

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Suatu perusahaan banyak aktivitas yang dilakukan tidak hanya menghasilkan produk atau jasa, menetapkan harga, dan menjual produk atau jasa, tetapi banyak aktivitas lainnya yang saling berkaitan. Salah satunya adalah promosi, kegiatan promosi merupakan salah satu bagian dari pemasaran, yang isinya memberikan informasi kepada masyarakat atau konsumen tentang produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan.

Menurut Pujiyanto (2003:97), promosi dapat dilakukan melalui berbagai cara, antara lain melalui promosi penjualan, publisitas umum, dan periklanan. Tujuan dari kerja praktek ini untuk meancang media promosi Bodhipakkhiya Dhamma di PT. Padipadi Oriva Manggala.

Bodhipakkhiya Dhamma berawal dari sebuah aspirasi yang timbul dari pengamatan atas pengalaman maka muncul sebuah semangat untuk melakukan sesuatu yang dapat dimanfaatkan sebagai sarana untuk mendukung dan menyelenggarakan kegiatan-kegiatan pembabaran maupun praktek Buddha Dhamma yang murni sesuai dengan Tipitaka Pali (Theravada). Sesuai dengan hukum alamiah bahwa segala sesuatu akan menemukan kondisi yang sesuai dengan yang telah dikondisikan sebelumnya, maka beberapa orang yang memiliki aspirasi sama akhirnya saling berjumpa dan kemudian menyadari adanya kesamaan aspirasi di antara mereka.

Perjumpaan di antara beberapa orang inilah yang kemudian bersepakat untuk menyatukan aspirasi yang serupa itu dalam suatu visi yang sama berupa pendirian sebuah organisasi. Kemudian setelah melalui sebuah pemikiran yang mendalam pada kondisi yang melingkupi pada saat itu maka muncullah secara alamiah sebuah kesepakatan yang bulat untuk memberi nama organisasi itu sebagai Bodhipakkhiya Dhamma. Organisasi inilah yang kemudian diresmikan dalam sebuah badan hukum yang bernama Yayasan Bodhipakkhiya Dhamma

Salah satu periklanan untuk mempromosikan sesuatu melalui media cetak yaitu brosur. Brosur berisi mengenai informasi perusahaan atau jasa yang ingin dipasarkan. salah satu yang akan dipasarkan dalam brosur yaitu mengenai interior.

Desain Interior merupakan salah satu bidang yang didasarkan pada ilmu desain. Bidang ini bertujuan untuk dapat menciptakan suatu lingkungan (ruang dalam) beserta elemen-elemen pendukungnya, baik fisik maupun non fisik, sehingga kualitas kehidupan manusia yang berada didalamnya menjadi lebih baik. Desain interior juga merupakan sebuah profesi di bidang kreatif dengan solusi solusi teknis yang diterapkan kedalam struktur yang dibangun, untuk mencapai lingkungan interiornya. Diantaranya untuk meningkatkan kualitas kehidupan dan budaya penghuninya serta memunculkan kesan estetik dalam rumah yang menarik.

Salah satunya ialah PT. Padipadi Oriva Manggala. Perusahaan ini yang berkecimpung di bidang desain interior. Perusahaan ini didirikan oleh Bapak Ongko Budihartanto pada tahun 2001 yang beralamat di Jl. Kendang Sari H32 Surabaya, sebagai kantor pusat PT. Padipadi Oriva Manggala. Dan untuk

galerinya terdapat di Jl. Urip Sumoharjo 59 Surabaya. PT. Padipadi Oriva Manggala juga menyediakan renovasi dan pemeliharaan, menyediakan solusi dalam desain interior, desain furniture, dan layanan komunikasi visual dalam rangka menciptakan desain yang terpadu sebagai hasil yang terbaik.

PT. Padipadi Oriva Manggala juga memiliki sebuah organisasi keagamaan kecil yang bernama Bodhipakkhiya Dhamma. Bodhipakkhiya Dhamma berawal dari sebuah aspirasi untuk melakukan sesuatu yang dapat mendukung dan menyelenggarakan kegiatan pembabaran maupun praktek Buddha Dhamma yang murni sesuai dengan Tipitaka, maka beberapa orang yang memiliki aspirasi sama bersepakat untuk mendirikan sebuah organisasi dengan nama Bodhipakkhiya Dhamma.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang maka dapat dirumuskan permasalahan, yaitu: “ Bagaimana merancang media promosi Bodhipakkhiya Dhamma di PT. Padipadi Oriva Manggala”.

1.3 Batasan Masalah

Dalam perancangan ini menggunakan beberapa masalah yaitu:

Media promosi yang dirancang adalah brosur, kop surat, serta stempel Bodhipakkhiya Dhamma.

1.4 Tujuan

Adapun tujuan dilakukan perancangan ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk merancang media promosi organisasi Bodhipakkhiya Dhamma di PT. Padipadi Oriva Manggala.
2. Untuk merancang media promosi berupa brosur, kop surat, serta stempel Bodhipakkhiya Dhamma.

1.5 Manfaat

Dengan adanya gagasan perancangan media promosi untuk mempromosikan organisasi Bodhipakkhiya Dhamma yang dimiliki oleh PT. Padipadi Oriva Manggala, maka diharapkan dapat memberikan manfaat:

1. Manfaat Teoritis

Sebagai referensi dalam bidang promosi untuk mempromosikan organisasi Bodhipakkhiya Dhamma.

2. Manfaat Praktis

Agar dapat diaplikasikan di bidang media promosi untuk organisasi Bodhipakkhiya Dhamma dan sebagai referensi pendidikan.

1.6 Pelaksanaan

- a. Detail Perusahaan

Nama Perusahaan : PT. Padipadi Oriva Manggala

Jasa : Interior dan Furniture Desain

Alamat : Jl. Kendang Sari H32, Surabaya

Phone : +62818597234
Email : oriva@padipadi.com
Website : www.orivadesign.com

b. Periode

Tanggal Pelaksanaan : 20 Juni 2014 – 23 Juli 2014

Waktu : 08.00 – 16.00 WIB

1.7 Sistematika Penulisan

Agar para pembaca dapat memahami dengan mudah persoalan dan pembahasannya, maka penulisan dari laporan kerja praktek ini akan dibuat dengan sistematika yang terdiri dari beberapa bab yang di dalam nya terdapat penjabaran masalah, yakni:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini akan membahas tentang perumusan dan penjelasan masalah umum, sehingga nantinya akan memperoleh suatu gambaran umum mengenai seluruh penelitian yang dilakukan oleh penulis. Di dalam bab ini akan menyangkut beberapa masalah yang nantinya akan meliputi tentang: Latar Belakang, Perumusan Masalah, Pembatasan Masalah, Kontribusi, dan dilanjutkan oleh sistematika Penulisan Kerja Praktek.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini akan membahas tentang teori penunjang yang diharapkan menjelaskan secara singkat mengenai landasan teori yang berkaitan dengan permasalahan yang dihadapi.

BAB III METODE PERANCANGAN

Pada bab ini akan membahas mengenai metode pelaksanaan kerja praktek, mulai dari teknik hingga proses kerja.

BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Pada bab ini akan membahas tentang informasi umum PT. Padipadi Oriva Manggala, visi dan misi, struktur organisasi, serta jasa yang ditawarkan oleh PT. Padipadi Oriva Manggala.

BAB V IMPLEMENTASI KARYA

Pada bab ini akan membahas implementasi karya, dimana hasil perancangan selama kerja praktek di PT. Padipadi Oriva Manggala berdasarkan permasalahan dan metode perancangan yang telah dikerjakan.

BAB VI PENUTUP

Pada bab ini akan membahas mengenai kesimpulan dari pembuatan perancangan media promosi yang terkait dengan tujuan dan permasalahan yang ada, serta untuk pengembangan perancangan media promosi bagi organisasi yang ada di PT. Padipadi Oriva Manggala yakni Bodhipakkhiya Dhamma.