

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Pada tahun 2020 saat ini, perkembangan dan persaingan di bidang teknologi dalam bidang kreatif dan desain grafis sangatlah pesat. Peranan desain komunikasi visual atau grafis sangat dibutuhkan dalam perkembangan di bidang industri. Kebutuhan pelaku usaha di bidang industri terkait tampilan identitas visual akan usaha atau produk mereka yang menarik sangat diperlukan. Hal ini bertujuan agar industri tersebut bisa bersaing dengan para kompetitor lainnya, karena penyajian tampilan yang biasa saja, tidak berhasil untuk menarik perhatian orang lain. Sebagai desainer grafis harus memiliki pemikiran kreatif dan inovatif yang bisa membantu memecahkan masalah yang dibutuhkan oleh orang lain. Contoh suatu perusahaan ingin membuat iklan untuk menyampaikan suatu informasi penting dalam bentuk poster, tetapi desain dari tampilan poster tersebut sangat buruk, sehingga akan menjadi masalah ketika informasi tersebut tidak bisa tersampaikan kepada target konsumen dikarenakan desain yang buruk, selain itu juga akan merusak citra dari perusahaan tersebut. Oleh karena itu peranan desain grafis tidak bisa hilang dengan perkembangan industri di era sekarang ini.

*Brand* merupakan salah satu aset yang paling penting dan berharga dalam suatu bisnis. *Brand* yang sukses adalah brand yang dapat membangun sebuah identitas dan relasi antar perusahaan dan pelanggan. Dalam merancang suatu *brand* tentunya membutuhkan proses branding dalam merancang identitas visual dari perusahaan. Elemen utama dalam proses perancangan identitas visual adalah logo, karena logo mencerminkan *brand* tersebut. Banyak sekali permasalahan yang timbul dalam proses pembuatan logo, antara logo terlihat mirip dengan logo lain yang sudah di pake oleh *brand* lain, mengambil desain logo di situs-situs penyedia *stock imagery*, dan logo yang dibuat asal-asalan, sehingga kelak akan menjadi permasalahan dengan *copyright* (Oscario, 2013)

Untuk menyiapkan mahasiswa untuk terjun ke dunia kerja, Universitas Ma Chung mewajibkan untuk setiap mahasiswa untuk mengambil mata kuliah Praktik kerja lapangan untuk mendapatkan pengalaman dalam bekerja secara langsung di

dunia industri. Semua pengalaman itu tentunya bertujuan agar mahasiswa siap untuk dengan permasalahan yang akan dihadapi di dunia kerja setelah lulus dari perkuliahan, dan semua pengalaman tersebut tidak bisa didapatkan dalam proses perkuliahan. Dengan adanya praktik kerja lapangan (PKL) ini, diharapkan mahasiswa dapat belajar dan mendapatkan *experience*, *skill*, dan *knowledge* di dunia kerja sebagai mahasiswa Desain Komunikasi Visual. PKL sangatlah penting untuk mendapatkan pengalaman ketika bekerja secara nyata di bidang industri kreatif di tingkat professional.

Di dalam lapangan kerja bidang industri kreatif, peranan jasa *Creative Consultant* sangat dibutuhkan untuk menangani permasalahan *client* atau konsumen. Jasa desain grafis yang ditawarkan oleh *Creative Consultant* sendiri memiliki peranan yang sangat penting dalam industri. Dimana peranan visual yang dibutuhkan untuk menyampaikan suatu pesan atau informasi dalam bentuk produk, jasa atau gagasan kepada audiensi secara komunikatif dan persuasif dengan tujuan publikasi, promosi, dan pemasaran dalam bentuk suatu media misalnya, website, majalah, surat kabar, brosur, poster, dll harus memperhatikan hal komunikatif, kreatif, sederhana, *unity*, penggambaran objek yang presentatif, penggunaan warna yang sesuai, penggunaan *font* yang sesuai, tata letak, dan navigasi atau ikon (Widya & Darmawan, 2016).

Penulis memilih Branding Support Asia sebagai tempat PKL, yang berlokasi di Surabaya, Jawa Timur. Penulis ingin melaksanakan praktik kerja lapangan di perusahaan ini karena sudah berpengalaman dalam menangani kebutuhan Desain Grafis mulai dari branding, social media, video *advertising*, selama lebih dari 7 tahun, dan sudah menangani ratusan *client* dari berbagai macam perusahaan di seluruh Indonesia maupun luar Indonesia. Penulis memilih Branding Support Asia sebagai tempat PKL untuk mendapatkan pengalaman, dan ilmu yang lebih mengenai branding, *layout design*, dan korporat desain selain yang sudah diajarkan di perkuliahan. Oleh karena itu, penulis menulis laporan dengan judul “Perancangan Berbagai Proyek Branding di Branding Support Asia” dengan pembimbing PKL, Steven Wuisan selaku owner di Branding Support Asia.

## **1.2 Batasan Masalah**

Dalam penulisan laporan PKL ini, penulis membatasi beberapa topik antara lain sebagai berikut:

1. Perancangan desain dibatasi prinsip-prinsip perancangan *brand*.
2. Penulis melakukan praktik kerja lapangan selama tiga bulan dimulai pada awal bulan Juli sampai dengan akhir bulan September.

## **1.3 Tujuan dan Manfaat**

### **1.3.1 Tujuan**

- a. Menambah pembekalan akan pengetahuan dunia kerja bagi mahasiswa agar siap untuk bekerja.
- b. Mengembangkan kemampuan yang didapat dari kampus, agar sesuai dengan standar professional.
- c. Mendapatkan pengalaman bekerja secara nyata yang tidak bisa didapatkan selama proses perkuliahan di kampus, yang diperlukan pada dunia kerja.
- d. Mengetahui proses kerja industri kreatif dalam pembuatan desain di Branding Support Asia.

### **1.3.2 Manfaat**

#### **1. Bagi Mahasiswa**

- a. Sebagai salah satu syarat kelulusan mata kuliah Praktik Kerja Lapangan, sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana di Universitas Machung.
- b. Mendapat gambaran tentang dunia kerja yang sebenarnya.
- c. Mendapatkan pengetahuan lebih mengenai proses kerja, ilmu, manajemen di dunia kerja yang nyata.
- d. Memperoleh pembelajaran akan proses perancangan identitas visual suatu perusahaan.
- e. Dapat menyelesaikan suatu permasalahan yang dihadapi yang terjadi di perusahaan.

## **2. Bagi Universitas**

- a. Membuka kerjasama yang baik antara pihak universitas dengan Branding Support Asia.
- b. Memperkenalkan Universitas Ma Chung kepada masyarakat luar.
- c. Membandingkan teori yang didapat dari praktik kerja lapangan dengan teori yang diajarkan, untuk meningkatkan kurikulum Desain Komunikasi Visual Ma Chung.

## **3. Bagi Perusahaan/ Instansi Terkait**

- a. Meningkatkan kerjasama antara perusahaan, mahasiswa, dan universitas.
- b. Membantu menyelesaikan tugas proyek yang ada di dalam perusahaan.