

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Identitas kerap didefinisikan sebagai karakteristik yang menyertai sebuah objek yang menjadi pembeda antara satu objek dengan objek lainnya. Salah satu contohnya adalah suatu objek dapat dikenali dengan mudah karena karakteristiknya. Peran identitas adalah sebagai tanda pembeda yang jelas, untuk memenuhi peran tersebut sebuah karakteristik haruslah khas atau tidak umum (Suharno dkk., 2018). Merek adalah label yang melekat pada sebuah produk yang merupakan nilai dari perusahaan untuk suatu barang atau jasa. Merek yang tepercaya mempunyai identitas dan ciri khas yang membuatnya memiliki nilai pembeda dibandingkan dengan produk kompetitor. Sebuah merek disebut andal jika nilai yang dimiliki oleh merek tersebut dapat diterima oleh konsumen sehingga konsumen tetap setia pada merek tersebut (Richardo, 2021). Identitas merek adalah identitas fisik yang berhubungan dengan merek atau produk sehingga membuat konsumen lebih mudah mengenali dan membedakannya terhadap merek atau produk lain, seperti logo, warna, lokasi, slogan, dan lain-lain (Cahyono, 2018).

Identitas merek erat kaitannya dengan perusahaan. Perusahaan mulai memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk memperkuat identitas merek mereka dengan cara promosi. Media sosial menjadi pilihan utama untuk mempromosikan perusahaan dilandaskan pada beberapa alasan, di antaranya yaitu kemudahan akses bagi pengguna kapan saja dan di mana saja, serta tidak memerlukan modal untuk cetak dan penyebaran. Media sosial adalah alat komunikasi untuk bertukar informasi antar pengguna pada skala yang luas (Purbohastuti, 2017). Perusahaan-perusahaan yang menjadikan media sosial sebagai wadah untuk mengembangkan identitas merek mereka mencakup skala yang luas, termasuk perusahaan yang berkaitan dengan teknologi.

Teknologi tidak dapat dilepaskan dari kehidupan modern manusia saat ini. Salah satunya adalah laptop sebagai alat teknologi yang sangat umum untuk digunakan mulai dari para pelajar hingga para pekerja. Laptop adalah komputer bergerak (dapat dipindahkan dengan mudah) yang tergolong kecil dan ringan, dengan berat antara 1-6 kg, tergantung pada ukuran, bahan, spesifikasi laptop, laptop dapat digunakan di lingkungan yang berbeda dari bermain game, desain grafis, dan lain-lain. Teknologi mobile yang berkembang pesat pada saat ini membuat jenis dan merek laptop semakin banyak (Noviansyah dkk., 2019). Laptop tentu punya masa guna dan butuh untuk dilakukan servis agar kinerjanya tetap terjaga. Perusahaan-perusahaan servis laptop pun pada akhirnya mulai bermunculan. Salah satu perusahaan tersebut adalah PT Geeko Indonesia.



Gambar 1.1 Logo PT Geeko Komputer Indonesia (Mitra Magang Mandiri)
(Sumber: Dokumentasi Pribadi Perusahaan)

PT Geeko Komputer Indonesia adalah sebuah perusahaan yang bergerak di bidang teknologi, spesialis servis laptop. PT Geeko Komputer Indonesia berdiri pertama di Jl. Ketintang No. 165, 01, di depan Universitas Negeri Surabaya. PT Geeko Indonesia sekarang telah memiliki 5 cabang; cabang ITS yang terletak di Jl. Gebang Lor No. 83, 01, Gebang Putih, Sukolilo - Surabaya 60117; cabang Wiyung yang

terletak di Jl. Raya Menganti Babatan No. 3, Wiyung - Surabaya; cabang Dharmahasada yang terletak di Royal Dharmahasada, Blok EE, Jl. Mulyorejo Barat 225, Mulyorejo - Surabaya; cabang UPN Rungkut yang terletak di Jl. Raya Rungkut Madya MA 1 No. 26, Rungkut - Surabaya.

PT Geeko Komputer Indonesia sebagai perusahaan yang peka terhadap kemajuan teknologi, tentunya turut memanfaatkan media sosial untuk mengembangkan identitas merek. Pengembangan identitas merek melalui media cetak hanya dilakukan sesekali, bahkan hampir tidak pernah digunakan lagi. Hal ini tak lepas kaitannya dengan perkembangan zaman yang semakin canggih. Promosi menjadi sesuatu yang harus dilakukan oleh seluruh perusahaan. Hal terpenting dari promosi adalah membuat pesan ajakan yang efektif untuk mendapatkan atensi dari masyarakat (Puspitarini & Nuraeni, 2019).

Hal tersebut di atas mendasari keikutsertaan dalam pengembangan identitas merek PT Geeko Komputer Indonesia melalui desain visual. Laporan ini dibuat dengan harapan dapat membantu berkontribusi melalui pembuatan desain visual agar identitas merek PT Geeko Komputer Indonesia mengalami perkembangan, sehingga citra PT Geeko Komputer Indonesia sebagai tempat servis laptop terlengkap mendapatkan kepercayaan lebih dari masyarakat.

1.2 Lingkup Magang

Kegiatan magang di PT Geeko Komputer Indonesia berfokus pada divisi *Marketing & Communication* yang bertugas mendukung kebutuhan komunikasi visual perusahaan. Proyek kreatif yang dikerjakan berkaitan langsung dengan pengembangan identitas merek perusahaan, seperti pembuatan konten Instagram *story* yang bersifat promosi secara rutin setiap hari, perancangan video promosi yang menampilkan layanan serta keunggulan Geeko melalui pendekatan visual yang menarik dan mengikuti tren, pembuatan desain maskot perusahaan yang menggambarkan karakter Geeko secara komunikatif dan mudah diingat oleh audiens, pembuatan ilustrasi komik dan buku anak dengan alur ringan untuk menyampaikan informasi perusahaan melalui *storytelling* visual yang ramah dan mudah dipahami, pembuatan maskot untuk mengembangkan aset visual yang lebih menarik bagi Geeko, penyusunan elemen supergrafis untuk memperkuat identitas merek Geeko secara konsisten pada berbagai media, pembuatan desain kemasan untuk PT Geeko Komputer Indonesia dalam media *paper bag*, pembuatan desain web untuk peserta magang di PT Geeko Komputer Indonesia, pembuatan *merchandise* berupa pin, gantungan kunci, dan stiker. Seluruh tugas tersebut dilaksanakan secara hybrid, baik di kantor maupun dari rumah, dengan arahan dan evaluasi dari mentor. Ruang lingkup magang meliputi *brainstorming*, pembuatan aset, revisi, hingga finalisasi sesuai standar visual perusahaan.

1.3 Tujuan Magang

Program magang mandiri di PT Geeko Komputer Indonesia diikuti dengan tujuan untuk mengembangkan kemampuan profesional di bidang desain komunikasi visual, serta pengaplikasian ilmu dan keterampilan desain yang telah dipelajari selama kuliah ke dalam praktik kerja yang nyata. Tujuan magang di PT Geeko Komputer Indonesia secara lebih lanjut adalah untuk meningkatkan kemampuan teknis dalam membuat konten digital seperti story Instagram, video promosi, komik, dan ilustrasi buku anak sesuai dengan karakter dan identitas perusahaan. Kreativitas turut diasah dalam tugas merancang maskot, supergrafis, web desain, desain kemasan, hingga desain *merchandise* yang dapat memperkuat daya tarik visual Geeko di mata audiens. Harapan yang ingin dicapai dalam program magang ini adalah dapat memahami strategi *branding visual* yang diterapkan oleh perusahaan serta mempelajari sistem kerja tim kreatif di industri jasa dan teknologi. *Softskill* seperti manajemen waktu, kerja sama tim, komunikasi efektif, dan kemampuan menerima masukan dari mentor juga turut terasah. Kesempatan magang ini dimanfaatkan untuk memperluas pengalaman kerja, memperkaya portofolio profesional, serta mempersiapkan diri menghadapi dunia kerja setelah lulus kuliah.

Hasil akhir yang diharapkan adalah dapat memahami proses kerja di lingkungan kerja, mendalami budaya di lingkungan kerja kreatif, dan memperluas relasi dengan para ahli di bidang desain grafis. Pengalaman magang ini diharapkan dapat menjadi sarana untuk mengaplikasikan ilmu yang telah dipelajari secara teori ke dalam praktik nyata, sekaligus memperkuat peluang karir di masa depan.