

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sebuah lembaga adalah sebuah organisasi besar yang menjadi wadah dari suatu hal. Sebuah lembaga pengajaran dikenal sebagai suatu bentuk metode pendidikan yang serupa dengan kursus atau bimbingan belajar. Lembaga Pengajaran Tata Busana Susan Budihardjo atau biasa disingkat menjadi LPTB Susan Budihardjo sudah dikenal hampir seluruh penggiat mode di Indonesia. Namun, di Surabaya yang sebenarnya tidak bernafaskan mode dan *entertainment*, LPTB Susan Budihardjo mengalami degradasi popularitas, karena banyaknya pesaing serupa yang merajalela seperti Arva School of Design dan Pison Fashion School. Sedikitnya peminat dan banyaknya penawaran membuat sekolah-sekolah mode di Surabaya harus bertarung sengit untuk memenangkan pasar. Arva School of Design maupun Pison Fashion School sama-sama sudah memiliki manajemen promosi yang sangat baik, terutama ditilik dari kesiapan dalam media-media promosinya, seperti aktif dalam *fashion show*, pameran, kerap kali menjadi *sponsorship*, beriklan di radio setempat dan telah memiliki booklet promosi. Dalam dunia jasa seperti suatu lembaga pengajaran, booklet promosi sangat dibutuhkan karena sifatnya yang dapat dibagikan secara fleksibel namun memuat hampir seluruh informasi yang dibutuhkan si calon konsumen. Hingga detik ini, LPTB Susan Budihardjo masih belum memiliki booklet promosi tersebut

sehingga diperlukan perancangan menyeluruh untuk pembuatan booklet promosi LPTB Susan Budihardjo.

Dunia *fashion* di Indonesia berkembang pesat seiring dengan kembalinya pemuda-pemudi tanah air yang menempuh pendidikan di lembaga pengajaran mode di Paris, Milan dan kota-kota mode lainnya di luar negeri pada awal tahun 1980. Di antaranya adalah perancang busana yang telah senior saat ini; Poppy Dharsono, Iwan Tirta dan Susan Budihardjo. Poppy Dharsono dan Iwan Tirta memfokuskan diri pada perkembangan rancang busana nusantara dan kekayaan filosofis dan motif kain-kain batik, sementara Susan Budihardjo memiliki tujuan yang berbeda. Beliau menciptakan sebuah sekolah untuk pendidikan formal untuk calon-calon perancang busana Indonesia di masa depan yang diberi titel dengan nama beliau sendiri, yaitu Lembaga Pengajaran Tata Busana Susan Budihardjo atau biasa disingkat LPTB Susan Budihardjo. Perancang-perancang urban Indonesia banyak yang lahir dari program pendidikan beliau, sebut saja; Didi Budihardjo, Sebastian Gunawan, Denny Wiryawan, Adrian Gan, Anaz Khoirunnaz, Eddy Betty dan masih banyak lagi.

Berbekal pengalaman selama hampir 33 tahun, LPTB Susan Budihardjo telah memiliki popularitas dan nama besar. Dahulu jika seseorang di tanah air ingin mengemban ilmu tata busana yang sesungguhnya, mereka harus memiliki uang dan koneksi yang lebih untuk bersekolah di lembaga pendidikan yang bertempat di kota-kota mode seperti Milan dan Paris. Namun, kemunculan LPTB Susan Budihardjo mengubah itu semua. Indonesia sudah memiliki sebuah sekolah tata busana yang sifatnya serius, formal dan *bonafide*. Tidak lagi perlu terbang jauh

meninggalkan tanah air untuk mendapatkan ilmu rancang busana yang memadai dan sesuai dengan standar internasional karena LPTB Susan Budihardjo menawarkan itu semua pada publik yang berminat untuk bergabung.

Kemunculan LPTB Susan Budihardjo lalu diikuti oleh banyak sekolah mode lainnya yang akhirnya berjamuran, ada yang bertahan, ada pula yang harus gulung tikar hanya dalam waktu tahunan. Di Surabaya, kiprah LPTB Susan Budihardjo memang sangat gencar, namun karena harganya yang lebih tinggi dibandingkan pesaing, peminatnya pun lalu makin lama makin sedikit. Hal tersebut terjadi terutama karena sebab-sebab yang telah diungkapkan sebelumnya, yaitu karena pengelolaan manajemen promosi yang kurang baik karena tidak ada konsistensi dan efisiensi yang tepat mengenai sasaran.

Lance & Woll (2006;91) dalam bukunya mengutarakan bahwa semua kegiatan periklanan secara tidak sadar dinilai *customer* sebagai komponen-komponen yang bekerja sama untuk membentuk citra *brand*. Media promosi bukan terdiri atas serangkaian kegiatan yang terisolasi dan terpisah karena *customer* memiliki pemahaman yang kuat atas *brand* dan apa yang dikomunikasikannya. Dengan adanya fragmentasi media dan konten yang semakin kompleks, maka membangun dan mempertahankan mereka menuntut untuk senantiasa merawat *brand*, dalam hal ini adalah *brand* LPTB Susan Budihardjo.

Berbicara dengan customer lewat suatu media promosi membutuhkan konten yang berbeda, tapi bukan konteks. Keseluruhan citra brand harus relevan dengan konteks ketika customer mengakses informasi. Memastikan komunikasi yang digunakan sama adalah tugas seorang desainer, begitu pula dengan perancangan

media promosi booklet LPTB Susan Budihardjo, perlu adanya keseragaman, keselarasan dan harmonisasi antara perancangan booklet dan media promosi lain yang telah dimiliki LPTB Susan Budihardjo selama ini agar tidak terjadi ketimpangan-ketimpangan tertentu.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka rumusan masalah yang dapat diangkat, yaitu sebagai berikut :

1. Bagaimana merancang media promosi booklet untuk LPTB Susan Budihardjo Surabaya?
2. Bagaimana cara mengemas media promosi booklet tersebut sehingga selaras dan sejalan dengan media promosi yang lain?

1.3 Batasan Masalah

Dari rumusan masalah di atas, maka batasan masalah yang akan dikerjakan dalam Kerja Praktik ini adalah:

1. Merancang desain media promosi booklet LPTB Susan Budihardjo Surabaya
2. Mencari dan mengumpulkan berbagai macam bahan referensi sebagai landasan dalam merancang media promosi booklet LPTB Susan Budihardjo Surabaya.

3. Melakukan analisa pesaing, visi dan misi perusahaan/klien serta berbagai unsur yang dapat mendukung proses perancangan.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai pada Kerja Praktik ini adalah:

1. Untuk memperoleh landasan dalam merancang suatu media promosi sehingga dapat diimplementasikan oleh klien untuk mendukung proses promosi
2. Sebagai bahan pertimbangan untuk pengembangan desain booklet sehingga dapat memberi hasil yang memuaskan bagi klien

1.5 Manfaat

1. Manfaat Teoritis

- a. Membantu proses pembelajaran, pengalaman dan wawasan penulis dalam merancang suatu media promosi booklet
- b. Sebagai bahan perbandingan perancangan media promosi booklet perusahaan yang selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

- a. Membantu manajemen promosi LPTB Susan Budihardjo Surabaya melalui perancangan media promosi booklet.
- b. Sebagai atribut perusahaan klien yang dapat diimplementasikan untuk

mendukung proses pemasaran klien yang bersangkutan.

1.6 Pelaksanaan

Kerja Praktik ini dilaksanakan di LPTB Susan Budihardjo Surabaya bertempat di bagian *promotion*, yang beralamat di Jalan Sumatera 31-E Surabaya. Waktu pelaksanaan terhitung mulai dari tanggal 1 Juli sampai tanggal 31 Agustus Tahun 2014, dengan perpanjangan masa Kerja praktik yang semula dari tanggal 1 Juli sampai tanggal 1 Agustus ditambah 1 bulan menjadi 1 Juli sampai dengan tanggal 31 Agustus. Jam kerja terhitung dari hari Senin sampai Sabtu mulai dari pukul 10.00 WIB – 17.00 WIB pada hari Senin sampai Jumat, 10.00 WIB – 14.00 WIB pada hari Sabtu.

Adapun kegiatan yang dilakukan selama dalam masa Kerja praktik di LPTB Susan Budihardjo adalah:

1. Mengumpulkan data referensi klien melalui hasil brief dan online.
2. Menganalisa data referensi untuk menentukan elemen dalam booklet.
3. Menyiapkan bahan-bahan desain, seperti gambar, font, warna, dan sebagainya.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan Laporan Kerja Praktik ini akan disusun sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada Bab I ada beberapa materi yang akan diuraikan, yaitu sebagai berikut :

1.1 Latar Belakang Masalah

1.2 Rumusan Masalah

1.3 Batasan Masalah

1.4 Tujuan

1.5 Manfaat

1.6 Pelaksanaan

1.7 Sistematika Penulisan



BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada Bab II akan dijelaskan tentang berbagai macam tinjauan pustaka yang menjadi dasar dari perancangan karya pada Kerja Praktik ini.

BAB III : METODE PERANCANGAN

Pada Bab III ini akan dijabarkan metode penelitian yang sekiranya paling sesuai untuk mendukung metode perancangan karya yang akan dikerjakan pada Kerja Praktik ini.

BAB IV : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Pada Bab IV ini berisi penjelasan umum tentang gambaran perusahaan tempat Kerja Praktik ini, yaitu gambaran umum tentang LPTB Susan Budihardjo Surabaya.

BAB V : IMPLEMENTASI KARYA

Pada Bab V ini memuat hasil implementasi karya dari metode perancangan pada Bab III.

BAB VI : PENUTUP

Pada Bab VI akan dimuat kesimpulan dan saran penulis.



