BAB II
TINJAUAN UMUM KONSULTAN DESAIN

II.1 Pengertian Konsultan Desain

Konsultan desain adalah suatu perusahaan yang bergerak dibidang jasa pelayanan konsultasi yang sasarannya adalah konsumen untuk memberikan suatu solusi yang terbaik tentang pilihan sebuah desain misalnya tentang sebuah promosi.

Tugasnya adalah melaksanakan jawaban atas pertanyaan – pertanyaan berikut :

1. What (positioning) : apa yang ditawarkan dai produk yang akan di iklankan, atau ingin dijual sebagai apa.
2. Who (segmen konsumen) : siapa yang cocok dijadikan sasaran pasar dilihat dari factor demografis dan psikologis.
3. How (kreativitas) : bagaimana membujuk calon pembeli agar tertarik, menyukai dan loyal.
4. Where (media dan kegiatan) : dimana saja daerah pasar yang peru digarap serta media dan kegiatan apa yang cocok di tempat tersebut.
5. When (penjadwalan) : kapan kegiatan dilaksanakan dan perlu berapa lama untuk melaksanaknnya.
6. How Much (anggaran) : seberapa jauh intensitas sebuah promosi atau berapa banyak dana yang tesedia.

Seiring dengan perkembangan jaman, jasa yang dilakukan sangatlah penting dan tidak bisa terlepas dari promosi. Suatu perusahaan apapun bidang usaha yang dijalani, pasti memerlukan jasa untuk mempromosikan hasil dari produksinya.

II.2. Bentuk Perusahaan

Suatu perusahaan berdasarkan bentuknya terbagi menjadi beberapa jenis, hal inipun berlaku pada perusahaan periklanan pada umumnya.
Beberapa bentuk perusahaan pada umumnya yaitu :

II.2.1. Perusahaan perorangan

Adalah suatu bentuk badan usaha yang dimiliki, dikelola dan dipimpin oleh seseorang yang bertanggung jawab penuh terhadap resiko dan kegiatan perusahaan. Contoh perusahaan perseorangan adalah penginapan, pembelian cengkeh, pabrik penggilingan padi, dan sebagainya.

II.2.2. Firma (Fa)

Firma adalah suatu persekutuan antara dua orang atau lebih yang menjalankan perusahaan dengan satu nama dengan tujuan untuk membagi hasil yang diperoleh dari persekutuan itu.

II.2.3. Persekutuan Komanditer (CV)

Persekutuan Komanditer atau CV adalah suatu persekutuan yang terdiri atas beberapa orang yang berusaha dan beberapa orang hanya menyerahkan modal saja. Persekutuan ini merupakan campuran antara persekutuan perseorangan dan persekutuan modal.

II.2.4. Perseroan terbatas (PT)

Perseroan Terbatas adalah suatu perseroan antara dua orang atau lebih dengan modal yang diperoleh dari pengeluaran saham. Persero atau pemilik PT, bertanggungjawab terbatas hanya sebesar modal yang diserahkan. Saham adalah tanda pernyataan modal pada PT.

II.3. Wewenang, Peranan, dan tanggung jawab sebuah konsultan desain

a. Mangkaji unsure-unsur desain dalam proses pembuatan suatu iklan
b. Memberikan usulan dan pertimbangan kepada klien secara umum dan khusus untuk menemukan solusi dalam desain.
c. Memajukan dunia periklanan secara desain dengan menghasilkan desai-desain yang baik serta menarik.
d. Manghasilkan desain yang selalu mempertimbangkan unsure nilai originslitas dan kreativitas penyampaian ide.
e. Melakukan persaingan usaha yang sehat.

II.4. Sistematika Proyek.

Sistematika proyek dalam pembahasannya berisi tentang arti proyek sendiri dan proses bagaimana suatu proyek diselesaikan.

Sistematika proyek dibagi menjadi dua bagian, yaitu :

II.4.1. Definisi Proyek

Proyek berasal dari kata project yang berarti rencana atau pelaksanaan suatu program / gagasan atau ide pekerjaan. Seorang ahli mengatakan : proyek adalah suatu kegiatan investasio yang mengubah sumber-sumber modal untuk menciptakan asset yang diharapan dapat memberikan keuntungan.

Dalam dunia periklanan khususnya, istilah proyek tidak mempunyai perbedaan definisi yang jauh dengan definisi yang sebenarnya. Saat membuat iklan order atau kerjaan yang harus digarap sedemikian rupa sehingga bisa memberikan keuntungan bagi kedua belah pihak; yaitu klien sebagai pemberi proyek dan desainner dalam hal ini perusahaan periklanan sebagai penanggung jawab proyek.

II.4.2. Beberapa Cara Mendapatkan Proyek.

Perusahaan menggerakan bagian marketinguntuk memperkenalkan dan menawarkan jasa atau sesuatu lainnya pada beberapa perusahaan agar bisa mendapat proyek yang diperlukan. Perusahaan mendapatkan proyek lewat telepon, Fax, ataupun e-mail dari klien yang kemudian di *'follow up'* oleh marketing. Perusahaan juga bisa mengiklankan dirinya lewat beberapa media,misalnya melalui Company profile, brosur, Kalender, pernak-pernik, dll.

Yang terpenting dalam mendapatkan proyek adalah mencari kepuasan dari klien yang nantinya secara lambat laun akan menjadi pelanggan.