

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Promosi adalah upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa pada dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli atau mengkonsumsinya. Dengan adanya promosi produsen atau distributor mengharapkan kenaikannya angka penjualan. Ada banyak sekali factor perusahaan melakukan promosi diantaranya adalah menyebarkan informasi produk kepada target pasar potensial, mendapatkan kenaikan penjualan dan profit/laba, mendapatkan pelanggan baru dan menjaga kesetiaan pelanggan, menjaga kestabilan penjualan ketika terjadi lesu pasar, membedakan serta mengunggulkan produk dibanding produk pesaing dan membentuk citra produk di mata konsumen sesuai dengan yang diinginkan

Perusahaan membutuhkan suatu media dalam melakukan promosi. Salah satu media yang bisa dilakukan untuk melakukan promosi adalah mengiklankan produknya. Pada era modern ini iklan adalah sarana yang akurat untuk memasarkan suatu produk khususnya melalui media cetak. Menurut Rhenald Khasali (1995:99) dalam jurnal Sanjaya Yasin yang berjudul "*Pengertian Iklan, Definisi Adalah, Artikel, Makalah Menurut Para Ahli*" Media cetak adalah suatu media yang statis dan mengutamakan pesan-pesan visual. Media ini terdiri dari lembaran dengan sejumlah kata, gambar, atau foto, dalam tata warna dan halaman putih. Fungsi utama media cetak adalah memberi informasi. Media cetak seperti katalog yang

sangat dibutuhkan dalam mempromosikan suatu produk karena sifatnya yang memberi informasi tentang semua produk yang akan di pasarkan.

Selain media cetak ada pula cara yang lebih modern untuk menyampaikan informasi yang menggunakan pesan-pesan visual kepada masyarakat yaitu dengan menggunakan media sosial. Media sosial seperti iklan instagram dan profil sosial media sangat dibutuhkan dalam membuat sebuah promosi karena sifatnya yang memberi informasi. Dalam hal ini perusahaan penyelenggara juga membutuhkan kerja sama dengan perusahaan agensi periklanan seperti visual PCH. Perusahaan kreatif seperti visual PCH sangat dibutuhkan untuk membuat suatu media promosi yang kreatif dan desain yang dihasilkan juga memuaskan serta tertuju kepada konsumen.

Tujuan kerja praktik ini adalah untuk membuat media promosi *produk Red Blood White Bone*. Pada prinsipnya media iklan dibagi menjadi dua kategori antara lain media iklan cetak dan media iklan elektronik. Media iklan cetak mengutamakan pesan-pesan visual yang dihasilkan dari proses cetak, contohnya majalah, tabloid, surat kabar, poster, baliho, spanduk dan lain-lain. Sedangkan media elektronik dihasilkan menurut proses kerjanya pada elektronik dan elektromagnetis Contohnya televisi, internet, radio dan lain-lain. Agar iklan menjadi lebih optimal maka perlu adanya strategi perencanaan iklan dengan melihat terlebih dahulu segmentasi pasar yang akan dipakai acuan dalam membuat iklan. Sasaran yang merupakan audiens dari iklan tersebut harus tepat dengan mengingat kondisi-kondisi yang ada. Strategi-strategi yang akan dilakukan dapat dipilih dengan menyesuaikan terhadap segmentasi pasar yang akan dituju. Ketepatan

dalam memilih strategi periklanan akan berdampak luas terhadap citra dari produk suatu perusahaan.

Dalam pembuatan media promosi akan menggunakan *digital imaging* sebagai pengolahan gambarnya. *Digital Imaging* atau Pencitraan Digital sendiri berarti penciptaan gambar digital, biasanya dari adegan fisik. Istilah ini sering dianggap menyiratkan atau meliputi pengolahan, kompresi, penyimpanan, percetakan, dan menampilkan gambar tersebut. Metode yang paling umum adalah dengan fotografi digital dengan kamera digital, namun metode lain juga digunakan.

Pada kerja praktik ini penulis melaporkan pembuatan media promosi desain katalog yang sesuai dengan permintaan dari klien visual PCH yaitu *Red Blood White Bone*. Dalam hal ini *Red Blood White Bone* ingin mempromosikan produknya yaitu berupa sepatu, baju, kemeja, jaket, dan aksesoris yang membutuhkan sebuah desain katalog sebagai metode utama untuk menginformasikan kepada masyarakat. Oleh karena itu, katalog ini nantinya perlu untuk dibuat desain sedemikian menarik sehingga dapat menarik minat masyarakat yang melihat produk-produk Red Blood White Bone.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka dirumuskan masalah yang terdapat sebagai berikut :

“Bagaimana merancang media promosi katalog produk *Red Blood White Bone*

“RBWB” berbasis digital imaging sebagai klien Visual PCH?”

### 1.3 Batasan Masalah

Dari permasalahan yang di rumuskan di atas, batasan masalah yang di gunkan adalah sebagai berikut :

- a. Membuat rancangan media promosi berupa desain katalog, kalender 2016, iklan instagram dan tampilan iklan tv.

### 1.4 Tujuan

Tujuan yang ingin di capai selama kerja praktik 1 bulan yaitu :

1.4.1 Untuk merancang media promosi berbentuk desain iklan instagram dan tampilan iklan tv dan desain media cetak katalog dan kalender 2016 Red Blood White Bone.

1.4.2 Untuk mendapatkan konsep dalam merancang desain tersebut agar dapat di implementasikan untuk mendukung proses pemasaran.

### 1.5 Manfaat

#### 1. 5.1 Manfaat Teoritis

- a. Untuk proses pembelajaran dan wawasan untuk merancang desain iklan instagram dan tampilan iklan tv dan desain media cetak katalog dan kalender 2016 *Red Blood White Bone*.
- b. Sebagai bahan alternatif perancangan desain iklan instagram dan tampilan iklan tv dan desain media cetak katalog dan kalender 2016.

### 1.5.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari hasil perancangan ini diharapkan dapat diterapkan pada perusahaan atau *Red Blood White Bone*. Juga diharapkan dapat memberikan masukan terhadap Visual PCH dalam upaya pembuatan media promosi dan pentingnya sebuah promosi untuk menambah brand awareness

### 1.6 Sistematika Penulisan

Laporan kerja ini terdiri dari 5 bab, yang masing-masing bab terdiri dari sub-sub bab yang menjelaskan inti dari pembahasan dalam menyusun laporan ini.

Adapun sistematika penulisan laporan ini adalah sebagai berikut :

#### **BAB I : PENDAHULUAN**

Pada Bab pertama ini ada beberapa materi yang akan diuraikan, seperti Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Batasan Masalah, Tujuan, Manfaat, Pelaksanaan dan Sistematika Penulisan yang menjelaskan tentang permasalahan yang ada di dalam perusahaan sehingga menjadi penyebab dilakukannya Kerja Praktik.

#### **BAB II : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

Pada Bab kedua ini berisi tentang penjelasan umum tentang gambaran perusahaan tempat Kerja Praktik ini, yaitu gambaran umum tentang PT. Asa Karya Ide Skawan Creative Agency.

### **BAB III : LANDASAN TEORI**

Pada Bab ketiga ini akan dijelaskan tentang berbagai macam teori, konsep dan pengertian yang menjadi dasar dalam pembuatan desain brosur.

### **BAB IV : IMPLEMENTASI KARYA**

Pada Bab keempat ini akan dijabarkan deskripsi pekerjaan dengan alur pengerjaan yang akan dikerjakan pada Kerja Praktik.

### **BAB V : PENUTUP**

Pada Bab kelima ini akan dijelaskan beberapa hal, meliputi :

#### **5.1 Kesimpulan**

Bagian ini akan dijelaskan inti sari dari keseluruhan kegiatan selama Kerja Praktik, khususnya akan dijabarkan secara singkat dari masalah yang diangkat atau dikerjakan.

#### **5.2 Saran**

Bagian ini akan dijelaskan tentang kelebihan dan kekurangan selama Kerja Praktik berlangsung.

### **DAFTAR PUSTAKA**

Daftar pustaka berisi tentang daftar referensi yang digunakan sebagai dasar dalam pelaksanaan Kerja Praktik, bisa berupa buku, koran, majalah, e-book, dan lain-lain.