

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Sebuah media promosi sangat diperlukan dalam sebuah pemasaran produk. Media promosi dianggap mampu untuk menyampaikan produk kepada konsumen dengan dikemas sedemikian rupa yang memberikan efek ketertarikan konsumen. Dengan membuat media promosi di Al-Amanah Centre-Krian dapat menimbulkan efek tertariknya pendaftar dan mulai dikenal atau lebih dikenalnya Al-Amanah Centre. Selain itu, kerja praktek ini juga merupakan syarat kelulusan di jurusan Desain komunikasi Visual STIKOM Surabaya.

Pondok Pesantren Al-Amanah merupakan pesantren modern yang tidak hanya berkutik di bidang agama, akan tetapi juga berusaha hadir di tengah-tengah masyarakat sebagai sarana pendidikan yang berkualitas, yang tidak hanya mengedepankan satu sisi dan satu cara pandang tertentu. Semangat untuk berbenah diri dan berinprovisasi sebagai wujud kesyukuran keluarga besar Al-Amanah dalam mengemban amanat dan tugas kenabian dari Allah Tuhan Yang Maha Agung.

Seiring dengan berjalannya kegiatan yang ada di pesantren, Al-Amanah yang telah berdiri sejak tahun 1992 lalu. Sehubungan dengan hal tersebut, Al-Amanah membangun “Al-Amanah Center” sebagai penunjang kegiatan pendidikan yang ada.

Pada Al-Amanah Center terdiri dari beberapa divisi, dan masing-masing divisi mempunyai tugas spesifik yaitu :

Jelajah Amanah, yang bergelut pada kegiatan traveling dan tour yang bertemakan pendidikan,

Semesta Berdzikir, yang akan bergelut pada kegiatan keagamaan dan keilmuan baik yang bersifat rutin maupun tidak,

Jejaring Alumni, yang akan menjaring dan mendata alumni dan keluarga besar Pesantren Modern Al-Amanah guna memberi bimbingan yang lebih mendalam.

Riset pendidikan, yang akan lebih berkonsentrasi pada bidang pengembangan pendidikan. Dan,

Al-Amanah Berkarya, bergerak dalam bidang pengembangan karya keluarga besar al-Amanah dalam rangka memperkaya khazanah kelimuan di dalamnya.

Media Promosi dianggap perlu apabila suatu perusahaan belum mempunyai media promosi, masih belum dikenal masyarakat daerah sekitar, dan juga mengalami penurunan peningkatan. Pada Al-Amanah Center ini dapat disimpulkan bahwa sebuah kantor yang baru berdiri, dan masih belum mempunyai media promosi. Dengan adanya media promosi tujuan pertama yang akan dicapai yaitu bahwa masyarakat sekitar akan mengetahui dan mengenal perusahaan Al-Amanah Center ini.

Untuk sebuah kantor yang baru memulai bisnis sebuah identitas sangat diperlukan dari perusahaan. Untuk identitas sendiri juga memerlukan sebuah media untuk mempromosikan kepada masyarakat sekitar. Tanpa adanya sebuah media promosi tentunya identitas sebuah perusahaan sangat sulit untuk dikenal.

Dalam perancangan media promosi diperlukan adanya pemilihan media-media yang dipakai. Untuk media yang akan dipakai akan ditentukan sesuai dengan segmentasi konsumen dan juga sumber dana pada perusahaan tersebut, sehingga media promosi yang akan dibuat menjadi efisien dan efektif. Media tersebut bisa berupa *above the line* dan *below the line*. Contohnya seperti koran, majalah, merchandise, billboard, baliho, dll. Untuk Al-Amanah Center ini media yang diambil berupa *billboard*, *banner outdoor*, umbul-umbul, *banner indoor*, stiker, dan terakhir pin. Pemilihan media ini merupakan dari hasil brainstorming dan briefing oleh direktur Al-Amanah Center, yang dimana sesuai dengan budget atau dana dan cukup efektif di masyarakat pedesaan.

## 1.2 Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang diatas didapatkan sebuah rumusan masalah sebagai berikut :

- a. Bagaimana merancang media promosi secara visual pada Al-Amanah Center Sidoarjo, Krian ?
- b. Bagaimana merancang media promosi yang sesuai dengan kriteria visi-misi, dan sesuai dengan dana yang ada pada Al-Amanah Center ?
- c. Bagaimana merancang media promosi dengan menerapkan hasil briefing dari direktur utama Al-Amanah Center dan sesuai teori dari perkuliahan ?
- d. Bagaimana merancang media promosi Al-Amanah Center menjadi lebih dikenal oleh masyarakat sekitar ?

## 1.3 Batasan Masalah

- a. Hanya merancang media promosi yang sudah disetujui pada saat briefing.
- b. Hanya membuat satu desain saja sebagai template utama. Untuk kedepannya desain ini dapat diaplikasikan pada media lainnya.
- c. Media promosi yang diambil oleh Al-Amanah Center berupa baliho, umbul-umbul, banner indoor, stiker, notes, pembatas buku, dan terakhir pin logo santri.
- d. Tidak ikut serta atau bertanggung jawab pada saat pencetakan desain, pemasangan aplikasi desain.

## **1.4 Tujuan**

### **1.4.1 Tujuan Umum**

Kerja Praktek ini sebagai persyaratan untuk menyelesaikan dan syarat kelulusan Program Studi SI Desain Komunikasi Visual STIKOM Surabaya yaitu dengan melaksanakan mata kuliah Kerja Praktek. Tujuan kerja praktek adalah untuk mengetahui dunia kerja yang sebenarnya agar dapat meningkatkan kualitas sumber daya mahasiswa Stikom Surabaya serta diharapkan mahasiswa dapat menerapkan ilmu yang telah didapat di kampus langsung ke tempat kerja. Dengan adanya kerja praktek ini, bertujuan juga untuk memperdalam dan memperluas wawasan pengetahuan dalam dunia kerja.

Dengan menerapkan ilmu-ilmu yang didapat dari perkuliahan yang telah dijalani, mahasiswa diharapkan mampu menerapkan secara langsung pada lokasi pekerjaan yang sebenarnya. Beberapa ilmu praktek yang telah dipelajari di kampus mulai dari digital sampai dengan manual sangat berperan penting demi lancar dan berlangsungnya kerja praktek.

### **1.4.2 Tujuan Khusus**

Setelah melaksanakan kerja praktek, diharapkan agar para mahasiswa mampu memberikan kontribusi besar pada lembaga Al-Amanah Center demi kelancaran promosi lembaga dan mengenalkan kepada masyarakat Sidoarjo yang bertepatan dengan kerja praktek mahasiswa, hal ini diharapkan mahasiswa mampu:

- a. Memahami dan mengenal langsung bagaimana dunia kerja yang sebenarnya.
- b. Mempraktekkan ilmu yang didapat dari perkuliahan di Stikom Surabaya dengan dunia kerja.
- c. Sebagai bekal mahasiswa setelah lulus kuliah untuk dapat terjun ke dunia kerja.

## **1.5 Manfaat**

Setelah melaksanakan kerja praktek diharapkan mahasiswa mengetahui bagaimana dunia kerja yang sebenarnya. Dari hal tersebut adapun kegunaan kerja praktek bagi mahasiswa, perusahaan dan perguruan tinggi antara lain :

### **1.5.1 Bagi Perguruan Tinggi**

- a. Menciptakan hubungan kerja sama yang baik antara perguruan tinggi Stikom Surabaya dengan perusahaan.
- b. Memperoleh gambaran nyata tentang perusahaan sebagai bahan informasi untuk pengembangan dunia pendidikan.

### **1.5.2 Bagi mahasiswa**

- a. Mahasiswa dapat mengetahui dan memahami aplikasi ilmu yang telah didapat ke perusahaan maupun konservasi.
- b. Mahasiswa dapat mengetahui produktivitas perusahaan maupun konservasi.
- c. Mengenalkan dan membiasakan diri terhadap suasana kerja sebenarnya sehingga dapat membangun etos kerja yang baik, serta sebagai upaya untuk memperluas cakrawala wawasan kerja.
- d. Mahasiswa dapat memahami dan mengerti secara langsung sistem pengaturan dalam bidang promotion dan desain komunikasi pada dunia industri maupun konservasi yang sesungguhnya, hal ini diharapkan akan meningkatkan hubungan yang baik antara dunia industri kerja dan pendidikan.

### **1.5.3 Bagi perusahaan/kantor**

- a. Mempunyai sebuah media promosi yang sesuai dengan briefing.
- b. Mempunyai sebuah template desain sehingga dapat diterapkan pada media lain.
- c. Dikenalnya Al-Amanah Center oleh masyarakat sekitar.
- d. Semakin dikenalnya pondok pesantren Al-Amanah.

## 1.6 Pelaksanaan

Tempat	: Al-Amanah Center
Alamat	: Ruko Babadan Asri A2-A3 Junwangi, Krian, Sidoarjo, 61262
Telepon	: +6231 72972992
Periode Kerja	: 26 Juni 2012 s /d 26 Juli 2012

## 1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan merupakan acuan atau panduan dalam penulisan laporan kerja praktek di perusahaan, dimana sistematika penulisannya disusun dalam beberapa bab, yaitu sebagai berikut :

### BAB I           Pendahuluan

Pada bab ini berisi tentang latar belakang permasalahan, inti dari permasalahan disebutkan pada perumusan masalah, batasan masalah yang menjelaskan tentang pembatasan masalah dari sistem yang dibuat agar tidak keluar dari ketentuan yang ditetapkan, tujuan dari penelitian ini diharapkan mendapatkan pengalaman dan hasil yang dicapai, manfaat yang akan diperoleh, informasi waktu pelaksanaan kerja praktek dan sistematika penulisan.

### BAB II           Tinjauan Pustaka

Pada bab ini berisi konsep dasar atau teori-teori yang terkait dengan judul yang diambil penulis, dengan mengambil data - data dari buku – buku referensi yang berguna untuk memecahkan masalah di yang terjadi di dalam lembaga perusahaan Al-Amanah Center.

### BAB III           Metode Perancangan

Pada bab ini memuat tentang metode apa saja yang akan dipakai atau digunakan didalam sebuah perancangan karya yang dapat berupa bagan perancangan maupun deskripsi.

#### BAB IV                      Gambaran Umum Perusahaan

Pada bab ini membahas mengenai profil perusahaan secara umum mulai dari sejarah perusahaan, jenis bidang usaha, tempat atau lokasi perusahaan, hingga bidang–bidang lainnya yang berhubungan dengan kerja praktik.

#### BAB V                      Implementasi Karya

Bab ini merupakan hasil dari perancangan media promosi yang akan dibuat. Mulai dari konsep awal media promosi dan media apa saja yang dijadikan sebagai media promosi berdasarkan dari permasalahan yang dihadapi oleh Al-Amanah Center.

#### BAB VI                      Penutup

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan dari perancangan yang dibuat terkait dengan tujuan dan permasalahan yang ada pada perusahaan Al-Amanah Center.

STIKOM SURABAYA