

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1 Deskripsi Perusahaan

Perusahaan penyelenggara program *internship* bagi penulis merupakan studio desain *multidisciplinary*. Dengan nama Latar Studio, Perusahaan ini berlokasi di Gading Serpong, Tangerang, Indonesia. Terlahir dari *passion* kedua pendiri sekaligus pemilik studio, Natasha Dian dan Novie Carolina bertekad untuk merancang ide dan estetika visual menjadi bagian dari hidup. Berawal dengan inspirasi dari filosofi "latar" yang menjadi fondasi bagi studio ini dalam berkontribusi pada berbagai cerita dengan berbagai pendekatan yang inovatif.



Gambar 2.1 Logo Latar Studio  
Sumber: Dokumentasi Latar Studio (2020)

Latar Studio ber visi memperkaya dan meningkatkan berbagai narasi melalui desain. Didukung oleh pengertian mendalam bahwa desain memiliki potensi untuk membawa perspektif baru dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk pendidikan, bisnis, sosial, dan lingkungan. Studio ini menjalani perjalanan yang kokoh dengan keyakinan yang kuat bahwa sebuah *background* atau latar memiliki kemampuan untuk menggerakkan perubahan dengan menginspirasi dan menyampaikan pesan dengan cara yang dapat dipahami oleh banyak orang. Oleh karena itu, salah satu pendekatan yang perusahaan lakukan adalah menghadirkan produk kurasi yang sesuai dengan nafas studio dengan nama Dari Latar.

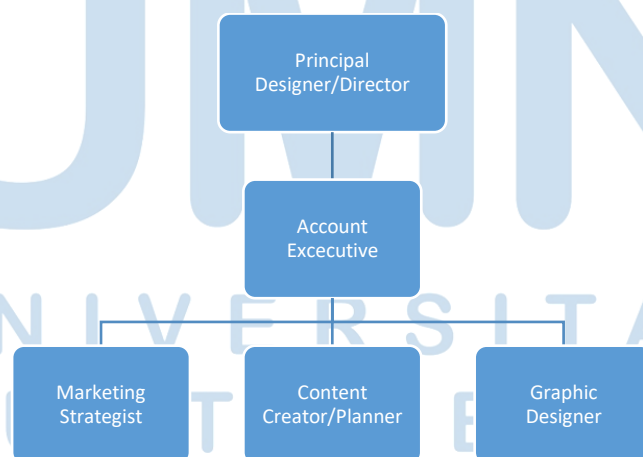
DARI **lataf**

Gambar 2.2 Logo Dari Latar  
Sumber: Dokumentasi Latar Studio (2020)

Fokus utama misi Latar Studio sendiri adalah menciptakan solusi dan produk yang tepat. Sekaligus juga untuk memecahkan berbagai masalah melalui *design thinking* yang kreatif. Didukung ketekunan yang menyeluruh hingga aspek yang dianggap kecil. Perkembangan Latar masih terus bergerak dalam tekad untuk memberikan dampak positif dalam dunia desain komunikasi visual. Studio ini menjadikan prinsip-prinsip desain *sustainable* sebagai fondasi dalam mencapai visi dan misinya tersebut.

## 2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Bagan pada Gambar 2.3 menggambarkan tata kelola internal di Latar Studio. Struktur bercabang ini menjelaskan hirarki dari peran yang tertera sesuai tanggung jawab pihak terkait di perusahaan. Informasi ini merupakan pemetaan bagaimana perusahaan ini diorganisir dan bagaimana setiap anggota tim berkontribusi dalam mencapai tujuan perusahaan.



Gambar 2.3 Bagan Struktur Organisasi Latar Studio  
Sumber: Veridiana (2023)

Secara detail studio Latar terdiri dari dua *principal* atau *head designer*, satu *account executive*, satu *content planner*, satu *marketing strategist*, dan empat desainer. Hal ini dapat mewakili pula penggambaran studio Latar sebagai tempat magang yang baik untuk menjadi pilihan bagi penulis maupun berbagai pihak yang membutuhkan. Latar Studio merupakan agensi yang *intimate* dalam hirarki meski memiliki *client* yang banyak dan *reputable*. Mengantar seluruh pihak dapat melalui *hands-on experience* dengan keterlibatan yang signifikan, termasuk para *intern*.

### **2.3 Portfolio Perusahaan**

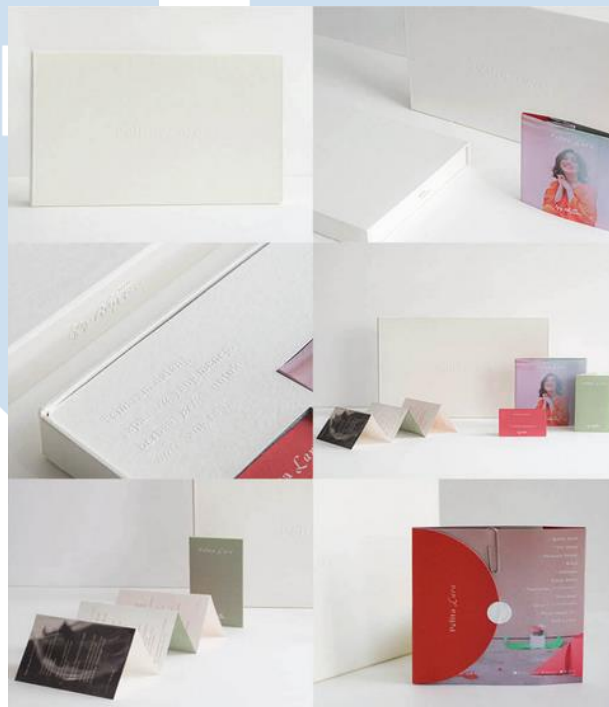
Pencapaian Latar Studio telah menggapai berbagai aspek desain. Perusahaan ini memiliki fokus pada beragam bidang atau *multidiscipline*. Menyediakan jasa untuk *scope* perancangan identitas atau *branding* dan implementasi nya, *art direction*, *environmental*, *communication*, kemasan, *prints*, dan produk digital. Selama perjalanan bisnisnya, studio ini telah bekerja sama dengan sejumlah besar klien, termasuk usaha di sektor *food & beverage*, korporat, pakaian, produk, jasa, seni dan budaya. Beberapa klien nya termasuk BCA, musisi Ify Alyssa, Papel Pack, Raminten Jogjakarta, Hip & Tell, The Fine Press, Platerie, Studio Air Putih, dan Baletton Flowerchef.

Portfolio ini mencerminkan dedikasi Latar Studio dalam menghasilkan desain kreatif yang efektif. Melalui proyek-proyek di berbagai bidang, perusahaan ini telah mengukir reputasi yang kuat dalam industri desain. Bagian ini akan membahas beberapa proyek terkemuka yang telah berhasil diselesaikan oleh Latar Studio, menunjukkan keahlian dan inovasi yang telah berdampak positif pada berbagai klien dan sektor industri yang beragam. Oleh karena itu, berikut beberapa rincian hasil rancangan Latar Studio.

#### **2.3.1 Album *Pelita Lara* oleh Ify Alyssa**

Untuk menyampaikan ide-ide nya, Latar Studio merancang dan menyusun merchandise artis tersebut dalam sebuah kotak putih dengan *finishing blind embossed*. Kotak ini menjadi sebuah latar belakang, sehingga objek-objek menarik dari merchandise tersebut dapat lebih menonjol dan bermain dalam konteksnya sendiri.

Berfokus pada tema persahabatan, yang tidak hanya berisi momen-momen bahagia, tetapi juga saat-saat ketika perbedaan bersinggungan. Untuk merepresentasikan konsep ini, logo "Pelita Lara" menggunakan *typeface* yang berbeda dalam gaya untuk menyoroti perbedaan, tetapi masih dalam *font family* yang sama.



Gambar 2.4 Album Pelita Lara  
Sumber: Dokumentasi Latar Studio (2020)

Selain itu, album disusun dengan upaya untuk menekankan makna positif dari kata "Pelita" yang berarti cahaya, dengan menggunakan huruf reguler dalam huruf besar untuk memberikan penekanan pada cahaya tersebut. Sebaliknya, "Lara" memiliki nuansa kesedihan, oleh karena itu, digunakan gaya huruf miring untuk memberikan nuansa yang lebih dramatis.

### 2.3.2 *Invitation Studio Air Putih*

Termasuk pengalaman di awal berdirinya Latar Studio dalam membuat undangan yang dapat dinilai unik. Diperuntukkan bagi *invitee*

proyek arsitektur dan desain interior yang dikelola oleh Studio Air Putih. Hasil dari rancangan undangan tersebut menonjolkan *layouting* yang *clean* dan bentuk yang unik dengan lipatan khusus. Dalam proses perancangan undangan ini, Latar Studio mengusulkan bentuk-bentuk unik yang terinspirasi dari bahan bangunan utama proyek tersebut, yaitu batu bata.



Gambar 2.5 Undangan Studio Air Putih  
Sumber: Dokumentasi Latar Studio (2020)

Eksplorasi studio untuk bereksperimen dengan penggunaan *UV printing* pada akrilik, yang kemudian dipaku pada bata. Menciptakan bentuk unik yang sangat berbeda bagi penerima undangan. Namun, ide ini tidak dapat diwujudkan karena keterbatasan anggaran dan alasan logistik. Meskipun begitu, konsep ini tetap dicerminkan ke dalam rancangan akhir.

### 2.3.3 Perancangan Identitas Hip & Tell

Pada tahun 2020 tercatat bahwa Latar Studio telah menyelesaikan *Art Direction* untuk identitas *brand* Hip & Tell, yang saat itu masih dinamakan Lumierre. Label ini menjual *lifestyle* melalui *fashion* wanita dengan pendekatan yang *casual* meski elegan. Aspirasi mereka adalah memberdayakan perempuan agar bersinar dengan percaya diri di mana pun mereka berada, bahkan hanya melalui pakaian yang mereka kenakan.



Gambar 2.6 Kemasan Lumierre  
Sumber: Dokumentasi Latar Studio (2020)

Tanpa merubah aspirasi tersebut, klien memutuskan untuk melakukan *rebranding* untuk penyesuaian dengan pilihan bahasa *brand* terbaru. Keputusan ini diambil ketika akun sosial media Lumierre meraih ketenaran yang signifikan, dengan sejumlah besar *followers* di berbagai *platform* media sosial dan *marketplace* daring.

Rombak total ini menghasilkan peningkatan reputasi dan penjualan mereka. Mulai dari penamaan baru yang terinspirasi dari *phrase* “Kiss & Tell” yang telah populer. Mempertimbangkan bahwa secara rinci, *brand* ini bertujuan untuk memotivasi pelanggan untuk mengekspresikan diri dengan identitas unik mereka sendiri.



Gambar 2.7 Logo Configuration Hip & Tell  
Sumber: Dokumentasi Latar Studio (2023)

Misi Hip & Tell berpusat pada penanaman sikap positif di semua lapisan masyarakat, yang dicapai melalui keberanian yang teguh dalam menampilkan keindahan batin. Melalui logogram "&" yang melambangkan simbol hati, Latar menggambarkan sikap positif dan komitmen yang kuat untuk menyebarkan cinta dan segala hal yang indah.



# UMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA