BAB III
TINJAUAN PERUSAHAAN WINDESIGN

III.1. Profil Perusahaan Windesign

Windesign didirikan Februari tahun 2003 di Bandung, terdaftar 13 April 2004 dengan nama CV. Windesign No.TDP.101135212063, NPWP No. 02. 203. 795. 6-429. 000 SIUP. No. 510/1-0826-disindag/2004 dengan bidang usaha IKLAN / ADVERTISING. Walau masih dibilang nama baru di industri desain di kota Bandung. Windesign merupakan persatuan para pelaku industri design dengan pengalaman lebih dari 10 tahun di bidangnya.

Ide berdirinya Windesign atas dasar keinginan para pelaku sebagai praktisi design di Indonesia untuk mencoba mengembnagkan suatu wadah professional yang dapat mengembangkan gagasan-gagasan segar dalam lingkup industri design / creative.

Brand Consultant adalah *core business* yang kami pilih, karena bidang ini mempunyai peluang yang sangat luas dengan berbasic strategi, yaitu strategi marketing, strategi komunikasi, dan strategi visual.

In-store retail adalah salah satu bagian yang paling besar kami tangani sampai saat ini.

Brand

Brand merupakan sesuatu yang berwujud imajiner, karena berwujud kasat mata. Brand timbul di dalam benak / pikiran manusia. Masyarakat Indonesia masih merasa baru terhadap istilah *Brand*, tetapi masyrakat kita sebenarnya sudah mengenalnya sejak lama tetapi dengan sebutan Merk (nama dagang). Brand sangat terkait dengan asosiasi pikiran manusia, karena Brand merupakan representasi dari sesuatu yang diterjemahkan oleh pikiran manusia, ke dalam berbagai makna. Karena berhubungan dengan pikiran (*mind*) manusia, maka untuk mewujudkan sebuah Brand, diperlukan suatu konsep yang integral dan berkelanjutan yang bertujuan untuk menyerang, melumpuhkan dan menanamkan stimuli baru di dalam *mind* manusia, di dalam konsep tersebut

terdiri dari kumpulan strategi – strategi kreatif dan taktik yang jitu yang disadap dari berbagai bidang ilmu meliputi; bidang komunikasi , marketing, psikologi, social, dan visual.

Dikarenakan Brand selalu berkaitan dengan suatu produk, Brand atau merk sangatlah lekat dengan istilah komersial, sehingga kehadirannya tidak lepas dari persaingan untuk saling berlomba agar dapat terekam di dalam benak manusia. Brand yang baik tidak hanya dapat tumbuh di dalam benak saja, tetapi dapat membentuk kultur dan sikap dari manusianya yang akhirnya menumbuhkan loyalitas terhadap suatu produk, maka Brand harus dapat menanamkan sikap yang membawa seseorang untuk memutuskan membeli suatu produk dan terus-menerus menggunakannya, dan membuat seseorang memiliki loyalitas terhadap Brand itu sendiri.

Brand Consultant

Untuk membuat benak manusia untuk selalu tetap loyal kepada suatu Brand tidaklah mudah, karena setiap waktu benak manusia terus-menerus dipengaruhi oleh berbagai Brand lain yang setiap detik tumbuh dan terus berbenah diri menjadi lebih baik dan menawarkan berbagai kelebihan barunya. Untuk dapat bersaing diperlukan strategi yang jitu, dan hal yang paling sulit adalah mempertahankan kehadiran Brand didalam benak manusianya. Persaingan ketat untuk sebuah *brand* agar dapat tertanam didalam benak manusia sangatlah keras, tak jarang Brand yang tidak jelas atau lemah keberadaannya akan sangat mudah menghilang dan lenyap didalam kerasnya persaingan industri, terutama industri *consumer good*. Untuk dapat mempertahankan *Brand* yang ada selama ini memerlukan perawatan yang berkelanjutan dan terus menerus agar tetap eksis dan tidak mudah dikalahkan oleh pesaing-pesaingnya. Untuk merawat *brand* atau *merk* oleh produsen bukan hal yang mudah, karena keterbatasan sumber daya manusia dan waktu yang tersedia. Untuk itu diperlukan sebuah tim pembantu diluar produsen yang menanganinya. Dewasa ini banyak sekali tim-tim yang menawarkan *service* atau keahlian untuk menangani *merk*, atau yang disebut dengan *Brand Consultant*, kehadiran mereka memudahkan produsen untuk menangani *brand* atau *mereknya*. *Brand Consultant* selain terus memantau keberadaan *merk* produsen, juga akan selalu mengantisipasi

perkembangan *brand* atau *merk* pesaingnya yang terus menggempur pangsa pasar dari brand atau merk produsen yang mereka tangani.

Dikenal istilah *Advertising* juga *Design Consultant*, dalam *Advertising* yang adalah kumpulan orang kreatif yang membuat suatu kampanye atau promosi sebuah produk agar dapat dikenal oleh khalayak. Dikenal pula *Design Consultant* sebagai suatu kumpulan orang super kreatif yang dapat mewujudkan visual-visual yang luar biasa, berupa *Company Identity, Company Profile, POP, POS, Indoor atau Outdoor Promotional Tools*, sampai dengan *Multimedia*. Semua wadah tersebut baik *Advertising* maupun *Design Consultant* adalah kepanjangan dari *Brand Consultant* untuk dapat menghadirkan Brand didalam benak khalayak, kedudukan *Brand Consultant* ibaratnya menangani bagian hulu sedangkan *Advertising* dan *Design Consultant* adalah yang menangani bagian hilir, jadi *Brand Consultant* adalah datang dari kehadiran tokoh utama (Brand) dalam sebuah pertunjukan yang besar (pasar).

Budaya perusahaan yang selalu dibangun oleh Windesign adalah **Organisasi belajar berbasis pada Penelitian dan Pengembangan *(Learning organization based on Research & Development)*.** Sehingga dengan demikian diharapkan ada upaya perbaikan terus menerus terhadap qualitas produk dan layanan usahanya (Improvement quality).

III. 2. Jenis – jenis Usaha Windesign

III. 2. 1. *Brand Strategy*

Merumuskan, merancang dan mengeksekusi kebutuhan akan identitas (corporate / merk), melalui pemikiran secara komunikasi, marketing dan visual. Merumuskan positioning dan segmentasi dari identitas yang diciptakan. Membentuk *behaviour identity* yang sudah tercipta, sehingga mempunyai kepribadian dan entity sendiri.

Contoh : *Brand Identity, Brand / Product Identity, Brand Packaging.*

III. 2. 2. *Brand Communication*

Merencanakan Aplikasi Brand dan merencanakan Brand awarness di khalayak.

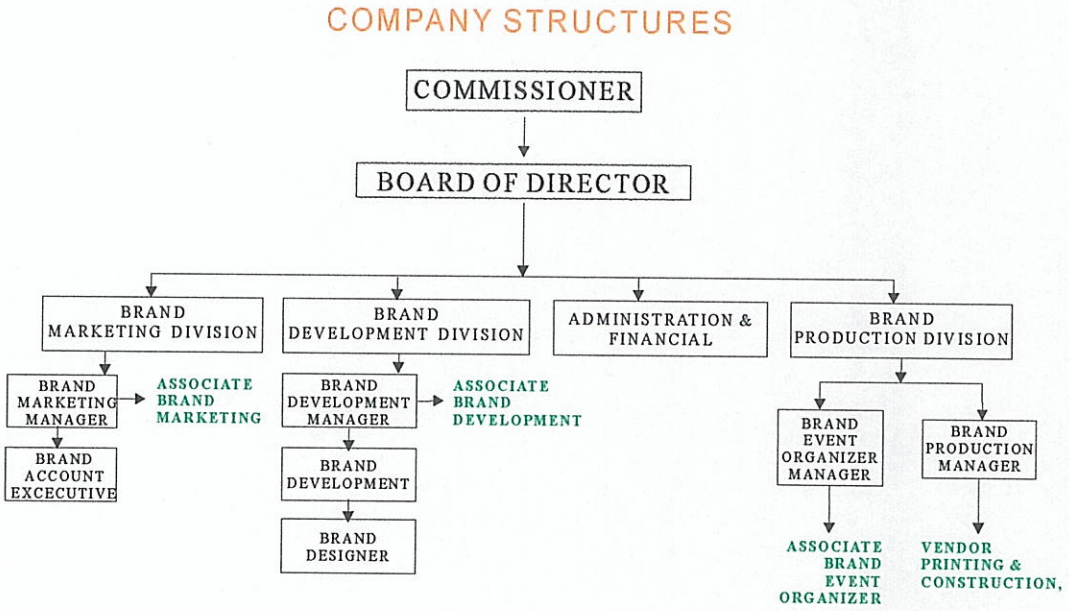
Contoh : *In House Magazine, Newsletter, Bulletin, Annual Report, Company Profile, Sales Promotion Program, Print ad, TV commercial (story board).*

III. 2. 3. *Brand Retail & Brand Exhibition Display*

Merencanakan Aplikasi Brand, juga memaintenance keberadaan Brand di khalayak agar tetap terjaga eksistensinya.

Contoh : *In store presentation, Exhibition display, Point of Purchase, Point of Sale, Billboard, Signboard, Signage System.*

III.3. Skema Sruktur Organisasi



III. 4. Jenis Pekerjaan yang Diterima

Jenis pekerjaan yang dapat diterima di perusahaan ini adalah pekerjaan-pekerjaan yang berhubungan dengan bidang dan seksi yang ada dalam struktur organisasi. Perusahaan ini bergerak dibidang khusus (perindustrian dan perdagangan), akan tetapi lapangan pekerjaan yang ditawarkan lebih bersifat multi bidang, seperti: bidang teknik (komputer), bidang ekonomi (akutansi, manajemen, pemasaran), bidang arsitektur, dan bidang desain.