BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di saat sekarang ini, pekerjaan sebagai seorang desainer, terlebih desain komunikasi visual sangat diminati oleh hampir semua orang di Indonesia. Hal itu disebabkan karena cakupan pekerjaan di bidang desain komunikasi visual itu sendiri cukup luas.

Dengan mengambil kuliah di jurusan desain, terutama desain komunikasi visual, tidak berarti pula kita harus bekerja hanya di bidang tertentu, seperti misalnya *advertising* atau periklanan saja, tetapi kita sebagai desainer komunikasi visual dibutuhkan di berbagai bidang dan macam pekerjaan.

Dengan bekal kemampuan yang kita miliki sebagai seorang desainer, kita bisa merambah usaha dan bekerja ke berbagai bidang usaha. Seperti halnya bidang tekstil ataupun garment yang sekarang ini banyak sekali di Bandung. Selain itu, kita bisa berwira usaha, tentunya yang berkaitan dengan ilmu yang kita miliki.

Di bidang tekstil, seorang desainer sangat dibutuhkan, terlebih desain fashion ataupun desain produksi. Dan kita sebagai desainer komunikasi visual bisa berperan dalam bidang tekstil, misalnya dengan memvisualisasikan produk tekstil tersebut untuk di komunikasikan atau diperkenalkan ke khalayak ramai.

Begitu juga dengan bidang garment, bedanya dengan tekstil, yaitu tekstil memproduksi kain sedang garment memproduksi pakaian jadi. Dalam hal ini, keduanya membutuhkan jasa seorang desainer komunikasi visual untuk dapat memvisualisasikan produknya agar dapat dikenal di pasaran.

Multi Garmentama adalah salah satu perusahaan garment yang tentunya membutuhkan tenaga dan jasa seorang desain komunikasi visual. Karena

perusahaan ini telah memproduksi beberapa jenis brand, yang tentunya harus diperkenalkan kepada masyarakat.

Mendengar kata "garment", kebanyakan orang merasa heran atau bahkan sanksi seorang desainer komunikasi visual bisa bekerja di sana. Orang berpikir kalau bekerja di sana hanya bisa menjadi seorang tukang pola (*pattern*). Atau paling tidak yang bekerja di sana hanya seorang desainer fashion saja. Tetapi pada kenyataannya, perusahaan garment adalah perusahaan yang memproduksi berbagai jenis produk yang tentunya sangat membutuhkan seorang desainer komuniksai visual untuk memperkenalkan produknya ke pasaran dengan membuat visualisasi yang merupakan karakter dari produk tersebut. Juga membuat visualisasi yang menarik untuk toko, showroom dan counter sebagai tempat untuk penjualan. Tentunya selain menarik, kita sebagai desainer komunikasi visual harus merancang tampilan toko tersebut sesuai karakter produk yang ingin ditawarkan agar konsumen tertarik untuk membeli produk tersebut.

1.2 Maksud dan Tujuan

Maksud di lakukannya kerja praktek ini yaitu menerapkan disiplin ilmu yang kita peroleh di dunia kerja dan mempraktekan ilmu tersebut semaksimal mungkin dalam mengerjakan hal-hal yang berkaitan dengan dunia desain, khususnya desain komunikasi visual. Selain itu, kerja praktek juga mempunyai tujuan, diantaranya :

a. agar kita mendapat gambaran cara kerja seorang desainer, khususnya desainer komunikasi visual di lapagan,
b. agar kita sebagai mahasiswa mengetahui perbedaan yang bisa terjadi antara teori di kelas dengan kenyataan di lapangan, sehingga dapat mengatasi masalah tersebut dengan baik,
c. agar kita merasakan disiplin kerja dalam mengerjakan tugas yang kita hadapi,
d. agar kita mendapatkan ilmu lebih, terutama jika kita menerapkan ilmu desain komunikasi visual di bidang lain, seperti bidang garment.

1.3 Proses Dalam Kerja Praktek

Dalam melakukan kerja praktek ini, kita sebagai mahasiswa harus melakukan beberapa proses, diantaranya :

1.3.1 Proses Pendaftaran Kerja Praktek

Diawali dengan kita mencari perusahaan-perusahaan atau instansi-instansi yang membutuhkan tenaga seorang desainer, terutama desainer komunikasi visual. Praktikan mencari informasi di buku telephone, setelah itu menanyakan langsung apa perusahaan tersebut menerima mahasiswa untuk melakukan kerja praktek. Setelah praktikan tahu bahwa perusahaan tersebut menerima mahasiswa untuk kerja praktek, penulis memberitahu koordinator kerja praktek bahwa penulis sudah mendapatkan perusahaan yang menerimanya untuk melakukan kerja praktek. Setelah itu, praktikan meminta surat dari universitas untuk di berikan kepada perusahaan, yang merekomendasikan salah satu mahasiwanya akan melakukan kerja praktek selama 2 bulan di perusahaannya.

1.3.2 Proses Pengajuan Kerja Praktek

Setelah surat rekomendasi dari universitas diperoleh, praktikan datang ke perusahaan yang dimaksud dan menyerahkan surat tersebut ke bagian personalia. Setelah surat di terima oleh perusahaan dan ditempatkan di posisi yang sesuai dengan ilmu yang dimiliki, yaitu di *Event Promotion and Visual Merchandise Dept.*, kemudian praktikan mengadakan wawancara dengan bagian HRD dari perusahaan itu. Dalam wawancara tersebut, praktikan ditanya tentang system kerja praktek, misalnya apakah kerja prakteknya hanya sekedar melihat saja, mengajukan quesioner atau ikut serta dalam setiap pekerjaan. Juga di tanya jangka waktu kerja praktek. Untuk mendapat pengalaman yang lebih, praktikan memilih untuk di ikut sertakan dalam setiap pekerjaan. Kemudian praktikan diberi surat yang menyatakan bahwa praktikan diterima kerja praktek di perusahaan tersebut.

1.3.3 Proses Awal Kerja Praktek

Berhubung waktu kerja praktek bersamaan dengan waktu kuliah, praktikan mengambil waktu-waktu libur kuliah, yaitu hari kamis (08.00 WIB-15.30 WIB) dan hari jum'at (08.00 WIB-16.00 WIB). Awal kerja praktek, praktikan diperkenalkan kepada semua staf di perusahaan, khususnya bagian visual. Setelah itu, praktikan diberikan pengarahan oleh manager visual tentang cara kerja dan apa yang dilakukan di bagian *Event Promotion and Visual Merchandise.*

1.3.4 Proses Dalam Kerja Praktek

Selama kerja praktek berlangsung, praktikan melakukan pekerjaan yang tentunya berkaitan dengan visualisasi, seperti membuat POP (*Point of Purchase*), Flyer, Famflet, dan lain sebagainya. Di tengah waktu kerja praktek, perusahaan memberi kebijaksanaan dengan memberikan izin untuk tidak bekerja selama praktikan ujian akhir semester, untuk kemudian melanjutkannya kembali setelah ujian selesai. Suatu kebetulan yang dirasa sangat menguntungkan pada saat melakukan kerja praktek, perusahaan tersebut mengadakan event (perayaan) ulang tahun salah satu brand yang di produksi oleh perusahaan tersebut, yaitu M.GEE. Event tersebut berlangsung di enam kota, dan praktikan diikut sertakan untuk terjun langsung ke lapangan. Di tengah padatnya kesibukan, praktikan menyempatkan diri untuk menanyakan hal-hal baru atau terdengar asing yang terdapat di dunia kerja.

1.3.5 Proses Akhir Kerja Praktek

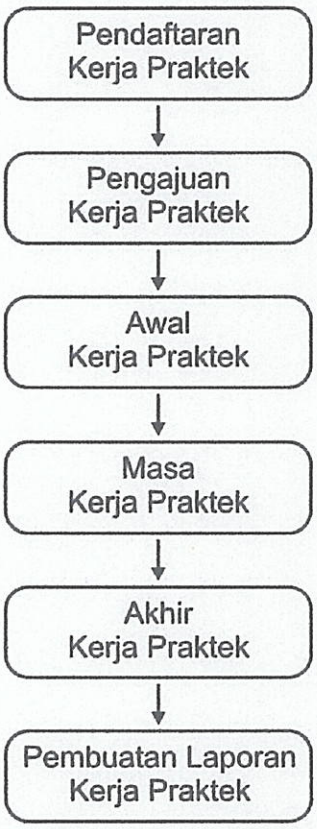
Pada akhir kerja praktek, praktikan menambah waktu kerja menjadi seminggu 4 kali, yaitu hari selasa, rabu, kamis (08.00 WIB-15.30 WIB) dan hari sabtu (08.00 WIB-12.30 WIB). Selain itu, menjelang akhir kerja praktek, praktikan berusaha mengumpulkan data selama kerja praktek untuk pembuatan laporan kerja praktek ke kampus. Dan praktikan diberi surat oleh perusahaan yang menyatakan bahwa praktikan sudah selesai kerja praktek.

1.3.6 Proses Pembuatan Laporan Kerja Praktek

Setelah data-data selama kerja praktek diperoleh, praktikan mulai membuat susunan laporan kerja praktek. Data-data tersebut berupa profil perusahaan, sejarah singkat tentang perusahaan, struktur organisasi perusahaan, absensi kehadiran dan penilaian dari pejabat perusahaan. Selain itu, data tentang kegiatan yang dilakukan praktikan selama melakukan kerja praktek di perusahaan tersebut.

Data tersebut di ketik sesuai ketentuan pembuatan laporan kerja praktek dari universitas. Kemudian melakukan asistensi pada dosen pembimbing, jika ada yang perlu diperbaiki, maka laporan tersebut harus diperbaiki. Setelah laporan yang dibuat itu benar, laporan tersebut kemudian disahkan oleh pihak perusahaan, dosen pembimbing, koordinator kerja praktek dan ketua jurusan dari universitas.

1.3.7 Skema Proses Kerja Praktek



Tabel 1. Skema Proses Kerja Praktek

1.4 Sistematika Pembahasan

BAB I PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang, maksud dan tujuan kerja praktek juga proses selama melakukan kerja praktek di salah satu perusahaan.

BAB II TINJAUAN PERUSAHAAN

Yaitu tentang tinjauan secara umum tentang perusahaan ataupun tentang department dimana praktikan bekerja. Disini kita menjelaskan tentang perusahaan, yaitu PT. Multi Garmentama dan tentang Event Promotion and Visual Merchandise secara khusus.

BAB III TINJAUAN PERUSAHAAN

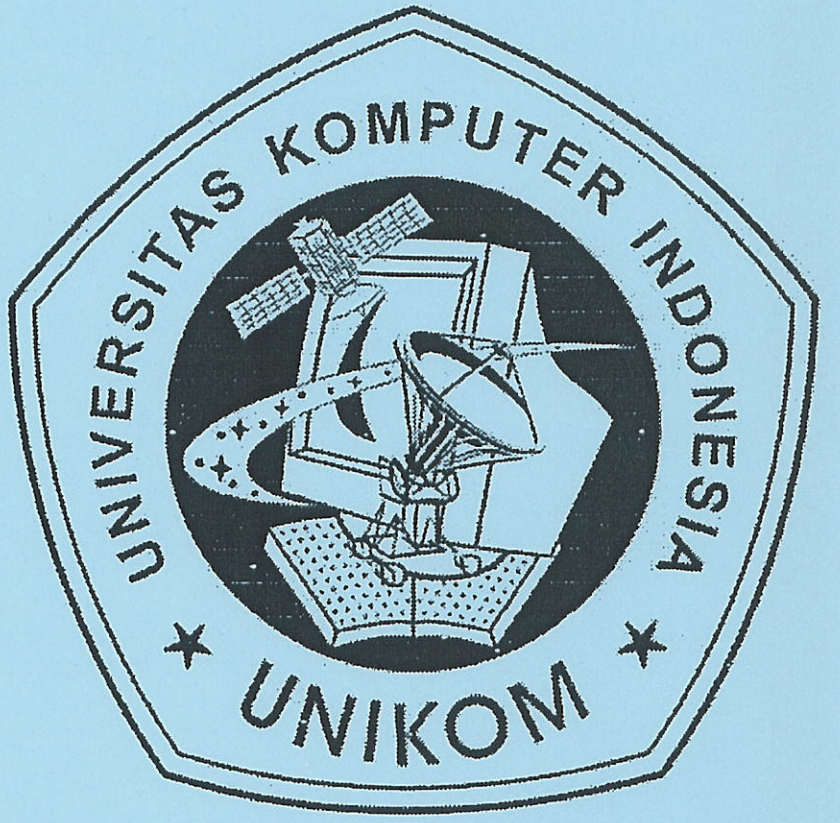
Lain halnya dengan bab II, tinjauan disini lebih ke arah perusahaannya, seperti profil perusahaan, sejarah perusahaan juga struktur organisasi perusahaan tempat praktikan melakukan kerja praktek.

BAB IV LAPORAN KERJA PRAKTEK

Berisi tentang semua kegiatan atau pekerjaan praktikan selama melakukan kerja praktek di perusahaan, diantaranya peranan praktikan dalam perancangan proyek, dan lain sebagainya.

BAB V PENUTUP

Berisi tentang semua kesimpulan yang di peroleh tentang pengalaman melakukan kerja praktek. Juga menjelaskan manfaat yang diproleh selama melakukan kerja praktek.


UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA
UNIKOM