BAB II
TINJAUAN UMUM

II.1 Definisi dan Prinsip Desain Grafis

Seiring dengan berkembangnya waktu, muncul media baru sehingga sebuah pesan tidak lagi hadir di media cetak saja tapi juga di media elektronik seperti film dan Tv dan akhirnya media interaktif seperti Web. Maka istilah Desain Grafis kini telah berubah menjadi Desain Komunikasi Visual.

Desain komunikasi visual adalah ilmu yang mengembangkan bentuk bahasa komunikasi visual berupa pengolahan pesan-pesan untuk tujuan sosial atau komersil, dari individu atau kelompok lainnya. Pesan dapat berupa informasi produk, jasa, gagasan atau pikiran yang disampaikan kepada target *audience* atau segmen pasar tertentu, dalam upaya peningkatan usaha penjualan, peningkatan citra usaha atau perusahaan atau informasi dan publikasi atau kampanye program pemerintah.

Adapun definisi lain dari Desain Komunikasi Visual adalah ilmu yang mempelajari konsep komunikasi dan ungkapan kreatif, teknik dan media untuk menyampaikan pesan dan gagasan secara visual, termasuk audio dengan mengolah elemen desain grafis berupa bentuk dan gambar, huruf dan warna, serta tata letaknya, sehingga pesan dan gagasan dapat diterima oleh sasarannya. (Tirtawidjaja, Indarsyah, **Definisi, Prinsip, Dan Istilah DKV**, Diakses pada 10 april, 2005 dari World Wide Web : Http:Komvis.com/komunikasi.html).

Desain Komunikasi Visual pada prinsipnya adalah perancangan untuk menyampaikan pola pikir atau pikiran dari penyampaian pesan kepada penerima pesan, berupa bentuk visual yang komunikatif, efektif, efisien, tepat, terpola dan terpadu serta estetis, melalui media tertentu sehingga dapat merubah sifat positif pasaran.

Elemen desain komunikasi visual adlah bentuk berupa obyek gambar atau foto atau lainnya, huruf, warna, tata letak dengan berbagai media, baik media cetak, media massa, media visual ataupun *audio visual* maupun media elektronika seperti *website, homepage, internet*, televisi)

Sedangkan tujuan dasar dari segala upaya yang dilakukan oleh seorang atau sebuah team desainer dalam kerjanya adalah untuk membuat hidup lebih nyaman, menyenangkan dan efisien. Dengan mempelajari bagia-bagian permasalahan yang langsung berinteraksi denagan manusia pemakainya tersebut, diharapakan selain dapat dihasilkan solusi yang aman terhadap penggunanya juga aman terhadap lingkungan. Pada akhirnya dari sentuhan seorang atau team desainer lahirlah sebuah desain yang elegant yang membuat masyarakat ingin untuk membelinya atau menggunakannya.

II.2 Pengertian Perusahaan Desain Grafis

Perusahaan dapat di definisikan sebagai suatu organisasi produksi yang menggunakan dan mengkoordinir sumber-sumber ekonomi untuk memuaskan kebutuhan dengan cara menguntungkan. Suatu perusahaan merupakan satu bentuk badan usaha yang lebih menekankan pada profit atau keuntungan. Profit yang didapat bisa berasal dari barang atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut (Sukotjo, Ibnu, **Pengantar Bisnis Modern**, Liberty, Yogyakarta, 1997).

Perusahaan desain grafis biasa juga disebut perusahaan desain komunikasi visual, wilayah jelajahnya relatif luas. Mulai dari perencanaan cover buku fiksi dan nonfiksi berikut layout halaman isi, majalah, koran, tabloid, cover kaset, CD, VCD, kalender, brosur, leaflet, katalog pameran, *stationary*, *administration and sales kit*, seminar kit, *sign system*, *web design*, logo, *corporate identity*, peta lokasi, *brandname*, kemasan, poster, chart, pembuatan berbagai ilustrasi *hand drawing* dan *airbrush*, serta banyak lagi ragamnya. Tetapi, yang jelas desain grafis erat kaitannya dengan proses cetak. Melalui media cetakan ini, desain grafis berfungsi

sebagai jembatan penghubung antara para pihak yang berkepintangan di dalam dunia bisnis dan hal-hal yang berkaitan dengan media komunikasi.

Maraknya industri desain grafis di Indonesia telah melahirkan bergam kantong-kantong pekerjaan seprti brand identity, *corporate identity, environmental graphics, publication design* hingga *multimedia*. Roda bisnispun berputar melayani kelompok konglomerat multinasional hingga institusi kecil atau perorangan. Dalam siklus industri jasa, boleh dikatakan pertumbuhan desain grafis di Indonesia tergolong *high growth*, walaupun belum memasuki *golden* era. Sebagai indikator dapat disebutkan menjamurnya program-program pendidikan desain grafis mulai dari program kursus yang singkat hingga sekolah tinggi atau universitas. Selain itu permintaan terhadap tenaga-tenaga perancang grafis oleh biro iklan dan biro desain serta beragam institusi ataupun organisasi terus meningkat.

II.3 Karakteristik Perusahaan Desain Grafis

Perusahaan desain grafis adalah perusahaan yang menjual jasa dan biasanya bergerak di bidang promosi atau mempromosikan suatu produk lain baik barang ataupun jasa lewat berbagai macam media seperti elektronik ataupun non elektronik, mereka bekerjasama dengan suatu perusahaan, organisasi ataupun perorangan yang menginginkan suatu konsep desain untuk mempromosikan produk mereka. Perusahaan ini secara tidak langsung ikut bertanggung jawab dalam keberhasilan suatu produk karena iklan atau *advertising* yang dibuatnya haruslah dapat menarik konsumen, karena pada hakikatnya, dengan menggunakan iklan kita dapat menciptakan kesadaran akan adanya produk.

II.4 Beban Dan Tanggung Jawab Perusahaan Desain Grafis

Beban daripada perusahaan desain grafis adalah harus dapat membuat sebuah karya atau *artwork* yang dapat menarik konsumen dan sesuai dengan keinginan daripada klien dan secara tidak langsung

bertanggung jawab atas keberhasilan suatu produk, karena sebuah perusahaan desain grafis biasanya bekerja untuk bidang promosi baik barang ataupun jasa dan dibuat dalam bentuk apapun seperti audio, visual ataupun audiovisual. Iklan yang dibuat oleh perusahaan desain grafis sebenarnya bukan untuk menjabarkan fakta-fakta yang ada ada pada produk tersebut, melainkan untuk menjual solusi atau mimpi (Kotler, Philip, **Marketing Insight From A to Z**, Erlangga, Jakarta, 2003)

II.5 Struktur Organisasi Perusahaan Desain Grafis

Struktur organisasi pada perusahaan desain grafis dapat dikatakan berbeda dari perusahaan-perusahaan lainnya karena pada perusahaan desain grafis dapat berdiri hanya dengan dua orang yang terdiri dari *Creative Director* dan *Art Director* sebagai jabatannya, seperti pada perusahaan 9 Nyawa&Friends co. Sedangkan untuk tugas mendesainnya atau pengerjaannya ,selain dapat mereka kerjakan sendiri mereka dapat juga mencari desainer-desainer *freelance* yangg saat ini sudah mulai banyak.

Yang terpenting dari sebuah perusahaan desain grafis adalah seorang *Creative Director* karena seluruh konsep yang dikerjakan agar sesuai dengan keinginan klien adalah tanggung jawab dari seorang *Creative Director*.