BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Kerja Praktek

Saat ini dunia telah memasuki Era Globalisasi, suatu era dimana orang-orang mulai menunjukan kualitasnya sebagai sumber daya manusia yang berkualitas dan mampu bersaing. Era globalosasi juga berpengaruh terhadap perkembangan teknologi yang mengarah kepada era digital, kepraktisan menjadi sesuatu hal yang mutlak hampir disemua bidang. Termasuk hal-hal yang berhubungan dengan Desain Grafis.

Desain grafis adalah salah satu bentuk seni lukis (gambar) terapan yang memberikan kebebasan kepada sang desainer (perancang) untuk memilih, menciptakan, atau mengatur elemen rupa seperti ilustrasi, foto, tulisan, dan garis di atas suatu permukaan dengan tujuan untuk diproduksi dan dikomunikasikan sebagai sebuah pesan. Gambar maupun tanda yang digunakan bisa berupa tipografi atau media lainnya.Desain grafis umumnya diterapkan dalam dunia periklanan, *packaging*, perfilman, dan lain-lain.

Banyak sekali media yang bisa dijadikan ladang bisnis khususnya bisnis yang berkaitan dengan desain. Salah satu media yang dari dulu sampai sekarang digunakan sebagai lahan bisnis adalah percetakan. Dengan percetakan kita bisa membuat suatu karya bseni ke dalam sebuah media maupun untuk sekedar berinteraksi dengan orang-orang dalam ruang lingkup yang sangat luas. Sebenarnya banyak bentuk-bentuk media yang dapat digunakan sebagai wadah penampung kreativitas insan periklanan. Ini seharusnya diimbangi dengan inovasi pada surat kabar, majalah, atau tabloid komunitas sebagai media iklan klasik. Media iklan seharusnya dapat lebih dikembangkan. Para perancang iklan luar negeri sudah memanfaatkan bentuk-bentuk media untuk menempatkan realisasi kreativitasnya.

Memperkenalkan sesuatu terhadap masyarakat yaitu bukan hanya sekedar sebagai informasi, melainkan lebih ke dalam integrasi *long-term relationships* antara produk dengan konsumen, dimana dengan adanya media percetakan, bahkan dapat menjadi *brainminded* dan *brainwasher* bagi para penggunanya. Dengan sumber daya manusia yang sarat pengalaman, kami percaya bahwa dalam dinamika bisnis yang serba cepat dan *hypercompetitive*, ide dan kreativitas menjadi *selling point* yang sangat dominan untuk meraih *targeted market* & meningkatkan *brand equity* perusahaan, maka diperlukan sebuah sistem promosi yang kuat untuk menambah jumlah klien jasa kreatif promosi.

Salah satu cara perusahaan dalam menambah jumlah konsumennya yaitu dengan membuat *stationery* yang menarik. *Stationery* yang didesain dengan baik sangat diperlukan untuk mendukung integritas dan kredibilitas bisnis bagi perusahaan. Fungsi *stationery* bukan hanya sebagai media untuk memperkenalkan diri, bisnis, dan perusahaa, tetapi juga dapat mempengaruhi penilaian dan kepercayaan klien, komsumen dan mitra perusahaan. Dengan desain s*tationery* yang baik, menarik dan unik, Perusahaan akan langsung mendapatkan perhatian dari konsumen, dan itu akan mempermudah perusahaan untuk mengembangkan hubungan yang baik dengan konsumen.

Dengan pemahaman yang mendalam tentang hal tersebut, Penulis telah mendapatkan kepercayaan dari CV. Entremedia untuk membuat desain kartu nama, kop surat, amplop dan *stationaries* lainnya.

Dalam Kerja Praktek di CV. Entremedia penulis ditempatkan sebagai desainer. Penulis diberikan tugas oleh *Art Director* untuk mengerjakan *Stationary* kedai minuman *“Bee Happy”*. *Stationary* ini diperuntukan keperluan kedai minuman yang belum lengkap ini dengan menampilkan identitas perusahaan kedai minuman *“Bee Happy”*.

Dalam proses pengerjaannya, penulis dibimbing oleh *Art Director* CV. Entremedia beserta staffnya.

1.2 Tujuan Kerja Praktek

- Membandingkan dan menerapkan pengetahuan akademis yang telah didapatkan dengan memberikan sedikit kontribusi pengetahuan pada perusahaan secara jelas dan konsisten, serta komitmen yang tinggi.
- Dapat memahami konsep-konsep non-akademis dan non-teknis di dunia kerja nyata, diantaranya : hubungan atasan dengan bawahan, hubungan sesama kolega, *dead line*, ketidakpastian dan ketidak konsistenan spesifikasi, penerapan lapangan yang terkadang tidak sesuai dengan teori akademis, dan lain sebagainya.
- Menambah relasi.

1.3 Waktu dan Tempat Pelaksanaan Kerja Praktek

Pelaksanaan kerja praktek ini dilakukan selama kurang lebih 2 bulan (25x pertemuan) dimulai sejak tanggal 09 April 2012 sampai 21 Mei 2012. Waktu pertemuan disesuaikan dengan jadwal kuliah mahasiswa.

Hari	Jam
Senin	09.00 am – 05.00 pm
Rabu	09.00 am – 05.00 pm
Kamis	09.00 am – 05.00 pm
Sabtu	11.00 am – 05.00 pm

Tabel I.1 Jadwal Jam Kerja Praktek

Pelaksanaan kerja praktek ini dilaksanakan di CV. Entremedia yang beralamatkan di Jalan Jalaprang No.11, Bandung.