

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

PT Sands Quarry Indonesia merupakan perusahaan yang bergerak di bidang perjalanan wisata yang mengutamakan profesionalisme, kenyamanan, dan keamanan. Berdiri sejak 28 Oktober 2024, PT Sands Quarry Indonesia menyediakan layanan lengkap mulai dari reservasi hotel berbintang, reservasi tiket pesawat dan transportasi, paket wisata domestik dan Internasional, perjalanan Umrah dan Haji, jasa informasi dan reservasi pariwisata, hingga jasa konsultasi dan *event MICE (Meeting, Incentive, Conference, Exhibition)*. PT Sand Quarry Indonesia memiliki peluang besar untuk membangun citra yang kuat melalui pendekatan visual. Sebagai perusahaan yang relatif baru berdiri di industri pariwisata yang kompetitif, strategi visual untuk mempromosikan dan memperkuat *brand identity* perusahaan menjadi hal yang sangat penting.

Salah satu strategi yang efektif untuk membangun hubungan tersebut melalui media promosi yaitu dengan membuat sebuah perancangan *merchandise kit*. Fungsi dari *merchandise kit* ini bukan hanya sekedar untuk cendera mata. Melalui pemanfaatan *merchandise kit* yang dirancang secara visual, berfungsi sebagai bentuk komunikasi yang mewakili karakter perusahaan, memperkenalkan nilai-nilai *brand* kepada pelanggan, memperkuat *branding*, sekaligus sebagai media promosi yang mudah diingat (Sambodo, n.d.). *Merchandise* ini mencakup berbagai jenis produk yang memuat nama perusahaan, merek, logo, atau informasi profil lainnya, yang diberikan kepada pelanggan PT Sands Quarry Indonesia.

Desain *merchandise kit* yang menarik secara visual, konsisten dengan identitas visual perusahaan, dan relevan dengan target *audiens* akan menjadi alat promosi yang informatif dan representatif. Sehingga harus dirancang dengan strategi visual yang tepat mulai dari pemilihan warna, bentuk, hingga pesan yang disampaikan harus jelas agar menciptakan kesan profesional dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Seiring dengan meningkatnya kebutuhan perjalanan wisata, kehadiran *brand identity* yang kuat serta strategi pemasaran yang efektif menjadi semakin penting untuk memperkuat kepercayaan konsumen dan menjaga daya saing di pasar (Oktavianingrum et al., 2023). Dengan adanya persaingan bisnis yang semakin kompetitif, penting bagi PT Sands Quarry Indonesia untuk memiliki strategi visual *branding* yang kuat guna mempertahankan dan memperluas target pasar.

PT Sands Quarry Indonesia termasuk dalam perusahaan yang masih dalam tahap berkembang, dengan potensi besar di industri pariwisata PT Sands Quarry Indonesia memiliki tantangan dalam hal konsistensi visual *branding* yang mencerminkan nilai dan citra perusahaan. Saat ini, beberapa elemen visual seperti media promosi dan materi pemasaran yang masih belum sepenuhnya selaras secara estetika sehingga belum maksimal dalam mempresentasikan *brand* secara utuh. Oleh karena itu, dibutuhkan strategi visual *branding* yang terencana dan terstruktur, salah satunya melalui perancangan desain *merchandise kit* sebagai media promosi. Melalui strategi ini, Perusahaan akan lebih memperkuat *brand identity* secara konsisten di berbagai *platform*, termasuk media digital.

Melalui program magang mandiri ini, penulis mendapatkan kesempatan dalam bidang desain, terutama dalam merancang *merchandise kit* sebagai bagian dari strategi promosi perusahaan. Selama proses magang mandiri di PT Sands Quarry Indonesia, penulis tidak hanya belajar memahami kebutuhan visual branding perusahaan, tetapi juga mengasah ketrampilan dalam menciptakan desain yang menarik, fungsional, dan konsisten dengan citra perusahaan. Keterlibatan penulis dalam merancang *merchandise kit* di berbagai media memberikan pengalaman langsung dalam merancang materi promosi yang aplikatif, serta memahami lebih dalam mengenai pentingnya visual branding dalam meningkatkan daya saing. Melalui pengalamannya ini, penulis mampu mengembangkan kemampuan pribadi dan persiapan dalam menghadapi dunia kerja di bidang kreatif.

1.2 Lingkup Kegiatan Magang

Selama menjalani program magang mandiri di PT Sands Quarry Indonesia, penulis mendapatkan kesempatan untuk terlibat secara langsung dalam berbagai kegiatan yang berkaitan dengan visual branding dan media promosi perusahaan. Penulis bergabung dalam tim desain yang berfokus pada pengembangan elemen-elemen visual, khususnya dalam perancangan *merchandise kit* sebagai salah satu strategi promosi yang mendukung penguatan *brand identity* perusahaan. Dalam masa magang ini, penulis berperan aktif dalam merancang konsep dan desain visual *merchandise* yang mempresentasikan identitas PT Sands Quarry Indonesia secara konsisten. Proyek-proyek yang dikerjakan berfokus pada pembuatan desain antara lain meliputi, *keychain*, *tumbler*, mug, kaus, rompi, stiker, pin, *totebag*, tas serut, topi, *notebook*, nota, kwitansi, amplop, kop surat, bolpoin, dll yang dapat digunakan sebagai souvenir serta identitas visual tambahan untuk komunikasi *brand* yang efektif.

Selain terlibat dalam perancangan *merchandise kit*, penulis bersama tim desain rekan-rekan mahasiswa magang divisi Branding dan Marketing di PT Sands Quarry Indonesia, juga merancang alternatif *re-design* logo, menetapkan warna perusahaan, mengelola *Company Profile* dan *Graphic Standard Manual (GSM)* PT Sands Quarry Indonesia. Selain itu, penulis bersama tim membuat tugas inisiasi *Website* Perusahaan dan Buku Anak untuk PT Sands Quarry. Penulis bersama tim diberikan ruang untuk mengaplikasikan ilmu dan keterampilan desain grafis yang telah diperoleh selama perkuliahan, serta mempelajari lebih dalam mengenai strategi promosi visual yang efektif untuk menarik perhatian *audiens*. Dalam setiap proses desain, penulis dan tim selalu berdiskusi secara aktif dengan tetap dibimbing oleh mentor dari pihak perusahaan, mulai dari *brainstorming* ide hingga tahap revisi dan finalisasi desain, agar hasil yang diperoleh sesuai dengan nilai visual perusahaan. Kolaborasi ini memberikan ruang bagi penulis untuk mengasah kemampuan komunikasi, manajemen waktu, dan kerja tim, serta mengembangkan kreativitas dalam menghasilkan desain yang selaras dengan identitas dan kebutuhan PT Sands Quarry Indonesia.

Hasil pekerjaan kemudian akan melalui proses evaluasi untuk mengidentifikasi kekurangan atau kesalahan yang perlu diperbaiki. Setelah perbaikan dilakukan, evaluasi ulang akan dilakukan untuk memastikan hasil yang lebih baik. Evaluasi rutin ini dilakukan bersama mentor membantu penulis untuk terus memperbaiki kualitas pekerjaan, memahami pentingnya manajemen waktu, serta meningkatkan kemampuan komunikasi visual yang efektif. Melalui pengalaman magang mandiri ini, penulis memperoleh pemahaman terkait proses perancangan *visual branding* juga untuk membangun portofolio karya yang mendukung pengembangan karier di bidang Desain Komunikasi Visual.

1.3 Tujuan

Berdasarkan dari pemaparan mengenai latar belakang kegiatan magang program MBKM di atas, adapun tujuan dari kegiatan magang ini adalah sebagai berikut :

1. Mampu menerapkan teori desain yang telah dipelajari selama perkuliahan
2. Menambah ketrampilan dalam menciptakan strategi visual branding dan marketing sebagai media promosi untuk menguatkan *brand identity* perusahaan
3. Mengasah kemampuan untuk mengelola pekerjaan di bidang desain serta memecahkan permasalahan desain
4. Memperluas relasi dengan jenjang karir yang dituju
5. Meningkatkan kreatifitas dan inovasi desain sesuai permintaan perusahaan
6. Sebagai bekal meningkatkan kompetensi agar memiliki daya saing di dunia kerja setelah lulus perkuliahan.