

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sekarang ini kebanyakan perusahaan-perusahaan menggunakan *Visual branding* agar dapat meningkatkan ekuitas merek, serta sebagai media informasi bagi masyarakat (Nirwana & Setiyati, 2018). *Visual branding* mempresentasikan emosi yang terkandung dalam merek harus disajikan dan kemudian disajikan dalam bentuk logo, warna, elemen grafis dan font yang terintegrasi dan digunakan secara konsisten. Merek visual juga dapat meningkatkan *brand awareness* terhadap merek (Chanakya, Adib, & Wahyudi, 2017). Menurut (Novian, 2016) Pada dasarnya, iklan benar-benar dapat memengaruhi perilaku konsumen tentang merek yang mereka promosikan. Dampak dari pengiklanan pada konsumen sangat bervariasi, dari mendorong konsumen untuk menemukan produk yang mendorong konsumen yang tidak berencana untuk membeli sebelumnya. Sebuah iklan didefinisikan sebagai segala bentuk presentasi dan ide non-pribadi, promosi barang atau jasa dari sponsor tertentu yang membutuhkan pembayaran. Tujuannya adalah untuk melakukan informasi, persuasi dan pengingat untuk produk atau merek tertentu (Arisandi, 2017). Ada beberapa elemen-elemen *visual branding* terdiri dari: *Brand*(merek,logo) yang bisa berbentuk visual, teks atau keduanya, Warna (produk,korporat), Komposisi semua elemen penyusunnya. Ada juga beberapa contoh *visual branding* terdiri dari: kartu nama, *banner*, *brochure*, *logo*. Solusi yang diperlukan PT Mas Sri Jaya adalah kartu nama, *banner*, *brochure* dan *logo* baru.

PT Mas Sri Jaya adalah perusahaan bergerak dibidang produksi yang bertempat di Batam. Lokasi PT Mas Sri Jaya berada di Jl. Yos Sudarso No.01 &

02, Batu Ampar – Kota Batam. PT Mas Sri Jaya masih kurang di kenal masyarakat karena belum memanfaatkan teknologi modern sekarang secara maksimal, salah satunya adalah tidak menggunakan *visual branding* yang bagus.

Visual branding dapat diimplementasikan di beberapa bidang terdiri dari: kartu nama, spanduk, brosur dan logo.

Menurut (Adhitya & Ayuningtyas, 2017) spanduk merupakan kain rentang yang berisi slogan, propaganda, atau berita yang perlu diketahui umum. Spanduk menimbulkan fenomena besar dalam arus informasi. Di dalam spanduk terdapat berbagai macam informasi tentang perusahaan dan bahkan logo perusahaan. Manfaat spanduk bervariasi dan tidak hanya terlihat oleh mata saja, spanduk dapat mempengaruhi citra produk perusahaan dan institusi, yang mengarah pada kepercayaan banyak orang, terutama konsumen produk atau bisnis, untuk mengingatkan produk publik atau perusahaan untuk membuat atau membangun kesetiaan kepada masyarakat umum atau konsumen bisnis (Sudrajat & Megawati, 2015). Pada pembuatan spanduk dan logo, *software* yang di pakai adalah *Adobe Illustrator CS6* dan *Adobe Photoshop CS6*.

Adobe Photoshop adalah program yang berguna agar dapat sunting *photo*.

Menurut (Saputra, 2018) *Adobe Photoshop* merupakan salah satu *software* pengolah gambar yang sangat populer dan sudah diakui kecanggihannya. *Adobe Photoshop* dapat menggabungkan beberapa foto menjadi satu dan menurut (Astriyani, Lukmana, & Irawan, 2016) *Adobe Photoshop* sangat membantu kita dalam memoles hasil *photograph*. *Adobe Photoshop* sering di gunakan untuk media pengeditan *visual branding* bertujuan untuk mempromosikan perusahaan kepada masyarakat umum.

Perusahaan meminta penulis untuk memberikan solusi untuk masalah tersebut. Oleh karena itu, penulis mengajukan sebuah solusi yang berjudul **“Perancangan dan Implementasi Visual Branding dengan menggunakan Photoshop dan Illustrator pada PT Mas Sri Jaya”**.

1.1 Ruang Lingkup

Agar pembahasan topic ini dapat tersusun. dengan terarah, maka ruang lingkup dari topik ini adalah:

1. Saat membuat *visual branding* PT Mas Sri Jaya, data yang akan ditampilkan adalah profil perusahaan dan informasi-informasi penting yang terkait dengan perusahaan.
2. *Visual Branding* PT Mas Sri Jaya akan diimplementasikan pada banner, spanduk, kartu nama, dan logo.
3. *Software* yang bakal digunakan di *visual branding* PT Mas Sri Jaya adalah *Photoshop CS6* dan *Illustrator CS6*.

1.2 Tujuan Proyek

1. Mendesain *visual branding* dalam bentuk brosur, kartu nama, dan spanduk yang belum PT Mas Sri Jaya miliki.
2. Mempermudah PT Mas Sri Jaya untuk menyampaikan informasi-informasi kepada pelanggan.
3. Menciptakan sebuah kesempatan bagi penulis agar dapat mempraktekan ilmu yang sudah didapatkan selama di Universitas Internasional Batam.
4. Untuk memenuhi salah satu syarat S-1 bagi penulis.

1.3 Luaran Proyek

Tujuan utama pada perancangan dan implementasi ini adalah agar perusahaan dapat menyampaikan informasi-informasi ke masyarakat agar mereka tertarik dengan layanan yang ada pada PT Mas Sri Jaya.

1.4 Manfaat Proyek

1. Bagi Penulis
 - a. Penulis dapat mengembangkan kemampuan didalam penggunaan software Adobe Illustrator CS6 dan perancangan proyek yang sesuai dan dibutuhkan oleh pengguna.
 - b. Penulis dapat memahami *visual branding*.
 - c. Penulis dapat memahami cara mengedit *visual branding* dengan baik dan menarik
2. Bagi PT Mas Sri Jaya
 - a. Sebagai sarana promosi untuk PT Mas Sri Jaya
 - b. Untuk meningkatkan *image professional* pada PT Mas Sri Jaya karena menggunakan *visual branding* dalam mempromosikan perusahaan.

1.5 Sistematika Pembahasan

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini bakal dibahas tentang latar belakang masalah yang berisi tentang alur permasalahan, beserta solusi dan tujuan dalam kerja praktek ini. Selain itu akan dijelaskan tentang perbatasan masalah dalam pembuatan visual branding serta manfaat dan luaran maupun hasil yang akan dimunculkan untuk perusahaan dari kerja praktek ini.

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini akan berisi tentang apa yang digunakan untuk membuat atau merancang *visual branding*, seperti *tools* yang penulis gunakan didalam proses merancang.

BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Dalam bagian ini akan menjelaskan gambaran umum pada perusahaan, praktik di tempat kerja, deskripsi umum tentang produk perusahaan. dan menjelaskan *system* yang dipakai perusahaan di saat ini.

BAB IV METODOLOGI

Di bagian ini akan dijelaskan metode apa bakal dipakai dalam proses perancangan dan implementasi visual branding serta penjelasan tentang teknik pengambilan data yang bakal digunakan dalam kerja praktek ini.

BAB V ANALISIS DATA DAN PERANCANGAN

Pada bab ini akan dibahas tentang analisa sistem kerja perusahaan dan kebutuhan sistem serta membahas tentang detail proses dalam pembuatan *visual branding*.

BAB VI IMPLEMENTASI

Di bab ini akan dibahas tentang implementasi yang akan diperoleh dari rancangan *visual branding* yang telah dibuat.

BAB VII KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini akan dijelaskan tentang kesimpulan dengan singkat tentang hal berkaitan dengan kerja praktek serta saran untuk PT Mas Sri Jaya terkait dengan hal-hal yang harus dikembangkan lagi untuk menciptakan sistem yang baik.