

INSTITUT BISNIS
DAN INFORMATIKA

PENDAHULUAN

stikom

SURABAYA

HEART & MIND TOWARDS EXCELLENCE

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Wedding Organizer telah terbukti menjadi industri kreatif yang besar dan luas di Indonesia, terutama masyarakat Surabaya. *Wedding organizer* merupakan sebuah industri yang menyediakan jasa pengaturan pernikahan. Salah satu *wedding organizer* yang ada di Surabaya adalah CekrakCekrik Wedding Organizer. CekrakCekrik Wedding Organizer adalah salah satu *wedding organizer* di Surabaya yang secara khusus didirikan untuk melayani jasa pernikahan melalui pernikahan portal *online*, konten dan penerbitan divisi, pameran pernikahan, toko dan juga mini studio photo.

CekrakCekrik Wedding Organizer yang berdiri sejak tahun 2012 merupakan salah satu *wedding organizer* yang menawarkan jasa pernikahan, mulai dari *pra-wedding* hingga acara pernikahan berlangsung. Dengan komitmen yang selalu dipegang teguh, CekrakCekrik mampu menjadi *wedding organizer* terkemuka dan media pernikahan yang paling diminatibagi para *costumer* nya. Tujuan utama dari CekrakCekrik juga membantu agar setiap klien nya mampu mengabadikan setiap momen-momen penting dalam kehidupannya.

Namun dibalik itu semua ditemukan kejanggalan berupa kurangnya pencitraan konsep perusahaan di sertai media-media visual pendukung untuk menarik masyarakat untuk mengenal lebih dalam CekrakCekrik Wedding Organizer. Seperti masalah yang berhubungan dengan hal-hal visual sebagai

simbol pembeda antara CekrakCekrik Wedding Organizer dengan *wedding organizer* lain.

Guna menunjang citra perusahaan agar mudah dikenali oleh masyarakat. CekrakCekrik Wedding Organizer membutuhkan media promosi untuk lebih mengenalkan perusahaan serta menginformasikan tentang program-program yang ditawarkan CekrakCekrik Wedding Organizer kepada setiap calon *costumer*.

Brosur adalah publikasi resmi perusahaan berbentuk cetakan, yang berisi informasi mengenai suatu produk, layanan, atau program yang ditujukan kepada pasar sasaran (target pasar) atau khalayak sasaran (target audiens) tertentu. Brosur biasanya dibagikan secara cuma - cuma dengan tujuan untuk memperkenalkan secara lebih rinci mengenai produk, layanan, dan program tertentu untuk membantu upaya pemasaran atau marketing public relations. Brosur bersifat umum karena disajikan untuk khalayak ramai untuk menginterpretasikan produk atau suatu layanan yang ingin disebarkan ke khalayak umum. Media promosi dapat berupa media cetak atau media massa. Kerja Praktek ini akan melaporkan bagaimana merancang media promosi bagi CekrakCekrik Wedding Organizer.

Dalam brosur ada elemen yang memiliki peran penting. Selain kata yang bersifat persuasif, layout menjadi elemen yang mampu menarik perhatian melalui tata letak dan warna. Brosur juga dilengkapi dengan gambar yang menjadi elemen utama. Karena dengan adanya gambar, pesan yang akan disampaikan akan lebih komunikatif dan dapat dengan mudah dipahami oleh audience.

Fotografi adalah sebuah kegiatan atau proses menghasilkan suatu seni gambar/foto melalui media cahaya dengan alat yang disebut kamera dengan maksud dan tujuan tertentu. ([wikipedia](#))

Gambar dalam brosur yang penulis buat, menggunakan teknik fotografi yang sesuai dengan data-data yang telah diperoleh. Dalam hal ini fotografi menjadi sangat penting karena brosur yang akan dibuat berhubungan dengan *prewedding* dan *wedding*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

"Bagaimana mengaplikasikan teknik fotografi dalam mediabrosur CekrakCekrik Wedding Organizer ?"

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan Perumusan Masalah di atas, maka Pembatasan Masalah adalah sebagai berikut :

1. Laporan kerja praktek ini dibatasi hanya pada merancang *brosur* dengan menggunakan teknik fotografi sebagai elemen utam.

1.4 Tujuan

Adapun kerja praktek ini memiliki tujuan yang akan dicapai adalah :

1. Untuk merancang media promosi berupa brosur.

2. Untuk merancang brosur perusahaan CekrakCekrik Wedding Organizer.

1.5 Manfaat Penulisan

Dari laporan ini diharapkan akan memberikan manfaat sebagai berikut :

1.5.1 Manfaat Teoritis

- a. Membantu proses pembelajaran dan pengetahuan tentang bagaimana mengaplikasikan teknik fotografi pada brosur yang sesuai dengan identitas perusahaan CekrakCekrik Wedding Organizer.
- b. Sebagai bahan perbandingan pada pembuatan desain media promosi perusahaan CekrakCekrik Wedding Organizer yang dilakukan selanjutnya.

1.5.2 Manfaat Praktis

- a. Membantu perusahaan CekrakCekrik Wedding Organizer dalam pembuatan desain brosur.
- b. Sebagai atribut perusahaan untuk meningkatkan minat dan segmentasi pasar.

1.6 Pelaksanaan

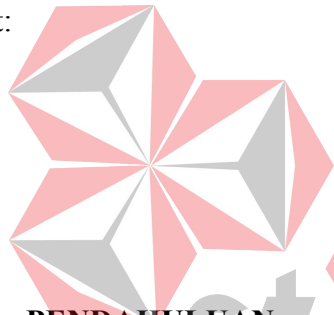
Kerja Praktik ini dilaksanakan di CekrakCekrik Surabaya, sebagai desain grafis. Lokasi bertempat di Jl. Wisma Lidah Kulon Blok XA No.7, Surabaya (60214). Telp. 082165451215. Waktu pelaksanaannya dimulai dari tanggal 13 Juli 2015 sampai 18 Agustus 2015 dari hari senin sampai jumat, mulai dari pukul 08.00 WIB – 18.00 WIB.

Adapun kegiatan yang dilakukan selama melaksanakan kerja praktik di CekrakCekrik Wedding Organizer adalah :

1. Mengumpulkan referensi foto.
2. Membuat konsep/perancangan desain dan *layout* yang akan digunakan untuk membuat brosur CekrakCekrik Wedding Organizer, serta melakukan revisi.
3. Mengaplikasikan foto yang telah dikumpulkan sebagai media utama untuk diaplikasikan ke dalam media promosi yang akan dirancang.

1.7 Sistematika Laporan

Sistematika penulisan Laporan Kerja Praktik ini akan disusun sebagai berikut:



BAB I : PENDAHULUAN

Pada Bab pertama ini ada beberapa materi yang akan diuraikan, seperti Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Batasan Masalah, Tujuan, Manfaat, Pelaksanaan dan Sistematika Penulisan yang menjelaskan tentang permasalahan yang ada di dalam perusahaan sehingga menjadi penyebab dilakukannya Kerja Praktik.

BAB II : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Pada Bab kedua ini berisi tentang penjelasan umum tentang gambaran perusahaan tempat Kerja Praktik ini, yaitu gambaran umum tentang Cekrak Cekrik.

BAB III : LANDASAN TEORI

Pada Bab ketiga ini akan dijelaskan tentang berbagai macam teori, konsep dan pengertian yang menjadi dasar dalam pembuatan desain media promosi.

BAB IV : DESKRIPSI PEKERJAAN

Pada Bab keempat ini merupakan hasil implementasi karya dan penjelasan tentang makna yang ada di dalam karya yang dirancang dalam kerja praktik.

BAB V : PENUTUP

Pada Bab kelima ini akan dijelaskan beberapa hal, meliputi :



6.1 Kesimpulan

Bagian ini akan dijelaskan inti sari dari keseluruhan kegiatan selama Kerja Praktik, khususnya akan dijabarkan secara singkat dari masalah yang diangkat atau dikerjakan.

6.2 Saran

Bagian ini akan dijelaskan tentang kelebihan dan kekurangan selama Kerja Praktik berlangsung.

DAFTAR PUSTAKA

Daftar pustaka berisi tentang daftar referensi yang digunakan sebagai dasar dalam pelaksanaan Kerja Praktik, bisa berupa buku, koran, majalah, e-book, dan lain-lain.

