

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Tujuan yang ingin dicapai dalam Kerja Praktik ini adalah mengimplementasikan secara langsung ilmu yang didapat selama perkuliahan di sebuah perusahaan, yaitu PT. Trivia Nusantara. Dalam perusahaan ini, Penulis belajar membuat desain media promosi yang kreatif, komunikatif dan sesuai dengan klien BAKSO AT. Media promosi tersebut diharapkan dapat membantu dalam promosi restoran baru yang bernama BAKSO AT.

Promosi merupakan bauran pokok dalam persaingan harga dan menjadi unsur pokok dalam pemasaran modern. Menurut saladin (2006: 49) promosi adalah salah satu unsur dalam bauran pemasaran perusahaan yang didayagunakan untuk memberitahukan, membujuk, dan mengingatkan tentang produk perusahaan. Promosi sangat penting dan harus dapat memperlihatkan dengan cara yang tepat sehingga informasi yang disampaikan dapat diterima dan dimengerti oleh masyarakat yang diharapkan dapat menjadi konsumen bagi perusahaan.

Dalam hal ini, media promosi sangat diperlukan oleh pihak restoran BAKSO AT karena sampai saat ini restoran BAKSO AT belum memiliki media promosi yang tepat sebagai alat untuk mempromosikan produk dan jasa yang dimiliki oleh restoran BAKSO AT. Secara umum media promosi digunakan sebagai salah satu sarana untuk mengenalkan produk atau jasa. Artinya bahwa media promosi harus dituntut untuk kreatif, komunikatif, dan informatif sehingga

dapat membawa informasi dari produk atau jasa yang ditawarkan. Menurut Kotler dan Amstrong (2008: 117) ada lima Definisi sarana promosi utama yaitu: Periklanan (advertising), Promosi penjualan (sales promotion), Hubungan masyarakat (public relation), Penjualan personal (personal selling), dan Pemasaran langsung (direct marketing). Dalam hal ini penulis menggunakan desain branding seperti logo, banner, dan desain hiasan interior restoran.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka ditemukan rumusan masalah di dalam pembuatan Desain Branding ini antara lain:

1. Bagaimana membuat desain branding BAKSO AT klien PT. Trivia Nusantara?
2. Bagaimana menyatukan karya setiap divisi sehingga menjadi desain branding yang baik dan terkonsep?

1.3 Batasan Masalah

Dalam pembuatan laporan membutuhkan beberapa batasan masalah. Adapun batasan masalah yang dibahas di dalam pembuatan desain branding ini antara lain:

1. Membuat Desain Branding BAKSO AT dari klien PT. Trivia Nusantara.
2. Menyatukan karya setiap divisi dan menjadikan lebih mudah dimengerti.

1.4 Tujuan

Setelah mengetahui rumusan masalah, maka tujuan pun dapat di tentukan.

Tujuan dari pembuatan desain branding ini antara lain:

1. Membuat Desain Branding BAKSO AT dari Klien PT. Trivia Nusantara.
2. Memadukan karya agar menjadi sebuah desain branding yang memiliki kekuatan promosi brandnya.
3. Mengaplikasikan materi-materi yang telah diperoleh dari mata kuliah di bangku perkuliahan.

1.5 Manfaat

Manfaat dari pembuatan desain branding sangat banyak. Dalam pembuatan video *showreel*, manfaat yang diperoleh adalah sebagai berikut:

1. Menambah relasi dalam lingkup kerja.
2. Menambah pengalaman kerja di bidang Multimedia.
3. Membentuk sikap kerja professional, kritis serta memahami *deadline* kerja.

1.6 Pelaksanaan

Kerja Praktek ini dilaksanakan di PT. Trivia Nusantara yang beralamat Jl.Barata Jaya gg XIII no 22 di bagian divisi Desain. Waktu pelaksanaan kerja praktek terhitung dari tanggal 07 Juli 2014 sampai tanggal 07 Agustus 2014 dari hari Senin sampai Sabtu mulai pukul 07.30 WIB sampai pukul 17.00 WIB.

1.7 Kontribusi

Pembuatan desain branding ini merupakan bagian dari salah satu media promosi kepada para *client* yang sesuai dengan segmentasi perusahaan dan tentu saja juga menjadi portofolio perusahaan.

1.8 Sistematika Penulisan

Laporan kerja praktek ini terdiri dari beberapa bab dimana masing-masing bab terdiri dari berbagai sub-sub bab yang bertujuan untuk menjelaskan pokok-pokok bahasan dalam penyusunan laporan ini. Adapun sistematika penulisan laporan ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini diuraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan masalah, pelaksanaan, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini dibahas berbagai teori dasar tentang pembuatan desain branding, serta pengaplikasianya pada desain branding yang mengacu pada prinsip-prinsip dari apa yang harus diterapkan pada sebuah karya.

BAB III METODOLOGI PERANCANGAN

Dalam bab ini menjelaskan metode-metode kerja selama melakukan kerja praktek, proses penggerjaan desain branding. Dimana nantinya metode-metode ini

dapat digunakan dalam proses pembuatan karya atau proyek multimedia selama kerja praktek di PT. Trivia Nusantara.

BAB IV PROFILE PERUSAHAAN

Dalam bab ini diuraikan tentang sejarah singkat perusahaan, visi, misi, domisili perusahaan, dan struktur organisasi perusahaan.

BAB V IMPLEMENTASI KARYA

Dalam bab ini menjelaskan tentang apa saja yang dilakukan dalam pembuatan desain branding, dan langkah-langkah pembuatan desain branding tersebut.

BAB VI PENUTUP

Dalam bab ini penulis mengemukakan kesimpulan dan saran dari pembuatan desain branding di PT. Trivia Nusantara.