

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bisnis dibidang percetakan memang tak banyak dibicarakan oleh Masyarakat. Tak banyak yang berani menjalani bisnis ini, terutama karena minimnya modal dan kemampuan. Ada banyak orang yang beranggapan bahwa usaha percetakan pasti membutuhkan modal yang sangat besar. Anggapan ini tidak sepenuhnya keliru. Karena percetakan digital dan offset pasti membutuhkan alat yang tidak murah.

Percetakan merupakan bisnis yang selalu berkembang di tengah era digitalisasi, meski saat ini banyak orang-orang yang mengakses informasi melalui media sosial, namun sampai saat ini masih banyak pelanggan percetakan untuk mencetak Pamflet, Brosur, *Banner*, *Flyer*, kartu nama dan media informasi lainnya. Karena meskipun saat ini sedang marak era digital, penyebaran iklan/informasi secara langsung memang masih sangat diperlukan, karena tidak semua orang memiliki waktu untuk terus *browsing* di media social, dengan adanya media penyampaian pesan untuk komersil seperti *Banner*, *Flyer*, dan lain – lain, pembaca mendapatkan informasi tentang suatu jasa yang sebelumnya mereka bahkan tidak pernah tahu. Oleh karena itu, memanfaatkan media informasi melalui digital tidak selalu efektif, karena kita harus mencari dasar informasi yang ingin kita tahu untuk *browsing* melalui jaringan *online*. Percetakan dapat membantu pelanggan untuk

mempromosikan usaha mereka yang sebelumnya tidak pernah dilihat atau diketahui oleh Masyarakat dengan cara memasang media promosi seperti *Banner* di tempat yang berpotensi ramai, Contohnya seperti di pinggir jalan raya, atau perumahan.

Jenis usaha percetakan juga terdapat beberapa jenis, yang pertama mulai dari usaha Sablon, percetakan *Cutting Sticker*, maupun *Offset Printing*.

Salah satu perusahaan *Offset Printing* yang akan dibahas yaitu PT.Karya Makmur Cemerlang atau bisa disebut PT.KMC. PT.KMC adalah sebuah perusahaan yang bergerak di bidang *Offset Printing*, berdomisili di Jl.Raya Pekayon No.21, RT.004/RW.020, Pekayon Jaya, Kec. Bekasi Selatan, Kota Bekasi, Jawa Barat.

Sebelumnya, PT.KMC ini sudah berdiri sejak tahun 1971 Dengan nama “Chandra Makmur” yang terletak di Glodok, Jakarta Barat, Jauh sebelum maraknya era digital, perusahaan Chandra Makmur ini pada saat itu hanya menawarkan jasa cetak manual dengan metode *Handpress* dan *Letterpress* dengan contoh output seperti Label Kue, Brosur, dan Lain - Lain. Lalu perusahaan “Chandra Makmur” berpindah tempat ke Kota Bekasi dan berganti nama menjadi PT.Karya Makmur Cemerlang, Jika sebelumnya mereka hanya menawarkan jasa cetak manual dengan warna yang terbatas, seiring perkembangan waktu dan mengikuti zaman, PT.KMC menawarkan jasa *Offset Printing* hingga 6 warna, dengan hasil cetak meliputi buku sekolah, Label makanan/minuman, *Tissue Box*, *Rice Box*, *Banner*, *Flyer*, dan lain sebagainya.

Di era modern seperti sekarang ini, Jangkauan pasar dari PT.KMC diyakini kurang luas, PT.KMC hanya memiliki beberapa pelanggan perusahaan besar seperti perusahaan merk Tissue yang cukup terkenal, perusahaan Kecap, dan beberapa lainnya. Meski pelanggan setia dari PT.KMC ini merupakan perusahaan yang tergolong besar, faktanya KMC dinilai belum bisa mendapat kepercayaan dari perusahaan lainnya untuk dijadikan sebagai pelanggan setia. Karena kurangnya *Brand Awareness* dari PT.KMC itu sendiri, ditambah pada era sekarang ini banyak Kompetitor/Pesaing bisnis di bidang yang sama. PT.KMC tidak pernah merubah logo mereka dari awal sejak perusahaan itu berdiri yakni pada tahun 1994, yang dimana bisa dibilang bahwa logo tersebut telah usang / ketinggalan zaman.



Gambar 1.1

**Logo PT.Karya Makmur Cemerlang
(Sumber : Dokumentasi pribadi)**



Gambar 1.2

Perbandingan logo PT.KMC dan Kompetitornya

(Sumber : Dokumentasi pribadi, luprintz.com, primagraphia.co.id,
impresimediaprint.wordpress.com)

Logo dari PT.KMC memiliki nilai visual dan pemaknaan yang sangat minim, sehingga citra dari perusahaan PT.KMC tidak sepenuhnya keluar untuk menjangkau Market baru, oleh karena itu diperlukan langkah sederhana dari proses Rebranding yaitu proses peremajaan Logo pada PT.KMC. Seperti pada nama prosesnya, Logo akan “Diremajakan” agar mengikuti tren saat ini, dan terlihat lebih Fresh dari sebelumnya, sehingga citra PT.KMC dapat terlihat agar pelanggan-pelanggan baru mendapatkan First Impression yang menarik pada PT.KMC ini.

B. Identifikasi masalah

1. Logo pada perusahaan PT.KMC dinilai telah usang dan tidak mengikuti perkembangan zaman.

2. Belum adanya *Tagline* pada logo untuk memperkuat *Brand Awareness*.
3. Logo PT.KMC hanya berisi *Akronim* tanpa kepanjangan yang jelas, sehingga menyebabkan orang-orang tidak mengetahui jasa jenis apa yang PT.KMC tawarkan.
4. Perusahaan kompetitor memiliki identitas visual yang mengikuti tren dan bergaya *Colorful*, namun bermakna pada setiap elemennya, sedangkan PT.KMC tidak.
5. Sulitnya menjangkau *Market* baru karena kekurangan yang ada pada poin-poin di atas.

C. Rumusan masalah:

Bagaimana cara menghasilkan logo PT.KMC yang mengikuti perkembangan era modern ?

D. Batas dan ruang lingkup perancangan

6. Logo untuk Perusahaan PT.Karya Makmur Cemerlang.
7. Beberapa media pengaplikasian logo sebagai identitas visual dari PT.KMC, antara lain:
 - *Stationery set*
 - *Flyer*
 - *Banner*
 - *Merchandise pendukung (Stiker, Totebag)*
8. Sasaran perancangan ialah laki-laki dan perempuan di daerah Bekasi dan sekitarnya dengan usia dewasa dan tidak memiliki batasan usia.

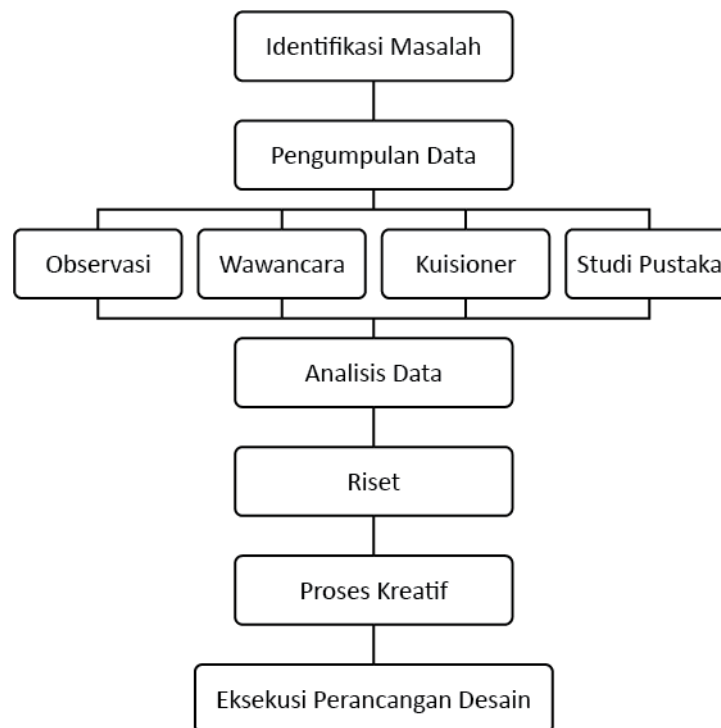
E. Tujuan Perancangan

Menghasilkan logo dari PT.KMC dengan mengikuti tren zaman modern agar citra dari PT.KMC dapat sepenuhnya keluar.

F. Metode Perancangan

1. Metode Perancangan

Metode yang dilakukan dalam perancangan ini ialah:



Gambar 1.3

Bagan Metode Perancangan

(Sumber : Dokumentasi Pribadi)

a. Identifikasi masalah

Membuat identifikasi masalah sesuai dengan keadaan atau fenomena yang sedang terjadi dan menyimpulkan masalah sesuai data yang ada.

b. Pengumpulan data

Pengumpulan data dilakukan dengan metode Wawancara, Observasi, menyebar Kuisioner dan Studi Pustaka.

c. Analisa data

Mengolah data yang telah dikumpulkan untuk menemukan informasi yang dapat dijadikan dasar dan bermanfaat untuk solusi permasalahan.

d. Riset

Mencari referensi guna membantu proses Redesign Logo PT.Karya Makmur Cemerlang.

e. Proses kreatif

Melakukan brainstorming untuk membuat konsep perancangan, agar mempermudah proses pembuatan karya.

f. Eksekusi Perancangan Desain

Pembuatan desain logo serta pengaplikasiannya di berbagai media.

2. Metode pengumpulan data

a. Metode Wawancara

Metode ini dilakukan untuk mengumpulkan data primer yang bersifat kualitatif dengan cara memberikan sejumlah pertanyaan kepada Direktur PT.KMC. Adapun beberapa pertanyaan yang diajukan kepada narasumber yaitu:

1. Apa itu PT.Karya Makmur Cemerlang?
2. Tahun berapa PT.KMC didirikan?

3. Apakah sejak awal berdiri domisili PT.KMC masih sama?
4. Apa motivasi yang dimiliki ketika membangun bisnis *Offset Printing*?
5. Apa visi dan misi dari PT.Karya Makmur Cemerlang?
6. Apakah PT.KMC sudah pernah merubah Logo?
7. Apakah dengan logo yang sekarang PT.KMC dapat menjangkau pasar yang baru?
8. Perlukah logo PT.KMC untuk di Redesign? Berikan alasannya!
9. Kira-kira apa target PT.KMC kedepannya?

b. Metode Observasi

Metode ini dilakukan dengan mengamati langsung pada lokasi penelitian, yakni di PT.KMC Pekayon Bekasi Selatan. Proses ini meliputi pengamatan terhadap identitas visual PT.KMC, mengamati kelebihan dan kekurangannya, serta mengamati proses pencetakan produk yang sedang dikerjakan di pabrik PT.KMC.

Selain itu peneliti juga melakukan observasi pada perusahaan *Offset Printing* yang dimiliki oleh kompetitor. Peneliti menelusuri apakah ada perbedaan jasa cetak yang ditawarkan oleh perusahaan kompetitor, selain itu peneliti mendokumentasi beberapa logo perusahaan kompetitor PT.KMC yang berada di sekitar kota Bekasi, menganalisa setiap visual pada logo mereka, proses ini dilakukan untuk mendapatkan informasi yang akan diolah dan dijadikan sebagai

penunjang perancangan.

c. Metode Kuisisioner

Metode survei melalui kuisisioner dalam perancangan ini dilakukan melalui *google form*, dengan tujuan untuk memperoleh pandangan dari masyarakat terkait identitas visual yang dimiliki PT.KMC.

Target dari kuisisioner ini adalah laki-laki dan perempuan yang memiliki ketertarikan terhadap desain Grafis dan berwilayah di daerah sekitar Bekasi-Jakarta. Penyebaran kuisisioner dilakukan kepada teman, kerabat, dan beberapa relasi yang memenuhi kriteria.

d. Metode Kepustakaan

Studi pustaka melalui dokumen, artikel, jurnal, buku, dan laporan penelitian banyak dilakukan guna mencari data yang dapat mendukung penelitian.

G. Sistematika Penulisan

Penulisan tugas akhir ini terdiri atas 6 bab, dengan kerangka sebagai berikut:

9. BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini terdiri atas latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, batas dan ruang lingkup perancangan, tujuan perancangan, metode perancangan, dan sistematika penulisan.

10. BAB II : PERSPEKTIF TEORI

Berisi mengenai data-data acuan teori yang berkaitan dan memiliki relevansi dengan tema yang diteliti.

11. BAB III : DATA DAN ANALISIS MASALAH

Berisi tentang data lapangan, analisis kelebihan dan kekurangan, analisis khalayak sasaran, serta temuan data lainnya yang telah dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan kuisisioner.

12. BAB IV : KONSEP PERANCANGAN

Bab ini berisi konsep kreatif dari perancangan identitas visual yang akan dilakukan, konsep ini berupa analisis, strategi, perancangan dan pengembangan desain serta penetapan unsur visual (tipografi, logo, warna, ilustrasi, dsb).

13. BAB V : PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL

Bab yang berisi hasil perancangan dalam bentuk gagasan visual dalam *layout* desain.

14. BAB VI : PENUTUP

Berisi tentang rangkuman pemaparan hasil proses perancangan proyek Tugas Akhir serta saran untuk perkembangan proyek Tugas Akhir selanjutnya