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 strategy, yaitu strategy marketing, strategy komunikasi, dan strategy visual.
In-store retail adalah salah satu bagian yang paling besar kami tangani sampai saat ini.

Brand memamg masih terdengar sebagai istilah yang baru di Indonesia, tetapi kita sudah mengenalnya sejak lama dengan sebutan Merk (nama dagang). Brand merupakan sesuatu yang berwujud imajiner, karena berwujud kasat mata. Brand timbul didalam benak atau pikiran manusia. Brand sangat terkait dengan asosiasi pikiran manusia, karena Brand merupakan representasi dari sesuatu yang diterjemahkan oleh pikiran manusia kedalam 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*, didalam 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.

Brand sangat lekat dengan istilah komersial, karena Brand berkaitan dengan suatu produk, sehingga kehadirannya tidak lepas dari persaingan untuk saling sikut-menyikut agar dapat terekam di dalam benak manusia. Brand yang baik tidak hanya dapat tumbuh didalam benak saja, tetapi dapat membentuk kultur dan sikap dari manusianya yang akhirnya menumbuhkan loyalitas terhadap suatu produk, atau dengan kata lain sikap yang membawa seseorang untuk memutuskan membeli suatu produk dan terus-menerus menggunakannya.

Brand Consultant

Persaingan ketat untuk sebuah *Brand* agar dapat tersimpan didalam benak manusia sangatlah keras, tak jarang *Brand* yang tidak jelas atau lemah keberadaanya akan sangat mudah menghilang dan lenyap didalam rimba persaingan industri, terutama industri *customer good*. Untuk dapat bersaing diperlukan strategi yang jitu dan hal yang paling sulit adalah mempertahankan kehadiran Brand didalam benak manusianya. Tidak gampang menjerat benak manusianya untuk tetap loyal kepada suatu *Brand*, karena setiap detik benak manusia terus diserang dengan berbagai *Brand* lain yang setiap waktu tumbuh dan berbenah diri menjadi lebih baik dan menawarkan berbagai kelebihan barunya. Untuk dapat mempertahankan *Brand* yang ada selama ini memerlukan maintenance atau perawatan yang berkelanjutan dan terus menerus agar tetap *up-date* dan tidak hancur digempur pesaing-pesaingnya. Untuk merawat *Brand* atau *Merk* oleh produsen sangatlah sulit, 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 *Merknya*. **Brand Consultant** selain terus memantau keberadaan merk produsen, juga akan selalu mengantisipasi perkembangan *Brand* pesaingnya yang terus menggempur pasar dari *Brand* produsen yang mereka tangani.

Kita dulu mengenal istilah *Advertising* juga *design consultant*, dalam *advertising* yang kita tahu adalah kumpulan orang kreatif yang membuat suatu kampanye atau promosi sebuah produk agar dapar dikenal oleh khalayak. Kita juga mengenal design consultant sebagai suatu kumpulan orang super kreatif yang dapat mewujudkan *design consultant* sebagai suatu kumpulan orang super kreatif yang dapat mewjudkan visual-visual yang luar biasa baik berupa, *Company Identity, Company Profile, POP, POS, Indoor or 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, *advertising* dan *design consultant* adalah menangani bagian hilir, jadi **Brand Consultant** adalah dalang dari kehadiran tokoh utama (*Brand*) dalam sebuah pertunjukkan 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.

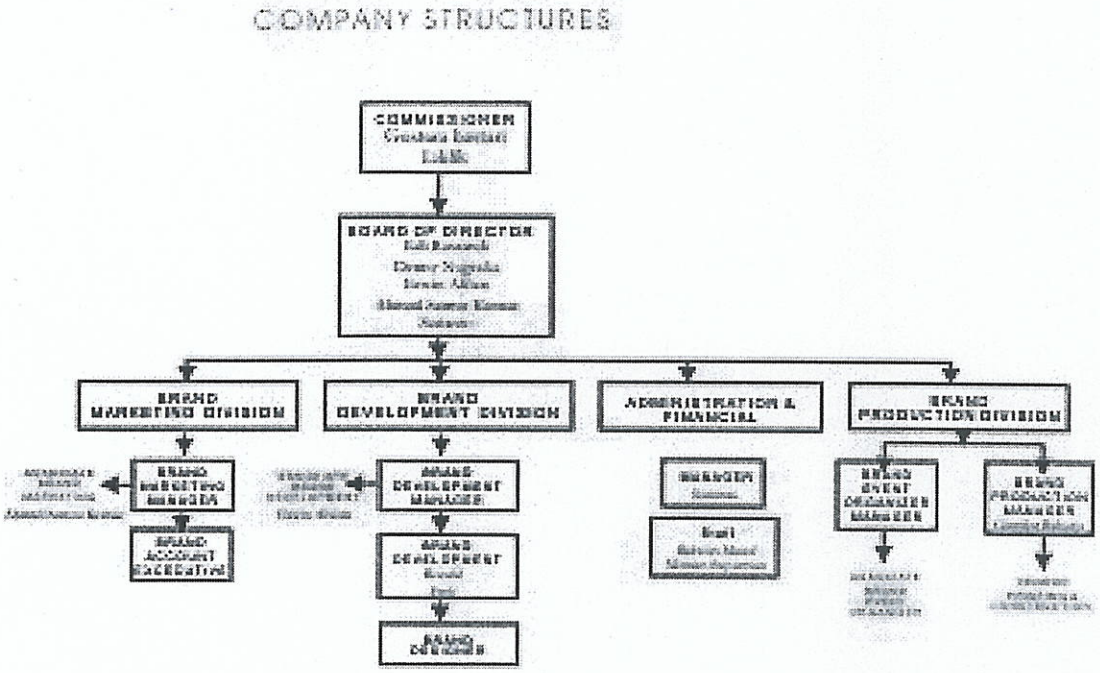
Contoh : In House Magazine, Newsletter, Buletin, Annual Report, Company Profile, Sales Promotion Program, Print ad, TV commercial (story board).

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. 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.