

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Surat kabar adalah salah satu media cetak yang memiliki potensi dalam menyampaikan pesan periklanan. Demikian pula dengan surat kabar Radar Surabaya. Koran ini menyediakan berbagai jenis iklan antara lain iklan baris, iklan kolom, iklan gambar, iklan pariwisata/advertorial (iklan yang dikemas seperti berita utama), iklan ucapan selamat atau duka cita, dan iklan lainnya. Oleh karena itu, sebagai surat kabar yang memiliki segmentasi pasar yang jelas, Radar Surabaya dituntut untuk menyampaikan iklan secara efektif dan komunikatif sehingga tepat sasaran. Berdasarkan permasalahan tersebut, tujuan dari kerja praktik ini untuk mendesain komposisi iklan secara efektif dan komunikatif.

Pada dasarnya, iklan digunakan sebagai sarana untuk mengajak/membujuk masyarakat, entah itu berupa penjualan suatu produk atau hanya sekedar informasi. Informasi yang terdapat pada suatu iklan biasanya dikemas sedemikian rupa agar terkesan menarik dan mudah diingat. Hal itu bertujuan agar masyarakat lebih tanggap terhadap pesan apa yang disampaikan dari iklan tersebut. Beriklan melalui media cetak juga memiliki kelebihan yaitu informasi yang dimuat lebih tahan lama, dapat dibaca secara berulang kali sesuai kebutuhan, serta cara penyimpanan yang mudah dan praktis (etd.eprints.ums.ac.id). Pemasangan iklan

di surat kabar umumnya disesuaikan dengan segmentasi pembaca (Supriyono, 2010 : 154).

Iklan-iklan yang terdapat pada surat kabar, selain menggunakan bentuk tulisan, tidak jarang pula menggunakan media berupa gambar, simbol, lambang, atau tanda-tanda visual lainnya. Tanda-tanda visual secara tidak langsung mampu menghipnotis masyarakat agar tertarik dengan produk yang sedang diiklankan. Sehingga penggunaan tanda-tanda visual pada suatu iklan dinilai lebih komunikatif dalam hal penyampaian pesan/informasinya kepada masyarakat.

Penggunaan bahasa dalam suatu iklan juga dipertimbangkan. Mulai dari penggunaan bahasa yang padat, disingkat, disesuaikan fungsi kalimatnya, maupun susunan kalimatnya. Tetapi semua itu tetap disesuaikan dengan besarnya kolom iklan yang akan dimuat (etd.eprints.ums.ac.id).

Jadi, beriklan juga memiliki peran penting karena dapat menimbulkan minat, kepercayaan, dan keyakinan khalayak terhadap produk khususnya yang berupa iklan gambar. Karena iklan gambar mengandung bermacam isi pesan, maka penyampaian pesan hendaknya dikemas sedemikian rupa dan semenarik mungkin sehingga menimbulkan citra yang positif dan dapat diterima khalayak umum.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka dapat dirumuskan bahwa perumusan masalahnya adalah bagaimana mendesain komposisi iklan secara efektif dan komunikatif.

1.3 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah yang nantinya akan digunakan, yaitu :

1. Hanya terbatas pada redesain desain iklan pada iklan gambar surat kabar Radar Surabaya dengan format-format yang sudah ditentukan.
2. Berupa file gambar yang juga siap cetak, yakni file PSD.

1.4 Tujuan

Tujuan dari kerja praktik yang dilakukan adalah untuk mendesain komposisi iklan secara efektif dan komunikatif.

1.5 Manfaat

Sesuai dengan tujuan yang diharapkan, maka manfaat dari Kerja Praktek ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Memberikan masukan kepada pihak Radar Surabaya untuk lebih memperhatikan desain iklan yang klien berikan.

2. Manfaat Praktis

Menambah konsep atau teori yang menyokong perkembangan ilmu pengetahuan desain komunikasi visual, khususnya yang terkait dengan pembuatan desain iklan pada media cetak.

1.6 Pelaksanaan

a. Detail Perusahaan

Nama perusahaan : PT Radar Media Surabaya

Jasa : Media Cetak (koran)

Alamat : Lantai 4 Graha Pena, Jl. Ahmad Yani 88 Surabaya

Phone : (031) 8202277, 8202278, 8202109

Fax : (031) 8294597

e-mail : radarsurabaya@yahoo.com

b. Periode

Tanggal pelaksanaan : 18 Juni 2012 – 27 Juli 2012

Waktu : 16.00 – 22.00 WIB

1.7 Sistematika Penulisan

Agar para pembaca dapat memahami dengan mudah persoalan dan pembahasannya, maka penulisan dari laporan kerja praktek ini akan dibuat dengan sistematika yang nantinya terdiri dari beberapa bab yang di dalamnya terdapat penjabaran masalah, yakni:

Pada **bab pertama** ini akan membahas tentang perumusan dan penjelasan masalah umum, sehingga nantinya akan diperoleh suatu gambaran umum mengenai seluruh penelitian yang dilakukan oleh penulis. Di dalam bab ini akan menyangkut beberapa masalah yang nantinya akan meliputi tentang : Latar Belakang Masalah, Perumusan Masalah, Pembatasan Masalah, Tujuan dan dilanjutkan oleh Sistematika Penulisan Kerja Praktek.

Pada **bab kedua** ini akan membahas tentang teori penunjang yang diharapkan menjelaskan secara singkat mengenai landasan teori yang berkaitan dengan permasalahan yang dihadapi.

Pada **bab ketiga** ini akan membahas mengenai metode pelaksanaan kerja praktek, mulai dari teknik hingga progres kerja.

Pada **bab keempat** ini akan membahas tentang informasi umum PT Radar Media Surabaya, visi dan misi dari Radar Media Surabaya serta struktur organisasi Radar Media Surabaya.

Pada **bab kelima** ini akan membahas implementasi karya, dimana hasil selama melaksanakan kerja praktek di Radar Media Surabaya berdasarkan permasalahan dan metode perancangan yang telah dikerjakan.

Pada **bab keenam** ini akan membahas mengenai kesimpulan dari pembuatan desain iklan yang terkait dengan tujuan dan permasalahan yang ada, serta saran untuk pembuatan desain iklan bagi Radar Media Surabaya.