berikut:

3.5.1 Keselarasan atau keserasian

Suatu disain dikatakan serasi apabila perbandingan baik, keseimbangan mempunyai suatu yang menarik perhatian, dan mempunyai irama yang tepat.

Keselarasan adalah kesatuan diantara macam-macam unsur disain walaupun berbeda tetapi membuat tiap-tiap bagian ini kelihatan menyatu (Sri Widarwati, 1993). Ada beberapa aspek keselarasan (Chodijah dan Wisri A. Mamdy, 1982:25) yaitu:

1. Keselarasan dalam garis dan bentuk.
2. Keselarasan dalam tekstur.
3. Keselarasan dalam warna.

Berdasarkan beberapa pengertian di atas, dapat dijelaskan bahwa keselarasan adalah keserasian atau kesesuaian antara bagian yang satu dengan bagian yang lain dalam suatu benda yang mencerminkan kesatuan melalui pemilihan dan susunan objek dan ide – ide.

3.5.2 Perbandingan

Perbandingan dalam busana digunakan untuk menampakkan lebih besar atau lebih kecil, dan memberi kesan adanya hubungan satu dengan yang lain yaitu pakaian dan si pemakainya (Chodiyah & Wisri A. Mamdy, 1982). Perbandingan digunakan untuk menampakkan lebih besar atau lebih kecil, dan memberi kesan adanya hubungan satu dengan yang lain yaitu pakaian dan si pemakainya (Sri Widarwati, 2000). Sedangkan menurut Arifah A. Riyanto (2003) yang dimaksud proporsi (proportion) pada suatu desain busana yaitu cara menempatkan unsur- unsur atau bagian – bagian busana yang berkaitan dengan jarak, ukuran, jumlah, tingkatan, atau bidang pada suatu desain busana.

Menurut Widjningsih (1982) untuk memperoleh proporsi yang baik harus diperhatikan hal – hal sebagai berikut:

1. Mengetahui bagaimana menciptakan hubungan jarak yang baik supaya memperoleh susunan yang menyenangkan.
2. Dapat membuat perubahan dalam rupa sesuai dengan yang diinginkan supaya memperoleh ukuran dan bentuk yang baik.
3. Mempertimbangkan apakah itu dapat dikelompokkan bersama – sama dengan baik.

Ukuran harus dikelompokkan dengan baik sehingga tercipta suatu desain yang proporsional. Jarak mempengaruhi suatu susunan, sehingga antara jarak, bentuk, dan ukuran harus sesuai untuk mendapatkan suatu proporsi yang baik. Dalam desain busana, perbandingan digunakan untuk menunjukkan suatu bagian dari bagian yang lain dalam busana yang akan diciptakan.

Berdasarkan beberapa pengertian di atas, dapat dijelaskan bahwa perbandingan adalah hubungan satu bagian dengan yang lain dalam suatu susunan yang berkaitan dengan jarak, ukuran, jumlah, tingkatan, atau bidang pada suatu desain busana.

3.5.3 Keseimbangan atau Balance

Keseimbangan atau balance adalah pengaturan unsur- unsur desain secara baik sehingga serasi dan selaras pada pakaiannya (Widjningsih, 1982). Suatu keseimbangan akan terwujud apabila penggunaan unsur – unsur desain seperti bentuk, garis, warna dan yang lain dalam suatu desain dapat memberikan rasa puas. Keseimbangan digunakan untuk memberikan perasaan ketenangan dan kestabilan. Keseimbangan dapat dicapai apabila titik tengah dari kedua obyek sama jaraknya. Sehingga dapat dikatakan juga bahwa keseimbangan merupakan susunan unsur desain secara teratur sehingga memberi kesan serasi (Sri Widarwati, 2000).

Keseimbangan tersebut dapat diterapkan pada busana yang penempatannya disesuaikan dengan besar kecil obyeknya. Ukuran dan jaraknya harus diperhatikan untuk mendapatkan hasil yang baik. Misalnya peletakan krah, harus sesuai dengan bajunya, tidak kelihatan terlalu besar atau kecil sehingga mengurangi nilai keserasiannya, serta peletakan hiasan harus sesuai ukuran, jika bidang besar desain hiasannya jangan terlalu kecil sehingga menimbulkan kesan tidak seimbang. Berdasarkan pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa keseimbangan adalah pengorganisasian maupun pengelompokkan dari bentuk, garis, warna maupun tekstur yang dapat menimbulkan perhatian yang sama dari berbagai sisi, kanan, kiri, atas maupun bawah ataupun terpusat pada satu sisi saja.

3.5.4 Irama (Rhytim)

Pada suatu desain busana merupakan suatu pergerakan yang teratur dari suatu bagian ke bagian lainnya, yang dapat dirasakan dengan penglihatan (Arifah A. Riyanto, 2003). Sedangkan menurut Sri Widarwati (2000), irama adalah pergerakan yang dapat mengalihkan pandangan mata dari satu bagian ke bagian lain.

Berdasarkan beberapa pengertian dapat dijelaskan bahwa irama adalah suatu pergerakan yang ditimbulkan oleh unsur-unsur yang dimasukan secara berdampingan dan secara keseluruhan dalam suatu komposisi yang dapat mengalihkan pandangan mata dari suatu bagian ke bagian lain. Menurut Sri Widarwati (2000), Arifah A. Riyanto (2003), Widjningsih (1982), dan Chodiyah & Wisri A. Mamdy (1982) yaitu:

3.5.5 Pengulangan

Pengulangan (repetition) dalam suatu desain busana yaitu penggunaan suatu unsur desain yang diletakkan pada dua atau beberapa bagian pada suatu desain busana, seperti garis, bentuk, garis, tekstur, ruang, warna dan corak (Arifah . Riyanto, 2003). Pengulangan sutau cara untuk menghasilkan irama antara lain melalui pengulangan garis misalnya lipit, renda, kancing dan sebagainya (Sri Widarwati,

2000). Sedangkan menurut Widjiningasih (1982), pengulangan secara teratur suatu bentuk pada jarak – jarak tertentu menciptakan pergerakan yang membawa pandangan mata dari suatu unit ke unit berikutnya. Berdasarkan pendapat diatas, dapat dijelaskan bahwa pengulangan adalah penggunaan suatu unsur desain seperti garis, tekstur, ruang, warna dan corak untuk menghasilkan irama yang membawa pandangan mata dari satu unit ke unit berikutnya.

Radiasi

Garis pada pakaian yang memancar dari pusat perhatian menghasilkan irama disebut radiasi (Sri Widarwati, 2000). Sedangkan menurut Arifah A. Riyanto (2003) radiasi adalah garis yang memancar dari pusat perhatian kesegala arah yang menghasilkan irama. Berdasarkan pengertian di atas, dapat dijelaskan bahwa radiasi adalah sebuah garis pada pakaian yang menghasilkan irama dan memancar dari pusat perhatian kesegala arah. Misalnya kerut – kerut yang memancar dari garis lengkung.

3.5.6 Peralihan Ukuran

Menurut Sri Widarwati (2000) peralihan ukuran adalah pengulangan dari ukuran besar ke ukuran kecil atau sebaliknya. Peralihan ukuran dapat berupa peralihan ukuran yang monoton dan dapat pula yang bervariasi (Widjiningasih, 1982). Berdasarkan beberapa pengertian tersebut, dapat dijelaskan bahwa peralihan ukuran adalah suatu rangkaian yang berdekatan yang berubah secara bertahap dari ukuran besar ke ukuran kecil atau sebaliknya, sehingga menghasilkan irama.

3.5.7 Pertentangan atau kontras

Menurut Sri Widarwati (2000) Pertemuan antara garis tegak lurus dan garis mendatar pada lipit – lipit atau garis hias adalah contoh pertentangan atau kontras. Kain berkotak – kotak atau lipit juga merupakan contoh pertentangan. Sedangkan menurut Widjiningasih (1982) pertentangan atau kontras merupakan kombinasi dari unsur – unsur yang tidak mempunyai persamaan atau pertentangan.

Berdasarkan pengertian di atas tersebut, penulis dapat menjelaskan bahwa pertentangan dan kontras adalah pertemuan antara garis tegak lurus dan mendatar pada garis hias serta merupakan kombinasi dari unsur – unsur desain yang bertentangan. Irama sangat diperlukan dalam suatu desain busana terutama busana yang memerlukan kreasi – kreasi artistik seperti busana pengantin dan busana pesta.

3.5.8 Pusat Perhatian

Desain busana harus mempunyai satu bagian yang lebih menarik dari bagian lainnya, dan ini disebut pusat perhatian. Pusat perhatian pada busana dapat berupa krah yang indah, ikat pinggang, lipit pantas, kerutan, bros, syal, warna dan lain – lain (Chodiyah dan Wisri A Mamdy, 1982).

Meletakkan pusat perhatian pada sebuah desain hendaknya disusun mana yang akan dijadikan pusat perhatian yang pertama, kedua, ketiga dan seterusnya, atau hanya satu – satunya pusat perhatian (Arifah A. Riyanto, 2003). Aksen disebut juga pusat perhatian, emphasis, dan center of interest. Aksen pertama – tama membawa mata pada sesuatu yang penting dalam suatu susunan, dan dari titik itu baru kebagian lain (Widjiningsih, 1982).

Berdasarkan beberapa pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa pusat perhatian adalah suatu bagian yang lebih menarik dari bagian – bagian lainnya dalam suatu busana. Pusat perhatian adalah suatu bagian busana yang menarik dimana dapat memberi kesan atau karakter pada suatu desain busana sehingga pandangan terfokus hanya pada satu titik saja. Pusat perhatian dapat terdiri dari pusat perhatian pertama, kedua dan ketiga atau hanya satu – satunya pusat perhatian.

3.6 Teori warna

Teori Warna Menurut Para Ahli

3.6.1. Teori Sir Isaac Newton

Newton melakukan percobaan dan menyimpulkan, apabila dilakukan pemecahan warna spektrum dari sinar matahari, akan ditemukan warna- warna yang beraneka ragam yang terdiri dari merah, jingga, kuning, hijau, biru, dan ungu. Warna- warna tersebut dapat kita lihat pada pelangi.

3.6.2 Color Theory (Brewster 1831)

Color Theori Atau Teori Warna ini membahas Teori Brewster yang pertama kali dikemukakan pada tahun 1831 menyederhanakan warna yang ada di alam menjadi 4 kelompok warna, yaitu warna primer, sekunder, tersier, dan warna netral.

1. Pembagian Warna Menurut Brewster

2. Warna Primer

Merupakan warna dasar yang tidak merupakan campuran dari warna-warna lain.

Warna yang termasuk dalam golongan warna primer adalah merah, biru, dan kuning.

1. Warna sekunder



Merupakan hasil pencampuran warna-warna primer dengan proporsi 1:1. Misalnya warna jingga merupakan hasil campuran warna merah dengan kuning, hijau adalah campuran biru dan kuning, dan ungu adalah campuran merah dan biru.

2. Warna tersier



Merupakan campuran salah satu warna primer dengan salah satu warna sekunder.

Misalnya warna jingga kekuningan didapat dari pencampuran warna kuning dan jingga.

3.6.3 Teori Albert Munsell

Pada tahun 1858, Munsell menyelidiki warna dengan standar warna untuk aspek fisik dan psikis. Berbeda dengan Newton dan Brewster, Munsell mengatakan

warna pokok terdiri dari merah, kuning, hijau, biru dan jingga. Sementara warna sekunder terdiri dari warna jingga, hijau muda, hijau tua, biru tua dan nila.

Warna Primer

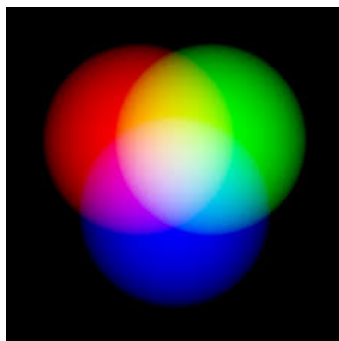
1. Warna primer additive

Warna primer additif adalah warna primer cahaya. Alat/media yang menggabungkan pancaran cahaya untuk menciptakan sensasi warna menggunakan sistem warna additif. Televisi adalah yang paling umum. Warna primer additif adalah merah, hijau dan biru. Campuran warna cahaya merah dan hijau, menghasilkan nuansa warna kuning atau orange. Campuran hijau dan biru menghasilkan nuansa cyan, sedangkan campuran merah dan biru menghasilkan nuansa ungu dan magenta. Campuran dengan proporsi seimbang dari warna additif primer menghasilkan nuansa warna kelabu; jika ketiga warna ini disaturasikan penuh, maka hasilnya adalah warna putih. Ruang warna/model warna yang dihasilkan disebut dengan RGB (red, green, blue).

2. Warna primer subtraktif

Warna primer subtraktif adalah warna primer pantulan cahaya. Media yang menggunakan pantulan cahaya untuk untuk menghasilkan warna memakai metode campuran warna subtraktif

RGB



RGB adalah suatu model warna yang terdiri atas 3 buah warna: merah (Red), hijau (Green), dan biru (Blue), yang ditambahkan dengan berbagai cara untuk menghasilkan bermacam-macam warna.

Kegunaan utama model warna RGB adalah untuk menampilkan citra / gambar dalam perangkat elektronik, seperti televisi dan komputer, walaupun juga telah digunakan dalam fotografi biasa. Sebelum era elektronik, model warna RGB telah memiliki landasan yang kuat berdasarkan pemahaman manusia terhadap teori trikromatik.

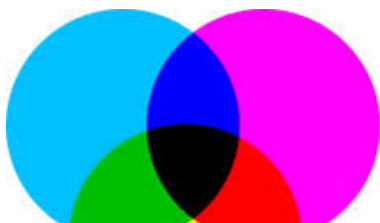
RGB merupakan model warna yang bergantung kepada peranti: peranti yang berbeda akan mengenali atau menghasilkan nilai RGB yang berbeda, karena elemen warna (seperti fosfor atau pewarna) bervariasi dari satu pabrik ke pabrik, bahkan pada satu peranti setelah waktu yang lama.

Model warna ini merupakan model warna yang paling sering dipakai. Contoh alat yang memakai mode warna ini yaitu TV, kamera, pemindai, komputer, dan kamera digital.

Kelebihan model warna ini adalah gambar mudah disalin / dipindah ke alat lain tanpa harus di-convert ke mode warna lain, karena cukup banyak peralatan yang memakai mode warna ini. Kelemahannya adalah tidak bisa dicetak sempurna dengan printer, karena printer menggunakan mode warna CMYK, sehingga harus diubah terlebih dahulu.

RGB merupakan model warna aditif, yaitu ketiga berkas cahaya yang ditambahkan bersama-sama, dengan menambahkan panjang gelombang, untuk membuat spektrum warna akhir.

CMYK



Cyan Magenta Yellow Key, atau sering disingkat sebagai **CMYK** adalah proses pencampuran pigmen yang lazim digunakan percetakan. Tinta *process cyan*, *process magenta*, *process yellow*, *process black* dicampurkan dengan komposisi tertentu dan akurat sehingga menghasilkan warna tepat seperti yang diinginkan. Bahkan bila suatu saat diperlukan, warna ini dengan mudah bisa dibentuk kembali.

Sistem **CMYK** juga digunakan oleh banyak printer kelas bawah karena keekonomisannya.

CMYK (adalah kependekan dari cyan, magenta, yellow-kuning, dan warna utamanya (black-hitam), dan seringkali dijadikan referensi sebagai suatu proses pewarnaan dengan mempergunakan empat warna) adalah bagian dari model pewarnaan yang sering dipergunakan dalam pencetakan berwarna. Namun ia juga dipergunakan untuk menjelaskan proses pewarnaan itu sendiri. Meskipun berbeda-beda dari setiap tempat pencetakan, operator surat kabar, pabrik surat kabar dan pihak-pihak yang terkait, tinta untuk proses ini biasanya, diatur berdasarkan urutan dari singkatan tersebut.

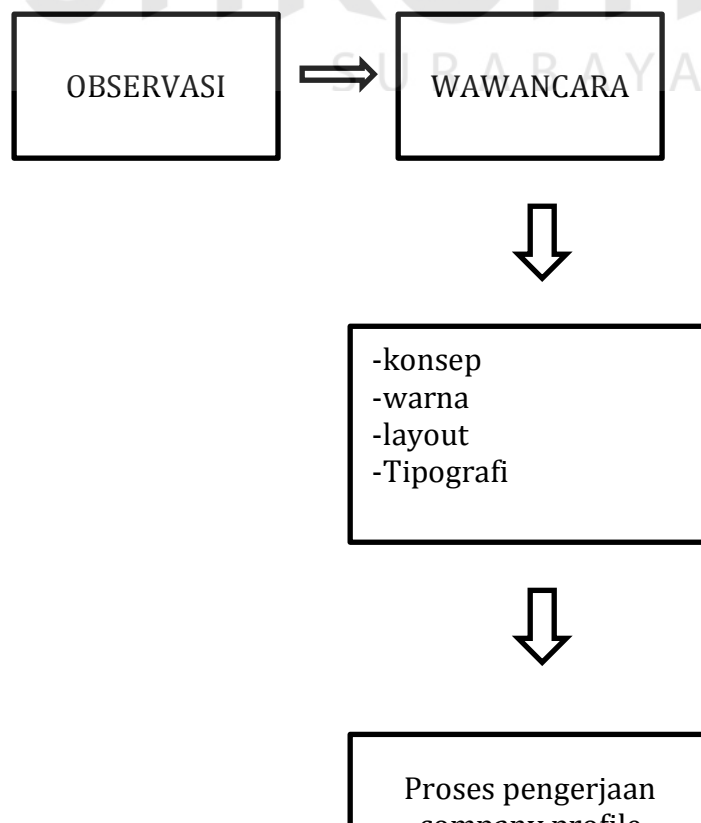
Model ini, baik sebagian ataupun keseluruhan, biasanya ditimpakan dalam gambar dengan warna latar putih (warna ini dipilih, dikarenakan dia dapat menyerap panjang struktur cahaya tertentu). Model seperti ini sering dikenal dengan nama “subtractive”, karena warna-warnanya mengurangi warna terang dari warna putih.

Dalam model yang lain “additive color”, seperti halnya **RGB** (Red-Merah, Green-Hijau, Blue-Biru), warna putih menjadi warna tambahan dari kombinasi warna-warna utama, sedangkan warna hitam dapat terjadi tanpa adanya suatu cahaya. Dalam model

CMYK, berlaku sebaliknya: warna putih menjadi warna natural dari kertas atau warna latar, sedangkan warna hitam adalah warna kombinasi dari warna-warna utama. Untuk menghemat biaya untuk membeli tinta, dan untuk menghasilkan warna hitam yang lebih gelap, dibuatlah satu warna hitam khusus yang menggantikan warna kombinasi dari cyan, magenta dan kuning.

3.7 Alur pengerjaan

Sebelum melakukan tahap pengerjaan desain *company profile*, penulis harus menemukan permasalahan yang ada dan mempelajari serta harus menganalisis permasalahan yang ada, permasalahan yang timbul untuk *company profile* CV. Surya Sari Teknik adalah mereka belum memiliki *company profile* yang efektif dalam menyampaikan produk-produk jasa mereka, mereka hanya memiliki *company profile* berubah buku tebal yang hanya memiliki dan memuat tulisan – tulisan mengenai proyek apa saja yang telah dikerjakan tanpa adanya visual dan desain yang menarik sehingga menurut penulis *company profile* tersebut masih kurang efektif dalam menyampaikan produk-produk jasa CV. Surya Sari Teknik kepada calon relasi.



BAB IV

DESKRIPSI PEKERJAAN

4.1 Pengumpulan data

4.1.2 observasi

Observasi sangat penting untuk dilakukan karena observasi tersebut akan menentukan permasalahan desain yang akan di gunakan pada *company profile* CV. Surya Sari Teknik. Penulis melakukan analisis serta membandingkan *company profile* yang dimiliki oleh CV.Surya Sari Teknik. Hal ini penting untuk dilakukan, agar nantinya penulis dapat membuat *company profile* yang bisa memenuhi kriteria dan keinginan pemilik perusahaan sehingga nanti *company profile* yang telah dibuat dapat memuaskan serta memberikan dampak yang positif bagi CV. Surya Sari Teknik dalam memasarkan serta mengenalkan produk jasa mereka kepada calon relasi.

Dalam melakukan observasinya penulis langsung mendatangi alamat dari CV. Surya Sari Teknik yang berada di Ruko niaga sentosa Kav.10 Jalan Letjen Sutoyo No.140.A Medaeng, Waru, Sidoarjo sesampainya penulis dilokasi penulis langsung melihat sekeliling mengenai bagaimana bentuk bangunan dari CV. Surya Teknik serta bagaimana cat dan dekorasi dalam perusahaan tersebut, karena menurut penulis biasanya hal-hal seperti bentuk bangunan, cat bangunan baik dalam maupun luar serta desain interior akan diupayakan oleh perusahaan agar bisa menampilkan atau memperlihatkan identitas perusahaan kepada orang yang akan datang, baik pelanggan, relasi, serta tamu dari luar.

Setelah memperhatikan tentang bentuk gedung, cat serta desain interior penulis kemudian langsung menemui perwakilan perusahaan untuk meminta ijin melihat masalah utama yang sedang ingin dipecahkan oleh penulis yaitu penulis

melihat bagaimana *company profile* dalam bentuk buku yang digunakan oleh perusahaan, dan saat penulis melihat ternyata CV. Surya Sari Teknik telah memiliki *company profile* akan tetapi *company profile* yang telah dibuat adalah sebuah *company profile* yang berupa tulisan tentang perusahaan, dan data-data mengenai apa saja yang telah dikerjakan beserta relasi-relasi yang ada, dari hasil observasi tersebutlah penulis merasa yakin harus membuat sebuah *company profile* baru yang mungkin nantinya akan digunakan oleh perusahaan, dimana nantinya *company profile* tersebut akan dikemas menggunakan desain yang telah disetujui beserta isi dari *company profile* tersebut.

4.1.1.2 wawancara

wawancara diperlukan guna untuk mendapatkan sebuah data dengan cara melakukan tatap muka dengan orang dalam CV. Surya Sari Teknik, dari sini nantinya kita akan memperoleh sebuah informasi-informasi penting yang dapat digunakan dalam proses mendesain *company profile*, karena nantinya *company profile* tersebut harus memiliki unsur-unsur desain yang benar-benar mewakili perusahaan CV. Surya Sari Teknik.

Pada saat melakukan wawancara penulis telah menyiapkan beberapa pertanyaan yang dibutuhkan agar mendapatkan jawaban yang diinginkan dan sesuai sehingga dari hasil wawancara tersebut penulis mendapatkan sebuah gambaran tentang bagaimana nantinya mengerjakan desain *company profile* yang diinginkan, berikut hasil wawancara yang penulis lakukan bersama narasumber yang penulis dapatkan yaitu ibu gia selaku bagian sekretaris:

<p>Kapan cv. Surya sari didirikan? : CV. Surya Sari Tenknik didirikan pada tahun 2007</p>
<p>Siapa yang mendirikan? Yang mendirikan perusahaan ini adalah pak wahyudi dan rekan-rekan</p>
<p>Dimana lokasi cv surya sari teknik? Ruko niaga sentosa Kav.10 Jalan Letjen Sutoyo No.140.A Medaeng, Waru, Sidoarjo Apa yang melatar belakang logo surya sari teknik seperti itu? Logo dari surya sari teknik dipilih oleh pak wahyudi karena logo kami berbentuk matahari yang memiliki warna hitam, merah, dan kuning menyala, semua warna tersebut adalah warna-warna yang mencolok yang diharapkan nantinya orang-orang akan lebih aware mengenai perusahaan kami</p>
<p>Kenapa harus mendirikan kontraktor ? Karena pak wahyudi dan rekan-rekan sudah bekerja dibidang tersebut puluhan tahun dan akhirnya ingin mendirikan perusahaan sendiri yang harapanya benar-benar bisa memenuhi dan memuaskan para calon klien yang ada dengan diberikanya pelayanan dan solusi terbaik</p>
<p>Bagaimana anda menginginkan company profile yang saya buat nantinya? Kami mengharapkan dibuatkanya sebuah company profile yang dimana didalamnya terdapat elemen yang menggambarkan tentang CV. Surya Sari Tehnik</p>

Tabel 4.1.1.2.1 berisikan tentang beberapa wawancara yang dibutuhkan untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan

4.1.2 Proses desain *company profile*

4.1.2.1 Konsep desain isi *company profile*

Dalam sebuah konsep desain dibutuhkan sebuah ketentuan agar desain tersebut cocok ataukah tidak dalam *company profile* yang akan dibuat, selain cocok desain *company profile* tersebut harus menggambarkan identitas dari perusahaan CV.Surya Sari Teknik, konsep diperoleh dari pengumpulan hasil observasi dan wawan cara dan data pendukung lainnya.

Konsep desain yang akan digunakan adalah diperlukanya sebuah sketsa kontraktor yang sedang menunjuk sebuah bangunan, karena disini CV.Surya Sari Teknik ingin menunjukan bahwa mereka benar-benar spesialis dalam bidang

pembangunan terhadap sebuah bangunan yang dibutuhkan oleh calon klien atau relasi. Berikut beberapa hasil konsep yang telah penulis berikan, baik yang masih revisi dan yang sudah diterima :



Gambar 4.1.2.1.1 Merupakan gambar konsep pertama yang menggunakan konsep helm insinyur karena helm insinyur sudah melambangkan sifat-sifat dari kontraktor

itu sendiri

(Sumber:alibaba.com)



Gambar 4.1.2.1.2 merupakan gambar konsep kedua yang menggunakan konsep 1 insinyur melihat kedepan, satunya lagi membaca sketsa

(Sumber:google.com)



Gambar 4.1.2.1.3 merupakan konsep ke 3 yang menggunakan 1 insinyur yang melihat kedepan dengan memabwa sebuah buku

(Sumber:google.com)

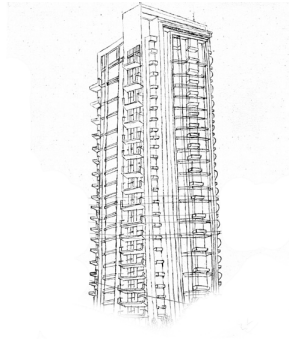
Sebelumnya CV.Surya Sari Teknik menginginkan sebuah konsep mengenai insinyur yang sedang menunjuk yang nantiya akan digunakan dalam company profile mereka, dan akhirnya penulis memberika 3 opsi pilihan dan akhirnya yang terpilih adalah gambar berikut :



Gambar 4.1.2.1.4 merupakan konsep fix yang telah dipilih oleh CV. Surya Sari

Teknik

Setelah konsep gambar telah diterima, pihak CV. Surya Sarti Teknik menginginkan bangunan yang ada pada gambar di atas diganti, dan disuruh untuk mencari gambar lain yang akan digunakan, dan akhirnya penulis mencari dan kemudian memberikan kembali 3 opsi pilihan, berikut opsi yang diberikan :



Gambar 4.1.2.1.5 merupakan konsep pertama, menggunakan konsep skesa dan hanya satu gedung yang tinggi

(Sumber: google.com)



Gambar 4.1.2.1.6 merupakan konsep kedua, yang hampir mirip dengan yang pertama

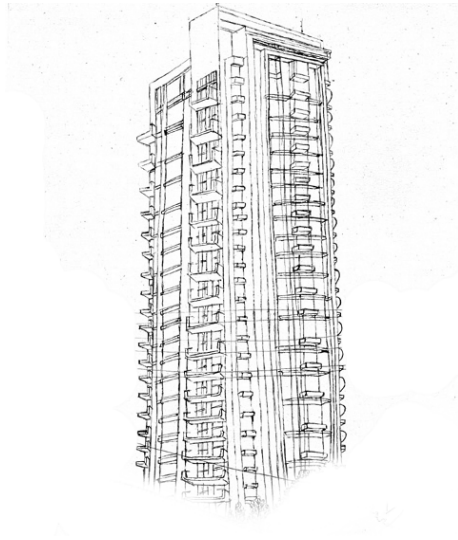
(Sumber:google.com)



Gambar 4.1.2.1.7 merupakan konsep ke3 dengan menggunakan gedung-gedung yang berjejeran yang disekelilingnya terdapat kendaraan gedung lain, konsep ini dimaksudkan agar memperlihatkan bagaimana bentuk gedung yang telah dibangun, yang akhirnya nanti mempengaruhi sekelilingnya

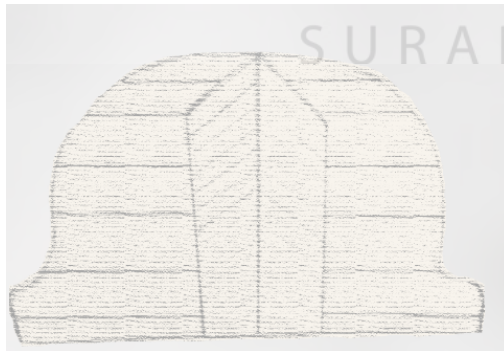
(Sumber:google.com)

Setelah penulis menyerahkan 3 opsi bentuk bangunan kepada pihak CV. Surya Sari Teknik, pada akhirnya yang dipilih adalah sebuah bentuk bangunan yang menyerupai sketch, berikut adalah gambar dari opsi yang telah di pilih oleh pihak CV. Surya Sari Teknik:



Gambar 4.1.2.1.8 merupakan gambar gedung yang telah disetujui

Setelah konsep bangunan telah dipilih oleh CV. Surya Sari Teknik akhirnya penulis terpikirkan untuk menjadikan gambar insinyur yang telah dipilih, untuk dibuat dalam bentuk sketch dalam bentuk lain namun tetap seperti konsep, dan saat penulis mencoba memberikan hasil gambar tersebut, pihak CV. Surya Sari Teknik setuju dan menyuruh penulis untuk menggabungkan gambar helm insinyur yang telah menjadi sketch, dengan bangunan sketch yang telah dipilih, dan hasilnya menjadi seperti berikut :

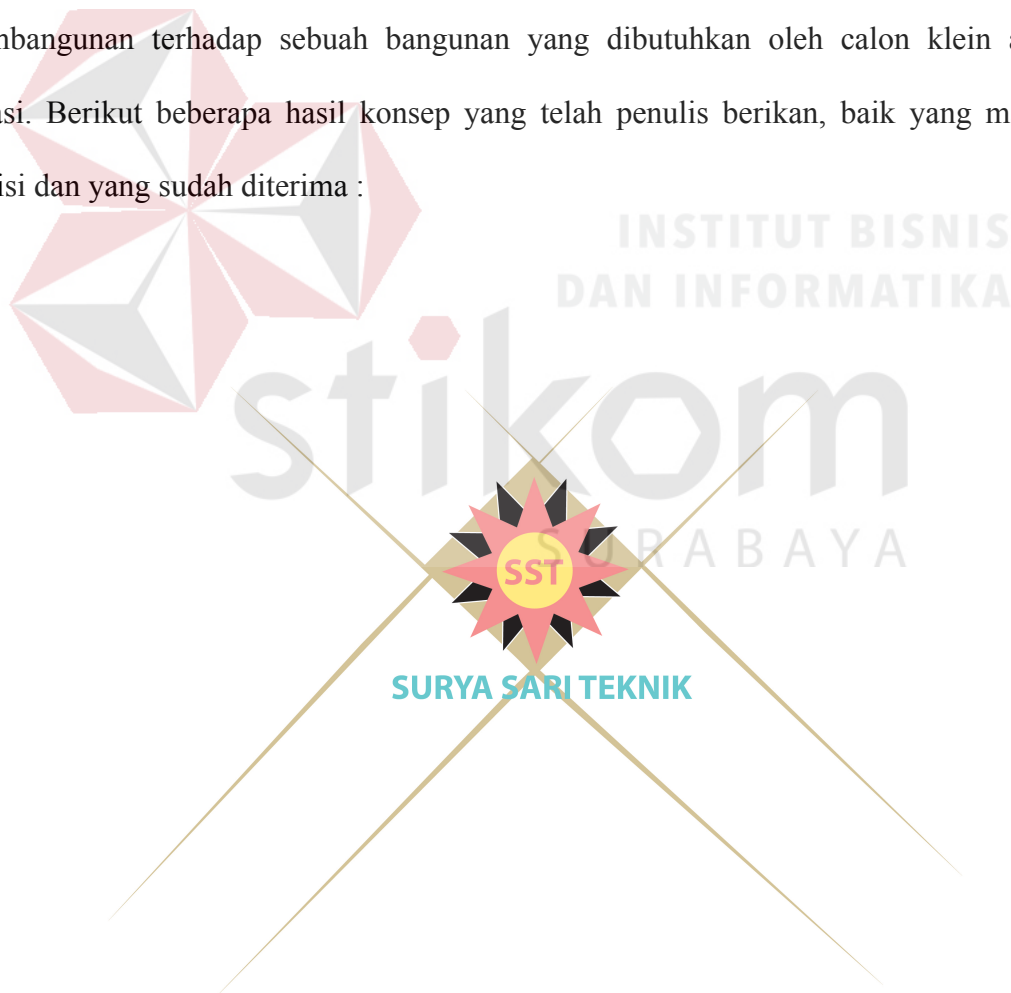


Gambar 4.1.2.1.9 merupakan gabungan kedua konsep antara gedung dan helm insinyur yang menggunakan teknik sketsa photoshop

4.1.2.2 konsep desain Cover Depan

Dalam sebuah konsep desain dibutuhkan sebuah syarat-syarat yang diperlukan baik dari desainer dan juga oleh CV. Surya Sari Teknik agar desain tersebut cocok atau tidak dalam company profile bagian cover depan yang akan dibuat, selain cocok desain company profile tersebut harus menggambarkan identitas dari perusahaan CV.Surya Sari Teknik.

Konsep desain yang akan digunakan adalah diperlukanya sebuah sketsa yang menggambarkan wajah dari CV.Surya Sari Teknik, karena disini CV.Surya Sari Teknik ingin menunjukkan bahwa mereka benar-benar spesialis dalam bidang pembangunan terhadap sebuah bangunan yang dibutuhkan oleh calon klien atau relasi. Berikut beberapa hasil konsep yang telah penulis berikan, baik yang masih revisi dan yang sudah diterima :



Gambar 4.1.2.2.1 merupakan konsep cover depan yang pertama



Gambar 4.1.2.2.2 merupakan konsep cover depan yang kedua



Gambar 4.1.2.2.3 merupakan konsep cover depan yang ke 3



Gambar 4.1.2.2.4 merupakan konsep cover depan yang ke 4

Setelah memberikan beberapa pilihan, CV. Surya Sari Teknik memilih konsep desain yang hanya menggunakan logo CV. Surya Sari Teknik, dan tanpa adanya tambahan, sehingga inilah hasil konsep cover depan yang telah terpilih :



Gambar 4.1.2.2.5 merupakan konsep cover depan yang telah diterima dan disetujui oleh CV. Surya Sari Teknik

4.1.2.3 Tipografi

Untuk memudahkan pembacaan terhadap informasi yang akan disampaikan dari CV.Surya Sari Teknik kepada pembaca , penulsi memberikan beberapa pilihan kepada CV. Surya Sari Teknik , berikut pilihan font yang diusulkan:

Times New Romant

Gambar 4.1.2.3.1 merupakan konsep font pertama yang disarankan yaitu times

new romant

calibri

Gambar 4.1.2.3.2 merupakan kosenp font kedua yaitu Calibri

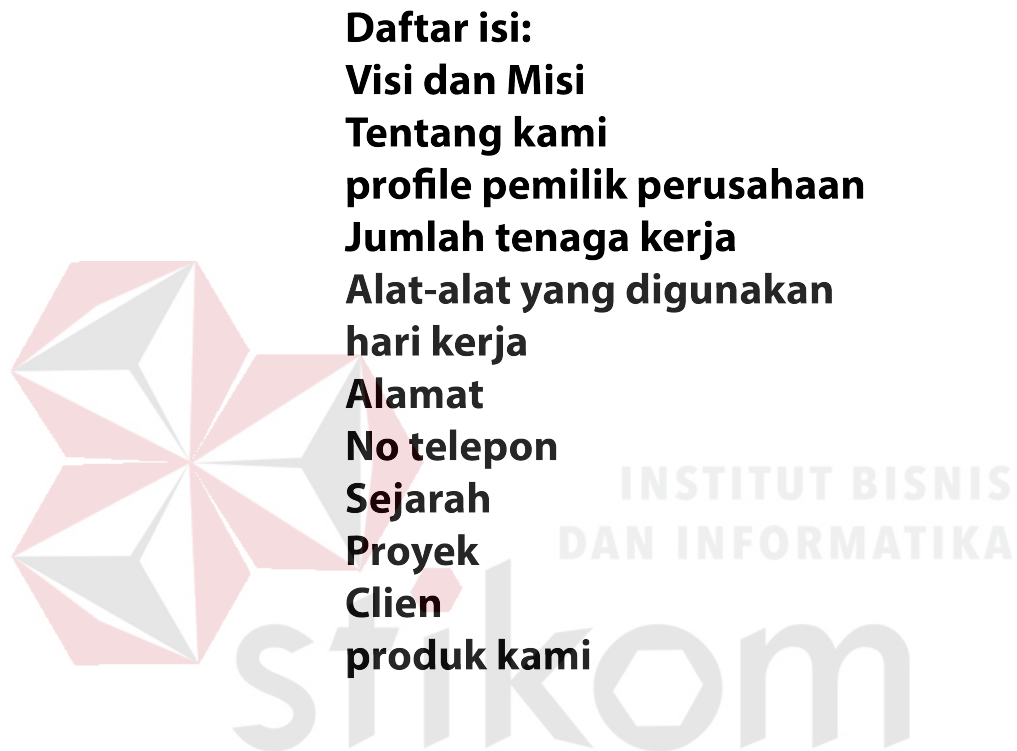
Comic Sans MS

Gambar 4.1.2.3.3 merupakan konsep font ke tiga yaitu comis sans MS

Beberapa pilihan yang diberikan oleh penulis adalah tulisan yang menurut penulis menarik, sehingga mungkin akan lebih enak untuk dipandang dan dibaca, akan tetapi pihak CV. Surya Sarti Teknik lebih memilih untuk menggunakan **Times New Romant** Karena menurut mereka tulisan tersebut lebih mudah dibaca, dan sudah digunakan oleh banyak orang, jadi orang-orang lebih familiar.

4.1.2.4 Daftar isi *company profile*

Penulis juga membuat daftar isi yang akan dipakai dalam *company profile*, karena menurut penulis daftar isi sangat berpengaruh, dikarenakan saat orang-orang membaca sebuah buku, maka pertama-tama mereka akan melihat dulu daftar isi yang ada, berikut adalah hasil konsep daftar isi yang telah dikerjakan :



Gambar 4.1.2.4.1 merupakan konsep pertama dari daftar isi yang mengusung banyak konten yang akan dimasukkan

**Daftar isi:
Visi dan Misi
Tentang kami
Sejarah
Proyek
Clien
produk kami**

Gambar 4.1.2.4.2 merupakan konsep kedua dari daftar isi yang mengusung konten yang sederhana akan tetapi isinya sesuai dengan kebutuhan dari CV. Surya Sari Teknik

Setelah mengumpulkan konsep tentang daftar isi yang akan digunakan, maka yang terpilih adalah konsep yang daftar isinya sedikit, akan tetapi isinya tepat dan mewakili apa-apa saja yang ada dalam CV. Surya Sari Teknik, berikut konsep yang terpilih :



**Daftar isi:
Visi dan Misi
Tentang kami
Sejarah
Proyek
Clien
produk kami**

Gambar 4.1.2.4.3 merupakan konsep daftar isi yang telah diterima dan disetujui oleh CV. Surya Sari Teknik dikarenakan konten yang simple dan sesuai dengan kebutuhan

4.1.2.5 Layout

layout diperlukan agar kalimat, atau gambar dapat ditata sedemikian rupa agar rapi, menarik sehingga enak untuk dilihat dan dibaca, disini penulis juga mengerjakan layout yang akan digunakan pada company profile, berikut hasil pekerjaan penulis :



cv surya sari teknik, berdiri sejak 2007 adalah perusahaan yang bergerak di bidang kontraktor bangunan dan aplikator kimia untuk bangunan (chemical Building). Chemical Building yang kami layani antara lain:

1. Waterproofing coating cement base.
2. Waterproofing coating acrylic
3. Waterproofing membrane bakar.
4. Joint sealant beton.
5. Epoxy coating lantai.
6. Floor hardener ,dll.

Gambar 4.1.2.5.1 merupakan konsep pertama layout yang mengusung gambar akan dimasukkan kedalam lingkaran, serta penataan kalimat yang berbeda



cv surya sari teknik, berdiri sejak 2007 adalah perusahaan yang bergerak di bidang kontraktor bangunan dan aplikator kimia untuk bangunan(chemical Building). Pekerjaan Chemical Building yang kami layani antara lain:

1. Waterproofing coating cement base.
2. Waterproofing coating acrylic
3. Waterproofing membrane bakar.
4. Joint sealant beton.
5. Epoxy coating lantai.
6. Floor hardener ,dll.

Gambar 4.1.2.5.2 merupakan konsep kedua layout yang memasukan gambar dengan bentuk asli, dan kalimat di tata dengan biasa

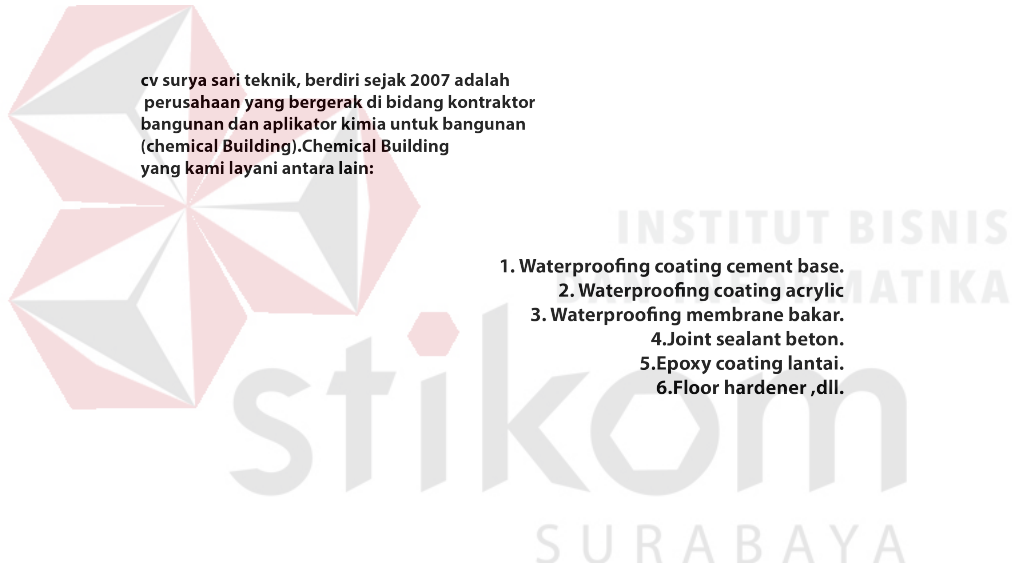
Setelah mengerjakan konsep mengenai layout, akhirnya CV. Surya Sari Teknik memilih layout yang menggunakan lingkaran, yang didalamnya terdapat foto, karena menurutku mereka lingkarang tersebut merupakan salah satu elemen logo, kemudian

penataan kalimat yang menurut mereka cukup menarik, berikut konsep yang sudah diterima :



cv surya sari teknik, berdiri sejak 2007 adalah perusahaan yang bergerak di bidang kontraktor bangunan dan aplikator kimia untuk bangunan (chemical Building). Chemical Building yang kami layani antara lain:

1. Waterproofing coating cement base.
2. Waterproofing coating acrylic
3. Waterproofing membrane bakar.
4. Joint sealant beton.
5. Epoxy coating lantai.
6. Floor hardener ,dll.



Gambar 4.1.2.5.3 merupakan layout yang terpilih oleh CV. Surya Sari Teknik

4.2 Hasil karya

dalam pelaksanaan kerja praktik selama waktu yang telah ditentukan, penulis akhirnya menghasilkan sebuah karya yang diimplementasikan pada laporan ini, yaitu sebuah desain company profile CV.Surya Sari Teknik.

Berikut hasil karya yang telah dikerjakan:



Gambar 4.2.1 merupakan cover depan dari *company profile*

Tentang Kami




WAHYUDI
DIREKTUR

CV.Surya Sari Teknik, berdiri sejak tahun 2007 adalah perusahaan yang bergerak di bidang kontraktor bangunan dan Spesialis Aplikator Kimia untuk bangunan (Chemical Building). Pekerjaan Chemical Building yang kami layani antara lain:

Gambar 4.2.2 merupakan bagain buku tentang kami dimana disana dijelaskan mengenai CV.Surya Sari Teknik



Daftar Isi:



- Tentang kami

- Relasi

- Kontak kami

SURABAYA



Gambar 4.2.3 merupakan gambar daftar isi yang telah disetujui dan telah dicetak



Gambar 4.2.4 merupakan salah satu isi dari *company profile* CV.Surya Sari Teknik yang menjelaskan mengenai proyek yang telah di kerjakan dengan berfokus pada satu foto yang telah disediakan



Gambar 4.2.5 adalah gambaran buku *company profile* CV.Surya Sari teknik yang menjelaskan tentang proyek yang telah dikerjakan dengan menggunakan 2 foto

Waterproofing Acrylic Base

Bahan pelapis anti bocor berbahan dasar acrylic terpilih, memberikan perlindungan jangka panjang pada berbagai macam permukaan dan tahan terhadap sinar matahari, hujan dan angin.

Manfaat:

- Cocok untuk pemakaian diluar ruang.
 - Memiliki ketahanan tinggi terhadap ultra violet
 - Memiliki fleksibilitas dengan elongasi tinggi untuk mengakomodasi gerakan pada atap dinding dan bagian dasar, mudah di aplikasikan,
 - Melekat baik hampir kesemua permukaan seperti baja, aluminium, kayu , asbes, bata, plasteran atau beton.
- Tersedia dalam berbagai macam pilihan warna

gambar 4.2.6 merupakan gambar isi buku *company profile* yang berisikan informasi mengenai produk yang dimiliki CV. Surya Sarti Teknik yang sudah dirapikan dengan layout yang menarik

BAB V

Kesimpulan dan saran

5.1 kesimpulan

Setelah melakukan kerja praktik di CV. Surya Sari Teknik yang berlokasi di jalan Ruko Niaga Sentosa Kav.10 Jalan Letjen Sutoyo No.140.A Medaeng, Waru, Sidoarjo, akhirnya penulis telah berhasil memecahkan masalah yang dimiliki oleh CV. Surya Sari Teknik, yaitu penulis telah berhasil membuat sebuah *company profile* yang dibutuhkan oleh CV. Surya Sari Teknik, dimana *company profile* tersebut telah dikonsep, di revisi, dikaji, dan di diskusikan sehingga terciptalah sebuah buku *company profile* yang menggambarkan wajah, serta produk-produk yang disediakan oleh CV. Surya Sari Teknik kepada masyarakat, calon pelanggan, dan calon klien. *Company profile* milik CV. Surya Sari Teknik telah didesain dan dirancang sedemikian rupa agar lebih menarik, enak dibaca, dan informasi yang disampaikan tepat, dengan harapan masyarakat serta calon klien akan lebih tahu dan lebih mudah dalam mengenali apa-apa saja produk serta jasa yang ditawarkan nantinya oleh CV. Surya Sari Teknik, serta diharapkan juga dapat meningkatkan *brand awareness* perusahaan terhadap masyarakat dan calon klien.

5.2 Saran

Adapun saran dari penulis berkaitan dengan “perancangan *company profile* CV. Surya Sari Teknik untuk meningkatkan brand awareness” agar lebih diperhatikan beberapa hal sebagai berikut :

- 1) Harus mengedepankan kemauan klien dibandingkan pendapat sendiri, karena apa yang kita kerjakan nantinya akan digunakan oleh klien tersebut

- 2) Memiliki data-data yang cukup sehingga konsep yang akan dikerjakan nantinya bisa mencakup wajah dari cv / perusahaan yang akan dikerjakan nantinya
- 3) Tepat waktu, disiplin, dan mau dikritik, karena pada saat melakukan magang terkadang kita menyepelekan waktu, tidak disiplin dan terkadang kita keras kepala dan tidak ingin mendengarkan masukan dari klien
- 4) Membuat sebuah konsep yang matang, bukan sebuah konsep yang asal-asalan.



Daftar pustaka

Buku

Arifah A. Rianto, 2003, Desain Busana, Bandung : Yapemda.

Sri Widarwati, 2000, Desain Busana I, Yogyakarta : FPTK IKIP Yogyakarta

Darmaprawira, Sulasmi , 2003, Warna Sebagai Salah Satu Unsur Seni dan Desain,
ITB

Birren, Fabber, Color Psychology and Color Therapy, University Books, Inc,

A Riyanto, Arifah, 2003, Teori Busana, Yampendo

Surianto rustan, mendesain logo 2009

Lia anggraini S, Kirana nathalia desain komunikasi visual, dasar-dasar panduan untuk
pemula

sachari (2005:3), sachari, (2005 : 7-8), Bruce Archer (sachari, 2005 : 6), (sachari,
2005 : 6)

Effendi (2009)

Sri Widarwati, 1993

(Chodijah dan Wisri A. Mamdy, 1982:25)

Widjiningsih, 1982

Arifah A. Riyanto, 2003

Chodiyah dan Wisri A Mamdy, 1982

Internet

URL : <http://edupaint.com/warna/roda-warna/585-mengenai-teori-warna-isaac-newton-yuk.html> teori warna sir isaac newton, diakses pada tanggal 7 oktober 2017

URL : <http://www.archiepaint.com/2012/07/brewster-color-theory.html>

Teori warna dari Brewster, diakses pada tanggal 14 oktober 2017



INSTITUT BISNIS
DAN INFORMATIKA

stikom
SURABAYA



INSTITUT BISNIS
DAN INFORMATIKA

stikom
SURABAYA