

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 Keyna Galeri Seni dan Multimedia Ploso Jombang. Dalam perusahaan ini, Penulis belajar membuat desain media promosi yang kreatif, komunikatif dan sesuai dengan tema Keyna Galeri. Media promosi tersebut diharapkan dapat membantu dalam promosi Keyna Galeri.

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 Keyna Galeri karena sampai saat ini Keyna Galeri belum memiliki media promosi yang tepat sebagai alat untuk mempromosikan produk dan jasa yang dimiliki oleh Keyna Galeri. 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 media periklanan seperti poster serta neon box untuk mengenalkan produk dan jasa yang ada di Keyna Galeri.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana membuat media promosi Keyna Galeri?
2. Bagaimana cara mendesain neon box dan poster Keyna Galeri?
3. Bagaimana membuat desain neon box dan poster yang kreatif, komunikatif dan sesuai dengan Keyna Galeri?

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah diatas, dapat ditarik batasan masalah sebagai berikut:

1. Desain yang akan dibuat meliputi desain neon box, dan poster.
2. Desain poster yang akan dibuat kemudian dicetak pada ukuran A4.

1.4 Tujuan

Tujuan yang ingin dicapai dalam Kerja Praktik ini adalah:

1. membuat desain media promosi yang kreatif, komunikatif dan sesuai dengan tema Keyna Galeri.
2. Membuat desain media promosi meliputi desain neon box dan desain poster Keyna Galeri.

1.5 Manfaat

Manfaat yang diharapkan dalam kerja praktik ini adalah:

1. Sebagai salah satu sumber referensi untuk memperluas perbendaharaan ilmu yang bisa digunakan untuk akademik mahasiswa.
2. Menambah wawasan ilmu pengetahuan tentang media pembuatan media promosi yang kreatif, komunikatif serta sesuai dengan tema.

1.6 Pelaksanaan

Pelaksanaan Kerja Praktik ini dilaksanakan pada tanggal 1 Juli 2014 – 1 Agustus 2014 di Keyna Galeri dalam bidang Desain Grafis, dengan jadwal kerja Senin – Jumat pukul 08.00 - 16.00 WIB.

1.7 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

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

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini akan dijelaskan tentang teori yang menjadi dasar dalam pembuatan desain media promosi.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini akan dijelaskan tentang metodologi penelitian dan perancangan karya yang dikerjakan.

BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Dalam bab ini akan dijelaskan tentang sejarah singkat perusahaan, visi, misi, lokasi perusahaan, serta logo dan makna dari perusahaan.

BAB V IMPLEMENTASI KARYA

Dalam bab ini merupakan implementasi karya yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya.

BAB VI PENUTUP

Dalam bab ini disampaikan simpulan serta saran oleh penulis sebagai akhir dari pengerjaan laporan Kerja Praktik.