BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perusahaan adalah sebuah organisasi, merupakan suatu bentuk kerjasama antar manusia untuk mencapai tujuan bersama. Perusahaan atau manusia ini harus dikelola dengan baik, maka dari itu semua pihak harus berusaha sebaik mungkin untuk membantu perusahaan menetapkan dan mencapai sasaran melalui para karyawan di perusahaannya. Hal ini menunjukkan bahwa keberadaan sumber daya manusia di dalam perusahaan merupakan faktor yang sangat menentukan dalam mewujudkan tujuan yang hendak dicapai oleh perusahaan.

Berbagai macam perusahaan berkembang di Indonesia, baik perusahaan jasa maupun dagang seperti halnya perusahaan-perusahaan farmasi yang saat ini sudah menggunakan teknologi tinggi berupa mesin-mesin serta perlengkapan otomatis lainnya, semua penemuan itu baru dapat dimanfaatkan apabila dioperasikan oleh tenaga manusia. Manusia mempunyai kemampuan menggerakkan faktor-faktor produksi yang terdapat didalam perusahaan agar faktor-faktor produksi tersebut dapat bermanfaat bagi pencapaian perusahaan. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa pencapaian tujuan perusahaan sangat tergantung pada sumber daya manusia.

Demikian halnya dengan penggunaan logo perusahaan yang didesain oleh sumber daya manusia yang khusus menangani bagian desain. Logo perusahaan adalah satu bagian yang penting, karena logo perusahaan merupakan identitas visual yang berkaitan dengan *image*/citra perusahaan. Logo perusahaan adalah suatu bentuk identitas visual yang mewakili suatu perusahaan, maka penggunaan logo pada perusahaan harus dilakukan dengan banyak pertimbangan, peninjauan untuk memunculkan *image*/citra perusahaan yang lebih baik agar dapat mengoptimalkan dampak positif bagi perusahaan.

Logo harus dapat mewakili karakter dari perusahaan, sehingga logo ini menjadi suatu identitas visual yang khas bagi perusahaan yang diwakilinya. Logo perusahaan juga merupakan salah satu bentuk yang mewakili perusahaan pada

produk-produk yang dihasilkannya. Maka kemasan produk dan logo perusahaan harus dibuat sesuai dengan karakter perusahaan yang mengeluarkan produk tersebut, sehingga dengan melihat kemasan, merek dan logo saja konsumen bisa mengetahui segmen pasar dari produk tersebut. Logo yang baik harus bisa meningkatkan citra perusahaan, mencerminkan visi dan misi perusahaan, mampu menggambarkan ruang lingkup perusahaan.

Begitu pula dengan PT. Meprofarm yang merupakan salah satu perusahaan farmasi yang menggunakan logo sebagai identitas perusahaan. PT. Meprofarm merupakan perusahaan dagang farmasi yang telah menggunakan teknologi tinggi dalam produksinya. PT. Meprofarm berkembang dengan visi dan misi serta fokus pada pengembangan produk dengan memanfaatkan bahan alami "*back to nature*". Bentuk visual logo yang digunakan PT. Meprofarm yaitu bentuk huruf 'M' berwarna putih didalam segi empat berwarna hijau, simbol huruf "M" menjadikan pesan utama dari identitas tersebut, dengan warna hijau yang berkesan alami. Akan tetapi logo tersebut memiliki bentuk yang sederhana, sehingga tingkat penyampaian pesan tidak menyampaikan PT. Meprofarm sebagai perusahaan farmasi.

Visual logo PT. Meprofarm tidak dapat meningkatkan citra perusahaan sebagai perusahaan farmasi profesional, yang melanjutkan serta meningkatkan riset dan pengembangan produk dengan memanfaatkan bahan alami "*back to nature*" yang merupakan kebanggaan bagi PT. Meprofarm.

Dengan adanya hal tersebut maka dilakukan perancangan ulang logo PT. Meprofarm agar terciptanya logo yang sesuai dengan karakter serta mendukung visi dan misi perusahaan.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, permasalahan dapat diidentifikasi sebagai berikut:

- Logo PT. Meprofarm tidak mencerminkan perusahaan farmasi. Sehingga membutuhkan identitas visual yang lebih jelas agar komunikasi visual dari logo dapat tersampaikan.

- Logo tidak dapat meningkatkan citra perusahaan sebagai perusahaan farmasi profesional, yang melanjutkan serta meningkatkan riset dan pengembangan produk dengan memanfaatkan bahan alami "*back to nature*".
- Logo tidak mencerminkan visi untuk menjadikan perusahaan farmasi utama yang fokus pada kemajuan produksi.
- Kesederhanaan bentuk logo dapat mengakibatkan kemudahan untuk ditiru.
- Logo akan kehilangan kesan alami yang hanya diwakilkan oleh warna, pada saat penggunaan logo hanya dengan warna hitam dan putih.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan Identifikasi masalah maka rumusan permasalahannya adalah adanya ketidaksesuaian logo terhadap karakter, ruang lingkup perusahaan serta tidak mendukung visi dan misi perusahaan, sehingga akan dilakukan perancangan ulang logo yang sesuai dengan karakter, visi dan misi perusahaan, diharapkan logo baru dapat menjadi identitas yang mewakili perusahaan bersangkutan yaitu PT. Meprofarm sebagai perusahaan farmasi yang profesional yang meningkatkan riset dan pengembangan produknya dengan memanfaatkan bahan alami "*back to nature*".

1.4 Batasan Masalah

Pada permasalahan yang di Identifikasi dari PT. Meprofarm maka permasalahan akan dibatasi pada identitas visual PT. Meprofarm sebagai perusahaan farmasi yang meningkatkan riset dan pengembangan produknya dengan memanfaatkan bahan alami "*back to nature*".

Perancangan ulang logo yang sesuai dengan target market dan audiens yaitu dokter, rumah sakit, klinik kesehatan, apotik, *stakeholder*, serta masyarakat luas yang peduli pada kesehatan, sebagai konsumen obat-obatan.

Perancangan ulang logo juga dilakukan untuk kebutuhan aplikasi logo pada media-media yang disesuaikan dengan kebutuhan perusahaan untuk dapat menunjang respon positif bagi perusahaan.

1.5 Tujuan Perancangan

Adapun tujuan diadakannya perancangan ini adalah:

- Menghasilkan karakter yang kuat sebagai perusahaan farmasi profesional yang meningkatkan riset dengan menggunakan bahan-bahan alami "*back to nature*".
- Dengan logo baru diharapkan mampu menampilkan visi dan misi perusahaan serta mengangkat citra perusahaan di mata masyarakat umum, karyawan dan para rekan kerja.
- PT. Meprofarm diharapkan lebih dikenal oleh masyarakat sebagai perusahaan farmasi yang berkualitas dan profesional.
- Redesain logo juga dilakukan untuk modernisasi dan eksistensi PT. Meprofarm.