BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang *Magnetic Merchandise*

Merchandise adalah metode, praktik, dan operasi yang digunakan untuk mempromosikan dan mempertahankan identitas tertentu. Dalam arti luas, *merchandise* adalah setiap praktikan yang memberikan kontribusi penjualan produk ke konsumen. Pada tingkat yang di-toko eceran, *merchandise* mengacu pada berbagai produk yang tersedia untuk dijual dan tampilan produk tersebut sedemikian rupa sehingga merangsang minat dan membujuk pelanggan untuk melakukan pembelian.

Merchandise yang telah banyak diterapkan pada bidang dan media, salah satunya dalam pembuatan *magnetic merchandise*. Pembuatan *magnetic merchandise* ini telah berkembang dan memiliki fungsi bagi masyarakat sebagai buah tangan, dan cendramata. Desain *magnetic merchandise* haruslah memiliki konsep dan penataan yang tepat, sehingga dapat memberikan kesan dan pesan yang disampaikan oleh desainer maupun konsumen.

Magnetic merchandise adalah barang yang berupa *acrylic* seperti gantungan kunci, tetapi *magnetic merchandise* ini menggunakan magnet yang terdapat di bagian belakang *acrylic* tersebut maka di sebutlah *Magnetic Merchandise*.

Pembuatan *magnetic merchandise* ini di lakukan karena kurangnya para pengunjung membawa pulang oleh-oleh berupa barang yang mengangkat nama kota Bandung dan memberikan ciri khas tersendiri pada kota tersebut. Maka praktikan membuat *magnetic merchandise*

yang dapat di tempelkan atau di lekatkan ke besi, agar konsumen dapat mengenal lebih jauh identitas kota Bandung melalui *magnetic merchandise*.

1.2 Waktu dan Tempat Pelaksanaan Kerja Praktek

Pengajuan surat permohonan pelaksanaan kerja praktek diajukan pada tanggal **10 April 2010**, dan pelaksanaan kerja praktek itu sendiri dimulai pada :

Tanggal : 22 Mei 2010 – 26 Juli 2010

Tempat : PT. ANGKASA PUTRA

Alamat : Jl. Cihampelas 77 Bandung

BAB II

TINJAUAN UMUM

2.1 Pengertian Perusahaan

Perusahaan ialah suatu tempat untuk melakukan kegiatan proses produksi barang atau jasa. Hal ini disebabkan karena kebutuhan manusia tidak bisa digunakan secara langsung dan harus melewati sebuah proses disuatu tempat, sehingga inti dari perusahaan ialah tempat melakukan proses sampai bisa langsung digunakan oleh manusia. selain itu perusahaan juga bertujuan memperoleh laba. Begitu juga dengan PT. Angkasa Putra yang bergerak dibidang *Digital Printing*.

2.2 Sejarah *Digital Printing*

Teknologi *digital printing* sudah berkembang cukup lama dengan dimulainya teknologi percetakan dari komputer di tahun 1990-an. Pada waktu itu teknologi *digital printing* banyak digunakan untuk mencetak tagihan seperti tagihan kartu kredit, ataupun tagihan lainnya seperti telepon rumah dan sebagainya. Namun para pengusaha di bidang ini merasa bahwa pasar bagian ini kurang besar sehingga mereka mengembangkan teknologi ini untuk aplikasi penerbitan seperti manual, buku dan sebagainya.

Sejak masuknya teknologi *digital printing* ke bagian penerbitan pertumbuhan industri ini pada waktu itu berkembang sangat pesat. Terutama karena kekuatan teknologi ini akan 3 hal, yaitu :

- Mencetak ukuran kecil (kurang dari 500)
- Mencetak dalam waktu cepat (kurang dari 24 jam)
- Variabel data seperti mencetak manual dalam berbagi versi

Teknologi pada saat itu hanya memungkinkan mencetak hitam putih namun sejalan dengan perkembangan teknologi, saat ini sudah banyak sekali printer digital yang mampu mencetak warna, sehingga pertumbuhan industri ini menjadi sangat cepat karena semakin luasnya jenis aplikasi dokumen yang bisa dicetak.

Perkembangan *Digital Printing* di Indonesia didasarkan beberapa alasan diantaranya :

1. Harga cetak *digital printing* semakin murah
2. Berkembang dan masuknya mesin-mesin digital printing baru dengan harga kompetitif serta teknologi yang inovatif, memudahkan para pengusaha membuka jasa *digital printing.*
3. Tidak kalah penting yang juga turut mendongkrak pesatnya perkembangan ini adalah mudah dan pesatnya pemakain teknologi kamera digital, desain dan komputer sehingga memudahkan klien yang menggunakan jasa ini.
4. Media yang digunakan semakin variasi dan semakin tebal dan makin datar.
5. Biaya produksi cenderung akan lebih murah (bila mesin digital printing semakin baik teknologi dan kompetitif harganya).
6. Penerapan tinta ramah lingkungan.

Ada beberapa istilah dan pengertian yang beragam tentang arti *Digital Printing.* Menurut Frank Romano (*Digital Printing Expert* dari GATF) adalah : " *Any Printing completed via digital file" (*segala hasil cetak yang diselesaikan melalui *digital file*). Pendapat lain *digital printing* adalah teknologi cetak tanpa melalui proses pembuatan cetak pada pelat. Jadi *Digital Printing* dapat diartikan secara sederhana adalah cetak-mencetak yang diaplikasikan pada komputer.

2.3 Sejarah PT. Angkasa Putra

Semenjak berdiri dari tahun 1980, Angkasa Putra sudah menjadi perusahaan yang terpercaya dalam bidang *Digital Printing*, namun seiring berjalannya waktu, digital printing terus tumbuh dengan semakin banyak pelaku usahanya. Selain itu, pemikiran masyarakat awam akan *digital printing* juga makin terbuka. Dalam waktu tiga atau empat tahun, *digital printing* sudah menjadi industri baru yang memiliki potensi.

Konsistensi adalah kunci keberhasilan *digital printing* sebagai industri baru yang manis. Kesabaran dari para pelaku usaha yang ada, rupanya menginspirasikan banyak orang untuk turut menyelami bisnis *digital printing*. Dalam waktu singkat, pengusaha *digital printing* berwajah baru lahir dan meramaikan bisnis ini. Lebih dari 20 tahun PT. Angkasa Putra mengembangkan diri guna melayani kebutuhan konsumen sebagai Klien dan Rekanan. yang kini telah berkembang di 5 cabang yang tersebar di Bandung Utara, yaitu :

- Jl. Cihampelas No.77
- Jl. Cihampelas No.108
- Jl. Ir. Juanda No. 55B
- Jl. Taman sari No. 27C
- Jl. Surapati No 55B

Pengembangan diri ini merupakan harga mutlak dan tak bisa kami elakan untuk selalu menjadi yang terdepan dan ini dibuktikan dengan komponen-komponen dan mesin-mesin pendukung yang Angkasa Putra miliki mulai dari mesin analog sampai mesin-mesin canggih berbasis digital dan komputerisasi tanpa mengesampingkan produk yang dihasilkan.

Semua ini merupakan sebuah usaha yang tidak kenal lelah dan pengabdian kepada Konsumen dan Pelanggan yang selama lebih dari 20

tahun memberikan kepercayaan kepada PT. Angkasa Putra sebagai solusi kebutuhan Anda, dan jaminan untuk hasil terbaik dari yang terbaik.

2.4 Profil Perusahaan

Nama : PT. Angkasa Putra

Bidang Perusahaan :

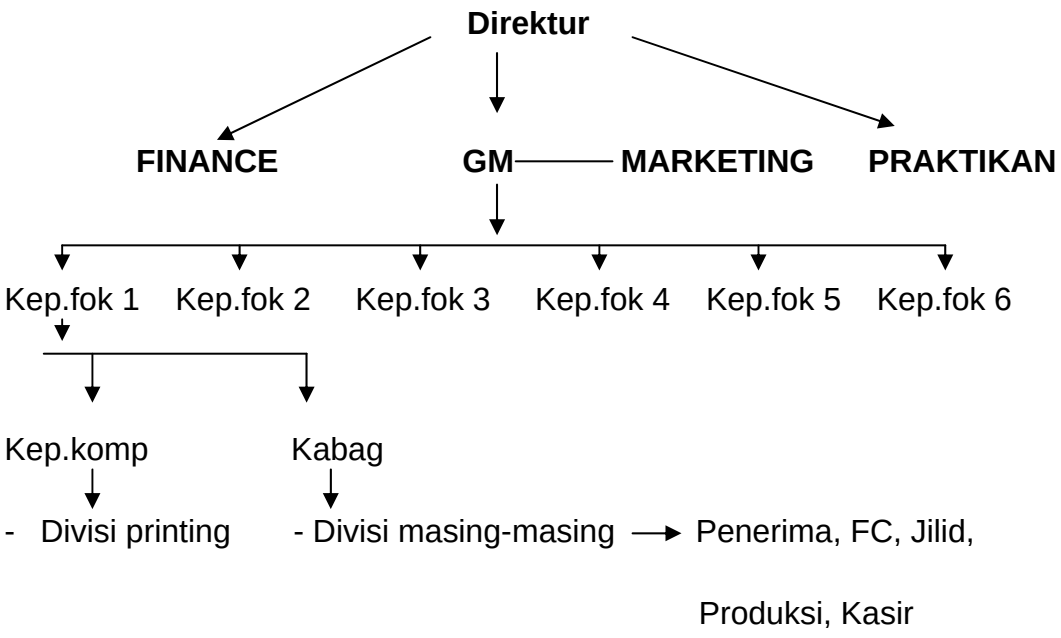
PT. Angkasa Putra sendiri memiliki bidang perusahaan yang ada dalam ruang lingkup *Copy Center* dan *Document Solution (Digital Printing)*.

Bentuk badan hukum : PT. Angkasa Putra memiliki badan hukum perseorangan.

Izin : 05467/2459/PM/10/25/J/86/NAS.-

Struktur organisasi :

Praktikan pada struktur tersebut berada di posisi bawah direktur, karena praktikan langsung di awasi langsung oleh direktur perusahaan untuk melakukan pekerjaan yang di buat oleh praktikan.



BAB III

LAPORAN KERJA PRAKTEK

3.1 Peranan Praktikan Dalam Perusahaan

Dalam melaksanakan kerja praktek di PT. Angkasa Putra, praktikan memiliki tugas untuk membuat desain pembuatan *magnetic merchandise* dengan tema :

1. Bandung Kota Bersejarah.
2. Bandung sebagai kota wisata dan kuliner.
3. Penggabungan kota bersejarah dan kota wisata/kuliner.
4. Personal belonging.
5. Desain 26 huruf.

Dari satu tema tersebut praktikan mengerjakan dua puluh alternatif topik dan mengerjakan empat alternatif desain. Contohnya : Bandung kota bersejarah, alternatif topiknya adalah gedung sate, villa isola, monumen perjuangan rakyat, dan lain-lain.

Dari tema yang telah ditentukan, praktikan mengerjakan desain *magnetic merchandise* ini selalu menjaga keaslian dari identitas kota bandung itu sendiri agar, konsumen yang membeli produk ini merasa tetap terjaga ke asliannya.

3.2 Pekerjaan Praktikan Selama Kerja Praktek

Selama melakukan kerja praktek, setiap hari senin pukul 13.00 wib. selama 3 bulan, praktikan harus mengumpulkan *progress* desain kepada pembimbing di Angkasa putra.

Pelaksanaan kerja praktek antara lain sebagai berikut.

a. 24 Mei 16.00 wib pengumpulan draft pertama. 35% desain harus sudah selesai.
b. 26 Juni pukul 16.00 wib pengumpulan draft ke dua. 80% desain harus sudah selesai.
c. 26 Juli pukul 12.00 pengumpulan final. 100% desain harus selesai.

3.3 Metode Kerja Praktikan

Metode kerja yang dilakukan oleh praktikan adalah *meeting*. Dimana praktikan diberikan tugas desain oleh Direktur perusahaan PT. Angkasa Putra dan pembimbing pada pembuatan desain ini sendiri adalah direkturnya sendiri sebagai pendamping praktikan untuk melakukan pengolahan desain. Direktur dan juga sebagai pendamping praktikan tersebut mempunyai tanggung jawab untuk memberi instruksi dan membimbing praktikan agar dapat memahami data/tugas yang diberikan.

Proses awal dalam melakukan pengolahan data menjadi bentuk media visual yang praktikan lakukan adalah membuat beberapa sketsa mentah yang kemudian diaplikasikan ke dalam komputer untuk diolah menjadi bentuk *digital*. Hasil olahan digital pun yang kemudian dipresentasikan kepada Direktur PT. Angkasa Putra. Selanjutnya Direktur memilih hasil yang layak di produksi, yang kemudian di jadikan sebagai bentuk *magnetic merchandise* dan akan di pasarkan pada tempat para wisatawan yang banyak berkunjung di Kota Bandung.

3.4 Perancangan Proses Magnetic Merchandise Pada PT. Angkasa Putra

3.4.1 Konsep Perancangan Desain

Konsep perancangan desain yang akan dilakukan praktikan untuk membuat *magnetic merchandise* memilki tahapan-tahapan yang akan di kerjakan oleh praktikan. Tahapan tersebut di lakukan agar rancangan desain yang akan di aplikasikan sesuai dengan target atau sasaran yang akan di tuju. Adapun tahapan yang akan dilakukan praktikan yaitu :

1. Melakukan *meeting* dengan pembimbing PT. Angkasa Putra
2. Membahas tema, konsep desain, dan target sasaran yang akan dituju.
3. Membahas konsep desain dengan konsep, modern, classic, retro, dan lain-lain.
4. Memberikan benang merah terhadap desain yang telah dibuat agar desain tersebut memiliki image atau karakter sendiri yang mudah di ingat oleh konsumen.
5. Desain yang diterapkan oleh praktikan ke media harus terjaga keasliannya.

3.4.2 Teknis Perancangan desain

Teknis perancangan desain dibagi menjadi tiga yaitu, sketsa manual, alternatif desain, dan tahap *digital*.

1. Sketsa mencakup konsep desain yang belum dikombinasikan dengan media dan masih berupa garis atau arsiran.
2. Pembuatan alternatif desain yang menjadi perbandingan dalam pemilihan konsep desain yang diajukan, memberikan pilihan dan masukan yang lebih kreatif.

3. Tahap *digital* dilakukan setelah sketsa dan alternatif desain telah di lakukan. Tahapan *digita*l ini menggunakan software Corel Draw, yang digunakan untuk megolah dan membuat gambar vektor.

3.4.3 Sketsa Perancangan Desain

Sketsa perancangan desain *magnetic merchandise* desain ini dari topik yang telah di tentukan, antara lain :

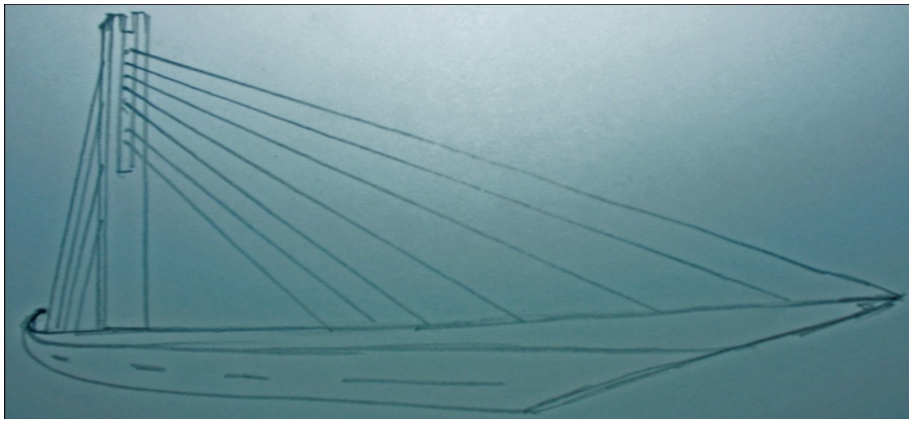
- **Sketsa *magnetic merchandise* dengan topik Bandung kota bersejarah dengan konsep desain *classic*.**

Monumen Perjuangan Rakyat



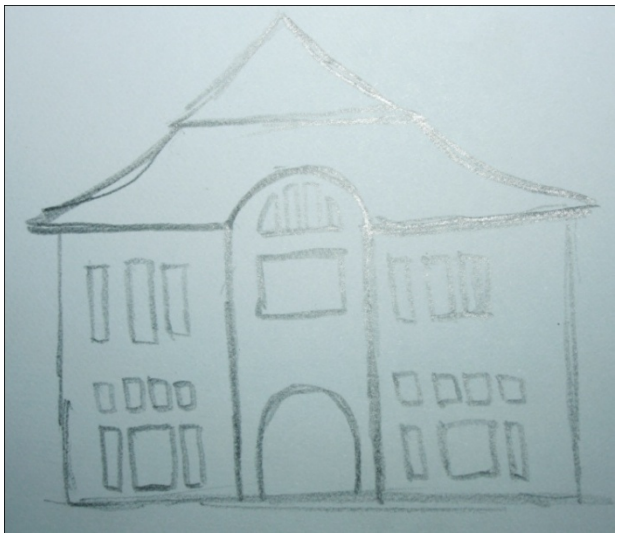
Gambar III.1

Jembatan Pasopati



Gambar III.2

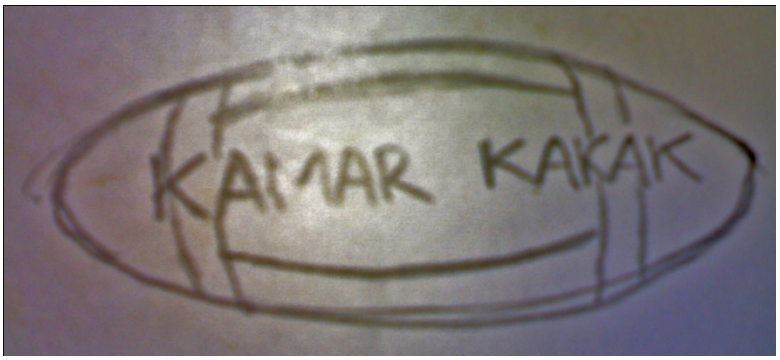
Bio Farma



Gambar III.3

- **Sketsa *magnetic merchandise* dengan topik Personal Belonging dengan konsep *retro.***

Kamar Kakak



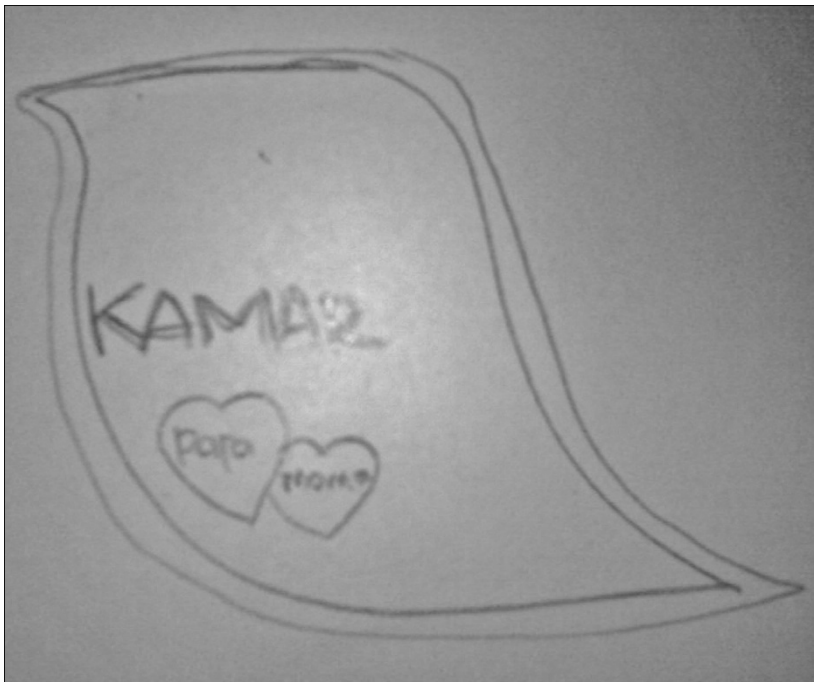
Gambar III.4

Kamar Adek



Gambar III.5

Kamar Papa dan Mama



Gambar III.6

3.4.4 Alternatif Desain

Dari beberapa sketsa dan topik tersebut praktikan membuat alternatif desain yang telah di buat, antara lain :

- **Topik Bandung kota sejarah**



Gambar III.7

- **Topik *Personal Belonging* (pribadi/rumah tangga)**





Gambar III.8

- **Topik Bandung Sebagai Kota Wisata Dan Kuliner**



Gambar III.9

Pada desain topik Bandung sebagai kota wisata dan kuliner, masing – masing desain di berikan karakter khas yang mencerminkan kota Bandung. Disini praktikan menggunakan karakter cepot yang sekaligus dijadikan benang merah agar antara desain yang satu dengan yang lainnya saling berkesinambungan.



Sedangkan cepot merupakan image kota Bandung yang telah dikenal oleh masyarakat karena identitas Bandung dapat dilihat dari karakter cepot ini.

- **Topik Kantor**



Gambar III.10

3.4.5 Proses Pembuatan *Magnetic Merchandise*

Untuk proses pembuatan *magnetic merchandise* sendiri dikerjakan langsung oleh PT. Angkasa putra, dengan langkah – langkah sebagai berikut:

1. Desain yang sudah jadi dilakukan pemisahan *outline*, dengan tujuan untuk mendapatkan jejak sehingga membantu dalam proses *cutting* dan juga pada saat proses *printing* dilakukan.

2. Proses *cutting* juga dapat dilakukan dengan dua cara yaitu setelah proses *printing* dilakukan atau sebaliknya.

3. Proses *cutting* dilakukan dengan mesin khusus dengan merk *TROTEC*. Pada umum nya ukuran *magnetic merchandise* yaitu 7.5 x 7.5 cm *acrylic* 2/3 mm.

4. Selanjutnya dilakukan proses *Coting*, yaitu pembersihan sisa – sisa tinta yang masih merekat pada *printer*, hal ini dilakukan agar tinta *printer* lebih lengket pada bidang yang akan diprint terutama dengan media *acrylic,* dan juga agar tinta tidak tercecer.

5. Tahap selanjutnya yaitu proses *printing*. Desain yang sudah jadi di print diatas bahan *acrylic* yang sudah diberi jejak terlebih dahulu, hal ini bertujuan agar pada saat proses *printing* dilakukan tinta akan menyesuaikan dengan bentuk *acrylic* yang akan di *print,* sehingga tidak banyak tinta yang terbuang percuma. Proses *printing* dilakukan dengan menggunakan printer merk *FUJI ONIC.*

6. Berikutnya yaitu tahap *finishing.* Desain dan bentuk *magnetic merchandise* yang sudah jadi diberi magnet yang di lekatkan pada belakang *marchandise* / *acrylic.*

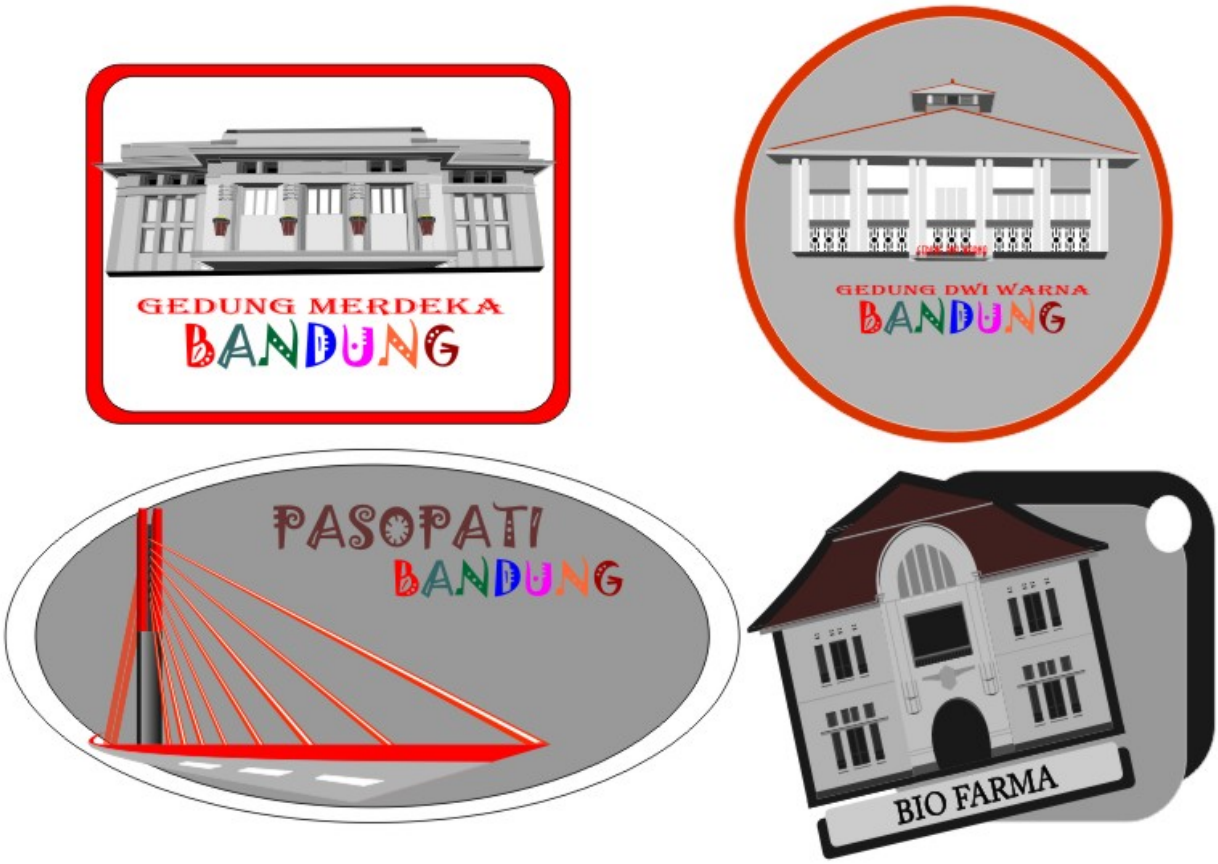
3.4.6 Desain Akhir

Desain akhir *magnetic merchandise* yang telah di kerjakan oleh praktikan dan telah setujui Direktur Angkasa Putra yang akan siap di produksi.



Konsep Retro

Gambar III.11



Konsep Classic

Gambar III.12













Konsep Modern

Gambar III.13



Konsep Etnik

Gambar III.14

Bab IV

KESIMPULAN

Setelah praktikan melakukan kerja praktek, praktikan menyimpulkan bahwa kerja praktek dapat menjadi sebuah pengalaman tentang dunia kerja sesungguhnya. Kerja praktek membantu penulis untuk menyiapkan segala hal yang akan dihadapi di dunia kerja yang akan datang.

Penulis melakukan kerja praktek di sebuah PT. Angkasa Putra yang bergerak di bidang *Digital Printing* sangat berkaitan dengan desain komunikasi visual. Karena apa yang telah di pelajari di perkuliahan dapat di terapkan dalam dunia kerja. Praktikan dapat menyimpulkan pada bab-bab sebelumnya bahwa :

1. *Magnetic merchandise* dapat dibentuk dengan *acrylic, dan* juga sebagai peluang untuk melakukan bisnis karena banyak peluang yang besar dalam mengembangkan jenis atau bentuk-bentuk *merchandise*.
2. *Magnetic merchandise* ini dapat memberi tahu identitas kota Bandung kesemua masyarakat dan memberikan ciri khas yang terdapat di kota Bandung.
3. *Magentic merchandise* juga sebagai media promosi tempat rekreasi, memberi tahu kota bersejarah yang ada di kota Bandung, dan yang banyak di kunjungi wisatawan baik dalam negeri maupun luar.
4. Proses pembuatan desain haruslah memiliki benang merah atau keterkaitan yang akan di desain oleh praktikan.
5. Harus memiliki konsep yang jelas agar dapat dimengerti.
6. Proses *mapping* agar desain kita tidak terpaku dalam satu desain saja.
7. Proses *asistensi* kepada pembimbing di perusahaan sangat diperlukan untuk menentukan layak atau tidaknya desain tersebut untuk diproduksi.
8. Memperbanyak melakukan *observasi* atau pengamatan demi mendapatkan *referensi* untuk desain yang akan di buat dan supaya ide yang akan di kembangkan semakin luas.

Daftar Pustaka

- Dameria, Anne. (2009). *Digital Printing Handbook.* Jakarta Indonesia : Link & Match Graphic.
- Misriyanto, Sapto. (2009). *Teknik Dasar Cetak Sablon Dan Digital Printing.* Yogyakarta : Medpress.