

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

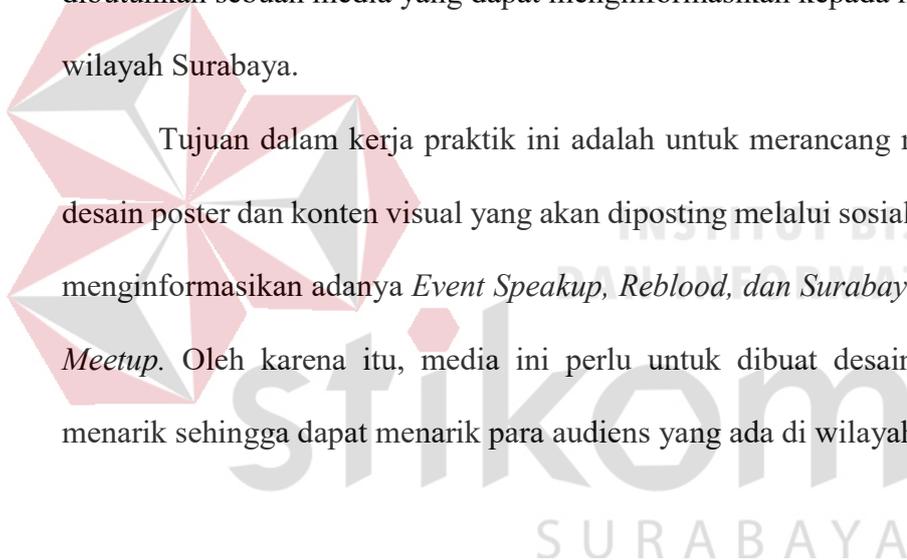
Iklan secara sederhana dapat didefinisikan sebagai pesan yang menawarkan suatu produk untuk ditujukan kepada masyarakat lewat suatu media. Iklan merupakan salah satu bentuk komunikasi. Untuk dapat menjalankan fungsi pemasaran dengan baik, periklanan harus mampu mempengaruhi pemilihan dan keputusan calon konsumen. Media cetak seperti Baliho, Spanduk, *wall of fame*, atau *back drop* dan x-banner sangat dibutuhkan dalam membuat sebuah *event* karena sifatnya yang memberi informasi dan bersifat menghibur. Dalam hal ini dibutuhkan seorang desainer untuk mendesain media yang digunakan untuk mempromosikan *event* yang diselenggarakan oleh pihak penyelenggara.

Dalam periklanan dikenal istilah iklan lini atas (*above the line*) dan iklan lini bawah (*below the line*). Iklan lini bawah (*below the line*) adalah jenis iklan yang mengharuskan pembayaran komisi kepada biro iklan, misalnya tayangan iklan di media cetak, TV, radio, bioskop, *billboard*, dan sebagainya, sedangkan iklan lini atas (*above the line*) adalah iklan yang tidak mengharuskan adanya komisi seperti iklan pada pameran, brosur, lembar informasi, pamflet, dan sebagainya. 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. Strategi-strategi yang akan dilakukan dapat dipilih dengan menyesuaikan terhadap segmentasi pasar yang akan dituju. Ketepatan dalam memilih strategi periklanan akan berdampak luas terhadap citra dari produk suatu perusahaan.

Pada kerja praktik ini penulis melaporkan pembuatan media promosi desain media iklan *below the line* berupa poster dan konten visual media sosial dari *event Speakup, Reblood, dan Surabaya Java Script Meetup* yang diselenggarakan oleh Start Surabaya di Forward Factory. Maka dari itu dibutuhkan sebuah media yang dapat menginformasikan kepada masyarakat di wilayah Surabaya.

Tujuan dalam kerja praktik ini adalah untuk merancang media berupa desain poster dan konten visual yang akan diposting melalui sosial media untuk menginformasikan adanya *Event Speakup, Reblood, dan Surabaya Java Script Meetup*. Oleh karena itu, media ini perlu untuk dibuat desain sedemikian menarik sehingga dapat menarik para audiens yang ada di wilayah Surabaya.



1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka dirumuskan masalah yang terdapat sebagai berikut:

1. Bagaimana merancang media promosi *event Speakup, Reblood, dan Surabaya Java Script Meetup* di Forward Factory?

1.3 Batasan Masalah

Dari permasalahan yang dirumuskan di atas, batasan masalah yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Membuat rancangan media promosi berupa desain poster dan konten media sosial untuk menginformasikan *event* tersebut.
2. Mendesai sesuai konsep *event Speakup, Reblood, dan Surabaya Java Script Meetup*.
3. Mengumpulkan hasil design berupa file JPG.

1.4 Tujuan

Tujuan yang ingin di capai selama kerja praktik yaitu:

1. Untuk merancang media promosi berbentuk poster dan konten media sosial dari *event Speakup, Reblood, dan Surabaya Java Script Meetup*.
2. Untuk mendapatkan konsep dalam merancang desain tersebut agar di implementasikan

1.5 Manfaat

1.5.1 Manfaat Teoritis

- a. Membantu proses pembelajaran dan wawasan untuk merancang desain poster dan konten visual untuk media sosial terkait dengan *event Speakup, Reblood, dan Surabaya Java Script Meetup*.
- b. Sebagai bahan alternatif perancangan desain poster dan konten visual sosial media pada *event* selanjutnya.

1.5.2 Manfaat Praktis

- a. Membantu Forward Factory dalam merancang desain poster dan konten visual sosial media sebagai salah satu media promosinya.
- b. Sebagai atribut event untuk meningkatkan kunjungan sesuai segmentasi pasar.

1.6 Pelaksanaan Kerja Praktik

a. Detail Perusahaan

Nama Perusahaan	: PT. Kibar Kreasi Indonesia (Forward Factory)
Jasa	: Startup & Co-working Space
Alamat	: Spazio Lt. 7 Unit 709 & 722, Jl. Mayjend. Yono Soewoyo Kav. 3, Surabaya, Jawa Timur 60123
No. Telepon.	: -
E-mail	: lets@startsurabaya.com
Website	: Startsurabaya.com

b. Periode

Tanggal Pelaksanaan : 21 Juli 2015 – 21 Agustus 2015

Waktu : 09.00 – 17.00

1.7 Sistematika Penulisan

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 sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan

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

Bab II Gambaran Umum Perusahaan

Dalam bab ini berisi tentang gambaran umum perusahaan PT. Kibar Kreasi Indonesia.

Bab III Landasan Teori

Dalam bab ini dibahas tentang dasar-dasar yang digunakan untuk merancang sebuah desain poster dan konten visual sosial media sebagai landasan teori.

Bab IV Implementasi Karya

Dalam bab ini berisi tentang hasil dan pembahasan desain poster dan konten visual sosial media yang dibuat saat kerja praktik berdasarkan permasalahan dan metode yang telah dikerjakan.

Bab V Penutup

Dalam bab ini penulis mengemukakan kesimpulan dan saran baik itu kekurangan maupun kelebihan dari perancangan desain poster dan konten visual sosial media yang dilakukan selama kerja praktik sebagai referensi dan pengalaman bekerja agar dapat lebih mudah beradaptasi dan lebih profesional.

