BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Kerja Praktek

Bidang desain grafis di Indonesia saat ini sudah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan masyarakat Indonesia. Disetiap sudut kota saat ini dapat kita lihat penerapan dari disiplin ilmu desain grafis, contohnya *sign system*,brosur promosi, *banner, billboard*, dan masih banyak lagi macamnya. Keseluruhan media tersebut jika tidak dibuat dengan aturan – aturan dalam desain grafis akan menjadi sebuah karya yang kurang seimbang antara keindahan (seni) dan kegunaan.

Bidang cakupan Desain Komunikasi Visual sangatlah luas, diantaranya: *sales promotion*, *web design*, *animator, video editing*, dan lain- lain. Brosur merupakan salah satu media promosi yang paling efektif untuk memperkenalkan sebuah produk dari sebuah perusahaan.Dengan komposisi tampilan yang menarik dan sesuai kaidah desain, sebuah brosur akan berhasil menjual produk dari perusahaan.

Brosur memuat informasi atau penjelasan tentang suatu produk, layanan, fasilitas umum, profil perusahaan, sekolah, atau dimaksudkan sebagai sarana beriklan. Informasi dalam brosur ditulis dalam bahasa yang ringkas, dan dimaksudkan mudah dipahami dalam waktu singkat. Brosur juga didesain agar menarik perhatian, dan dicetak di atas kertas yang baik dalam usaha membangun citra yang baik terhadap layanan atau produk tersebut. Brosur bisa dibagi melalui surat atau juga surat elektronik atau dengan membagi-bagi dalam satu *event promosi* baik dalm ruang maupun diluar ruang.

Kebutuhan akan brosur pada PT.Fastrek Nata Persada sangatlah tinggi, dikarenakan makin bertambahnya jumlah member dengan klien perusahaan yang semakin bertambah, sehingga kebutuhan promosi menjadi hal yang sangat penting. Dikalangan masyarakat saat ini sudah banyak yang sadar akan pentingnya aspek keindahan serta fungsi dari sebuah media promosi dalam hal ini brosur.

Dalam hal ini praktikan berusaha menerapkan ilmunya dalam proses pembuatan brosur Fastraax sesuai dengan kaidah- kaidah desain yang benar. Sebelum memulai membuat tata letak brosur, praktikan memulai dengan dasar elemen desain yaitu : garis, bentuk, tekstur, ruang, ukuran, dan warna. Dengan tidak melupakan elemen desain tersebut, brosur diharapkan mampu berkomunikasi dengan baik serta memiliki nilai keindahan.

Tujuan dari penggunaan elemen desain tersebut antara lain :

1. Garis : membuat penekanan langsung ke mata pembaca
2. Bentuk : membuat blok teks yang lebih menarik dengan menetapkan teks ke dalam bentuk.
3. Tekstur : membuat rasa kekayaan dan mendalam.
4. Ruang : membuat hubungan antara unsur-unsur.
5. Ukuran : membuat semua elemen mudah untuk melihat.
6. Warna : sinyal di mana pembaca untuk melihat terlebih dahulu.

1.2 Waktu dan Tempat Pelaksanaan Kerja Praktek

Pengajuan surat permohonan pelaksanaan kerja praktek diajukan pada tanggal 15 April 2010, dan pelaksanaan kerja praktek itu sendiri dimulai pada :

Tanggal : 17 Mei 2010 – 3 Juni 2010

Tempat : PT.Fastrek Nata Persada

Alamat : Jl. Wastukencana No.5 G

BAB II
TINJAUAN UMUM PERUSAHAAAN

2.1 Pengertian Perusahaan

Perusahaan adalah tempat terjadinya kegiatan produksi dan berkumpulnya semua faktor produksi. Setiap perusahaan ada yang terdaftar di pemerintah dan ada pula yang tidak. Bagi perusahaan yang terdaftar di pemerintah, mereka mempunyai badan usaha untuk perusahaannya. Badan usaha ini adalah status dari perusahaan tersebut yang terdaftar di pemerintah secara resmi.

2.2 PT.Fastrek Nata Persada

Perseroan Terbatas (PT), dulu disebut juga *Naamloze Vennootschaap* (NV), adalah suatu persekutuan untuk menjalankan usaha yang memiliki modal terdiri dari saham-saham, yang pemiliknya memiliki bagian sebanyak saham yang dimilikinya. Karena modalnya terdiri dari saham-saham yang dapat diperjualbelikan, perubahan kepemilikan perusahaan dapat dilakukan tanpa perlu membubarkan perusahaan.

Perseroan terbatas merupakan badan usaha dan besarnya modal perseroan tercantum dalam anggaran dasar. Kekayaan perusahaan terpisah dari kekayaan pribadi pemilik perusahaan sehingga memiliki harta kekayaan sendiri. Setiap orang dapat memiliki lebih dari satu saham yang menjadi bukti pemilikan perusahaan. Pemilik saham mempunyai tanggung jawab yang terbatas, yaitu sebanyak saham yang dimiliki. Apabila hutang perusahaan melebihi kekayaan perusahaan, maka kelebihan utang tersebut tidak menjadi tanggung jawab para pemegang saham. Apabila perusahaan mendapat keuntungan maka keuntungan tersebut dibagikan sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan. Pemilik saham akan memperoleh bagian keuntungan yang disebut dividen yang besarnya tergantung pada besar-kecilnya keuntungan yang diperoleh perseroan terbatas.

2.3 Sejarah Perusahaan

PT. Fastrek Nata Persada didirikan oleh Dodo Derian dan Mala Komalasari pada tanggal 8 April 2003, tergugah dari mulai terjadinya kembali krisis di Indonesia, sehingga banyak perusahaan yang bangkrut dan ribuan orang harus kehilangan pekerjaannya sehingga angka pengangguran mulai meningkat lebih tinggi. PT. Fastrek Nata Persada ingin memberikan solusi tentang permasalahan tersebut melalui menggali potensi dari masing-masing orang/personal.

Sudah menjadi kodratnya bahwa manusia itu adalah makhluk sosial yang senang berkelompok, senang berkomunitas, senang berbagi. Potensi itulah yang ingin PT. Fastrek Nata Persada pergunakan untuk menciptakan peluang-peluang yang bermanfaat untuk masing-masing membernya.

2.4 Profil Perusahaan

Saat ini teknologi sudah membuat mudah semua hal yang berkaitan dengan kodrat manusia tersebut, seperti maraknya situs-situs pribadi/blog, komunitas, portal, bisnis, maupun situs-situs lainnya. PT. Fastrek Nata Persada adalah jalan untuk membuktikan bahwa setiap orang memiliki potensi yang luar biasa.

Dengan gabungan antara jaringan yang kuat berbasis teknologi PT. Fastrek Nata Persada mengajak setiap orang untuk bergabung di *High Way To Success*, melalui jalur cepat PT. Fastrek Nata Persada.

- FALSAFAH

1. Kekeluargaan, kebersamaan, kerja keras, kerja cerdas.
2. Memberikan sumbangsih kepada masyarakat dan Negara
3. Mengutamakan para pengguna. Semua rencana dan kebijakan adalah demi kebaikan semua pihak.

4. Mempererat hubungan dikalangan pengusaha, konsumen, usahawan, mahasiswa/pelajar adalah asas dalam menjalankan usaha jangka panjang.
5. Kesuksesan melalui semangat persatuan.
6. Strategi “bisnis bersama”.

- V I S I

Menjadi perusahaan terbesar yang berbasis *online* yang transparan, kuat, profesional, inovatif, serta mensejahterakan semua pihak yang terlibat di dalamnya.

- M I S I

Sebagai bagian dari rencana pengembangan PT. Fastrek Nata Persada yang berkelanjutan, maka kami menetapkan beberapa visi utama sebagai berikut:

1. Komunitas bisnis *online* terbesar,
2. Komunitas pengusaha sukses yang menularkan semangat entrepreneur kepada yang lainnya,
3. Mengutamakan para pengguna. Semua rencana dan kebijakan adalah demi kebaikan semua pihak.
4. Kampus kehidupan yang mencetak lulusannya berilmu untuk hidup yang lebih baik dan bermanfaat untuk orang banyak.

- M O T O

- LOCAL ACT

Menggunakan potensi kita sendiri, produk kita sendiri, peralatan kita sendiri yang bisa maksimal kita pergunakan.

- THINK FAST

Berpikir cepat dalam menghadapi perubahan kondisi, dan memantau peluang-peluang yang ada untuk mencapai tujuan.

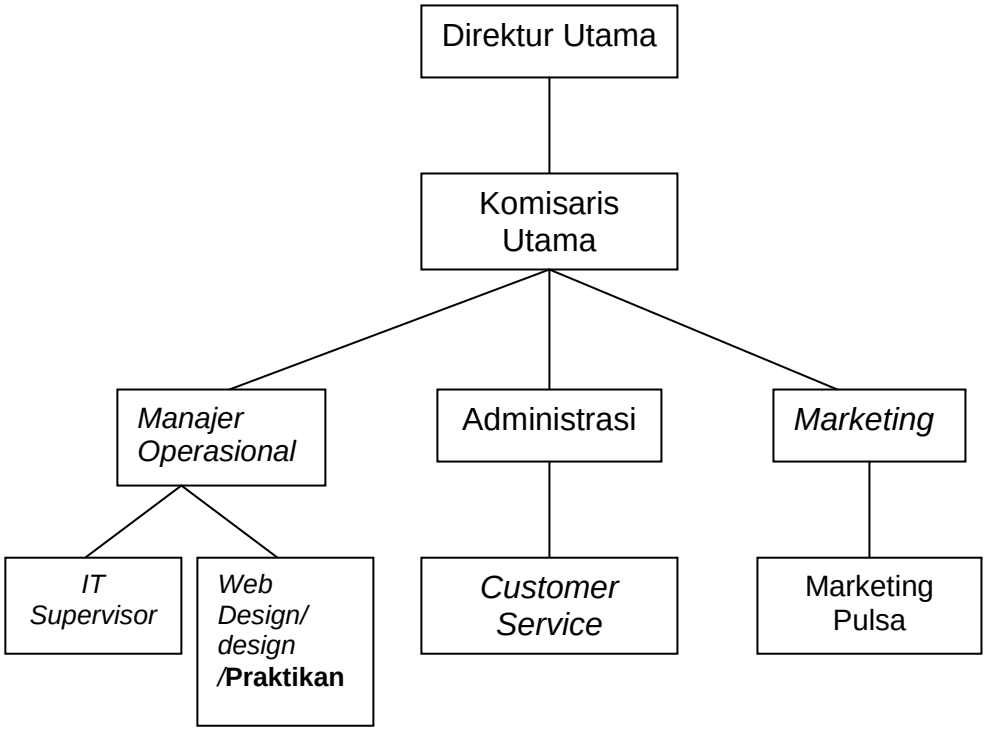
- *MAKE MONEY*

Apabila kedua hal yang diatas sudah diterapkan keuntungan materi Insya Allah pasti akan mengikuti.

Gabungan dari segala *poin- poin* tersebut diharapkan mampu menjadi pemacu kerja para karyawan serta para *member* untuk meningkatkan *produktivitas* kerjanya sehingga PT. Fastrek Nata Persada menjadi perusahaan yang maju dan kuat.

2.5 Struktur Organisasi Umum PT.Fastrek Nata Persada

Tabel II.1



BAB III
LAPORAN KERJA PRAKTEK

3.1 Peranan Praktikan Dalam Perusahaan

Dalam melaksanakan kerja praktek di PT Fastrek Nata Persada, praktikan ditempatkan pada bagian Promosi, yang memiliki tugas untuk membuat desain yang akan digunakan sebagai media promosi, seperti brosur, *banner/ x banner*, poster.

Praktikan diberikan kebebasan dalam penentuan konsep desain, namun harus tetap memberikan kesan serta tetap mewakili identitas dari perusahaan yang menjadi tempat praktikan melaksanakan kerja praktek. Elemen – elemen desain juga tidak dilupakan oleh praktikan sebagai sebuah pedoman wajib dalam mendesain.

3.2 Pekerjaan Praktikan Selama Kerja Praktek

Praktikan ditempatkan di bagian promosi, yang bertugas membuat desain- desain brosur, *banner*, poster. Dalam pembahasan ini dikhususkan pada desain brosur.

Brosur adalah terbitan tidak berkala yang dapat terdiri dari satu hingga sejumlah kecil halaman, tidak terkait dengan terbitan lain, dan selesai dalam sekali terbit. Halamannya sering dijadikan satu (antara lain dengan *stapler*, benang, atau kawat), biasanya memiliki sampul, tapi tidak menggunakan jilid keras.

Praktikan ditugaskan membuat brosur Fastraax yang merupakan salah satu anak usaha dari PT.Fastrek Nata Persada. Brosur harus mencerminkan visi dan misi perusahaan serta memiliki nuansa teknologi khususnya internet.

3.3 Metode Kerja Praktikan

Praktikan menggunakan beberapa metode dalam pembuatan karya desainnya. Metode tersebut yaitu :

a. Metode Observasi

Metode observasi atau pengamatan merupakan salah satu teknik pengumpulan data dengan pengamatan secara langsung suatu kegiatan yang sedang dilakukan. Pengumpulan data yang praktikan lakukan dengan cara mengamati dan mempelajari proses kerja dan perkembangan yang terjadi di perusahaan. Praktikan juga menggunakan media- media promosi yang pernah dibuat oleh perusahaan sebagai bahan referensi dan perbandingan.

a. Metode Wawancara

Metode wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data secara langsung dengan cara melakukan tanya jawab dengan pihak yang terkait dalam pelaksanaan kerja praktek dengan tujuan mendapatkan data yang dibutuhkan berdasarkan landasan teori yang benar. Praktikan mengajukan pertanyaan kepada beberapa karyawan dan pejabat yang bersangkutan untuk mengumpulkan data yang faktual.

3.4 Perancangan

Pada tahap perancangan, praktikan terlebih dahulu diberikan pengarahan oleh pembimbing dari perusahaan mengenai apa yang harus ditampilkan dalam desain agar kesan yang ingin ditampilkan dan pesan yang ingin disampaikan dapat diterima dengan baik oleh klien perusahaan.

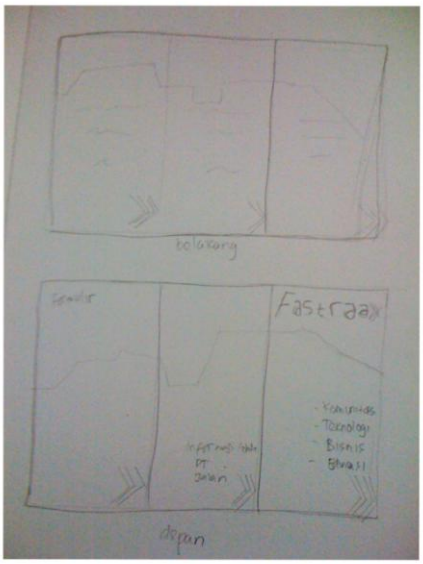
3.4.1 Konsep Perancangan

Dalam pelaksanaan kerja praktek, praktikan memilih tema kepercayaan dan teknologi. Pemilihan tema tersebut dikarenakan disesuaikan dengan PT. Fastrek Nata Persada yang bergerak di bidang teknologi (konsultan IT) yang tentu harus menjaga kepercayaan yang diberikan klien- kliennya.

Konsep desain dari brosur Fastraax ini yaitu dengan menggunakan warna yang berhubungan dengan kepercayaan serta teknologi, warna biru dipilih dikarenakan melambangkan intelektualitas, kepercayaan, ketenangan, keadilan, pengabdian, seorang pemikir, konsistensi, dan teknologi.

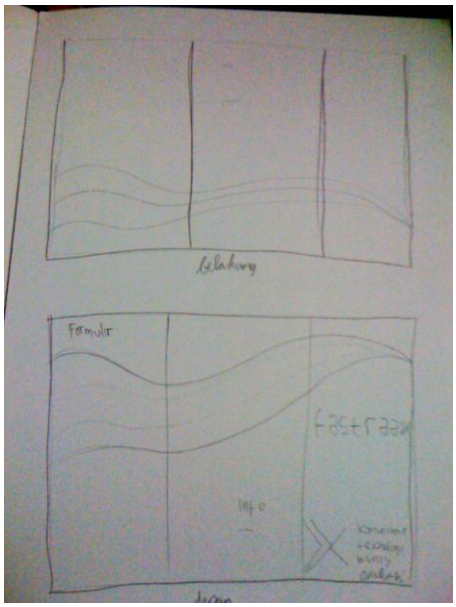
3.4.2 Teknis Perancangan

Perancangan desain dibagi menjadi tiga bagian yaitu tahap sketsa, pembuatan alternatif desain dan tahap desain akhir. Tahap awal yaitu pembuatan sketsa dan alternatif desain seperti tampak pada gambar



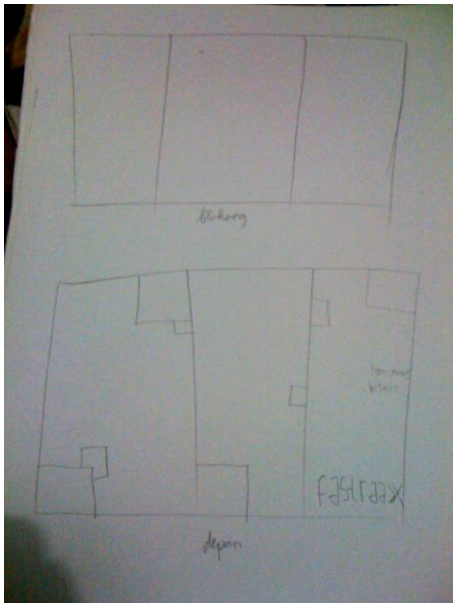
Gbr iii.1 Sketsa

Sketsa pertama memiliki konsep dasar kepercayaan dan teknologi, ditambah dengan elemen garis lurus serta miring ke atas, yang memiliki arti bahwa perusahaan terus bergerak maju dan naik ke puncak kesuksesan yang tertinggi, serta memiliki makna untuk memotivasi para karyawan serta *member* untuk terus bergerak demi kemajuan bersama. Gerakan positif tersebut diharapkan mampu mengalir kedalam semangat kerja seluruh elemen perusahaan.



Gbr iii.2 Sketsa

Sketsa ke dua masih dengan konsep dasar kepercayaan dan teknologi, ditambah garis melengkung sebagai tanda bahwa perusahaan tetap *fleksibel* mengikuti perkembangan zaman khususnya teknologi terkini. Serta memiliki maksud untuk menarik minat anak muda untuk bergabung bersama Fastraax.



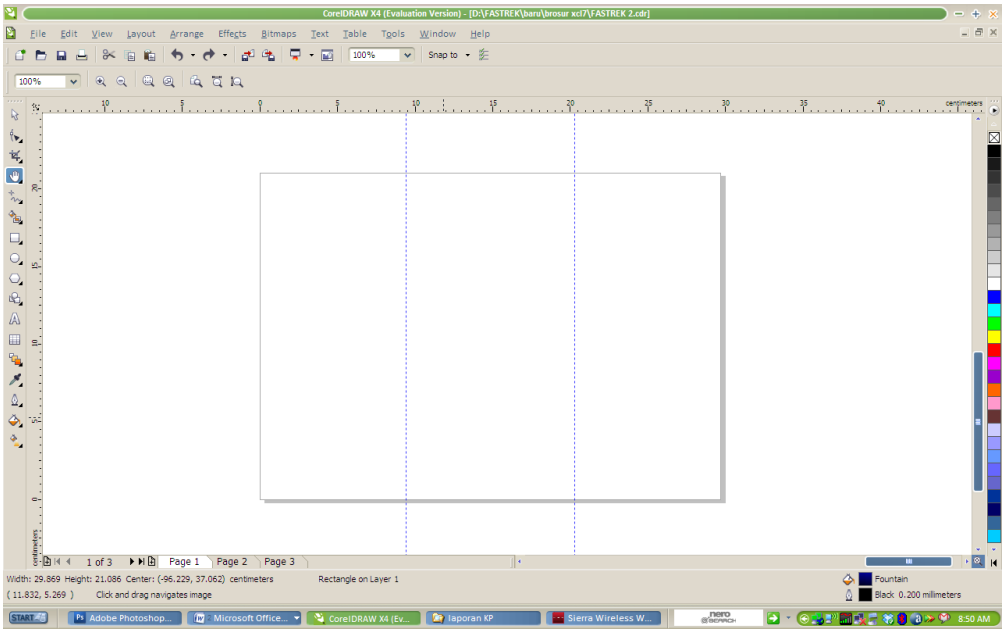
Gbr iii.3 Sketsa

Sketsa ke tiga terdapat penambahan kotak- kotak, yang memiliki tujuan seperti sketsa nomor dua yaitu menarik para anak muda untuk bergabung bersama Fastraax.

3.4.3 Proses Pembuatan Desain Secara *Digital*

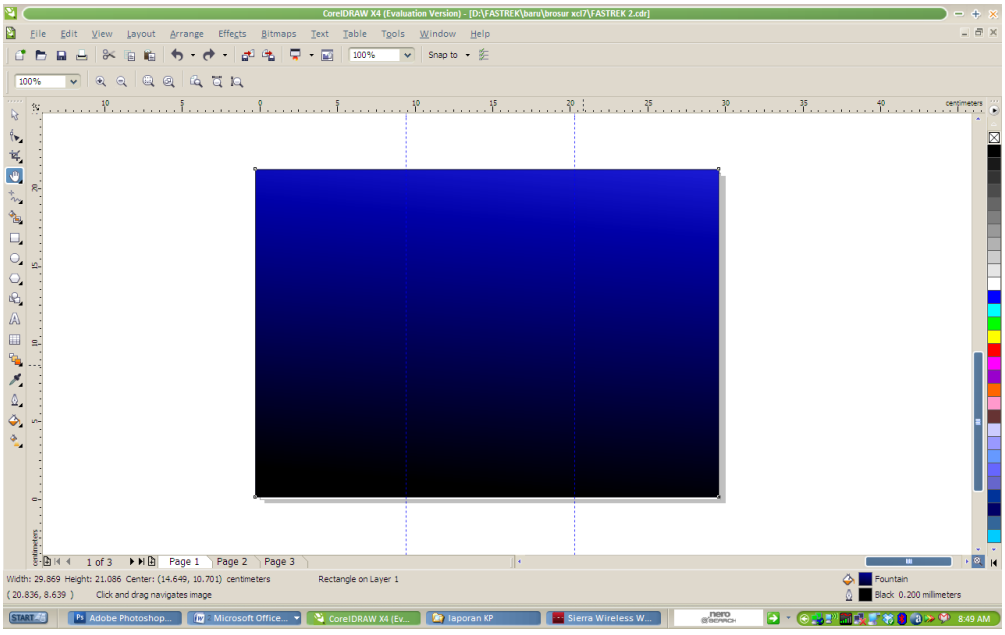
Setelah melalui beberapa tahap, akhirnya desain pada sketsa nomor 1 terpilih dan segera dikerjakan secara *digital*.

- Praktikan menggunakan software Corel Draw X4 dan Adobe Photoshop CS3.
- Corel Draw X4 digunakan untuk mengolah dan membuat gambar vector. Dari tahap awal sampai akhir praktikan menggunakan *software* tersebut



Gbr iii.4

Buat dokumen baru



Gbr iii.5

Pemilihan warna pada background

C= 94 M=35 Y=17 K=21

C= 78 M=78 Y=19 K=33

C= 76 M=76 Y=14 K=29

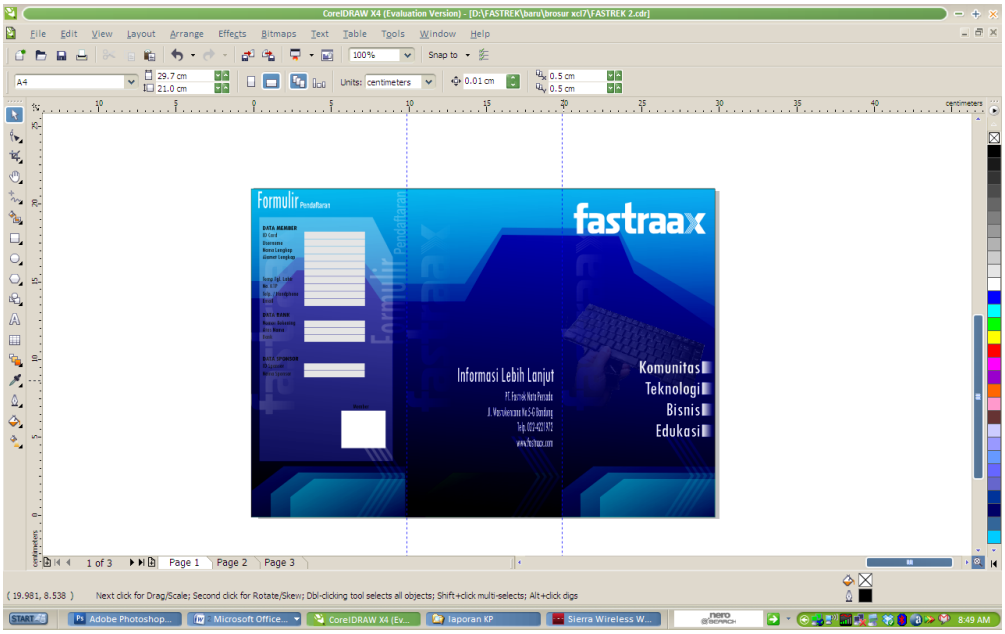
C= 76 M=68 Y=2 K=5

C= 69 M=69 Y=9 K=18

C= 83 M=83 Y=39 K=49

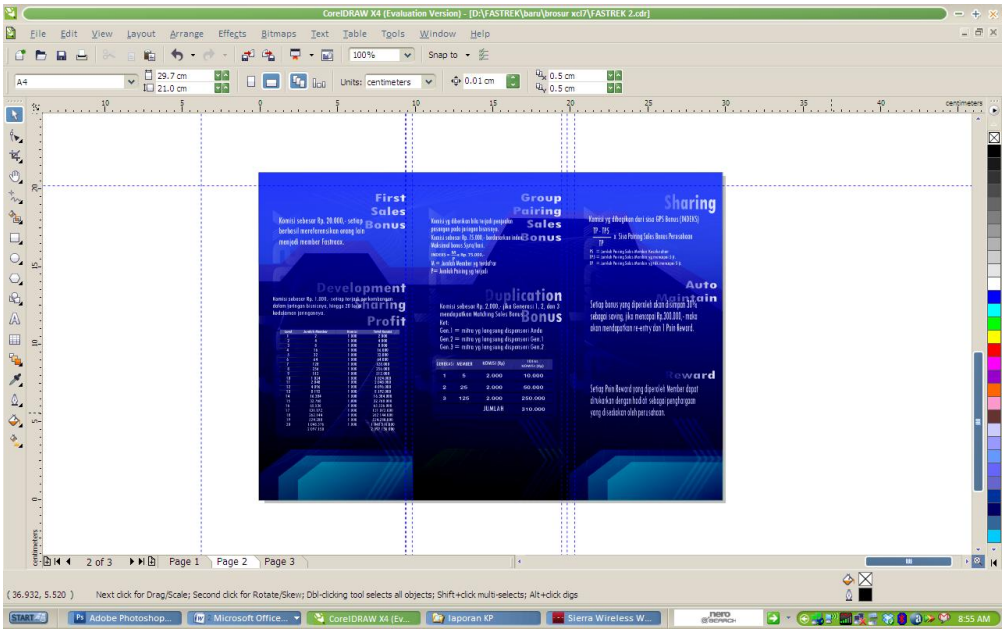
Gbr iii.6

Penggunaan *CMYK*



Gbr iii.7

Proses memasukkan informasi dan gambar- gambar



Gbr iii.8

Brosur yang telah selesai



Gbr iii.9

Halaman Depan



Gbr iii.9

Halaman Belakang

3.4.4 **Makna Desain**

Sesuai dengan elemen desain, brosur memiliki elemen desain berupa :

- Garis : terhubung membentuk sebuah ruang dan bentuk pada sisi bawah desain sebagai salah satu daya tarik bagi mata pembaca sehingga tidak hanya disuguhi oleh tulisan- tulisan saja.
- Tekstur : membuat rasa kekayaan dan mendalam dalam tampilan brosur
- Ukuran : terutama bentuk huruf yang dibedakan dengan ukuran poinnya sebagai penuntun pembaca yang mana terlebih dahlu dapat dibaca
- Warna memberi kesan serta agar pembaca tidak bosan serta menjadi penuntun pembaca untuk melihat terlebih dahulu.

BAB IV
KESIMPULAN

Berdasarkan pengamatan dan pembahasan pada bab – bab sebelumnya serta beberapa data yang didapatkan, maka praktikan dapat menarik kesimpulan, sebagai berikut :

- Pentingnya sebuah media promosi bagi sebuah anak perusahaan yang baru terbentuk dalam hal ini berupa brosur, sebagai media pengenalan visi dan misi usaha.
- Diberikannya kebebasan dalam menuangkan ide praktikan dalam aplikasi desain brosur tetapi tetap harus dalam ruang lingkup identitas perusahaan.
- Suasana kerja yang mendukung praktikan sehingga dalam pelaksanaannya praktikan mampu melakukannya tanpa beban .
- Fasilitas yang cukup memadai seperti jaringan internet sehingga memudahkan praktikan melaksanakan tugasnya.
- Bimbingan yang baik dari para karyawan atasan sehingga seperti tanpa ada jarak.
- Sistem pemasaran produk yang sudah mencakup daerah-daerah dan berbagai kalangan.

Daftar Pustaka

Pengertian Perusahaan. Diakses pada 25 Juni 2010.
W.W.W : Wikipedia.org

Brosur. Diakses pada 25 Juni 2010.
W.W.W : Wikipedia.org