

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada dasarnya percetakan adalah industri yang ditujukan untuk menghasilkan sejumlah besar teks dan gambar. media itu digunakan dalam berbagai cara, tetapi yang sering kita temui adalah di media kertas, plastik, PVC dan sebagainya. Percetakan adalah salah satu format media utama yang sulit diganti selama lebih dari 500 tahun. Mencetak bahkan dianggap sebagai salah satu kebutuhan primer manusia.

Teknik percetakan umum lainnya termasuk percetakan relief, sablon, rotogravure, dan percetakan berbasis digital seperti pita jarum, inkjet, dan laser.

Kehadiran percetakan di Indonesia dimulai dengan kedatangan Belanda (kedatangan) 1596 yang erat hubungannya dengan VOC. Pada tahun 1624, misionaris Gereja Protestan Belanda memperkenalkan percetakan di Hindia Belanda dengan membeli mesin cetak dari Belanda untuk menerbitkan literatur Kristen dalam bahasa lokal, sehubungan dengan kebutuhan penginjilan. Tetapi mesin cetak menganggur, karena tidak ada operator untuk menjalankannya. Baru pada tahun 1659 (35 tahun kemudian) Cornelis Pijl mulai mencetak dengan memproduksi Tijtboek, yang merupakan sejenis almanak, atau "buku waktu".

Percetakan memiliki fungsi penting dalam bisnis, tidak dapat dipungkiri banyak pihak yang membutuhkan jasa tersebut, apalagi sekarang ini dengan hadirnya percetakan 24 jam. Sebelum era digital, percetakan diasosiasikan dengan media informasi penerbitan seperti koran, majalah, buku dan lain sebagainya, namun kini telah berkembang untuk melayani berbagai kebutuhan pelanggan.

Singkatnya, percetakan adalah proses industri untuk produksi massal gambar dan tulisan, terutama menggunakan tinta pada media, yang dilakukan dengan mesin cetak khusus.

Sebelum era digital seperti sekarang ini, percetakan menjadi salah satu peralatan yang berhubungan dengan media informasi seperti koran, buku, dan majalah. Namun seiring dengan perkembangan zaman, mesin cetak juga berfungsi untuk mencetak brosur, banner, company profile, flyer, foto dan lain-lain. Media yang digunakan tidak selalu kertas, tetapi juga kain dan bahan lainnya.

Saat ini percetakan juga sudah menjadi bentuk bisnis yang dilakukan oleh sejumlah orang. Adanya percetakan akan memberikan kemudahan bagi konsumen untuk memenuhi kebutuhannya. Ada spanduk atau spanduk, sertifikat, stiker, undangan pernikahan, kartu

nama, agenda, kartu nama, souvenir dan banyak hal lain yang membutuhkannya seperti souvenir berupa pulpen, USB dan payung.

Perkembangan tidak hanya terjadi di bidang teknologi, Pengemasan juga mengalami perkembangan yang pesat dan berpengaruh dalam industri grafis yang erat kaitannya dengan desain dan produksi grafis kemasan cetak. Industri percetakan memiliki kategori yang luas berdasarkan produk dihasilkan dan teknologi yang digunakan. Beberapa produk yang dihasilkan dari industri percetakan ada keperluan komersial seperti katalog, brosur, leaflet, kemasan, kartu nama, poster atau majalah seperti koran, majalah, buletin, jurnal dan sebagainya.

Dengan banyaknya perkembangan percetakan digital printing dan pengusaha di bidang percetakan, dibutuhkan sebuah corporate identity perusahaan. Dalam identitas korporat terdapat empat elemen penting yang dapat dijadikan ukuran dalam upaya memperkenalkan diri yaitu perilaku, komunikasi, simbolisme, kepribadian yang sering disebut dengan bauran identitas korporat. Pada awalnya, identitas perusahaan hanya dipandang identik dengan logo atau simbol, namun lambat laun konsep tersebut berkembang, dan kini memiliki makna sebagai cara bagi sebuah perusahaan untuk “memperkenalkan diri” kepada publik dengan menggunakan simbol, komunikasi, dan perilaku. Perusahaan harus mampu menampilkan diri melalui identitas perusahaan perusahaan. Dari pengertian identitas korporat di atas, terdapat empat elemen penting yang dapat dijadikan ukuran dalam upaya memperkenalkan diri, yaitu perilaku, komunikasi, simbolisme, dan kepribadian yang sering disebut dengan bauran identitas korporat.

Minion Printing adalah printer kecil yang berdiri dari nol pada tanggal 17 Agustus 2020, dan selalu berusaha untuk mengembangkan dan memberikan pelayanan terbaik mulai dari digital printing, desain grafis dan memiliki tim branding yang mampu memberikan hasil yang diinginkan. permintaan klien untuk dapat bersaing dengan perusahaan dan bekerja sama dengan perusahaan lain

Corporate identity merupakan suatu hal krusial yang ikut menentukan kesuksesan bagi perusahaan karena dari sinilah suatu perusahaan dikenal luas oleh masyarakat. Salah satu faktor yang dapat menjadi faktor penentu dalam persaingan adalah adanya corporate identity yang tepat dan efektif. Sehubungan dengan itu, tujuan dari tugas akhir ini adalah untuk menciptakan corporate identity yang dapat membantu Mini'on printing agar dapat menjadi pemimpin dalam persaingan dan meningkatkan efektifitas terhadap konsumen. Corporate identity ini terdiri dari logo dan perlengkapan pendukungnya, termasuk di dalamnya media promosi. Diantaranya yaitu stationary, media transport, kemasan, papan nama, seragam,

xbanner, dan juga graphic standard manual. Semua perlengkapan ini dirancang untuk menampilkan dan mempresentasikan keberadaan Mini'on printing dengan tepat dan efektif. Tetapi disini, visual dari logo menjelaskan dan mengungkap tentang tinjauan pustaka dan data dari teori-teori yang sudah ada sebagai dasarnya. Dalam bab ini juga menjelaskan tentang data perusahaan dan fakta kompetitor.

itu sendiri kurang dapat menunjukkan profil diri sebagai Percetakan Mini'on printing Ditambah lagi, logo Mini'on printing yang sudah terlihat usang dan tertinggal jaman. Oleh karena itu, Mini'on printing perlu melakukan rebranding pada logo dan corporate identity yang ada.

Proses rebranding ini dilakukan untuk menegaskan kembali target Mini'on printing sebagai Percetakan dan memberikan citra untuk merefleksikan hal tersebut. Melalui rebranding ini diharapkan, Mini'on printing akan lebih dikenal, Mini'on printing itu sendiri sebagai Percetakan yang memiliki kualitas dan fasilitas yang baik dengan harga yang relatif terjangkau dan mengutamakan kepuasan customer.

Dari uraian diatas, penulis memilih *website* sebagai media utama untuk sarana promosi, media informasi dan juga media website adalah media yang sangat berkompeten di zaman ini dengan seiring semakin berkembangnya teknologi lalu berdampak pada pada percetakan semakin berkesan modren. Lalu dengan adanya *website* ini maka percetakan minion printing lebih dikenal oleh masyarakat luas dikarenakan *website* sendiri memiliki banyak kelebihan dibanding media lainnya, salah satunya media tanpa batas yang dapat memperluas jangkauan promosi percetakan minion printing sehingga tepat sasaran dan juga dapat mempermudah customer dalam mengakses informasi serta mengetahui produk atau jasa yang diberikan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan di atas, maka rumusan masalah dapat dijabarkan sebagai berikut. Bagaimana merancang corporate identity Mini'on printing yang khas serta pengaplikasiannya sehingga dapat menggambarkan identitas dari Mini'on printing sebagai perusahaan yang bergerak di bidang percetakan.

1.3 Batasan Masalah

Pada Perancangan Corporate Identity Percetakan Mini'on Printing penulis menyadari akan pentingnya batasan permasalahan agar pembahasan lebih terarah, tidak melebar dan tidak menyimpang dari tujuan utama karya tulis ini sebagai berikut:

- (1) Bagaimana proses perancangan corporate identity Mini'on printing yang khas dan informatif ?

- (2) Bagaimana proses perancangan media utama berupa Website Mini'on printing yang khas dan informatif ?
- (3) Bagaimana proses pengaplikasian corporate identity pada media promosi untuk menginformasikan dan memasarkan jasa percetakan ?

Maksud dan Tujuan Perancangan

- (1) Mengetahui bagaimana proses perancangan corporate identity Mini'on printing yang khas dan informatif ?
- (2) Mengetahui bagaimana proses perancangan media utama berupa Website Mini'on printing yang khas dan informatif ?
- (3) Mengetahui bagaimana proses pengaplikasian corporate identity pada media promosi untuk menginformasikan dan memasarkan jasa percetakan Mini'on printing ?
- (4) Untuk memenuhi syarat kelulusan Sarjana Desain Komunikasi Visual di Universitas Esa Unggul

1.4 Metode Pengumpulan Data

Dari sifatnya, data dibedakan menjadi 2, berikut jenis-jenis data dengan metode cara pengumpulannya yaitu:

1. Data Lapangan

Salah satu metode pengumpulan data dalam penelitian perancangan tugas akhir ini dalam pengambilan data lapangan, penulis membaginya menjadi 2 data bagian, dapat dijabarkan sebagai berikut :

A. Data Observasi

Observasi dilakukan dengan mengumpulkan data melalui pengamatan langsung di lokasi penelitian. Observasi adalah suatu cara pengumpulan data dengan mengadakan pengamatan langsung terhadap suatu obyek dalam suatu periode tertentu dan mengadakan pencatatan secara sistematis tentang hal-hal tertentu yang diamati dan dengan membaca artikel dan jurnal Percetakan Negara Republik Indonesia dan Percetakan Prima Graphia Graha



Gambar 1.1
Foto Observasi Ke Percetakan Negara Republik Indonesia
Sumber: Mohamad Ilham Safarudin, 2022



Gambar 1.2
Foto Observasi Ke Percetakan Prima Graphia Graha
Sumber: Mohamad Ilham Safarudin, 2022

B. Data Wawancara

Wawancara merupakan salah satu metode pengumpulan data dengan bertanya langsung pada responden. Wawancara merupakan suatu proses interaksi dan komunikasi secara langsung. Responden yang dimaksud yaitu narasumber yang berasal dari pihak bersangkutan.



Gambar 1.3
Foto Setelah Wawancara Bersama Ibu Fia Sebagai Staf Recruitment
Percetakan Negara Republic Indonesia
Sumber: Mohamad Ilham Safarudin, 2022



Gambar 1.4
Foto Setelah Wawancara Bersama Bapak Taufik Hidayat Sebagai Staf Supervisor
Mini'on Printing
Sumber: Mohamad Ilham Safarudin, 2022

2. Data Kajian Literatur

Data kajian literatur yang dilakukan dalam perancangan ini meliputi media cetak dan media elektronik, dengan tujuan agar penelitian yang dilakukan menjadi lebih terarah.

A. Media Cetak

Data kepustakaan mencakup kumpulan dari berbagai macam artikel yang menunjang dan berhubungan yaitu buku– buku tentang pembuatan corporate identity yang baik dan benar sesuai target audience yang sudah ditentukan sebelumnya.

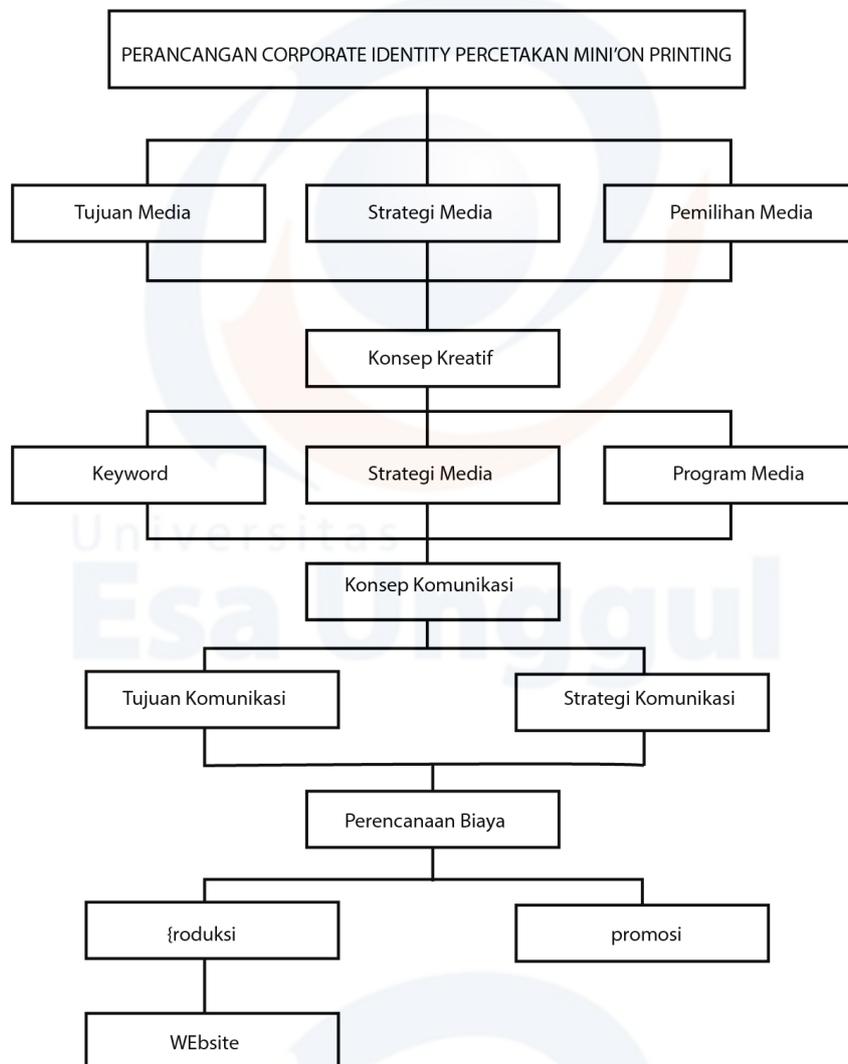
C. Media Elektronik (Internet)

Penulis sekiranya akan menggunakan sumber dan teori dari media elektronik merupakan salah satu metode pengumpulan data dengan mencari data lewat internet. Yang

mempunyai informasi mengenai teori-teori yang berkaitan dan mendukung perancangan Corporate Identity ini. Di samping itu Penulis juga tetap memperhatikan kebenaran dari sumber tersebut pada proses perancangan korporate identity mini'on printing ini.

1.5 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan alur pikir penulis yang dijadikan sebagai skema pemikiran atau dasar-dasar pemikiran untuk memperkuat indikator yang melatar belakang penelitian ini. Berikut adalah kerangka pemikiran yang dibuat oleh penulis:



Gambar 1.5

Kerangka Pemikiran Perancangan Korporate Identity Pecetakan Mini'on Printing Tangerang

Sumber: Mohamad Ilham Safarudin, 2022

Penulisan Tugas Akhir ini dibuat dengan terdiri dari 5 bab beserta beberapa lampiran dengan rincian sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN Bab I

membahas latar belakang masalah yang muncul disaat penulis melakukan observasi terhadap perancangan corporate identity Mini'on printing. Penulisan terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan perancangan, metode pengumpulan data, kerangka pemikirandan sistematika perancangan.

BAB II LANDASAN TEORI dan ANALISA DATA Bab II

menjelaskan dan mengungkap tentang tinjauan pustaka dan data dari teori-teori yang sudah ada sebagai dasarnya. Dalam bab ini juga menjelaskan tentang data perusahaan dan fakta kompetitor.

BAB III KONSEP PERANCANGAN Bab III

berisikan konsep perancangan Company Profile Mini'on printing. Penjelasan secara jelas tentang konsep pemasaran, konsep media, konsep kreatif, program kreatif, konsep komunikasi, dan perencanaan biaya.

BAB IV DESAIN dan APLIKASI Bab IV

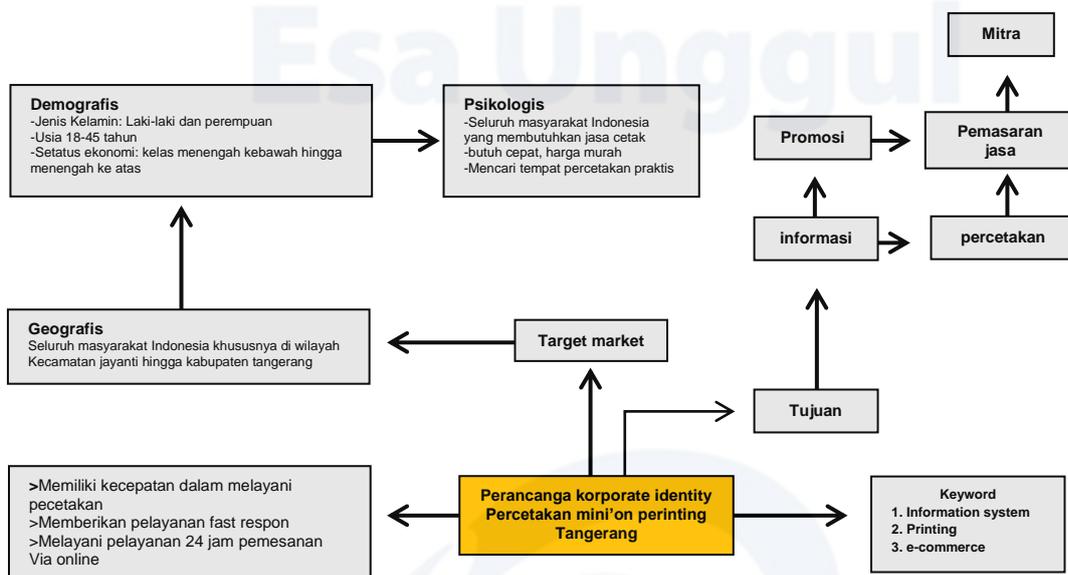
berisi tentang pembahasan logo, penetapan identitas visual, serta media-media penerapan dari corporate identity Mini'on printing.

BAB V PENUTUP Bab V

Berisi simpulan dan saran dari perancangan corporate identity Mini'on printing percetakan digital, beserta hasil penilaian siding tugas akhir.

1.6 Skematika Perancangan

Skematika Perancangan merupakan alur pikir penulis yang dijadikan sebagai skema pemikiran atau dasar-dasar pemikiran untuk memperkuat indikator yang melatar belakang penelitian ini. Dalam skematika perancangan ini peneliti akan mencoba menjelaskan masalah pokok penelitian



Penggunaan typografi jenis apa?

Penggunaan warna apa saja ?

Gambar 1.6

Mind Mapping Karya

Sumber: Mohamad Ilham Safarudin, 2022