



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

PT Sentra Mitra Nusantara atau yang kerap dikenal dengan PT SMN Solution merupakan perusahaan yang bergerak di bidang *Mechanical Engineering* sejak tahun 2007. Tetapi pada pertengahan 2008 perusahaan ini beralih konsentrasi menjadi perusahaan di bidang Kontaktor. Yang dimana terdapat perbedaan signifikan dari kedua bidang tersebut, yang bermula hanya memproduksi dan menjual beralih menjadi perusahaan jasa. Sehingga pandangan dan kepercayaan terhadap perusahaan pun berubah, tetapi tidak diimbangi oleh identitas perusahaan, dan pada tahun 2012 PT SMN menambah ranah kerja dibidang Interior Kontraktor.

Sampai saat ini identitas PT SMN dari awal berdiri hingga sekarang masih sama, dan tidak mengalami perubahan ataupun penambahan identitas perusahaan sama sekali. Kurangnya informasi atau pemahaman tentang pembentukan suatu identitas oleh perusahaan yang membuat hal tersebut terjadi. Ada beberapa faktor yang membuat suatu perusahaan mengganti konsentrasinya ataupun merubah konsep, misalkan peningkatan perusahaan, kurangnya peminat dari hasil pekerjaan, peningkatan teknologi dan jaman, dll. Walaupun diakui oleh direktur PT SMN bahwa saat pembentukan identitas visual tergolong apa adanya dan tidak dikerjakan oleh profesional.

Seperti halnya banyak perusahaan-perusahaan yang mengganti konsentrasi pekerjaannya atau merubah konsep, ASTRO total solution yang merupakan salah satu general kontraktor yang ada di Indonesia telah melihat perkembangan jaman dan perkembangan industri konstruksi. Pada tahun 2011, ASTRO telah memperbarui identitas perusahaan yang lama. Hal tersebut berkaitan dengan penambahan nilai yang ingin dibentuk perusahaan serta perkembangan perusahaan yang terus meningkat. (sumber : www.cvastro.com)

Maka dari itu, perubahan identitas diperlukan sejalan dengan tujuan dan konsep perusahaan. Menurut TIM WESFIX (2017), salah satu alasan untuk melakukan pembaruan identitas perusahaan : **“(1)Bisnis yang anda geluti telah berubah sangat drastis, atau (2)pasar yang digeluti telah berubah mejadi drastis”**. Bila perusahaan mengubah konsep ataupun konsentrasi pekerjaan dengan signifikan maka harus diimbangi dengan pembaruan identitas yang tepat. Sama dengan halnya PT SMN, harus ada wajah baru atau identitas yang baru, agar para calon konsumen tidak bingung dan tidak ragu akan memakai jasa dari perusahaan tersebut. Tentu saja dengan perubahan identitas visual yang baik dan benar akan membuat suatu perusahaan menjadi lebih dipercayain oleh calon konsumen.

U M M N
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

1.2. Rumusan Masalah

Bagaimana perancangan rebranding yang baik untuk PT SMN selaku perusahaan yang bergerak di bidang kontraktor di area JABODETABEK.

1.3. Batasan Masalah

Untuk merancang identitas perusahaan yang baik untuk PT SMN diperlukan adanya batasan-batasan, diantaranya:

1. Segmentasi Target

Premier : Perusahaan-perusahaan yang bergerak dibidang *engineering* yang membutuhkan jasa penginstalasian alat skala pabrik.

Skunder : Perusahaan-perusahaan yang membutuhkan produk untuk mesin-mesin alat produksi seperti oil seal, o ring, dll.

2. Psikografis

Perusahaan dengan kelas skala besar tidak bernain tingkat satuan atau borongan. Untuk kelas sosial perusahaan tersebut dilihat dari hasil pekerjaan dan *track record* perusahaan.

2. Geografis

Dalam bidang jasa mencakup ruang lingkup JABODETABEK, sedangkan untuk penjualan produk yang bisa dikatakan berbasil online, se-Indonesia.

3. Kelas Target

Target yang diutamakan adalah pabrik-pabrik skala produksi masal dengan pengambilan partai banyak, dan tidak memiliki maksimum transaksi.

4. Perancangan Identitas Visual

- Logo : berupa visual yang menggambarkan value, visi, misi dan citra yang ingin di bentuk oleh perusahaan.
- GSM : berisikan seluruh keterangan berkaitan dengan visual.
- Stationary : Kop surat, Amplop, Kartu nama, dan Packaging Produk.
- Promosi : Banner, X Banner, dan Brosur.
- Merchandise: Kotak Tisu, Baju, Payung, Pen, Pin, dan Stiker.
- Perubahan Bentuk Kantor (miniatur).

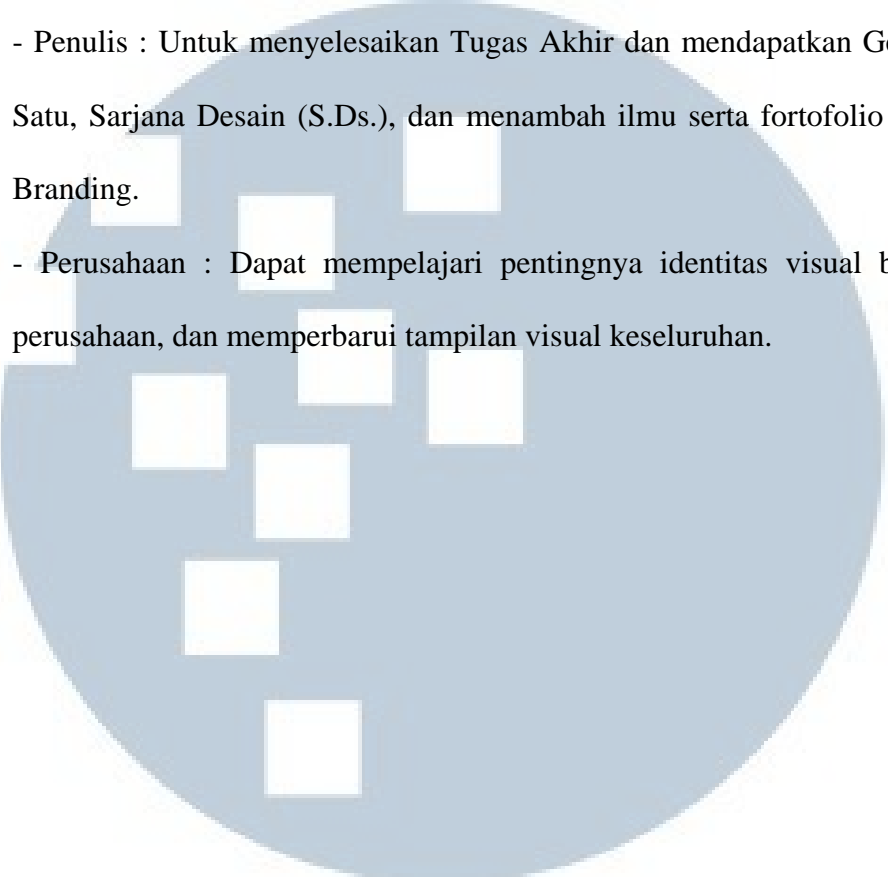
1.4. Tujuan Tugas Akhir

Tujuan dari pembuatan tugas akhir ini :

1. Sebagai syarat kelulusan untuk mendapatkan gelar Sarjana Desain Komunikasi Visual (S.Ds.), Fakultas Seni dan Desain, Universitas Multimedia Nusantara (UMN).
2. Membantu menyelesaikan masalah branding dan kurangnya pemahaman tentang pentingnya suatu brand dari PT Sentra Mitra Nusantara.
3. Menyelesaikan masalah keraguan terhadap pandangan masyarakat tentang PT Sentra Mitra Nusantara melalui identitas perusahaan yang baru dan dikerjakan dengan tata cara yang benar.

1.5. Manfaat Tugas Akhir

Manfaat dari hasil tugas akhir ini dapat membuat untuk beberapa pihak :

- 
- Penulis : Untuk menyelesaikan Tugas Akhir dan mendapatkan Gelar Strata Satu, Sarjana Desain (S.Ds.), dan menambah ilmu serta portofolio di bidang Branding.
 - Perusahaan : Dapat mempelajari pentingnya identitas visual bagi suatu perusahaan, dan memperbarui tampilan visual keseluruhan.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA