

2. IDENTIFIKASI PERUSAHAAN

2.1. Identifikasi Data

2.1.1. Gambaran Mengenai Keberadaan Perusahaan

Sejarah / Tinjauan Perusahaan

TIGA GRAFIS *Graphic Design & Photography* didirikan pada awal tahun 1998 di Jalan Swakarya Baru No. 22x, Sudirman, Tepatnya di kompleks TNI-AD Denpasar. Berdirinya TIGA GRAFIS *Graphic Design & Photography* tersebut merupakan ide awal R.N. Insan Prapata Adinata yang sekaligus menjabat sebagai direktur perusahaan. Nama “TIGA” merupakan gabungan atau singkatan dari kata ‘Titik’ dan ‘GARis’, dimana titik dan garis dalam dunia desain grafis merupakan unsur-unsur utama dari karya visual.

Latar belakang usaha TIGA GRAFIS *Graphic Design & Photography* adalah usaha yang bergerak pada pelayanan jasa promosi periklanan (*creative agency*) dan telah menspesifikasikan diri pada 4 (empat) jenis produk, antara lain :

1. *Creative products* (produk kreatif, seperti: brosur, poster, *pamphlet*, *billboard*, dan lain-lain)
2. *Photography products* (produk fotografi, seperti: foto model, foto produk, foto desain interior dan eksterior, dokumentasi, dan lain-lain)
3. *Promotion products* (produk yang dipromosikan melalui media atau *media ad*)
4. Aplikasi desain grafis lainnya.

Pada tanggal 6 Juli 1999, perusahaan ini meresmikan usahanya melalui jalur hukum dengan nama PT. PUTRAGANDA yang ditangani oleh notaris Bapak J.S. Wibisono, S.H. dengan tetap menggunakan nama TIGA GRAFIS *Graphic Design & Photography* sebagai nama komersial.

Pada akhir tahun 1999, TIGA GRAFIS *Graphic Design & Photography* pindah ke lokasi yang lebih besar dan strategis, yaitu di Jalan Pungutan I / No. 17 Bumi Ayu, Sanur-Bali. Dengan lokasi yang strategis tersebut, perusahaan lebih berkembang pesat dan mulai dikenal lebih luas. Dengan modal, pendapatan serta lokasi yang dekat dengan daerah wisata pantai Sanur, TIGA GRAFIS *Graphic Design & Photography* menjadi lebih mudah

mendapatkan klien dan mengalami kemajuan dengan profit yang hampir mencapai target penjualan (*target selling*). Selain itu kinerja grafis juga didukung dengan perlengkapan kerja, seperti: komputer, kamera foto dan perangkat pelengkapannya, serta alat transportasi kantor berupa mobil dengan harapan akan dapat memudahkan dan mempercepat proses pengerjaan dan tuntutan proyek dari klien.

Pada tanggal 1 Februari 2003, tim kreatif divisi fotografi di TIGA GRAFIS *Graphic Design & Photography* mengganti namanya menjadi “PHOTOWORKS”. Hal ini dilakukan dengan tujuan untuk memperkuat pemasaran serta investasi perusahaan karena banyak orang asing yang ikut terlibat dan berhubungan dengan bisnis fotografi ini.

PHOTOWORKS yang telah memiliki nama perusahaan sendiri ini, kemudian memperluas pasar dan mengkoordinir teman-teman fotografer *freelance* yang pada akhirnya dijadikan sebuah asosiasi. Dengan berdirinya PHOTOWORKS itu sendiri telah memudahkan PHOTOWORKS dalam mendapatkan klien dalam bidangnya yang kemudian juga memberi pengaruh yang baik terhadap divisi grafis. Meskipun PHOTOWORKS telah namanya sendiri, namun kerjasama antar antar kedua bidang tersebut tidak lepas begitu saja melainkan tetap saling mendukung satu sama lain di bawah perusahaan TIGA GRAFIS *Graphic Design & Photography*.

Pada Januari 2005, PHOTOWORKS menetapkan untuk menjadi sebuah perusahaan jasa fotografi yang berdiri sendiri dan lepas dari TIGA GRAFIS *Graphic Design & Photography*. Dengan lepasnya PHOTOWORKS dari TIGA GRAFIS *Graphic Design & Photography*, perusahaan berusaha lebih memanfaatkan tenaga fotografer *freelance* dalam proyek fotografi.

Motto, Visi, dan Misi Perusahaan

Motto perusahaan adalah “koordinasi tim demi kepuasan klien”. Kinerja dari TIGA GRAFIS *Graphic Design & Photography* terbagi atas beberapa divisi yang memegang peranan yang penting dalam setiap langkah kerja, namun tetap memiliki satu visi yang sama, yaitu bekerja dengan didasari atas koordinasi yang cepat, tepat, dan baik, maka akan dapat menyuguhkan kepuasan kepada klien yang menjadi target utama perusahaan dalam menjalin kemitraan yang langgeng.

Misi perusahaan adalah TIGA GRAFIS *Graphic Design & Photography* dapat menjadi *central player* yang menjadi jembatan untuk industri yang ahli di bidang lainnya. Perusahaan tersebut belum merencanakan ekspansi perusahaan. Namun perusahaan lebih berkonsentrasi dengan adanya perusahaan yang sudah ada untuk memaksimalkan sumber daya manusia yang baik guna kepuasan klien dan kerjasama yang baik dengan vendor perusahaan.

2.1.2. Informasi Mengenai Perusahaan

Lingkup pekerjaan

TIGA GRAFIS *Graphic Design & Photography* merupakan perusahaan yang berjalan di bidang jasa periklanan yang membantu proses promosi suatu instansi atau perusahaan dan lebih mengkhususkan diri pada pelayanan:

- *media planning/ event promotion support and arrangement*
- *Graphic design*
- *Photography*
- *Print production*

Adapun hasil akhir dari pekerjaan perusahaan ini, antara lain:

- *Company profile*
- *Indoor and outdoor promotion*
- *Sales kit*
- *Brochures, poster, flyer, card, and booklet*
- *Image logo*
- *Product catalogue*
- *Clotes design and motif*

TIGA GRAFIS *Graphic Design & Photography* memiliki banyak jaringan kerja dengan perusahaan lain (*supplier/ vendor*) yang saling berhubungan untuk mempermudah usahanya, seperti: Percetakan dan *offset*, Perusahaan Desain Website (*Web Design agency*), sablonase, *hand made production*, dan lain sebagainya. Dengan demikian, tidak menutup

kemungkinan bagi TIGA GRAFIS *Graphic Design & Photography* untuk menerima proyek di luar bidangnya.

Proses pekerjaan / Mekanisme kerja

Area kerja yang tercakup dalam desain grafis dan fotografi di TIGA GRAFIS *Graphic Design & Photography*, terdiri dari beberapa tahapan kerja yang meliputi:

1. *Design and photography development* (perencanaan konsep dan format desain dan fotografi),
2. *Design and photography production* (produksi desain dan fotografi)
3. *Print production* (produksi cetak), terdiri atas: *pre-press* (pra cetak), dan *printing* (percetakan).

Berikut mekanisme kerja perusahaan TIGA GRAFIS *Graphic Design & Photography* dalam menangani kliennya.

1. *Client's brief*

Tahapan awal pengerjaan grafis diawali dengan pengenalan, penggalan (nilai lebih), pengumpulan data dan fakta materi produk yang akan dipromosikan atau dikomunikasikan pada *audience*. Proses ini dilakukan melalui metode konsultasi dan wawancara dengan pihak klien.

Client's brief merupakan informasi atau data tentang produk atau jasa suatu perusahaan yang akan dikampanyekan, diperoleh dengan cara mengadakan proses pendekatan antara *client* (perusahaan, organisasi kelompok, dan atau individu yang membutuhkan produk atau jasa) dengan *agency* yang dalam hal ini adalah TIGA GRAFIS *Graphic Design & Photography*. Pada tahap ini, biasanya klien yang datang ke agensi atau melalui telepon dan faksimili untuk mengutarakan kebutuhan-kebutuhannya. Namun, pihak TIGA GRAFIS *Graphic Design & Photography* tidak tinggal 'diam' saja, tetapi tetap selalu aktif untuk mendapatkan klien.

Pihak yang terlibat dalam tahap ini adalah *Account Executive (AE)* yang ada di *Client Service Department* sebagai orang terdepan yang berhubungan langsung dengan

klien. Fungsi *AE* adalah mencari, mengumpulkan, dan menganalisa data-data dari klien. Informasi atau data yang diharapkan dari pihak klien tersebut, diantaranya:

- Spesifikasi produk (seperti: *property*, produk, dan servis)
- Keunggulan atau nilai lebih jika dibandingkan dengan unit usaha yang sejenis.
- Arah pasar setahun terakhir dan yang akan dituju pada tahun berikutnya.
- Konsep promosi dan komunikasi yang telah dijalankan.
- Hambatan atau kendala yang telah dialami.

Data-data tersebut selanjutnya digunakan untuk menyusun perencanaan strategi kreatif suatu desain dan fotografi yang akan dilakukan oleh agensi. Selain itu, *AE* mengadakan kesepakatan dengan klien untuk mendiskusikan yang akan dibuat, menyangkut masalah estetika dan efisiensi hasil desain dan atau fotografi yang diinginkan. Dengan demikian, seorang *AE* dituntut untuk bisa memahami kebutuhan-kebutuhan klien, cerdas dan memiliki wawasan yang luas, harus dapat memberi saran atau solusi yang terbaik pada klien, lebih ahli daripada kliennya, dan tentunya harus dapat melayani dan mempresentasikan kepada klien dengan baik. Hal ini bertujuan untuk mendapatkan kepercayaan dan kepuasan klien terhadap agensi dan tidak mudah pindah ke agensi lain.

Adapun faktor-faktor klien tertarik dan mau bekerja sama dengan TIGA GRAFIS *Graphic Design & Photography*, yaitu:

- a. Personal
 - karena adanya hubungan teman atau kerabat
 - presentasi dan pelayanan *AE* yang bagus dan menjanjikan.
- b. Hasil karya yang baik dan kreatif (biasanya pada saat mendapat klien baru, TIGA GRAFIS *Graphic Design & Photography* menunjukkan *portfolio* atau karya-karya dari proyek-proyek yang pernah dibuat).
- c. *Payment* (sistem pembayaran yang mudah dan bersaing).
- d. Omset besar dan punya banyak jaringan kerja dengan perusahaan-perusahaan percetakan yang memiliki kualitas baik.

Setelah menerima *client brief* dan menerima kesepakatan dari klien, seorang *AE* harus bisa menterjemahkan kebutuhan-kebutuhan dari klien kepada agensi khususnya pada

Departemen Kreatif dalam rangka menjadikan strategi dan konsep kreatif atas usulan kampanye periklanan yang dilakukan oleh klien. Dalam hal ini biasanya diwujudkan dalam pembuatan *layout* kasar atau kalau perlu *layout* komprehensif, termasuk didalamnya jumlah *ply* (lembar), gambaran tentang isi tiap halamannya, dan ilustrasi yang akan digunakan.

2. Bedah kasus dan survei

Pada tahap ini awal dari konsep yang dibawa *AE* mulai dibahas dan direncanakan oleh tim pada suatu forum atau rapat tertentu. Di TIGA GRAFIS *Graphic Design & Photography*, rapat tersebut biasanya dilakukan pada sore hari setelah jam kerja. Yang ikut terlibat dalam rapat ini hampir seluruh karyawan yang ada di TIGA GRAFIS *Graphic Design & Photography*, diantaranya adalah *General Manager, Account Executive, Art Director, Graphic Designer, Photographer Manager, Photographer, Production Manager, dan Account Manager*. Terkadang *Operational Computer* dan *Accounting Staff* juga diajak dalam tahap ini.

Masing-masing dari anggota memiliki tugas dan tanggung jawab dalam memecahkan suatu masalah atau kasus tersebut dengan melihat keberadaan klien, berbagai keperluan yang dibutuhkan dalam memposisikan produk atau jasa, target konsumen dan target pasar, konsep yang pernah ada, kendala yang pernah dialami, batas akhir waktu (*deadline*) pekerjaan yang harus diselesaikan dan masih banyak lagi keterangan yang harus dikumpulkan pada tahap ini untuk menentukan hasil yang diharapkan, yaitu strategi yang tepat, konsep perwujudan yang baik, dan harga yang sesuai.

AE bertanggung jawab atas tersedianya *brief* dari klien (informasi dan data-data yang diperlukan) dalam penyusunan konsep kreatif yang akan dilakukan oleh tim kreatif. Informasi dan data-data yang didapat dari klien bisa saja kurang valid dan kurang dapat dipertanggungjawabkan hasilnya, atau dalam penyusunan strategi dan konsep membutuhkan data-data lain yang tidak didapatkan dari klien. Dengan demikian dilakukan beberapa riset atau *survey*, diantaranya adalah *survey* pasar. Tujuan dari *survey* ini adalah untuk mengetahui harga barang, biaya atas jasa, perilaku konsumen, kondisi pasar, keputusan dari pemerintah, dan lain-lain.

3. *Brainstorming*

Brainstorming adalah proses pencurahan ide-ide. Berdasarkan kasus-kasus yang sudah dibahas, dipecahkan, didukung oleh beberapa data hasil *survey*, yang dilakukan selanjutnya adalah membentuk ide-ide yang mengarah pada suatu konsep dan proses kreatif. Dalam tahap ini, tidak ada suatu ide atau masukan yang salah, semua ide dan masukan tadi ditampung dan digenerasikan untuk proses berikutnya.

Dari data dan fakta yang terkumpul, tim tim kreatif akan mengembangkan strategi dan konsep (desain grafis dan fotografi), menentukan kriteria pasar yang ditargetkan, serta menentukan spesifikasi produk dan media yang tepat agar bentuk atau karya yang dihasilkan menarik, kreatif, dan tahan lama (bisa digunakan untuk jangka panjang).

4. Penawaran konsep dan kesepakatan harga

Setelah semua permasalahan bisa dipecahkan dan ditemukan konsep yang telah ditetapkan dalam suatu forum tertentu, selanjutnya diserahkan kembali kepada *Account Executive (AE)* untuk mengadakan penawaran konsep dan kesepakatan harga pada klien. Dalam presentasinya *AE* harus dapat meyakinkan klien bahwa jalan inilah yang semestinya ditempuh dan harga yang harus dibayar adalah realistis. Terkadang *AE* membawa contoh format dan konsep karya desain dalam bentuk kasar (*rough layout*) untuk memberikan gambaran solusi terhadap masalah yang dimiliki klien.

Pada tahap ini juga akan disepakati estimasi waktu pengerjaan untuk produk cetak separasi, estimasi anggaran biaya, system atau mekanisme pembayaran, format produksi, skema warna dan jenis huruf yang dipakai. Biasanya suatu perusahaan memiliki pakem warna dan jenis huruf tertentu yang merupakan *image* dari perusahaan.

Bila konsep diterima dan disetujui oleh klien, *AE* memberikan perintah kerja kepada tim kreatif untuk langsung melakukan pengerjaan kreatif (produksi desain dan fotografi), dan *Operasional Marketing* melakukan pekerjaannya, yaitu memperkirakan harga mulai dari produksi desain atau fotografi hingga produksi cetak. Namun, bila konsep tidak disetujui atau terdapat revisi, *AE* harus menganalisa kembali, misalnya menanyakan dan membahas apa yang menjadi permasalahan dari konsep tadi karena semua itu tergantung kehendak klien dan *target audience* yang akan dihadapi. Pada tahap ini *AE* biasanya lebih

sering kembali menemui klien untuk memenuhi dan menganalisa tentang apa yang sebenarnya menjadi kehendak klien. Terkadang terdapat klien yang ‘rewel’ dan ‘plin-plan’ dalam menentukan kebutuhannya. Namun demikian, klien adalah “raja”, agensi tidak bisa mengambil kesimpulan sendiri, meskipun nantinya konsep mereka lebih baik dari yang diperkirakan.

5. Fotografi

Bila proyek yang diberikan oleh klien membutuhkan suatu proses fotografi, maka TIGA GRAFIS *Graphic Design & Photography* melakukan pemotretan terlebih dahulu sebelum memasuki proses desain. Namun, tidak menutup kemungkinan bagi TIGA GRAFIS *Graphic Design & Photography* untuk menerima proyek fotografi saja. Proses fotografi ini dilakukan oleh tim di divisi fotografi. Tahapan-tahapan yang dilakukan oleh tim dalam proses fotografi adalah:

a. *Survey lokasi*

- Fotografer harus mengetahui letak dan posisi dari lokasi pemotretan yang ditentukan oleh klien, hal ini bertujuan agar dapat memprediksikan waktu yang akan dipergunakan.
- Bila yang menentukan lokasi dari pihak agensi, fotografer harus mengetahui letak-letak atau daerah yang tepat untuk melakukan pemotretan sesuai dengan konsep dan tema yang akan diambil.
- Fotografer harus mengetahui suasana dan kondisi dari lokasi yang sudah ditentukan. Misalnya: dari mana arah datangnya cahaya matahari bila dilakukan pada pagi, siang, atau sore hari, apakah ada penghalang yang mengganggu, atau bagaimana letak lampu-lampu dan aksesoris ruangan untuk proses foto desain interior, dan lain-lain.
- Bila pemotretan dilakukan di studio, fotografer tinggal menata segala keperluan di studio tersebut, misalnya: menata cahaya-cahaya studio, menata *background* (latar belakang) yang tepat dan lain-lain.

b. Persiapan perangkat fotografi

Dalam hal ini, yang paling banyak berperan dan bertanggung jawab adalah asisten fotografer. Perangkat-perangkat yang harus disiapkan diantaranya adalah kamera dan lensa, *blitz* atau *flash*, tripod, *reflector*, dan perangkat atau bahan pendukung lainnya. Bila pemotretan dilakukan di luar kantor atau studio, perangkat-perangkat fotografi tadi harus dicek ulang sebelum dibawa.

c. Persiapan roll film

Fotografer menentukan film dan jumlah *roll* yang dibutuhkan untuk pemotretan. Penentuan film ini disesuaikan dengan jenis kamera yang akan digunakan dalam, mengaplikasikan konsep kreatif dan tema pemotretan. Bila kamera yang digunakan adalah kamera analog, *roll film* yang digunakan biasanya berupa *slide film* (film positif), film negatif, dan film hitam putih. Untuk kamera *medium format*, roll film yang dibutuhkan adalah Polaroid, dan film tipe 120 yang berisi 9 *frame* dengan ukuran 5,5 x 7,6 cm tiap *frame*-nya. Sedangkan untuk kamera digital tidak dibutuhkan film. Yang dibutuhkan adalah *chip memory* sebagai media simpan hasil pemotretan.

d. Photoshooting (proses pemotretan)

Pemotretan merupakan proses pengerjaan fotografi yang dilakukan sesuai dengan konsep kreatif yang sudah disepakati sebelumnya. Dalam proses hal-hal yang harus diperhatikan pertama kali adalah syarat-syarat teknis dari fotografi, seperti *focus of interest* objek utama yang akan dipotret agar tidak terlihat kabur atau *out of focus*, jarak harus sesuai atau seimbang agar terdapat suatu keharmonisan, teknik-teknik pemotretan untuk objek yang bergerak (*motion*), *bulb*, penggunaan *flash* atau cahaya studio, dan lain-lain.

Kedua adalah pengambilan gambar dengan *angle* (sudut) yang tepat untuk menghasilkan suatu komposisi foto yang baik, harmonis, dan memiliki makna. Komposisi foto merupakan susunan atau penataan unsur-unsur gambar foto dalam *frame* atau format tertentu. Dengan demikian perlu diperhatikan aturan-aturan dalam mengkomposisikan gambar.

Ketiga adalah teknik pencahayaan. Terdapat beberapa teknik pencahayaan yang harus diketahui untuk menghasilkan gambar yang menarik dan menambah unsur nilai seni, yaitu cahaya depan (*front light*), cahaya samping (*side light*), cahaya atas, cahaya belakang (*back light*) atau yang sering juga disebut sebagai *rim light*, cahaya pantul, cahaya seadanya (*available light*), cahaya ruang (*ambient light*), *silhouette*, dan *bulb*. Contoh: untuk foto model, menggunakan perpaduan antara cahaya samping, cahaya atas dan cahaya pantul; untuk foto interior, menggunakan cahaya ruang dan cahaya seadanya, misalnya lampu yang ada dalam ruangan dibantu dengan cahaya studio atau cahaya-cahaya yang lain agar lebih menarik; dan lain-lain.

Keempat adalah maksud dan tujuan yang ingin diceritakan atau diwujudkan dalam gambar yang dihasilkan. Biasanya fotografer menanyakan terlebih dahulu kepada kliennya tentang hasil yang diinginkan dari gambar foto yang akan dibuat.

Kemudian yang harus diperhatikan selanjutnya adalah kendala-kendala yang akan dihadapi pada saat pemotretan, seperti cuaca yang tidak mendukung akan menghambat atau bahkan menunda proses pemotretan. Gangguan teknis, entah itu pada perangkat fotografi yang digunakan atau gangguan dari luar, seperti salah satu lampu studio tidak menyala, mati lampu, dan masih banyak lagi kendala-kendala yang lain.

Dari hal-hal diatas, fotografer harus bisa menguasai segala sesuatu tentang fotografi dengan menggunakan jiwa seni dengan pemikiran-pemikiran kreatif yang dimiliki, agar menghasilkan suatu karya yang baik. Selain itu, fotografer juga dituntut untuk melakukan semua pekerjaannya dengan ulet, disiplin dan professional.

e. Cuci cetak

Film hasil pemotretan, kemudian dibawa ke perusahaan atau studio foto untuk melakukan proses pencucian dan pencetakan film sesuai dengan permintaan yang diinginkan dengan tujuan untuk mengetahui gambar yang dihasilkan.

f. Evaluasi dan presentasi hasil pemotretan

Dengan melihat gambar yang sudah dicetak tersebut, fotografer memilih dan menentukan hasil foto yang baik dan mengevaluasi jika terdapat kekurangan. Seandainya

gambar yang dihasilkan belum sesuai dengan keinginan yang diharapkan fotografer atau terjadi kesalahan teknis yang tidak disadarinya, idealisasinya fotografer meminta kembali untuk melakukan proses pemotretan. Kejadian tersebut kemungkinan kecil terjadi pada perusahaan TIGA GRAFIS *Graphic Design & Photography* karena fotografer biasanya sudah memiliki perkiraan pada proses pemotretan dan hasil foto yang akan diperolehnya secara profesional.

6. Desain grafis

Tahap ini oleh orang-orang di Departemen Kreatif, tepatnya di divisi grafis. Pihak-pihak yang terlibat di dalamnya adalah *Art Director*, *Graphic designer*, dan *Operational Computer*. Segala bentuk perancangan dilakukan di dapur kreatif yang didalamnya terdapat 4 (empat) unit komputer sebagai alat pengoperasian desain, 1 (satu) unit *scanner* dan 1 (satu) unit *printer*.

Dimulai ketika *Account Executive* memberikan rekomendasi kerja kepada divisi *Traffic*. Tugas *Traffic* adalah mengatur jadwal pekerjaan, menentukan *deadline*, kapan hasil desain harus selesai, dan lain-lain. *Traffic* di dapur kreatif harus bersikap tegas dan disiplin. Dengan demikian tidak menutup kemungkinan bagi *Traffic* untuk menolak suatu proyek baru karena padatnya pekerjaan yang dikejar *deadline*.

Bersamaan dengan itu *Account Executive* juga merekomendasikan kepada *Art Director* atas *approval* dari konsep yang ditawarkan pada klien dan memberikan *briefs* yang dibutuhkan untuk proses desain. *Art Director* adalah orang terdepan di divisi kreatif yang memegang kendali dalam pembuatan desain.

Sebelum mengaplikasikannya lewat komputer, tim kreatif melakukan *brainstorming* (pengumpulan ide-ide) terlebih dahulu untuk menemukan bagaimana seharusnya desain itu dibuat agar terdapat suatu strategi dan konsep kreatif dari hasil yang diinginkan. Di sini *Art Director* mengarahkan dan membagi-bagikan tugas kepada *designer graphics*, operasional komputer, atau kalau perlu kepada *Illustrator* dan *Copywriter*. Seorang desainer memulai pekerjaannya dengan membuat alternatif-alternatif desain dibantu dengan operasional komputer sesuai dengan kreativitas dan pengalaman yang dimiliki dalam pengoperasian komputer grafis.

Hal-hal yang dilakukan pada proses desain grafis adalah pembuatan ilustrasi, *scan high resolution* dan *photo re-touching*, *copywriting* (penulisan naskah), dan *layout*.

a. Ilustrasi

Kesan pertama *audience* melihat suatu hasil desain biasanya mengarah pada ilustrasi terlebih dahulu. Ilustrasi tersebut biasanya berupa sketsa, gambar, lukisan, dan foto. Kebanyakan proyek desain yang didapat TIGA GRAFIS *Graphic Design & Photography* selalu terdapat unsur ilustrasi di dalamnya, khususnya ilustrasi foto. Untuk sketsa dan gambar biasanya digunakan dalam pembuatan denah lokasi (peta), logo, dan motif-motif lainnya. Dengan demikian, suatu ilustrasi harus menarik perhatian, *layout* harus ditata sedemikian rupa agar enak dipandang, dan ukurannya harus sesuai sehingga terjadi suatu keharmonisan dalam desain.

Dalam membuat ilustrasi berupa gambar atau lukisan, TIGA GRAFIS *Graphic Design & Photography* membutuhkan seorang *illustrator*. Berhubung belum adanya *illustrator* dalam organisasi perusahaan, TIGA GRAFIS *Graphic Design & Photography* biasanya memanggil atau membayar seorang *illustrator freelance*. Keputusan tersebut diambil jika proyek yang sedang dilakukan sangat padat atau tim kreatif belum mampu melakukannya.

Yang dilakukan pertama kali dalam proses pembuatan ilustrasi gambar, sketsa, atau lukisan pada sebuah desain adalah membuat *thumbnail*, jika perlu diberi warna. Kemudian gambar tersebut di-*scan* agar masuk komputer. Setelah di komputer, gambar tersebut bisa langsung diaplikasikan pada karya desain atau digambar ulang (*trace*) dengan menggunakan program *Macromedia Freehand*, atau *Corel Draw* di komputer. Dengan program tersebut dapat dilakukan *tracing* memanfaatkan *pentool* mengikuti gambar yang sudah di-*scan*, selanjutnya diberi warna sesuai dengan desain yang dibuat. Di TIGA GRAFIS *Graphic Design & Photography*, program yang sering dipakai adalah *Macromedia Freehand 10* dan *Photoshop 7.0*.

b. Scan High Resolution

Bila ilustrasi berupa foto, maka foto tersebut di-*scan* dengan tampilan *high resolution*. Hal ini bertujuan untuk menjaga kualitas foto atau gambar agar tetap baik

(tidak pecah atau kabur). Resolusi tersebut terkait dengan kepadatan titik (dot) per inchi atau *pixel* per inchi pada suatu format atau *frame* (bidang) tertentu. Bila hasil foto yang digunakan berasal dari kamera *digital*, hal yang perlu dilakukan adalah pengambilan foto menggunakan resolusi tinggi, kemudian ditransfer ke dalam komputer dan diproses dengan menggunakan resolusi yang tinggi pula.

Photo re-touching dilakukan untuk lebih memfokuskan obyek pada bidang foto, menghilangkan bagian-bagian yang tidak diinginkan, menambah atau mengganti sesuatu pada obyek, dan lain-lain. Program komputer yang digunakan untuk melakukan *re-touching* adalah *Adobe Photoshop*.

c. Copywriting (penulisan naskah)

Copywriting merupakan seni penulisan naskah pada desain iklan yang dibuat. Kebanyakan *copywrite* didapat dari klien, namun terkadang klien meminta pada agensi untuk dibuatkan *copywrite*-nya. Dalam hal ini biasanya terdapat karyawan yang merangkap sebagai *Copywriter* dan membantu dalam pembuatannya. Biasanya ada seorang yang mampu membantu pada bagian tersebut, yaitu *Accounting Manager* di TIGA GRAFIS *Graphic Design & Photography*. Untuk pengaturan pada desainnya, dilakukan oleh desainer. Hal-hal yang dilakukan pertama kali adalah pengetikan naskah, kemudian menentukan jenis huruf dan ukuran huruf, dan yang terakhir adalah mengkomposisikannya pada desainnya, yaitu mengatur *layout* yang mengikuti prinsip-prinsip desain yang sesuai.

d. Layout

Layout merupakan bagian dari desain grafis yang prosesnya paling lama dan membutuhkan banyak pemikiran yang kreatif. Pada tahap ini pula suatu format desain ditentukan. Setiap unsur-unsur yang ada pada desain harus diatur dan dikombinasikan sedemikian rupa agar terlihat menarik. Desainer juga dapat memilih salah satu ilustrasi sebagai ilustrasi utama dalam suatu desain. Naskah harus disusun dan disesuaikan dan penggunaan warna harus dipertimbangkan. Segala sesuatu yang ada dalam desain merupakan satu kesatuan karya desain yang dibuat.

7. *Mock-up*

Setelah format desain dan *layout* selesai, maka dilanjutkan dengan pembuatan *mock-up* atau *dummy* untuk diperlihatkan saat presentasi kepada klien. *Mock-up* merupakan perwujudan hasil karya desain yang seakan-akan menyerupai bentuk sebenarnya. Proses pembuatannya adalah mencetak hasil karya desain melalui *printer* yang ada di dapur kreatif, lalu hasil cetakan tersebut diaplikasikan ke dalam bentuk yang telah dirancang. Misalnya, pembuatan kartu menu yang telah direncanakan akan dicetak menggunakan media kertas yang tebal, maka pada saat *mock-up* sebisa mungkin dipresentasikan dalam bentuk yang mirip dengan hasil akhir dengan menempelkan hasil cetakan di kertas *inkjet* pada selembur karton. Jika diperlukan tampilan yang *glowsy* atau mengkilap maka *mock-up* dapat dilapisi dengan cat netral (*clear*).

Mock-up harus dibuat serapi dan sedekat mungkin dengan hasil akhir yang akan dibuat agar memudahkan klien untuk membayangkan hasil akhir yang akan diterimanya. Keterampilan tangan dan pemikiran yang kreatif dalam pembuatan *mock-up* diperlukan agar *mock-up* dapat tampil prima. Tahap pembuatan *mock-up* tersebut sering melibatkan *Operational Computer*.

8. Presentasi dan Revisi

Untuk desain grafis, hasil pembuatan *mock-up* diserahkan kepada *Account Executive (AE)* sebagai *layout proof* untuk diproses dan dipresentasikan kepada klien. Sedangkan untuk fotografi cukup memperlihatkan hasil cetak dari foto yang dibuat. Pada saat presentasi, bisa saja klien memberikan *approval* (persetujuan) atau juga revisi dan order tambahan. Untuk itu, *AE* harus bisa meyakinkan klien bahwa “inilah jalan keluarnya”. Bila desain tersebut mendapat *approval* dari klien, berarti proses kreatif suatu desain sudah selesai (*final artwork*), dan dapat dilanjutkan pada tahap pengecekan kembali untuk dilanjutkan pada tahap produksi cetak. Namun, bila desain tersebut mendapat revisi atau *complain*, maka tim kreatif harus memikirkan kembali atas konsep dan format yang telah dibuatnya.

Pada presentasi ini, revisi dan order tambahan masih bisa dilakukan sejauh tidak merubah format dan konsep desain secara mendasar. Revisi merupakan *feedback* dari klien

atas ketidaksetujuan atau adanya kekurangan dari konsep desain yang dibuat. Dalam hal ini, *AE* diharuskan dapat menganalisa kemauan klien atas bentuk-bentuk kekurangan dari desain yang dipresentasikan dan alasan yang mendasari revisi tersebut. Ini dilakukan untuk menghindari revisi yang berulang-ulang dan proyek yang dikerjakan dapat diselesaikan dengan baik tepat pada *deadline* yang telah ditentukan.

Klien yang dihadapi memiliki karakter yang beragam, ada yang selalu meminta perubahan dan ada juga yang tidak konsisten pada keputusan sebelumnya. Karena itu, agensi harus dapat mengatasinya dengan memberikan penjelasan yang mudah dipahami mengenai konsep dasar dan solusi yang direncanakan kepada klien yang dihadapi.

9. *Final artwork* (FA)

Hasil persetujuan atas desain dan *layout* dari klien disebut dengan *Final Artwork* (FA). Tahap ini merupakan akhir ‘perjuangan’ tim kreatif dalam menangani sebuah proyek desain. Kemudian proses dilanjutkan dengan pengecekan materi tulisan (*check spelling*) dan pembuatan *bleed* (batas potong). Selanjutnya, hasil karya desain di-*copy* ke dalam format CD (CD-R/CD-RW) untuk dilanjutkan pada tahap produksi cetak.

10. *Print production* (produksi cetak)

Tahap produksi cetak merupakan tahap penentuan keberhasilan suatu desain atau fotografi yang dibuat karena akan diaplikasikan pada media sebenarnya. Di TIGA GRAFIS *Graphic Design & Photography*, proses produksi cetaknya kebanyakan diserahkan kepada perusahaan lain (*supplier vendor*) sebagai pihak ketiga. Yang paling banyak berperan pada tahap ini adalah *Production Manager* (Manajer Produksi).

a. Penawaran Harga Kepada *Supplier* atau *Vendor*

Untuk mengetahui alokasi harga suatu proses produksi cetak, manajer produksi biasanya melakukan penawaran harga dengan beberapa *supplier*, minimal 2 (dua) *supplier*. Penawaran tersebut biasanya dilakukan melalui *faximilie* (fax) yang sebelumnya sudah dicantumkan data sesuai dengan apa yang diinginkan, seperti: ukuran desain, kertas atau materi yang digunakan (jenis, ketebalan, berat kertas, dan *ply* jumlah lembaran), kuantitas

atau jumlah satuan yang dicetak, warna (*full color*, *spot*, atau *grayscale*), dan *finishing* (sentuhan akhir pada hasil cetak) yang diinginkan. Selain itu, bisa juga melalui telepon, atau datang langsung ke perusahaan (*supplier*) yang ditentukan.

Berikut *supplier-supplier* yang dipercaya TIGA GRAFIS *Graphic Design & Photography*:

- PortFolio (untuk proses *color separation* dan *Chromalin Proof*)
- Indonesia Printer (untuk percetakan dan *special color*)
- PT. Trio Mitra Grafika (untuk percetakan)
- PT. Dian Rakyat (untuk percetakan)
- Warung Design (untuk percetakan ukuran besar)
- Doni (untuk *handmade production*)
- Sinar Photo (untuk cuci dan cetak foto)

Pihak agensi sesekali tidak mempersoalkan harga untuk menghasilkan suatu hasil cetakan yang baik dari *supplier*. Hal ini biasanya melihat pada proyek-proyek yang membutuhkan suatu kualitas cetak yang sangat bagus. Untuk hal yang demikian TIGA GRAFIS *Graphic Design & Photography* mempercayakan pada Indonesia Printer, salah satu perusahaan percetakan yang ada di Jakarta.

Setelah mendapatkan jawaban dari pihak *supplier* mengenai harga produksi cetak, manajer produksi melaporkannya kepada *Operational Marketing* mengenai kesepakatan harga yang didapat. Hal tersebut kemudian dibahas dan dipertimbangkan untuk menentukan siapa yang akan melakukan produksi cetak.

b. Pre-press

Final Artwork dalam bentuk *mock-up* yang sudah disetujui oleh pihak klien dapat dijadikan sebagai panduan untuk proses percetakan. Manajer Produksi memberikan hasil desain yang telah disimpan dalam format CD kepada *supplier*, sekaligus memberikan perintah kerja untuk melakukan proses percetakan dan mengadakan kesepakatan mengenai jangka waktu pembuatan.

Untuk mengetahui hasil dari *color separation*, agensi biasanya melakukan pengecekan terakhir melalui *progressive proof* atau *chromalin proof* (panduan hasil cetak

dengan menggunakan kertas kromalin). Hal yang diutamakan dalam *chromalin proof* adalah warna yang dihasilkan. Dalam hal ini warna harus sesuai dengan konsep dan format desain yang sudah ditentukan.

c. *Printing (pencetakan)*

Jika *proof* hasil cetak sesuai, maka tahap selanjutnya adalah memberikan *purchase order* (perintah kerja) kepada *supplier* yang sudah ditentukan untuk melakukan proses cetak dengan harapan mampu menghasilkan hasil cetak yang memuaskan. *Printing* atau percetakan merupakan perwujudan gambar pada suatu kertas atau materi melalui *color separation* atau plat sebagai alat pencetak dengan menggunakan bahan tinta atau cat sesuai dengan *finishing* yang diinginkan.

- *UV Ink* : proses cetak dengan menggunakan tinta tahan sinar matahari (bisa tahan sampai lebih dari 4 (empat) bulan)
- *Non UV Ink* : proses cetak dengan menggunakan tinta yang kurang tahan terhadap sinar matahari (biasanya 2 (dua) bulan warna sudah pudar)
- *Film positif* : proses cetak untuk warna hitam saja
- *Film negatif* : proses cetak untuk warna putih saja
- *Hot print* : proses cetak yang menggunakan plat, warna yang biasa digunakan adalah *special color* (emas, perak, dan warna yang mengkilap lainnya)
- Dan lain-lain.

Finishing (hasil cetak) merupakan sentuhan akhir yang diinginkan dari proses cetak. Macam-macam *finishing*, antara lain:

- *Laminasi* : hasil cetak yang dilapisi oleh plastik buram atau mengkilap tipis sehingga tahan air, gores, dan tentunya lebih tahan lama.
- *Special cutting* : Hasil cetakan yang membutuhkan proses pemotongan, misal pembuatan potongan melengkung karya desain.
- *Emboss* : hasil cetakan yang timbul (tanpa tinta)
- *Back light* : bahan yang dicetak untuk *neon box*
- Dan lain-lain.

d. Evaluasi

Evaluasi dimaksudkan untuk melihat kembali dan menganalisa hasil dari percetakan yang dilakukan oleh *supplier*. Evaluasi dilakukan oleh *Production Manager* dan dikontrol oleh *General Manager*. Pihak agensi dapat melakukan *complaint* jika terdapat kekurangan atau ketidaksesuaian dengan *proof* dan kesepakatan yang diberikan sebelumnya.

11. Invoice

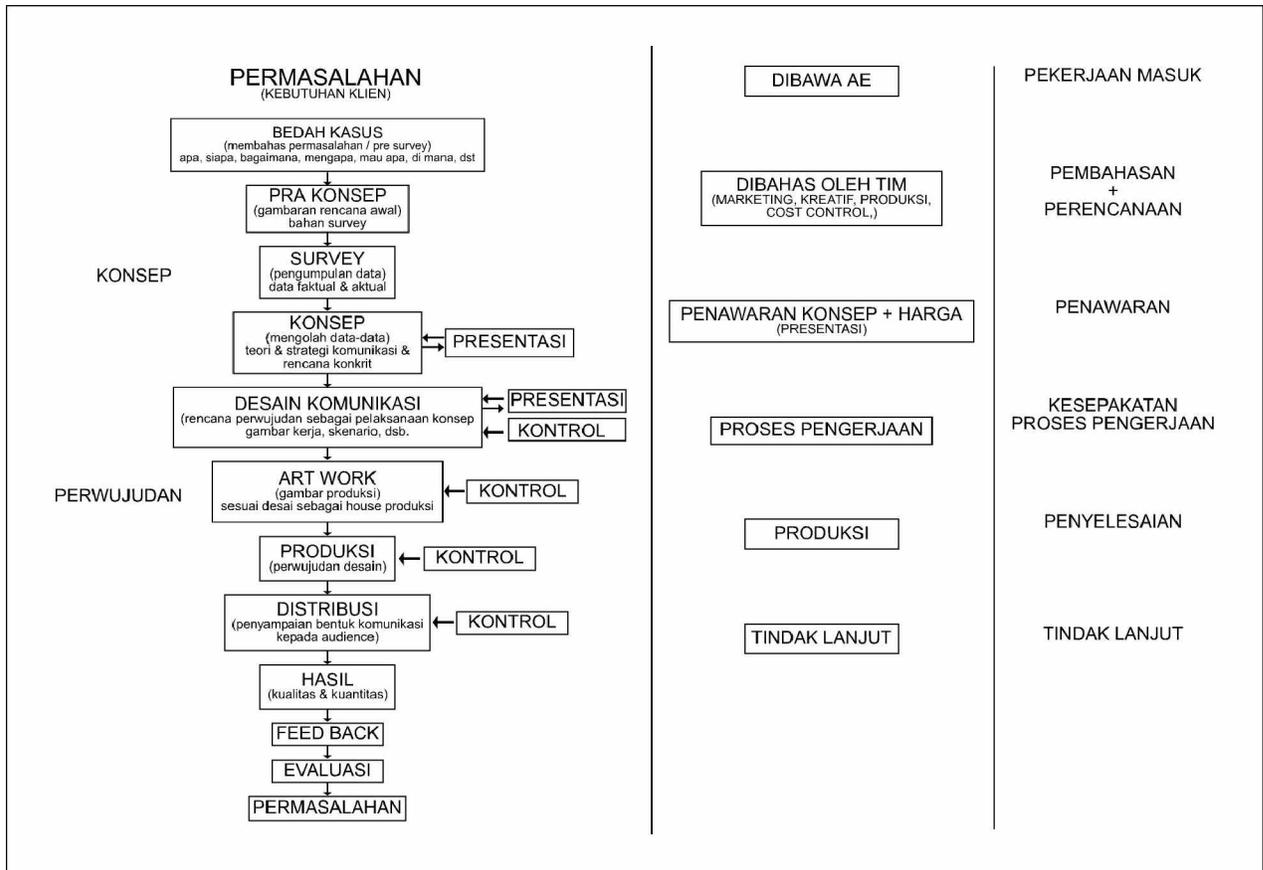
Seluruh pengeluaran mulai dari konsep desain dan fotografi hingga pencetakan, dihitung oleh *Accounting Manager* dan dibantu oleh *Accounting Staff* yang ada di *Finance and Human Resources Department* (Departemen Keuangan dan Sumber Daya Manusia). Kemudian dibuatlah *invoice* (faktur atau surat tagihan pembayaran) kepada klien. Segala perhitungan arus tepat dan harus sering dilakukan pengecekan ulang untuk menghindari kekurang atau kesalahan penghitungan, sehingga tidak merugikan kedua belah pihak.

Selanjutnya tugas *Account Executive* untuk menyerahkan *invoice* kepada klien. *AE* harus memastikan klien membayar tepat waktu. Pembayaran dari klien tidaklah sekaligus, semua tergantung perjanjian atau kesepakatan sebelumnya dan tergantung pada tiap-tiap pekerjaan yang telah dilakukan oleh pihak agensi. Sistem pembayarannya dapat dilakukan dengan menggunakan cek atau giro, atau dikirim langsung ke nomor rekening tabungan bank pihak agensi.

Setelah klien melunasi semua tagihan, berarti selesai pula satu mekanisme kerja dan proses kreatif yang terjadi di agensi dalam menangani suatu proses desain dan atau fotografi.

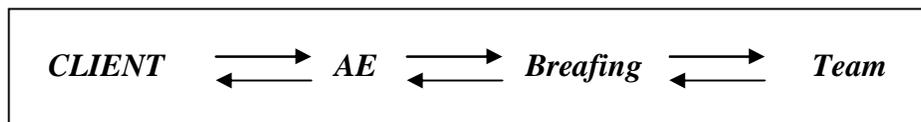
Mekanisme kerja di TIGA GRAFIS *Graphic Design & Photography* tidaklah mutlak seperti apa yang telah diutarakan. Urutan kerja yang telah dipaparkan merupakan gambaran umum mengenai sistem organisasi agensi tersebut. Setiap kinerja dilakukan secara fleksibel sesuai situasi dan kondisi yang terjadi.

MEKANISME KERJA DI PERUSAHAAN TIGA GRAFIS GRAPHIC DESIGN & PHOTOGRAPHY



Gambar 2.1. Skema Mekanisme Kerja TIGA GRAFIS *Graphic Design & Photography*

KETERANGAN MENGENAI PRESENTASI



Gambar 2.2. Alur Presentasi

12. *Re-print*

Re-print merupakan proses percetakan ulang tanpa mengubah konsep dan format sebelumnya. Suatu perusahaan klien terkadang meminta kepada agensi untuk melakukan *re-print* atas desain dan fotografi yang pernah dibuat sebelumnya. Hal ini mungkin disebabkan banyaknya permintaan dari konsumen perusahaan tersebut, sedangkan stok yang dimiliki klien sudah mulai habis atau tinggal sedikit. Adapun alasan klien melakukan *re-print* pada suatu agensi, karena:

- konsep dan format desain atau fotografi yang dibuat oleh agensi sangat bagus, mengena, dan memiliki suatu ciri khas tersendiri terhadap perusahaan klien.
- Isi dari desain sebelumnya masih *up to date* terhadap kondisi perusahaan.
- Menghemat biaya. Perusahaan klien tidak usah melakukan proses desain dan fotografi lagi, hanya tindak lanjut dari proses pencetakannya.
- Kepercayaan dan keyakinan klien terhadap hasil yang memuaskan pada hasil cetakan sebelumnya.

Jika terdapat perintah kerja dari klien untuk melakukan *re-print*, maka proses yang dilakukan *AE* adalah menerima *briefs* dari klien tentang proses *re-print*, karena bisa saja ada permintaan perubahan pada tahap *printing* (pencetakan) atau tambahan dan revisi. Kebanyakan proses ini untuk hasil karya desain grafis. Kemudian *briefs* disampaikan kepada *Art Director* untuk diproses oleh tim kreatif.

Pertama-tama tim kreatif mencari *file* atau dokumen tersebut dengan bantuan *Operational Computer*. Semua proyek yang pernah dikerjakan TIGA GRAFIS *Graphic Design & Photography* dan *Photoworks* selalu disimpan pada komputer yang berfungsi sebagai *server* dan juga dalam bentuk CD-R atau CD-RW, begitu juga dokumen-dokumen hasil produksi cetaknya disimpan dan dikumpulkan pada suatu brankas sesuai dengan nama perusahaan klien dan proyek yang dikerjakannya.

Jika proses tadi langsung pada tahap *printing* (pencetakan), maka tim kreatif langsung memberikan hasil desain tadi kepada pihak produksi cetak. Jika terdapat revisi dan tambahan-tambahan (atas permintaan klien), maka desainer perlu mengedit atau menambah unsur-unsur sesuai dengan *briefs* yang diterima dari *AE*.

Untuk fotografi, agensi tinggal mencetak ulang film hasil pemotretannya sesuai dengan *briefs* yang diterima, misalnya: ukuran (sesuai dengan standar format foto), media kertas yang digunakan (*doff* atau *glowssy*), dan lain-lain.

Struktur Organisasi

TIGA GRAFIS *Graphic Design & Photography* belum menjadi suatu perusahaan yang besar, hal ini dapat dilihat dari jumlah tenaga kerja serta sistem kerja yang masih mudah ditelusuri dan memakai struktur organisasi garis dan staf. Satu orang dalam prakteknya dapat menduduki dua jabatan atau lebih, dengan tanggung jawab yang sama besarnya. Meski demikian secara umum hal ini tidak mempengaruhi kualitas kerja karyawannya, karena perusahaan selalu menerima proyek sesuai kemampuan (menolak proyek apabila memang merasa tidak mampu menangani lagi secara maksimal).

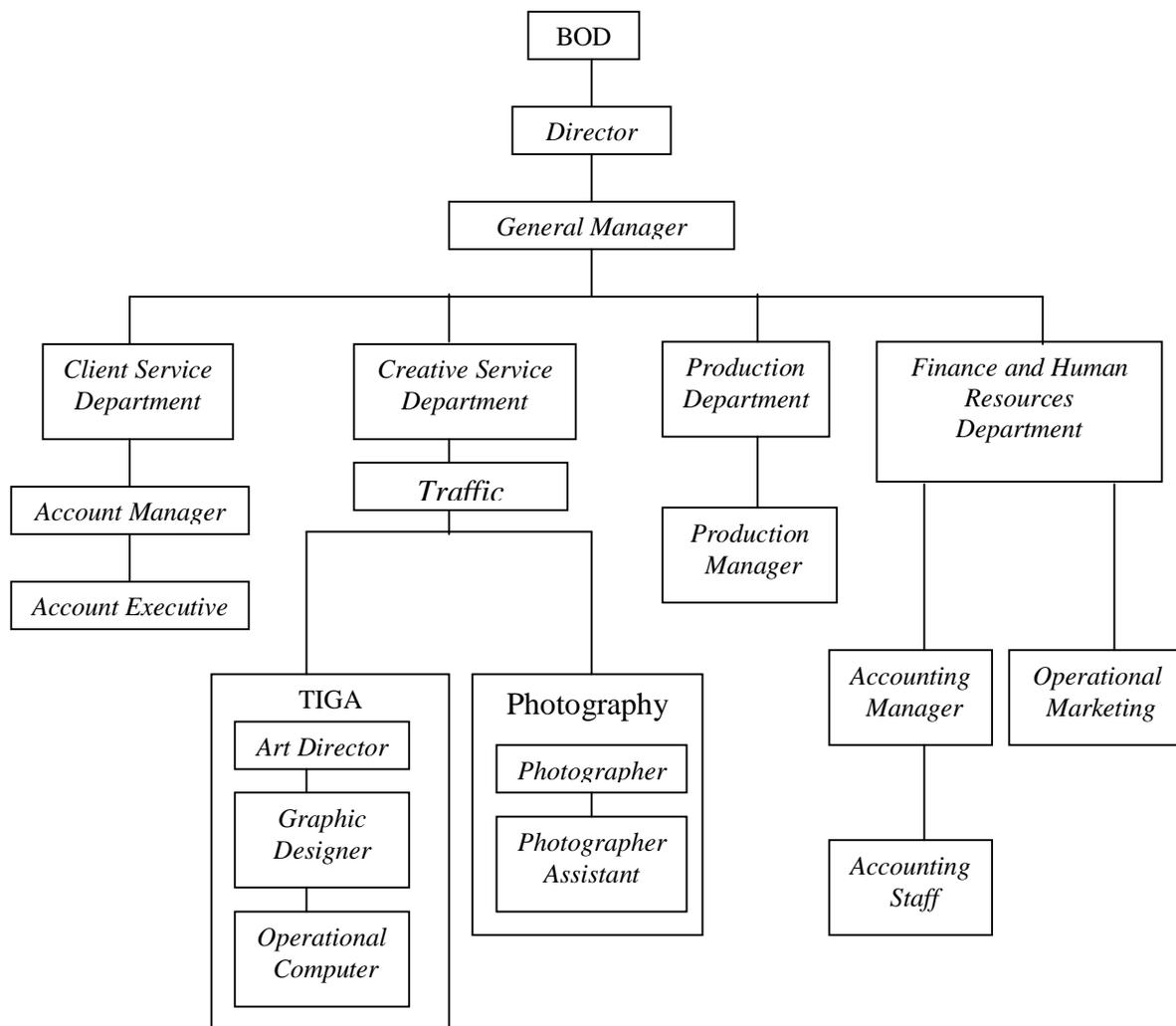
Dalam suatu perusahaan diperlukan suatu kerjasama yang terorganisasi antara bagian yang ada di dalamnya untuk mencapai suatu tujuan bersama. Pengorganisasian suatu perusahaan merupakan upaya untuk membagi tugas, tanggung jawab, dan wewenang diantara anggota organisasi. Dengan demikian, diperlukan susunan skematik dalam menentukan fungsi dan posisi masing-masing anggota dalam organisasi.

Struktur organisasi suatu perusahaan belum tentu sama dengan perusahaan yang lain. Hal tersebut dilatarbelakangi besar kecilnya suatu perusahaan atau disesuaikan pada kebutuhan masing-masing perusahaan. Terkadang suatu jabatan tertentu tidak ada pada perusahaan karena mereka menganggap tidak atau belum membutuhkan posisi atau jabatan tersebut. Jumlah karyawan yang sedikit di perusahaan TIGA GRAFIS *Graphic Design & Photography* dan *Photography* (12 orang), sehingga satu orang bisa menduduki dua jabatan atau lebih sekaligus, dengan tanggung jawab yang sama besarnya. Suatu misal, seorang *Account Executive* pada perusahaan ini merangkap sebagai *Operational Marketing*. Masalah ini tidak mengurangi eksistensi perusahaan dan kualitas kerja karyawan, karena TIGA GRAFIS *Graphic Design & Photography* terdiri dari orang-orang yang ulet, kreatif, dan profesional di bidangnya.

Secara garis besar struktur organisasi TIGA GRAFIS *Graphic Design & Photography* (PT PUTRAGANDA) disusun dan disesuaikan dengan bidang, jenis, dan

kegiatan usahanya. Perusahaan ini dibagi dalam 4 (empat) departemen, yaitu *Client Service Department*; *Creative Service Department* yang dibagi lagi menjadi 2 (dua) divisi, yaitu divisi grafis dan divisi fotografi; *Production Department*; dan *Human Resources Department*.

Bentuk bagan struktur organisasi yang digunakan perusahaan ini merupakan kombinasi bentuk vertikal dan horizontal, sedangkan jenis yang dipilih adalah kombinasi jenis garis dan fungsional.



**Gambar 2.3. Bagan Struktur Organisasi
TIGA GRAFIS *Graphic Design & Photography***

Pembagian kerja

Setiap bagian atau jabatan dalam perusahaan memiliki tugas dan tanggung jawabnya masing-masing yang wajib dijalankannya agar proses kerja dapat dilakukan dengan lancar. Namun dalam pelaksanaannya seperti yang telah dijelaskan diatas, satu orang dapat menjalankan satu atau lebih jabatan dalam suatu perusahaan. Berikut penjabaran tugas dan tanggung jawab setiap posisi dalam TIGA GRAFIS *Graphic Design & Photography*:

1. BOD (Board of Director)

Dewan direksi atau orang-orang yang memegang saham dan yang memiliki kekuasaan dan penentu kebijaksanaan perusahaan.

2. Director

Tugas dan tanggung jawab:

- Bertanggung jawab terhadap dewan direksi (pemegang saham),
- Menerima laporan pertanggungjawaban perusahaan dari *General Manager*.

3. General Manager

General Manager merupakan orang yang bertanggung jawab terhadap seluruh proses kerja yang ada dalam perusahaan sehari-hari. Setiap proyek yang masuk dan proyek yang keluar harus dilaporkan pada *General Manager*.

Tugas dan peranan dalam perusahaan adalah:

- Memimpin rapat dengan semua staf PT. PUTRAGANDA,
- Mengontrol semua pekerjaan di setiap departemen,
- Mengatur setiap *quotation* yang akan dikirim ke klien,
- Mengontrol setiap *purchasing order* yang akan dikirim ke *supplier*.
- Mengawasi semua proses grafis.
- Termasuk di dalamnya proses mendapatkan klien, tawar-menawar harga, desain, produksi serta pembayaran. Meskipun tidak secara langsung terlihat, *director* mempunyai wewenang untuk mengatur semua kegiatan tersebut.
- Bertanggungjawab terhadap operasional perusahaan sehari-hari.

- Kegiatan operasional sehari-hari yang dimaksud adalah lalu lintas dalam perusahaan baik ada maupun tidak ada proyek, berhubungan atau tidak dengan proyek yang dikerjakan atau tidak.
- Bersama-sama kreatif membuat dan memecahkan masalah desain yang mungkin dihadapi.
- *Director* juga termasuk dalam tim kreatif, karena itu peranannya dalam proses desain juga sangat besar, bahkan keputusan final desain tersebut ada di tangannya. Jika ada revisi dan kritik dari klien terhadap desain yang sudah ada. *Director* dan tim kreatif bersama-sama mencari pemecahannya.
- Bersama-sama produksi mengawasi proses produksi.
- Proses produksi yang dimaksud disini bersifat sangat luas, mulai dari pembuatan *high resolution* foto, film, hingga pengontrolan kualitas hasil cetakan.
- Bersama-sama *accounting* mengawasi keluar masuknya uang.
- Setiap uang yang keluar-masuk harus diketahui dan memperoleh tanda tangan persetujuan *director*.
- Bersama-sama *AE* menghadapi klien.
- Biasanya saat *AE* berdiskusi dengan klien mengenai masalah harga yang diajukan, *director* juga turut serta dalam negosiasi tersebut.

4. Client Service Department

Client Service Department merupakan departemen yang menjembatani hubungan antara agensi dengan klien. Dalam departemen ini terdiri dari *Account Manager* dan *Account Executive*.

a. Account Manager

Merupakan orang yang mengawasi dan mengontrol alur kerja di *Client Service Department* dan dalam hubungannya dengan departemen lainnya. Ia yang bertanggung jawab terhadap tugas-tugas *AE*.

Tugas dan peranannya adalah:

- Mewakili perusahaan dalam berhubungan dengan klien,
- Melakukan supervisi terhadap pekerjaan *Account Executive*.

b. Account Executive

Berfungsi sebagai orang terdepan dari perusahaan atau agensi yang berhubungan dengan langsung dengan klien, dan bertanggung jawab dalam menjaga dan membina hubungan yang baik kepada setiap klien.

Tugas dan peranannya adalah:

- Mencari klien baru,
- Memasarkan produk kepada setiap calon klien,
- Mempresentasikan produk yang akan ditawarkan kepada klien,
- Membuat jadwal presentasi dengan klien,
- Membuat estimasi penjualan perbulan,
- Membuat laporan realisasi penjualan setiap bulan,
- Memasukkan pekerjaan dari kliennya ke perusahaan.

5. Creative Service Department

Creative Department merupakan bagian inti dari perusahaan ini yang mempunyai peranan sebagai pembuatan kreasi desain grafis dan fotografi dari konsep sederhana sampai proses eksekusi terhadap semua kebutuhan klien. Departemen ini dibagi 2 (dua) divisi, yaitu : divisi grafis dan divisi fotografi yang dikontrol oleh *Traffic*. Tugas *Traffic* adalah mengatur jadwal pekerjaan, menentukan *deadline*, kapan hasil desain harus selesai, dan lain-lain. *Traffic* di dapur kreatif harus bersikap tegas dan disiplin. Dengan demikian tidak menutup kemungkinan bagi *Traffic* untuk menolak suatu proyek baru karena padatnya pekerjaan yang dikejar *deadline*.

Dalam divisi grafis terdiri dari *Art director*, *Graphic Designer*, dan *Operational Computer*. Sedangkan dalam divisi fotografi terdiri dari *Photographer* dan *Photographer Assistant*.

a. Divisi Grafis

a.1. Art director

Merupakan orang yang bertanggung jawab terhadap semua proyek desain yang dibuat hingga mencapai taraf ideal yang disepakati atau ditargetkan. *Art director*

adalah pimpinan di divisi grafis dan berfungsi sebagai *traffic* segala proses desain di dapur kreatif.

Tugas dan peranannya:

- Merumuskan konsep kreatif yang akan ditawarkan kepada klien bersama *account Executive*,
- Mengontrol dan mengarahkan kerja tim kreatif,
- Mengecek setiap pekerjaan yang masuk, mengatur jadwal kerja, penentuan batas waktu pekerjaan (*deadline*),
- Merencanakan desain sampai dengan *final artwork*,
- Bersama *Operational Marketing* menentukan dan memperkirakan harga desain,
- Perencanaan produksi bersama *Production Manager*.

a.2. Graphic Designer

Berfungsi sebagai pencetus ide dan pelaksana konsep terhadap desain. Dialah yang menerjemahkan proyek yang diberikan, baik dalam bentuk lisan maupun tulisan kedalam bentuk grafis atau karya visual.

Tugas dan peranannya adalah:

- Membuat desain dan *layout* sesuai permintaan klien,
- Membuat estimasi waktu pengerjaan desain,
- Mengontrol film separasi sebelum dibawa ke percetakan.

a.3. Operational Computer

Berfungsi untuk membantu *Graphic Designer* dalam kebutuhan desain dan operasi komputer, termasuk di dalamnya operasi *scanner* dan *printer*. Bertanggung jawab dalam menyimpan dan menjaga segala bentuk *file* atau dokumen hasil kerja kreatif di dapur kreatif.

Tugas dan peranannya adalah:

- Sebagai penyedia kebutuhan kreatif, seperti: kertas, tinta untuk printer, disket, CD,

- Meng-*copy* hasil kerja kreatif (desain) yang sudah mendapatkan *approval* pada disket dan CD kosong, sesuai dengan nama proyek dan nama klien-kliennya.
- Membantu dalam pembuatan *mock-up* hasil desain.

b. Divisi Fotografi

b.1. Photographer

Merupakan divisi fotografi yang bertanggung jawab terhadap semua proyek fotografi. Tugas dan peranannya adalah:

- Mewakili divisi fotografi dalam berhubungan dengan klien,
- Mengontrol dan mengawasi alur kerja fotografer dan hasil-hasilnya,
- Membantu dan bertanggung jawab terhadap tugas fotografer.

Selain itu, juga berfungsi dalam mengaplikasikan konsep dan ide dalam proses *photoshooting* (pemotretan) dan bertanggung jawab dalam menentukan hasil foto yang sesuai dengan target atau keinginan kliennya dan jiwa seni yang dimilikinya.

Tugas dan peranannya adalah:

- Memotret sesuatu sesuai dengan apa yang diminta oleh klien,
- Menentukan bahan, perangkat fotografi yang digunakan, jadwal, lokasi, dan perhitungan *budget* dalam pemotretan.

b.2. Photographer Assistant

Berfungsi untuk membantu fotografer dalam segala urusan fotografi. Bertanggung jawab dalam menjaga kebersihan dan keamanan perangkat-perangkat fotografi termasuk di dalamnya film dan hasil pemotretan.

Tugas dan peranannya adalah:

- Menyiapkan peralatan yang dibutuhkan fotografer pada saat pemotretan,
- Menyimpan dan menjaga *slide* dan *negative film* beserta hasil pemotretan dalam *folder* khusus berdasarkan nama klien dan proyek yang dikerjakan, baik dalam bentuk format CD maupun dalam *file* komputer

6. *Production Department*

Production Department merupakan departemen yang mewujudkan hasil kerja kreatif khususnya desain pada media yang dicetak. Dalam pelaksanaannya, departemen ini melakukan hubungan kerja sama dengan perusahaan lain (*supplier*), seperti: percetakan, sablonase, *handmade*, dan lain-lain. Dalam departemen ini hanya terdapat seorang *Production Manager*.

Production Manager merupakan orang atau pihak yang bertanggung jawab dalam hal pengembangan kemampuan produksi hingga memiliki daya saing yang baik (berkualitas). Berfungsi dalam perencanaan dalam supervisi atau pengawasan produksi cetak hingga proses pengiriman dan instalasi pesanan.

Tugas dan peranannya adalah:

- Bersama *Traffic* dan kreatif menjaga tenggang waktu produksi hingga batas waktu yang ditentukan (*deadline*),
- Pembuatan penawaran harga untuk vendor Bertugas membuat perkiraan biaya produksi (dengan bertanya pada *printing-printing house*) untuk diajukan ke bagian *marketing* sebelum *marketing* mengajukan *budget* ke klien.
- Pembuatan *Purchase Order (PO)*
- Perkiraan harga yang sudah disebutkan di atas tadi dibuat dalam bentuk *PO* untuk lebih menekankan detail biaya atau anggaran.
- *High Resolution photography* yang akan dipakai
Proses *scan* dari *slide* positif maupun foto yang akan dipakai dalam *high resolution* (untuk dipakai dalam pembuatan film) diserahkan pada departemen ini.
- Pembuatan film
Setelah semua proses pendesainan disetujui klien, bagian produksi menerima *file* yang akan dicetak dari bagian kreatif kemudian diproses lagi dan dipisahkan dalam bentuk film, sebelum masuk percetakan.
- Supervisi atau kontrol cetakan
Sebelum terjadi pencetakan dalam jumlah banyak, biasanya bagian produksi melakukan supervisi ke percetakan (misalnya Dian Rakyat) untuk melihat hasil paling maksimal yang akan dicapai.

- Bertanggungjawab terhadap hasil cetakan
Semua hasil cetakan, baik atau buruk menjadi tanggung jawab dari bagian produksi ini.
- Pengiriman barang
Hasil cetakan yang sudah jadi diperiksa ulang dan dipisahkan antara yang gagal dan tidak untuk selanjutnya dikirim ke klien dalam jumlah yang telah diorder sebelumnya. Tapi biasanya jumlah cetakan selalu dilebihkan sekitar 100 lembar untuk jaga-jaga.

Secara umum, kendala yang sering dihadapi:

- Perihal mengenai *marketing*, yakni dalam hal penentuan harga, mayoritas klien membandingkan harga desain dengan harga di percetakan. Padahal di percetakan tidak ada yang namanya biaya desain dan konsep.
- Tingkat kegagalan di produksi tinggi, kemampuan supervisi harus ditingkatkan, minimal dapat menerjemahkan kenapa kegagalan itu dapat terjadi (supaya tidak terulang).
- Dalam TIGA GRAFIS *Graphic Design & Photography*, tenaga *account executive* dipegang oleh satu orang, terkadang dibantu oleh dua orang (direktur sendiri dan *accounting*) namun lebih efektif bila menambah agensi (semacam perantara) daripada menambah tenaga kerja. Agensi inilah yang nantinya akan mencari klien, dengan pembagian komisi tertentu.

7. Finance and human Resources Department

Finance and human Resources Department merupakan departemen yang mengurus segala bentuk keuangan dan pengembangan sumber daya manusia perusahaan. Departemen ini yang berhubungan dengan pihak bank dalam mengatur masuk dan keluarnya uang perusahaan atas transaksi yang dilakukan dengan pihak klien. Dalam departemen ini terdiri dari *Accounting Manager*, *Accounting Staff*, dan *Operational Marketing*.

Accounting, termasuk di dalamnya:

- Menyiapkan laporan keuangan
- *General cashier*
- *Budgeting* → berhubungan dengan alokasi dana perusahaan
- Mengurus pembayaran serta pelaporan pajak (PPh, PPn, dan lain-lain)
- HRD → berhubungan dengan tenaga kerja Penggajian para karyawan
- Absensi
- Perekrutan dan pemecatan

Pembuatan surat jalan apabila ada barang yang diterima tapi belum dilakukan pembayaran.

a. Accounting Manager

Tugas dan peranannya adalah:

- Mengawasi dan mengontrol keuangan yang masuk dan keluar,
- Menerima, menyiapkan jadwal pembayaran kepada pihak ketiga (*vendor* atau *supplier*),
- Mengadakan kontrol dan mengamankan semua *voucher-voucher* dan buku *voucher*,
- Memeriksa semua *sales report* dan *costing*-nya,
- *Approval* semua pengeluaran *intern*,
- Supervisi semua aktivitas *Accounting Staff* dengan departemen terkait,
- Menyiapkan *management report* dan *financial report*,
- Membuat *invoice* (faktur) kepada klien,
- Menyiapkan dana untuk pekerjaan yang masuk,
- Melakukan pengadaan barang yang dibutuhkan perusahaan.

b. Accounting Staff

Tugas dan peranannya adalah:

- Mencatat pengeluaran operasional perusahaan,
- Membuat rencana pembayaran untuk *supplier*,
- Membuat daftar gaji dan membagikan gaji kepada karyawan,

- Membuat laporan keuangan bulanan dan tahunan,
- Membuat dan membayar laporan pajak bulanan dan tahunan,
- Membuat laporan hutang dan piutang perusahaan.

c. Operational Marketing

Tugas dan peranannya adalah:

- Membuat proyeksi penjualan,
- Membuat *quotqtion* (penawaran penjualan),
- Bersama *General Manager* dan *Art Director* menentukan harga desain,
- Bersama *Production Manager* menentukan dan memperkirakan harga hasil produksi.

2.1.3. Informasi Mengenai Wilayah Pemasaran

TIGA GRAFIS *Graphic Design & Photography* selama ini memasarkan produknya di Bali, Jakarta dan beberapa klien dari negara lain yang sifatnya *accident*, antara lain Eropa, Belanda dan Spanyol.

Selama ini perusahaan belum merencanakan untuk melakukan perluasan jaringan pemasaran karena belum mencapai tahap kematangan dalam organisasi yang cukup besar dan terstruktur untuk menghadapi *target audience* yang lebih luas.

Strategi Pemasaran

Keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuannya tergantung pada kemampuan perusahaan dalam memasarkan hasil produknya. Setiap perusahaan tentu ingin memperoleh keuntungan maksimal dalam setiap pekerjaannya. Beberapa pertimbangan dan kebijaksanaan yang diambil TIGA GRAFIS *Graphic Design & Photography* dalam memasarkan produknya antara lain:

1. Produk

Dalam pengelolaan produk termasuk pula perencanaan produk atau jasa baik untuk dipasarkan oleh perusahaan. Oleh sebab itu, perlu adanya pedoman untuk mengubah produk yang ada, menambah secara periodik atau dilakukan tindakan lain

yang dapat mempengaruhi kebijaksanaan dalam penentuan produk. Lalu keputusan-keputusan juga perlu diambil dalam menyangkut masalah pemberian nama produk, warna dan bentuk produk lainnya.

2. Harga

Dalam kebijaksanaan harga, manajemen harus menentukan harga dasar dari produknya, kemudian menentukan kebijaksanaan menyangkut potongan harga, proses pembayaran, ongkos kirim dan hal-hal lain yang berkaitan dengan itu.

3. Promosi

Promosi merupakan komponen yang digunakan untuk memberitahu serta mempengaruhi pasar bagi produk perusahaan, atau dengan kata lain promosi merupakan alat yang digunakan untuk mengadakan komunikasi dengan pasar atau konsumen. Tujuan promosi ini adalah untuk meningkatkan penjualan secara langsung dan tidak langsung. Kegiatan yang termasuk dalam promosi, yaitu periklanan, publisitas, dan hubungan masyarakat. Promosi yang biasa dilakukan TIGA GRAFIS *Graphic Design & Photography* sebenarnya seringkali memakai metode *Develop Business Industry* (membuat industri sendiri) yakni proaktif, menawarkan jasa strategi *marketing* berupa komunikasi visual ke klien. Terutama jika ada *event*, para klien dihubungi apakah ingin bergabung untuk partisipasi, dengan kata lain lebih jeli melihat apa yang terjadi di pasar. Lalu setelah mendapatkan kepercayaan dari satu perusahaan kemudian perusahaan lain akan tertarik dan menghubungi TIGA GRAFIS *Graphic Design & Photography* sendiri.

Mungkin dibanding perusahaan desain lain, nama TIGA GRAFIS *Graphic Design & Photography* tidak terlalu besar atau dikenal, namun perusahaan ini memiliki banyak klien loyal yang sudah tidak meragukan lagi kualitas TIGA GRAFIS *Graphic Design & Photography*. TIGA GRAFIS *Graphic Design & Photography* selalu berprinsip *low profile* supaya tidak mudah jatuh. Prinsip *low profile* ini ditunjukkan melalui keengganannya mencantumkan nama perusahaan di tiap

karya yang dihasilkan untuk klien (semestinya hal ini dianggap wajar untuk dilakukan oleh perusahaan lain).

TIGA GRAFIS *Graphic Design & Photography* sejauh ini juga tidak memasang iklan, karena dirasa tidak ada korelasi positif antara iklan dengan *sales* (penjualan). Di dunia grafis, *image* suatu perusahaan grafis bukan dibangun dari iklan tapi terlebih dari *action* dan performanya karena memakai mekanisme pelayanan atau jasa bukan produk.

Selama ini perusahaan hanya mengandalkan promosi dengan sistem *mouth to mouth*, dimana hal tersebut dirasakan lebih efektif dan mampu menyampaikan suatu bukti yang lebih detail. Sebuah klien yang telah merasakan kelebihan dengan bekerja sama dengan TIGA GRAFIS *Graphic Design & Photography* kemudian disampaikan kepada perusahaan atau anak perusahaan lain, sehingga berpotensi menjadi calon konsumen perusahaan.

Untuk itu, sangatlah penting bagi perusahaan untuk dapat mempertahankan konsistensi kinerjanya yang maksimal, baik dalam hal pelayanan, desain, dan hasil cetakan.

2.1.4. Gambaran Mengenai Karakteristik Konsumen

Target audience TIGA GRAFIS *Graphic Design & Photography* merupakan kalangan menengah ke atas. Penetapan *target audience* tersebut menjadi suatu kelebihan, dimana perusahaan memiliki spesifikasi sehingga hal tersebut memberikan tingkat *prestise* tersendiri bagi klien-kliennya. Selain itu, kalangan menengah ke atas lebih memiliki tuntutan dan kesadaran akan arti pentingnya mengkomunikasikan sebuah produk atau jasa kepada masyarakat luas untuk meningkatkan pemasaran perusahaan.

Target audience primer perusahaan lebih banyak dari konsumen yang bersifat perusahaan dan bukan individual yang bergerak di bidang kepariwisataan, namun hal tersebut tidak menutup kemungkinan akan adanya *target audience* sekunder yang bergerak di bidang lain seperti properti, butik, *group band* dan lainnya.

Target audience primer tersebut ada mengingat wilayah usaha TIGA GRAFIS *Graphic Design & Photography* yang berada di Bali, dimana pada wilayah tersebut mata pencaharian yang dominan adalah di bidang jasa kepariwisataan. Bidang usaha tersebut antara lain: tempat wisata, hotel, *resort*, *cafe*, *restaurant* dan *spa*.

Diluar *target audience* primer tersebut, perusahaan memiliki kebijakan untuk melakukan suatu evaluasi terhadap kasus yang dihadapi calon kliennya berdasarkan tingkat kesadaran komunikasi, tingkat kesulitan kasus, dan permintaan konsumen.

TIGA GRAFIS *Graphic Design & Photography* lebih mengutamakan calon klien yang memiliki kesadaran komunikasi yang tinggi sehingga hal tersebut menjadikan suatu kelebihan perusahaan yang spesifik dan pada akhirnya sebuah klien memiliki tingkat kesulitan kasus yang memerlukan solusi yang dapat diatasi oleh TIGA GRAFIS *Graphic Design & Photography*.

Karena TIGA GRAFIS *Graphic Design & Photography* merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang grafis dan fotografi, perusahaan berusaha untuk tetap konsisten dan tidak sekali-kali keluar dari jalur atau konsep awal berdirinya perusahaan tersebut.

Target audience primer perusahaan yang berasal dari bidang pariwisata, maka ada suatu siklus yang mengharuskan perusahaan berada pada kondisi pemasaran yang berdasarkan pola pemasaran dalam kepariwisataan. Pada bulan Februari – Maret adalah wisatawan Jepang, bulan Agustus – Januari adalah wisatawan dari Eropa, sedangkan wisatawan domestik adalah pada bulan Juni dan akhir tahun. Proyek yang dikerjakan oleh TIGA GRAFIS *Graphic Design & Photography* dimulai dari bulan-bulan sebelumnya, sehingga perusahaan klien dapat melakukan pemasaran secara intensif kepada calon wisatawan.

Dalam penyelesaian suatu proyek, perusahaan berusaha lebih mengedepankan informasi yang hendak disampaikan oleh perusahaan klien kepada *target audience*-nya dan setelah itu baru melihat sisi estetika. Dalam pengerjaan sebuah desain, karakter desain disesuaikan dengan perusahaan klien, dimana sebuah perusahaan yang besar dan terstruktur memiliki ketentuan tersendiri (jenis tipografi, warna, dan gayanya) yang harus diikuti dalam pengerjaan sebuah proyek desain.

Dengan sebuah kerjasama yang baik, konsumen TIGA GRAFIS *Graphic Design & Photography* cenderung untuk tetap loyal kepada perusahaan karena proyek desain merupakan suatu perwakilan ciri khas atau karakter perusahaan klien. Hasil yang maksimal dari sebuah proyek, baik dalam hal informasi, desain, dan *print out* desain merupakan bukti konsistensi perusahaan dan perusahaan vendor kepada kliennya. Dalam hal ini, hubungan perusahaan TIGA GRAFIS *Graphic Design & Photography*, perusahaan vendor yang berhubungan dalam pengerjaan proyek desain, dan perusahaan klien merupakan suatu hubungan yang saling terikat. Hubungan yang saling terikat tersebut dalam arti hubungan konsistensi yang menghasilkan tingkat loyalitas yang tinggi dan bukan sekedar hubungan bisnis saja. Misalnya, dengan standar produksi yang konsisten dari Indonesian Printer, klien juga melihat dan percaya akan hasilnya dan TIGA GRAFIS *Graphic Design & Photography* juga tidak memakai perusahaan percetakan yang berbeda-beda karena belum tentu menghasilkan cetakan yang sama. Konteks tersebut membuktikan bahwa setiap bagian yang ikut berperan dalam sebuah proyek memerlukan tingkat kepercayaan dan loyalitas yang tinggi untuk mendapatkan hasil yang maksimal.

Alasan lain yang juga menjadikan alasan loyalitas konsumen kepada TIGA GRAFIS *Graphic Design & Photography* adalah karena perusahaan berani bekerja secara profesional sesuai dengan keahlian seseorang atau perusahaan lain yang menjadi vendornya, seperti yang telah dilakukan perusahaan adalah mendatangkan ahli dalam *color management* dari Malaysia untuk kalibrasi warna yang tepat.

Dari awal berdirinya TIGA GRAFIS *Graphic Design & Photography*, perusahaan telah menjalin kemitraan dengan klien-klien, antara lain: Alam Kulkul *Resort*, Intercontinental Bali, Accor Hotel Group dengan anak perusahaannya Mercure Hotel Sanur dan Sofitel Hotel Sanur, Jayakarta Hotel, Sahid Raya Bali, Sahid Raya Corporate, dan yang terbaru adalah Bali Bird Park.

Diluar proyek yang dikerjakan TIGA GRAFIS *Graphic Design & Photography*, perusahaan atau klien berusaha untuk meluangkan waktu untuk sekedar berkonsultasi atau berbagi pengalaman di dunia bisnisnya sehingga dapat menambah

pengetahuan di bidang masing-masing dan dapat lebih mawas terhadap keadaan sekelilingnya.

2.1.5. Informasi Mengenai Pesaing

Kompetitor TIGA GRAFIS *Graphic Design & Photography* merupakan perusahaan yang bergerak di bidang yang sama, yaitu perusahaan jasa di bidang grafis. Beberapa kompetitor TIGA GRAFIS *Graphic Design & Photography*, antara lain:

Tabel 2.1. Kompetitor TIGA GRAFIS *Graphic Design dan Photography*

	Mata Merah	Saritaksu Communication	Garam Production	Jari-jari Communication	Island Communication
Usia berdiri perusahaan	12-13 tahun	15-18 tahun	3-4 tahun	5-6 tahun	10 tahun
Bidang jasa	Tidak tentu	PR, media plan, IMC, event organizer, event management.	PR, media plan, IMC, event organizer, event management.	Tidak tentu	PR, media plan, IMC, event organizer, event management.
<i>Target audience</i>	Tidak dispesifikasikan	Tidak dispesifikasikan	Tidak dispesifikasikan	Tidak dispesifikasikan	Properti dan hotel
Wilayah pemasaran	Bali	Bali	Bali	Bali	Bali
Lokasi	Jl. Imam Bonjol, Denpasar (jalan besar)	Jl. Danau Buyan, Sanur (Jalan besar)	Jl. By Pass Nusa Dua (jalan besar)	Daerah Kuta (Jalan besar)	Danau Tamblingan, Sanur (Jalan besar)
Corporate Image & Identity					

SWOT Kompetitor***Strength***

1. Umur yang lebih tua sehingga *audience* sudah *aware* dengan adanya perusahaan tersebut.
2. Berlokasi di jalan besar dan strategis.

Weakness

1. *Target audience* yang terlalu luas dan tidak jelas.

2. Tujuan perusahaan yang kurang berpegang pada konsep awal berdirinya perusahaan, mudah terpengaruh keadaan eksternal tanpa melihat keadaan internal.
3. Kurang hati dalam mengembangkan produk, sehingga pada saat produk yang dihasilkan sudah terlalu banyak, perusahaan tidak mengimbangnya dengan kondisi infrastruktur, pola *management*, sistem kerja, sumber daya manusia yang masih berpatokan pada perusahaan grafis.

Opportunities

1. Sudah lebih dikenal.
2. Banyaknya spesifikasi produk desain grafis yang berkembang di pasar.
3. Semakin banyaknya perusahaan yang mulai menyadari pentingnya komunikasi.

Treath

1. Tingkat SDM yang harus lebih ditingkatkan dan lebih spesifik pada bidangnya.
2. Banyaknya perusahaan grafis yang bermunculan.
3. Wilayah pemasaran yang sama.

2.1.6. Kondisi *Corporate Image* dan *Corporate Identity* yang Ada

Corporate Image

TIGA GRAFIS *Graphic Design & Photography* pada awalnya menggunakan *brandname* TIGA *Graphic House and Photography*, sejak 1998 sampai 2004. Pada awal tahun 2005 baru merubah namanya menjadi TIGA GRAFIS *Graphic Design & Photography*. Nama TIGA GRAFIS digunakan karena klien lebih familiar dengan sebutan tersebut.

Logo baru tersebut diharapkan dapat menampilkan sebuah perusahaan yang matang sesuai umurnya yang telah mencapai lima tahun di bidang grafis dan fotografi. Selain itu juga mewakili sebuah pernyataan *what, who, when, where, whom, how* (5W + 1H) perusahaan.

Kesan konsumen terhadap logo baru tersebut berkaitan dengan orang-orang yang selama ini mengikuti perjalanan TIGA GRAFIS *Graphic Design &*

Photography dari awal berdirinya, sehingga secara psikologis konsumen memahami perusahaan tersebut.

Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang jasa promosi periklanan (*creative agency*), TIGA GRAFIS *Graphic Design & Photography* selalu berusaha konsisten terhadap visi dan misi awal berdirinya sebagai perusahaan grafis dan fotografi serta tampil lebih dewasa terhadap keadaan yang terjadi di lingkungannya. TIGA GRAFIS *Graphic Design & Photography* menempatkan dirinya sebagai suatu perusahaan yang bekerja berdasarkan keahlian dalam suatu bidang.

Di saat semua perusahaan berusaha merangkap pekerjaan grafis dari ilustrasi, *copywriting*, *layouting*, dan fotografi menjadi satu, TIGA GRAFIS *Graphic Design & Photography* justru berusaha memilahnya untuk dikerjakan kepada yang ahli. Di dalam perusahaan tersebut sudah tidak mengenal kerja lembur dan hal yang terpenting yang dirasakan oleh karyawan adalah konsentrasi kerja sehingga dapat menghasilkan karya yang maksimal.

Perusahaan tersebut tidak bekerja sendiri, banyak perusahaan vendor dan tenaga spesialis yang dipakai perusahaan untuk memaksimalkan kinerja dalam suatu proyek. *Respect* perusahaan terhadap keberadaan mereka menjadikan suatu *image* di mata konsumen, bahwa TIGA GRAFIS *Graphic Design & Photography* selalu bekerja secara profesional. *Respect* ini pula yang menjadikan keberadaan vendor dan tenaga ahli lainnya untuk tetap bekerja secara maksimal dan menciptakan hubungan atau ikatan loyal yang berkesinambungan.

Respon tersebut berkembang sedikit demi sedikit sejak berdirinya perusahaan. Hubungan kerja yang tidak sekedar hubungan bisnis tersebut pada akhirnya menimbulkan suatu kekuatan perusahaan dan rasa percaya konsumen bahwa mereka berurusan dengan perusahaan yang stabil dan dapat diandalkan pada saat mereka membeli produk dan jasa perusahaan itu. Dengan adanya pengalaman yang dijalankan perusahaan selama 5 tahun dengan kontrol dan hasil baik pula, konsumen merasakan suatu kenyamanan untuk bekerja sama dengan TIGA GRAFIS *Graphic Design & Photography*.

Dari segi estetik, perusahaan mengaku bahwa masih banyak perusahaan lain yang dapat menghasilkan desain yang lebih baik, namun perusahaan selalu mengedepankan manfaat dalam penyampaian suatu informasi sehingga dalam persaingannya dengan perusahaan grafis di Bali, TIGA GRAFIS *Graphic Design & Photography* tetap dapat menjadi pilihan utama kliennya.

Hambatan yang dihadapi perusahaan untuk menjadi sadar dalam menciptakan *corporate image* adalah waktu. Perusahaan tidak dapat melakukan lompatan yang drastis dalam menciptakan *corporate image*, sedangkan keadaan internal perusahaan belum memiliki fondasi yang kuat. Hambatan lain adalah industri di Bali yang belum memiliki struktur yang kuat (belum bekerja sesuai dengan keahliannya atau belum profesional). Hal ini, menyebabkan para pekerja belum memiliki “*rules*”, etika, disiplin dalam berkarya.

SWOT TIGA GRAFIS *Graphic Design & Photography*

Strength

1. Fokus, baik pada bidang usaha maupun *target audience*.
2. Tidak mudah terpancing terhadap keadaan di luar.
3. Berada pada lokasi yang cukup strategis, dekat daerah wisata.

Weakness

1. Kemampuan dan jumlah SDM yang dirasakan masih kurang dalam memenuhi permintaan konsumennya.

Opportunities

1. Sedikitnya industri fotografi yang profesional di Bali.
2. Dengan semakin spesifik dan konsistennya bidang usaha yang dijalankan TIGA GRAFIS *Graphic Design & Photography*, menjadikan perusahaan sebagai spesialis pada satu *cord*.
3. TIGA GRAFIS *Graphic Design & Photography* dapat menjadi *central player* yang menjadi jembatan untuk industri yang ahli di bidang lainnya.

Treath

1. Industri pendukung di Bali yang masih belum cukup untuk men-*support* pekerjaan TIGA GRAFIS *Graphic Design & Photography* (fotografer, ilustrator, *scan hi-resolution*, *copywriter*, dan lain sebagainya).
2. Kebodohan dan kerakusan manusia, sehingga TIGA GRAFIS *Graphic Design & Photography* harus berusaha untuk tidak sebodoh dan serakus itu.

Corporate Identity

Logo terbaru yang digunakan perusahaan baru dipakai pada bulan Januari 2005. Sebelumnya perusahaan sudah pernah mengaplikasikan dua macam logo yang dipakai secara bersamaan. Pada kondisi ini perusahaan kurang konsisten dalam pemakaian logonya karena masih dalam tahap pencarian bentuk yang tepat pada perusahaan.



Gambar 2.4. Logo Pertama



Gambar 2.5. Logo Kedua

Sangatlah sulit bagi perusahaan untuk menentukan logo yang tepat untuk perusahaannya sendiri, dimana ada banyak perkembangan latar belakang, penentuan karakter, dan keberadaan perusahaan di mata konsumennya.

Dengan adanya pendewasaan karakter dalam perusahaan, TIGA GRAFIS *Graphic Design & Photography* berusaha menampilkan sebuah logo baru yang mungkin belum terstruktur secara baik, namun logo tersebut diusahakan untuk dipakai secara konsisten pada beberapa aplikasinya supaya lebih dikenal oleh kliennya.



Gambar 2.9. Aplikasi Logo Pada Kartu Nama

Aplikasi Logo

Aplikasi logo diterapkan dalam bentuk kartu nama, *Website*, *folder CD*, *invoice*, *quotation*, dan stempel perusahaan yang fungsinya adalah:

1. Sebagai *reminder* kepada perusahaan vendor dan kliennya.
2. Untuk mengikat kebersamaan, ada suatu kerjasama yang terkait.