

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Desain grafis merupakan bentuk komunikasi visual yang berkembang pesat akhir-akhir ini. Ketertarikan penulis dalam bidang desain grafis sudah dimulai sejak Sekolah Menengah Atas, mulai dari mendesain kaos hingga *banner*. Hal tersebut mendorong penulis untuk mengambil konsentrasi multimedia yang di dalamnya terdapat mata kuliah desain grafis.

Berkembangnya dunia teknologi juga memperluas kebutuhan desain grafis. Oleh sebab itu, penulis bergabung pada salah satu *agency* nasional; PT Fusindo Elaborasi, sebagai desainer grafis. Dengan bergabungnya penulis di *agency* tersebut, penulis dapat merasakan proyek pembuatan desain yang dijalani dari awal hingga akhir. Keterlibatan penulis dalam proses konsep perancangan hingga pembuatan desain ini lah yang selalu menjadi tantangan baru bagi penulis.

PT Fusindo Elaborasi adalah tempat yang tepat bagi penulis untuk menggabungkan kreativitas serta kemampuan yang dimiliki.

1.2 Profil Perusahaan

PT Fusindo Elaborasi atau Fuse-Lab adalah perusahaan *creative agency* nasional yang tersebar di tiga kota yaitu Jakarta, Yogyakarta, dan Bandung. Berdiri sejak tahun 2017 yang berpusat di Jakarta, saat Fuse-Lab terdiri dari 35 pegawai dengan multidisiplin seperti; strategi merk produk, desain grafis, pemasaran, serta

produksi konten dan iklan.

Misi Fuse-Lab yaitu mengupayakan yang terbaik serta bertumbuh bersama untuk bisnis *creative agency* ini setiap harinya. Tujuannya adalah meningkatkan industri kreatif di Indonesia dengan berinvestasi pada pengembangan dan kesehatan mental maupun fisik anggota perusahaan terlebih dahulu serta memanfaatkan teknologi, proses yang jelas dan membangun perusahaan kreatif yang memberikan nilai bagi kolega dan profesional kreatif secara otomatis.

Perusahaan kreatif ini telah menangani kolega dari perusahaan besar nasional maupun multinasional seperti; Meta, PT Mitra Kiara Indonesia, Allianz, trimegah, Bluebird, dan masih banyak lagi.

1.3 Ringkasan Proyek

PT Mitra Kiara Indonesia adalah perusahaan penyedia bahan konstruksi pembangunan yang baru didirikan pada tahun 2018. Tantangan terbesar perusahaan yang masih terhitung baru ini yakni bagaimana dapat menyaingi pasar konstruksi pembangunan yang begitu luas dan sudah banyak pendahulunya. Sehingga untuk membangun citra produk yang dapat meyakinkan pelanggan untuk mencoba dan beralih pada produk PT Mitra Kiara Indonesia dibutuhkan strategi pemasaran yang harus dijalankan mulai dari kemasan produk, produk dagang, serta media sosial.

Untuk menjawab tantangan tersebut, Fuse-Lab memulai dengan mendesain kemasan yang lebih representatif dan kolateral perusahaan. Selanjutnya, Fuse-Lab memaksimalkan media sosial MKI sebagai pintu kepada pemasaran digital.