



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 II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1. Sejarah Singkat Perusahaan

PT. WARNA AGUNG didirikan pada tahun 1969 oleh Bpk. Benny Mulyono (Alm.) dengan mengambil alih dua buah pabrik cat di Jakarta yang sebelumnya dioperasikan oleh Belanda. Akuisisi tersebut ditujukan untuk produksi cat dan pelapis secara mandiri. Untuk memenuhi permintaan yang semakin meningkat, serta untuk meningkatkan efisiensi proses produksi, maka pada tahun 1987 PT. WARNA AGUNG mendirikan pabrik baru di Tangerang, Banten.

Hingga sekarang, PT. WARNA AGUNG telah mengembangkan jaringan distribusinya sendiri melalui kantor-kantor cabang yang dilengkapi dengan fasilitas pergudangan dan armada transportasi masing-masing. Kantor-kantor cabang tersebut terdapat di kota Jakarta, Bandung, Semarang, Surabaya, dan Batam.

Adapun prinsip utama yang selalu dipegang oleh PT. WARNA AGUNG dalam menjalankan bisnis adalah prioritas kepuasan pelanggan. Prinsip tersebut dapat dijabarkan menjadi beberapa kategori, yaitu konsistensi kualitas, harga yang kompetitif, distribusi yang tepat waktu, serta tanggung jawab penuh atas setiap persoalan yang ada.

Secara garis besar, produk-produk PT. WARNA AGUNG dapat dikategorikan menjadi dua kelompok, yaitu cat lapisan atas (*topcoat*) dan cat dasar (*basecoat*). Cat *topcoat* biasanya berfungsi dekoratif, karena langsung terlihat oleh manusia. Namun cat *topcoat* juga berfungsi untuk melindungi lapisan di bawahnya. Produk-produk yang termasuk dalam kategori *topcoat* adalah:

- a. Permacoat Exterior & Matte Finish (Interior), cat premium *full acrylic* untuk dinding luar dan dalam. Merupakan produk premium dengan kualitas terbaik yang dihasilkan PT. WARNA AGUNG.

- b. Decolith, cat emulsi standar untuk dinding dalam dan plafon. Merupakan salah satu produk PT. WARNA AGUNG dengan tingkat penjualan tertinggi, serta paling diketahui oleh masyarakat umum.
- c. Decoplus, cat emulsi ekonomis untuk dinding dalam dan plafon. Produk ini dirancang untuk menjangkau masyarakat dengan daya beli menengah ke bawah.
- d. Permasol, cat acrylic untuk berbagai jenis atap bangunan.
- e. Permaproof, cat pelapis kedap air untuk menahan kebocoran pada berbagai permukaan seperti dinding, beton, dan lain-lain.
- f. Decolux, cat alkyd sintetis dengan beberapa varian sesuai dengan jenis permukaan yang akan dicat, seperti kayu & besi, lapangan tenis, kolam renang, aspal, dan papan tulis.

Sementara itu, cat *basecoat* berfungsi untuk memperbaiki dan mempersiapkan permukaan yang akan dicat. Produk-produk tersebut bersifat mencegah dan/atau mengatasi berbagai masalah yang dapat terjadi pada permukaan dinding, beton, dan bahan-bahan lain. Rangkaian produk cat *basecoat* PT. WARNA AGUNG mencakup produk-produk berikut:

- a. Permasealer, plamuur berbahan dasar air yang mengandung latex untuk dinding interior dan eksterior. Produk ini memiliki beberapa varian, yaitu *Wall Putty* (menutup lubang dan pori-pori), *Alkali Resisting Primer* (mengurangi serangan alkali pada dinding), *Wall Primer* (memperbaiki daya rekat cat), dan *Extreme Primer* (mencegah *watermarking*).
- b. Decoplamuur Tembok, untuk menutupi pori-pori dan retak pada dinding.
- c. Zinc Chromate, cat anti karat untuk permukaan logam.
- d. Meni Kayu dan Besi, cat berbahan dasar alkyd untuk menahan getah kayu dan serangan rayap pada permukaan kayu, atau mencegah karat pada permukaan besi.
- e. Decoplamuur Kayu Prima, dempul kayu untuk mengisi lubang dan celah pada permukaan kayu.

Untuk memasarkan produk-produk tersebut, tentunya dibutuhkan kegiatan promosi agar distributor dan target pasar dapat lebih mengenal produk-produk PT. WARNA AGUNG. Maka itu, PT. WARNA AGUNG telah melakukan berbagai kegiatan promosi, seperti:

- a. Menyediakan plang toko untuk toko-toko bangunan yang menjual produk-produk PT. WARNA AGUNG.
- b. Meletakkan spanduk pada beberapa lokasi strategis. Spanduk tersebut banyak diletakkan di area Semarang sebagai salah satu pasar terbesar PT. WARNA AGUNG.
- c. *Corporate merchandise* seperti kalender tahunan, kaos, gelas, memo, dan sebagainya.
- d. Memiliki website resmi perusahaan dengan alamat <http://warna-agung.com>.
- e. Mengadakan acara-acara untuk konsumen, seperti *gathering* untuk para distributor dan pemilik toko bangunan.
- f. Mensponsori perkembangan olah raga sepakbola di Indonesia melalui pembentukan tim sepak bola WARNA AGUNG yang aktif pada tahun 1970-80an.

Walaupun telah melakukan berbagai kegiatan promosi, baik secara visual maupun melalui kegiatan korporat, PT. WARNA AGUNG belum pernah memiliki divisi desain yang berdiri sendiri. Selama ini, pekerjaan desain grafis menjadi tanggung jawab Divisi Marketing. Beberapa proyek desain juga diawasi langsung oleh *General Manager*. Sebagian besar media visual didesain oleh *advertising agency* yang juga bertugas untuk mencetak media tersebut. PT. WARNA AGUNG juga beberapa kali menyerahkan proyek-proyek desain seperti *rebranding*, desain situs web, dan desain kemasan kepada desainer grafis *freelance* dan studio desain. Beberapa proyek desain PT. WARNA AGUNG yang ditangani oleh desainer grafis eksternal antara lain:

- a. Situs web resmi PT. WARNA AGUNG (sebelum *redesign*) didesain oleh NuFolder Creative House pada tahun 2006.
- b. Desain kemasan dan beberapa materi promosi untuk produk Permacoat dikerjakan oleh Brown Fox Studio pada tahun 2012-2013.

2.1.1. Identitas Lambang



Gambar 2.1. Logo PT. WARNA AGUNG
(Sumber: Data PT. WARNA AGUNG)

Logo PT. WARNA AGUNG terdiri dari logogram dengan logotype yang tercantum di tengahnya. Logogram tersebut terdiri dari huruf “W” dan “A” berwarna biru tua yang terletak di atas dan di bawah logotype. Kedua huruf tersebut memiliki ciri batang huruf yang sangat tebal, serta seluruh sudutnya dibuat siku-siku (90°). Gabungan antara kedua huruf tersebut membentuk bidang persegi yang memiliki panjang dan lebar yang sama (1:1). Konfigurasi tersebut menimbulkan kesan kokoh dan *solid*, sesuai dengan gambaran yang ingin ditekankan PT. WARNA AGUNG sebagai perusahaan yang kuat.

Sementara itu, logotype yang bertuliskan “WARNA AGUNG” menggunakan jenis *font* Effectra dengan varian Heavy. Warna merah tua dipilih untuk menampilkan logotype tersebut.

2.1.2. Konfigurasi Logo



Gambar 2.2.
Logo versi monochrome
(Sumber: Data PT. WARNA
AGUNG)

Pada pengaplikasian logo di media yang membutuhkan warna hitam putih, *grayscale*, atau *monochrome*, maka varian logo PT. WARNA AGUNG versi *monochrome* (Gambar 2.2) pun digunakan. Pada versi tersebut, warna yang digunakan pada logogram dan logotype harus sama. Adapun pilihan warna yang dapat digunakan adalah hitam (untuk pengaplikasian logo pada media hitam putih/*grayscale* seperti fax, fotokopi, dan sebagainya) atau biru tua (untuk pengaplikasian logo pada media *monochrome* seperti faktur, surat jalan, dan sebagainya).



Gambar 2.3.
Logo versi negative
(Sumber: Data PT. WARNA
AGUNG)

Pada pengaplikasian logo pada bidang yang berlatar belakang warna gelap atau memiliki tekstur yang berpotensi mengganggu legibilitas logo, maka varian logo PT. WARNA AGUNG versi *negative* (Gambar 2.3) pun digunakan. Pada varian logo ini, logogram dan logotype diberi warna putih, agar logo tersebut dapat menonjol dibandingkan dengan latar belakangnya

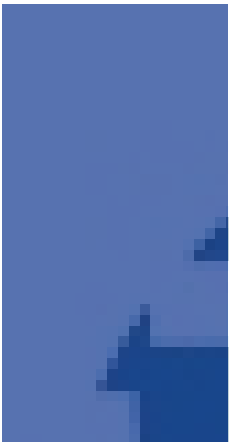



Gambar 2.4. Logo versi horizontal
(Sumber: Data PT. WARNA AGUNG)

Dalam keadaan di mana logo dicetak dalam ukuran kecil, maka akan terjadi kesulitan untuk membaca logotype “WARNA AGUNG” yang diakibatkan perbandingan ukuran logotype dan logogram yang cukup jauh. Untuk mengatasi masalah tersebut, maka PT. WARNA AGUNG memiliki varian logo versi horizontal yang dapat diletakkan pada media-media yang memiliki *space* relatif sempit. Pada varian tersebut, tulisan “WARNA AGUNG” dengan jenis font yang sama dengan logotype diperbesar dan diletakkan di sebelah kanan logogram. Tinggi tulisan tersebut sama dengan tinggi logogram.

Salah satu masalah lainnya dengan logo versi standar adalah tidak adanya penanda yang menandakan produk yang dihasilkan oleh PT. WARNA AGUNG, yaitu produk cat. Maka pada logo versi horizontal ini, dituliskan kata “PAINTS” yang diletakkan di bawah logogram dan logotype besar, dengan ukuran yang lebih kecil serta diapit oleh dua buah garis horizontal untuk menyeimbangkan komposisi logo.

2.1.3. Identitas Warna

	Biru			Merah	
	R: 27	C: 100%		R: 227	C: 0%
	G: 66	M: 87%		G: 27	M: 100%
	B: 152	Y: 0%		B: 35	Y: 99%
	# 1B4298	K: 2%		# E31B23	K: 4%
	PANTONE solid coated 2738 C			PANTONE solid coated 1797 C	

Warna biru tua digunakan pada logogram PT. WARNA AGUNG, baik dalam logo versi standar maupun horizontal. Warna ini melambangkan kredibilitas, di mana kualitas setiap produk PT. WARNA AGUNG dapat dipertanggungjawabkan. Selain itu, warna biru juga melambangkan stabilitas, yang telah dibuktikan dengan bertahannya produk-produk PT. WARNA AGUNG di pasaran di tengah persaingan yang ketat dengan merk-merk lokal dan internasional yang relatif lebih besar.

Warna merah digunakan pada logotype PT. WARNA AGUNG pada logo versi standar. Warna ini melambangkan semangat yang terus dipertahankan dalam setiap kegiatan usaha PT. WARNA AGUNG, sehingga berdampak bagi kepuasan konsumen. Selain itu, warna merah juga dipilih karena cukup kontras dengan warna biru yang mendominasi logo (khususnya pada bagian logogram), sehingga logotype terkesan lebih menonjol. Warna merah dan biru merupakan dua dari tiga warna aditif/cahaya yang membentuk kombinasi warna *triadic* pada *color wheel*, sehingga penggabungan kedua warna tersebut pun menghasilkan kesan kontras harmonis.

2.1.4. Profil Perusahaan

- Identitas Perusahaan

Nama Perusahaan : PT. WARNA AGUNG
Alamat Perusahaan : Jl. Manis III No. 19, Jatiuwung, Tangerang
15810, Banten
Nomor Telepon : (021) 5918746

- Visi & Misi Perusahaan

- a. Visi Perusahaan

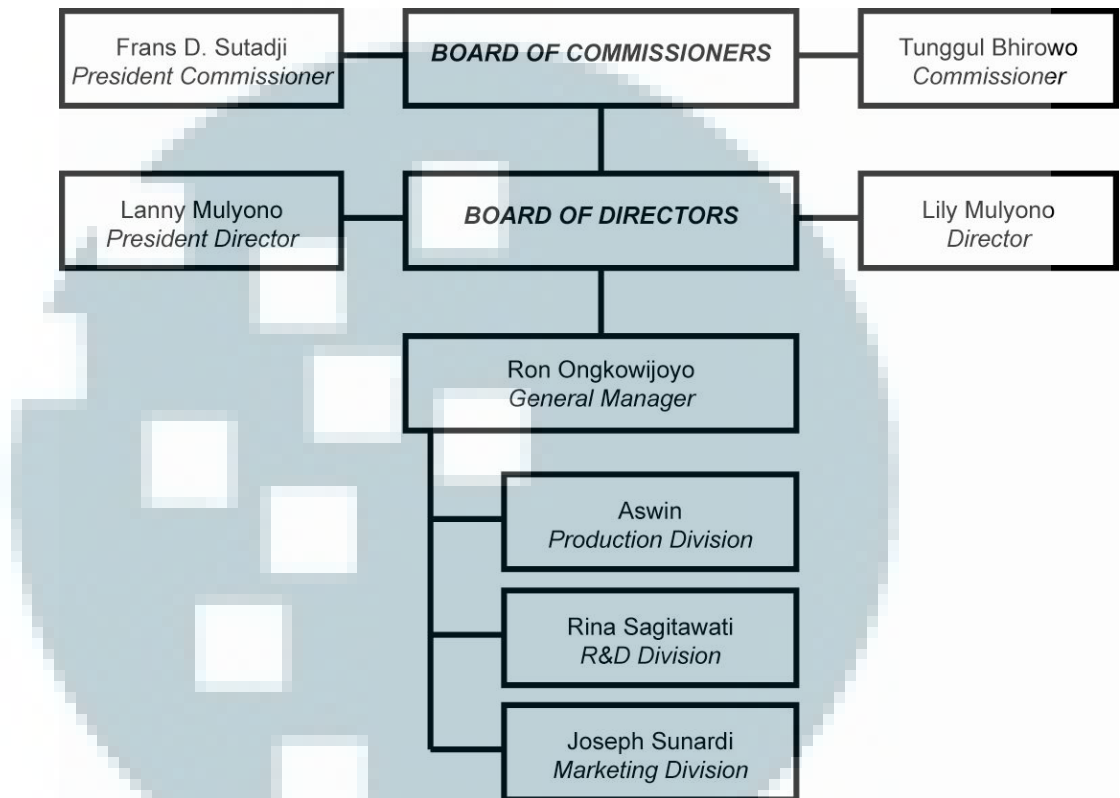
“Menjadi produsen cat dan pelapis kelas dunia di Indonesia dengan jaringan distribusi yang luas.”

- b. Misi Perusahaan

“Berkontribusi untuk perkembangan Indonesia secara keseluruhan melalui berbagai pekerjaan yang berkaitan dengan aspek-aspek konstruksi, perumahan, dan industri.”

UMMN

2.2. Struktur Perusahaan



Bagan 2.1. Struktur Perusahaan

2.2.1. Production Division

Divisi Produksi atau disebut juga Kepala Pabrik bertanggungjawab atas proses produksi secara umum. Beliau bertugas untuk memastikan bahwa jumlah produk yang dihasilkan cukup untuk memenuhi permintaan pasar. Untuk memastikan hal tersebut, dibutuhkan koordinasi dengan Divisi Marketing.

2.2.2. Research & Development (R&D) Division

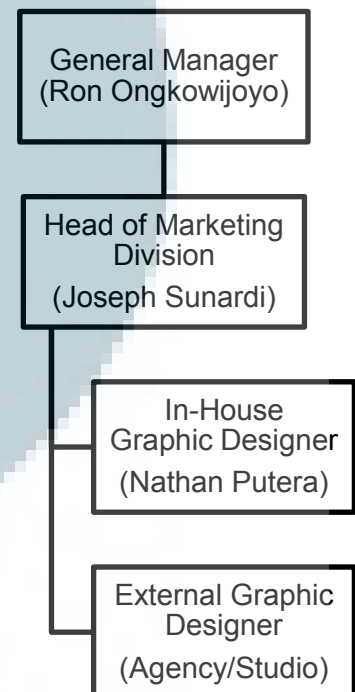
Divisi R&D bertanggungjawab atas pengembangan produk serta *Quality Assurance*. Beliau bertanggungjawab untuk memastikan kualitas produk dapat bersaing dengan kompetitor, dengan cara melakukan pengukuran properti-properti

fisik dan kimiawi, seperti daya sebar teoritis cat, waktu pengeringan, kepadatan isi, berat jenis, dan sebagainya.

2.2.3. Marketing Division

Divisi Marketing bertanggungjawab atas kegiatan promosi dan pemasaran produk. Beliau mengepalai tim yang terdiri dari sales dan marketing yang bertugas untuk memasarkan produk kepada agen atau toko, serta merencanakan strategi promosi produk melalui iklan atau *brand activity*.

Karena PT. WARNA AGUNG tidak memiliki divisi yang khusus menangani kebutuhan desain grafis, maka pemenuhan akan kebutuhan-kebutuhan visual seperti berbagai jenis media promosi menjadi tanggung jawab Divisi Marketing. Maka itu, kedudukan penulis sebagai *in-house graphic designer* ditempatkan di bawah Divisi Marketing. Penempatan desainer grafis pada Divisi Marketing dilampirkan pada Bagan 2.2.



Bagan 2.2. Struktur Divisi Marketing