

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan era digital di dunia saat ini, sangat mempengaruhi banyak proses penyampaian informasi. Dari keberagaman media yang ada, peran media cetak tetap dapat mengungguli efektifitas dalam penyampaian informasi secara terperinci dengan sumber – sumber yang dapat dipertanggung jawabkan. Media cetak adalah suatu media yang statis dan menggunakan pesan – pesan visual. Media ini terdiri dari lembaran dengan sejumlah kata, gambar, atau foto, dalam tata warna dan lembar putih. Sebuah informasi dapat diterima dengan baik oleh target penerima informasi apabila penyampai informasi menggunakan atau memilih media yang tepat. Dalam hal ini penyampai informasi seperti, perusahaan, pelaku usaha, ataupun corporate dapat memilih beragam media yang salah satunya adalah media cetak majalah. Terdapat berbagai perusahaan bergerak dalam media cetak majalah, sebagai penyampai informasi, sebuah kerjasama pada perusahaan media cetak majalah yang tepat agar mempermudah dalam bidang promosi produknya adalah sangat penting. Pada tahap ini PT. Mix Media sangat diperlukan sebagai perusahaan media yang tepat untuk mempromosikan banyak peluang baru untuk produk yang dimiliki.

Pada PT. Mix Media terdapat banyak divisi, salah satu divisi yang menjadi pilihan bagi penulis adalah Citymagz. Divisi ini menjadi pilihan untuk melaksanakan Kerja Pratik, karena dengan melaksanakan kerja praktik penulis dapat mengetahui bagaimana cara kerja sebuah media dan tim dari sebuah media

yang bekerja untuk memenuhi permintaan konsumen sehingga konsumen puas dengan hasil yang didapatkan.

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

Dalam pelaksanaan magang, mahasiswa benar – benar bisa merasakan sebagai sebuah tim dari sebuah media yang bekerja penuh tuntutan dan tanggung jawab dalam memenuhi permintaan konsumen, sesuai dengan realitas pekerjaan yang akan digeluti setelah mahasiswa menyelesaikan perkuliahan, dan juga sebagai salah satu syarat kelulusan mata kuliah Kerja Praktik di program strata satu Institut Bisnis Informatika STIKOM Surabaya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dituliskan diatas, maka dirumuskan masalah yaitu “Bagaimana cara merancang karya fotografi Historica Cafe sebagai klien Mix Media Citymagz.”

1.3 Batasan Masalah

Dari permasalahan yang dirumuskan di atas, batasan masalah yang digunakan adalah merancang karya fotografi Historica Cafe sebagai klien Mix Media Citymagz.

1.4 Tujuan

Tujuan yang ingin dicapai selama kerja praktik 1 bulan yaitu :

- a. Untuk merancang karya fotografi Historica Cafe sebagai klien Mix Media Citymagz.
- b. Untuk mendapatkan konsep dalam pembuatan karya fotografi agar dapat diimplementasikan untuk Historica Cafe.

1.5 Manfaat

1.5.1 Manfaat Teoritis

- a. Membantu proses pembelajaran dan menambah wawasan secara umum dalam pembuatan karya fotografi pada Historica Cafe.
- b. Sebagai alternatif referensi bagi masyarakat dan mahasiswa untuk karya fotografi secara umum dan khususnya pada Historica Cafe.

1.5.2 Manfaat Praktis

- a. Diharapkan karya fotografi dapat diaplikasikan terhadap media promosi yang dilakukan oleh Historica Cafe.
- b. Sebagai peningkatan minat untuk tempat-tempat lain yang memiliki potensi karya fotografi yang lebih baik untuk tujuan promosi.

1.6 Pelaksanaan Kerja Praktik

a. Detail Perusahaan

Nama Perusahaan : Mix Media Citymagz
Jasa : Fotografi
Alamat : City of Tomorrow GE32, Jl. Ahmadyani 288,
Surabaya
Phone : (031) 5825 106 263
Email : nonadida2683@gmail.com
Website : www.citymagz.net

b. Periode

Tanggal Pelaksanaan : 01 Agustus 2014 – 30 Agustus 2014
Waktu : 09.00 – 18.00 WIB

1.7 Sistematika Penelitian

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

Dalam bab ini dibahas tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, dan sistematika penulisan.

Bab II Landasan Teori

Dalam ini dibahas tentang dasar-dasar yang digunakan untuk membuat karya fotografi periklanan sebagai landasan teori.

Bab III Metode Perancangan

Dalam bab ini berisi tentang metode pelaksanaan kerja praktik dan pembuatan karya fotografi periklanan.

Bab IV Gambaran Umum Perusahaan

Dalam bab ini berisi tentang gambaran umum Perusahaan Mix Media Citymagz.

Bab V Implementasi Karya

Dalam bab ini berisi tentang hasil dan pembahasan karya fotografi periklanan yang dibuat saat kerja praktik berdasarkan permasalahan dan metode yang telah di kerjakan.

Bab VI Penutup

Dalam bab ini penulis mengemukakan kesimpulan dan saran baik itu kekurangan maupun kelebihan dari pembuatan karya fotografi periklanan yang dilakukan selama kerja praktik sebagai referensi dan pengalaman bekerja agar dapat lebih mudah beradaptasi dan lebih professional.