BAB I

PENDAHULUAN

1. 1 Latar Belakang Kerja Praktek

Pada zaman globalisasi dan komunikasi seperti saat ini, tidak dapat dibantah bahwa dunia desain selalu ada dalam kehidupan sehari hari kita, baik sadar ataupun tidak. Tanpa disadari dunia desain sudah menjadi bagian kehidupan sehari-hari, contohnya, iklan tv yang dilihat sehari-hari, majalah yang dibaca, dan *poster* serta *flyer* yang tersebar dimana-mana.

Desain Komunikasi Visual dapat dikatakan sebagai seni menyampaikan pesan *(arts of commmunication)* dengan menggunakan bahasa rupa (visual *language*) yang disampaikan melalui media berupa desain yang bertujuan menginformasikan, mempengaruhi hingga merubah perilaku *target audience* sesuai dengan tujuan yang diinginkan, juga merupakan profesi yang mengkaji dan mempelajari desain dengan berbagai pendekatan baik hal yang menyangkut komunikasi, media, citra, tanda, dan nilai. Desain komunikasi Visual juga mengkaji hal-hal yang berkaitan dengan komunikasi dan pesan, teknologi percetakan, penggunaan teknologi multimedia, dan teknik persuasi pada masyarakat (Kismiaji, S.Sn. *Definisi Desain Komunikasi* Visual*.* Diakses pada 12 juni 2011. W.W.W : islamicgraphicdesign.blogdetik.com/).

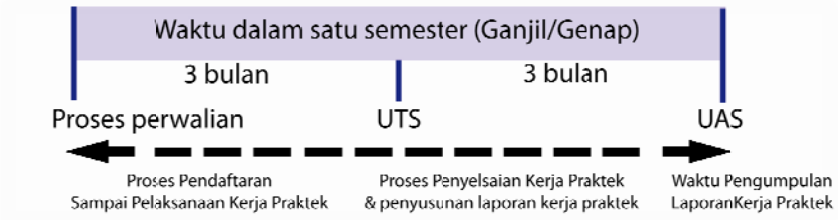
Menurut Gavin Amborse dan Harris Paul dalam bukunya yang telah diterjemahkan, yang berjudul *layout* menyatakan bahwa *layout* adalah penyusunan dari elemen-elemen desain yang berhubungan kedalam sebuah bidang sehingga membentuk susunan artistik. Hal ini bisa juga disebut manajemen bentuk dan bidang. Tujuan utama *layout* adalah menampilkan elemen gambar dan teks agar menjadi komunikatif dalam sebuah cara yang dapat memudahkan pembaca menerima informasi yang disajikan.

Ada tiga kriteria dasar untuk sebuah *layout* yang dikatakan baik, yaitu : *It Works,* atau *layout* yang mencapai tujuannya, *It Organizes,* yaitu *layout* yang ditata dengan baik dan *It Attracts,* yaitu *layout* atraktif dan menarik bagi pengguna atau pembaca. Sebuah *layout* dapat bekerja dan mencapai tujuannya bila pesan-pesan yang akan disampaikan dapat segera ditangkap dan dipahami oleh pengguna dengan suatu cara tertentu. Selanjutnya, sebuah *layout* harus ditata dan dipetakan secara baik supaya pengguna dapat berpindah dari satu bagian ke bagian yang lain dengan mudah dan cepat. Akhirnya, sebuah *layout* harus menarik untuk mendapatkan perhatian yang cukup dari penggunanya (Kristianto, Dwi. (2002). *Layout yang baik*. Diakses pada 12 Juni 2011. W.W.W : faculty.petra.ac.id).

Company profile merupakan sebuah bentuk penjelasan mengenai perusahaan, termasuk produknya, baik secara verbal ataupun grafik, atau visual yang mengangkat *corporate value* (nilai tambah perusahaan) serta *product value* (nilai produk perusahaan), serta keunggulan perusahaan dibandingkan dengan pesaing (Universitas Gunadarma (2010). Pembuatan *company Profile yang efektif.* Diakses pada 08 juli 2011. W.W.W : elearning.gunadarma.ac.id/company_profile/3.%252).

1. 2 Waktu Dan Lokasi Kerja Praktek

Proses kerja praktek secara keseluruhan mulai terhitung ketika mahasiswa mulai mengambil mata kuliah Kerja Praktek pada waktu perwalian sampai akhir smester berjalan, yaitu selama 6 bulan.



Gambar I.1 Bagan waktu pelaksanaan kerja praktek

Waktu dan lokasi pelaksanaan kerja praktek di PT. Mandala Indonesia Technology, terhitung dari bulan Maret sampai dengan bulan Mei 2011.

1.2.1 Waktu Kerja Praktek

Waktu pelaksanaan Kerja Praktek dimulai pada tanggal 15 Maret 2011 sampai dengan tanggal 20 Mei 2011. Dengan waktu kerja empat hari setiap minggu. Waktu jam kerja pada hari Senin dan Kamis dimulai pada pukul 13.00 WIB sampai dengan pukul 16.00 WIB, sedangkan pada hari Selasa dan Rabu kegiatan kerja praktek dimulai pada pukul 09.00 sampai dengan 16.00. Waktu kerja dipergunakan oleh praktikan untuk menyelesaikan *job desk* yang telah diberikan oleh pembimbing.

1.2.2 Lokasi Kerja Praktek

Kerja Praktek dilaksanakan praktikan di kantor PT. Mandala Indoneia Technology, yang berlokasi di Jalan Wastukencana No. 5G Bandung.