

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin modern dan semakin maju dengan seiring berjalananya waktu dan berkembangnya zaman termasuk media massa. Media massa adalah alat untuk menyampaikan suatu informasi dari pihak tertentu kepada masyarakat, dan di desain agar dapat dicapai dan dipahami oleh masyarakat yang luas. Ada macam- macam media massa saat ini antara lain media cetak seperti surat kabar, tabloid, dan majalah. Media elektronik seperti radio, televisi, dan film. Media siber seperti website, blog, dan media sosial. Pada waktu sekarang media massa yang sering digunakan adalah media elektronik dan siber, karena jaman semakin maju dan modern maka media massa akan berkembang dan masyarakat lebih mudah mendapatkan suatu informasi dari suatu media. Namun diantara media massa tersebut yang paling mudah saat ini adalah media massa cetak, karena media cetak ini sudah dari dulu, bida mudah mendapatkan suatu informasi secara merata dan lebih luas dari media massa elektronik dan siber karena media ini tidak mengandalkan alat modern seperti televisi dan internet.

Promosi berasal dari kata bahasa Inggris promote yang berarti “meningkatkan” atau “mengembangkan”. Pengertian tersebut jika digunakan dalam bidang penjualan berarti alat untuk meningkatkan omzet penjualan. Pengertian promosi dapat dipandang berbeda dalam hal produsen

dan konsumen. Bagi produsen, promosi adalah kegiatan untuk menginformasikan produk atau jasa, membujuk konsumen untuk membeli serta mengingatkan para konsumen untuk tidak melupakan produk.

Menurut para ahli media massa adalah alat untuk menyampaikan pendapat atau aspirasi baik itu dari pihak masyarakat maupun dari pihak pemerintah atau negara. Media massa tersebut sebagai wadah menyalurkan suatu informasi yang merupakan perwujudan dari hak asasi manusia dalam kehidupan masyarakat dan bernegara. Dalam diri media massa terselubung kepentingan-kepentingan yang lain, misalnya kepentingan kapitalisme modal dan kepentingan berlangsung lapangan pekerjaan bagi karyawan dan sebagainya. Media massa mempunyai kekuatan yang sangat signifikan dalam usaha mempengaruhi khalayaknya. Keberadaan media massa mempunyai peran penting dalam usaha memberikan informasi penting kepada masyarakat, pengetahuan yang dapat memperluas wawasan, sarana liburan sebagai pelepas ketegangan dan yang tidak kalah pentingnya adalah peran media sebagai kontrol sosial untuk memberikan kritik maupun mendukung kebijakan pemerintah agar memotivasi masyarakat. (althusser, gramsci 2004:30)

Setiap disiplin ilmu dalam komunikasi memiliki ciri-ciri dan karakteristik yang berbeda-beda, adapun beberapa karakteristik komunikasi massa yang sering digunakan pada media massa Sifatnya satu arah, walaupun beberapa media massa terkadang melibatkan khalayak secara langsung dengan diadakannya dialog interaktif, namun itu hanya

untuk kepentingan terbatas. Selalu ada proses seleksi misalnya, setiap media memilih khalayaknya, demikian juga dengan khalayak yang juga menyeleksi medianya, baik jenis maupun isi siaran dan berita, serta waktu untuk menikmatinya. Menjangkau khalayak secara luas. Dengan adanya satu stasiun pemancar pesan atau informasi dapat disampaikan dalam cakupan satu negara. Namun dalam karakteristik ini sistem ekonomi dan sosial juga ikut berperan. Berusaha membidik sasaran tertentu, informasi yang disampaikan harus menarik minat orang-orang sehingga informasi tersebut disalurkan kepada orang lain. Komunikasi dilakukan oleh institusi sosial yang harus peka terhadap kondisi lingkungannya. Ada interaksi tertentu yang berlangsung antara media dan masyarakat. Untuk memahami sebuah masyarakat kita harus menelaah latar belakang, asumsi dan keyakinan-keyakinan dasarnya. Untuk itu diperlukan penguasaan atas sejarah, sosiologi, ilmu ekonomi dan filsafat demi memahami sebuah masyarakat secara benar. (Rivers, 2004 :18)

Perkembangnya perekonomian membuat banyaknya yang mendirikan sebuah usaha, dari yang mendirikan usaha makanan, minuman, pakaian dll. Mendirikan usaha di jaman sekarang sebagian besar memang sangat sukses, karena keinginan atau kebutuhan manusia pada tahun ke tahun semakin banyak. Di indonesia populasi penduduk sangatlah banyak maka dari itu orang yang mendirikan usaha di indonesia sebagian besar sukses, karena populasi penduduk padat di tambah lagi kebutuhan semakin meningkat. kebutuhan manusia adalah hal yang sangat ingin dipenuhi atau

harus dipenuhi agar dapat bertahan hidup atau untuk memuaskan hasrat yang mucul pada setiap orang, faktor yang utama mempengaruhi kebutuhan manusia merupakan dua hal yaitu pertama kebutuhan primer, kebutuhan primer adalah kebutuhan yang harus dipenuhi oleh semua orang contoh makan, minum, dan pakaian. Dan yang kedua adalah kebutuhan sekunder, kebutuhan yang mucul ketika kebutuhan primer telah dipenuhi atau telah terlaksanakan kebutuhan ini berbeda dengan orang dengan orang lain.

Pengusaha diindonesia sangatlah banyak seperti PT. Usaha Utama Bersaudara memiliki brand bernama Lawang Agung, dari jumlah para jamaah haji di indonesia dari tahun ke tahun semakin banyak maka dari itu perusahaan ini menawarkan semacam solusi karena pada haji saat ini peraturan semakin banyak dari barang bawaan sampai peraturan di penginapan.

PT. Usaha Utama Bersaudara memiliki brand yaitu lawang agung, lawang agung ini khusus menyediakan perlengkapan haji umroh dan kurma, menawarkan produk yang impor dari negara timur tengah mulai dari arab, turki, mesir, dan palestina. Keunikan lain dari Lawang Agung adalah suasana toko yang mirip dengan tanah suci. Mulai dari Aroma wewangian khas Arab, pernak-pernik Timur Tengah, audio visual yang menggambarkan keadaan Masjidil Haram dan Tanah Suci yang terpasang di toko Lawang Agung.

Kelebihan dari brand ini adalah memiliki perlengkapan haji dan umrah terlengkap dan memiliki berbagai jenis kurma dari negara timur

tengah memudahkan untuk siapapun yang akan beribadah haji atau umrah karena oleh-oleh bisa didapatkan di lawang agung, jadi jamaah haji akan lebih berfokus untuk ibadah dan lebih memudahkan barang bawaan karena barang bawaan akan dibatasi oleh pihak pemerintah arab.

Pada penelitian ini digunakan suatu bisnis yang bernama PT. Usaha Utama Bersaudara yang memiliki brand bernama Lawang Agung. Oleh karena itu adanya alternatif media cetak peneliti ingin membuat suatu media promosi dengan menggunakan media cetak melalui brosur agar jadi alternatif bagi para jamaah haji dan umrah atau bagi para pencinta kurma.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka peneliti mengajukan perumusan masalah pada kerja praktik adalah merancang desain media promosi lawang agung sebagai group PT. USAHA UTAMA BERSAUDARA melalui brosur.

1.3 Batasan Masalah

Dalam penulisan laporan kerja praktik ini dapat terfokus dan terarah, maka penulis perlu membatasi masalah yang akan di bahas pada desain media cetak brosur.

1.4 Tujuan

Tujuan penelitian ini adalah untuk merancang desain media promosi lawang agung sebagai group PT. USAHA UTAMA BERSAUDARA. Karena pada saat ini pembisnis harus mempromosikan produknya dan media promosi sangatlah penting untuk mengenalkan suatu produk kepada khalayak atau masyarakat luas.

1.5 Manfaat

1.5.1 Manfaat Teoritis

Kerja praktik ini diharapkan dapat bermanfaat untuk meningkatkan *brand Awareness* perusahaan, dan dari perancangan desain media promosi dapat menambah pengetahuan umum akan pentingnya media cetak brosur.

1.5.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis yang dihasilkan dari penelitian ini diharapkan dapat diaplikasikan pada media cetak brosur yang sudah di rancang.

1.6 Pelaksanaan

a. Detail Perusahaan

Nama Perusahaan : **PT. USAHA UTAMA BERSAUDARA**

Jasa : Pusat Oleh-oleh Haji & Umroh

Alamat : Jl. Sultan Iskandar Muda No. 37-39 Surabaya

Telpon : (031) 3553915

Faks : (031) 3552559

Email : lawangagung.hrd@gmail.com

Website : www.lawangagung.com

b. Periode

Periode KP : 18 Juli s/d 12 Agustus 2016

Waktu : 08.00 – 17.00 (Senin – Jumat)

08.00 – 14.00 (Sabtu)

1.7 Sistematika Penulisan

Pada dasarnya penulisan laporan kerja praktik ini diperlukan sistematika penulisan dengan meliputi beberapa bab yang didalamnya terdapat penjabaran deskriptif tentang hal-hal yang akan ditulis, yakni sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab pertama pendahuluan ini akan membahas mengenairumusan dan penjelasan masalah. Bab pertama ini menjelaskan tentang latar belakang permasalahan, perumusan masalah,batasan masalah, manfaat dan tujuan kerja praktik.

BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab kedua ini membahas tentang informasi mengenai perusahaan PT.Usaha Utama Bersaudara, yang meliputi profil perusahaan, visi dan misi perusahaan, sejarah perusahaan, struktur perusahaan serta produk perusahaan.

BAB III TINJAUAN PUSTAKA

Bab ketiga ini membahas tentang teori apa saja yang di gunakan untuk menjelaskan secara singkat mengenai landasan teori yang bersangkutan tentang pembahasan permasalahan yang dibahas penulis.

BAB IV DESKRIPSI PEKERJAAN

Bab keempat ini akan membahas mengenai pelaksanaan kerja praktik selama di perusahaan PT. Usaha Utama bersaudara. Pada bab ini menjelaskan tentang hasil dari perancangan yang ada dalam sebuah implementasi karya serta menjelaskan dan membahas mengenai karya yang di buat sesuai adanya permasalahan yang diangkat dengan metode perancangannya,

BAB V PENUTUP

Bab penutup ada dua pembahasan didalam bab ini, yaitu kesimpulan dan saran.

a. Kesimpulan

suatu proposisi yang diambil dari beberapa premis dengan aturan-aturan inferensi. Kesimpulan merupakan sebuah gagasan yang tercapai pada akhir pembicaraan. Dengan kata lain, kesimpulan adalah hasil dari suatu pembicaraan.

Meringkas keseluruhan laporan kerja praktik ini dalam satu kesimpulan yang menjelaskan tentang permasalahan dan solusi yang diangkat pada laporan kerja praktik ini.

b. Saran

sebuah solusi yang ditujukan untuk menyelesaikan permasalahan yang dihadapi. Saran harus bersifat membangun,mendidik,dan secara objektif dan sesuai dengan topik yang dibahas. Penulis akan memberikan masukan

terkait dengan permasalahan yang diangkat kepada beberapa pihak yang terkait

DAFTAR PUSTAKA

Daftar pustaka ini berisi tentang mengenai informasi refrensi atau sumber yang digunakan dalam pembuatan laporan kerja praktik ini sebagai acuan dasar berupa buku, jurna, e-book, dan media lain.

