

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Visualisasi desain menggunakan teknik 3D (3 Dimensi) seiring perkembangan dan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi sering digunakan perusahaan-perusahaan untuk melakukan kegiatan promosi. Teknologi Informasi adalah suatu teknologi yang digunakan untuk mengolah data, meliputi: memproses, mendapatkan, menyusun, menyimpan, memanipulasi data dengan berbagai cara untuk menghasilkan informasi yang berkualitas.

Informasi yang dihasilkan tentunya relevan, akurat, tepat waktu, dan menarik. Sehingga nantinya dapat bermanfaat untuk keperluan pribadi, bisnis, bahkan pemerintahan yang strategis untuk pengambilan keputusan dan mempromosikan program-program pemerintahan. Teknologi ini menggunakan seperangkat komputer untuk mengolah data, sistem jaringan untuk menghubungkan satu komputer dengan komputer yang lainnya sesuai dengan kebutuhan.

Perkembangan Teknologi Informasi sampai dengan saat ini berkembang dengan pesat seiring dengan penemuan dan pengembangan Ilmu Pengetahuan dalam bidang Informasi dan Komunikasi sehingga mampu menciptakan alat-alat yang mendukung perkembangan Teknologi Informasi, mulai dari sistem komunikasi sampai dengan alat komunikasi yang searah maupun dua arah (interaktif).

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi juga merambah media massa, selain mempengaruhi jurnalisme, turut pula mempengaruhi dunia

periklanan. Periklanan memang merupakan bagian dari komunikasi masyarakat yang masing-masing memiliki peran dan fungsi sosial. Bentuk dan teknik pengerjaan dan penyajiannya mengalami perubahan seiring dengan perkembangan teknologi fasilitas media komunikasi dan informasi. Dalam hal ini, komputer merupakan sarana yang memegang peranan penting dalam perubahan tersebut. Dengan perkembangan teknologi komunikasi dan informasi dapat digunakan untuk pembuatan iklan media cetak, seperti *poster*, *brosur* dan *flyer* yang sering kita temui di tempat-tempat umum seperti Mall, Pertokoan, Hotel, Berbagai Event event.

Perkembangan teknologi informasi ini tentunya diimbangi dengan modernisasi dari sebuah desain iklan tersebut, agar tidak terlihat kusam dan tua. Selain itu, desain iklan yang dibuat harus sesuai dengan target pasar yang ingin dicapai. Jangan sampai isi informasi dan image yang ingin kita bangun melalui sebuah iklan menjadi salah sasaran. Tantangan Penulis adalah bagaimana membuat visualisasi gambar 2 Dimensi Rumah (baik exterior maupun interior) sebagai media promosi sesuai dengan target pasar yang ingin di capai.

Dalam hal ini penulis berusaha untuk membuat *visualisai gambar 3 Dimensi* untuk media promosi dari PT. Tata Karya Mulia. Pada Laporan ini penulis menggunakan teknologi komputer untuk membuat gambar 3 Dimensi dari gambar sebelumnya 2 Dimensi agar lebih menarik dan menjual. Diharapkan dengan adanya perancangan gambar 3 Dimensi ini dapat lebih meningkatkan ketertarikan konsumen kelas menengah keatas dan meningkatkan pendapatan PT. Tata Karya Mulia

1.2 Rumusan Masalah

Dalam pembuatan *gambar 3 Dimensi* ini terdapat beberapa masalah utama yang perlu dipecahkan, antara lain :

1. Bagaimana membuat brosur yang berisi gambar 3 dimensi dari rancangan gambar rumah yang dapat mempromosikan PT. Tata Karya Mulia ?
2. Bagaimana membuat brosur yang berisi gambar 3 dimensi yang mewakili identitas elegan dari PT. Tata Karya Mulia ?

1.3 Batasan Masalah

Adapun batasan-batasan masalah yang digunakan dalam pembuatan gambar 3 dimensi PT. Tata Karya Mulia ini adalah :

1. Membuat brosur yang berisi gambar 3 dimensi dari rancangan rumah.
2. Membuat 4 iklan yang berisi gambar 3 dimensi yang menyangkut proyek yang sedang dikerjakan oleh PT. Tata Karya Mulia.
3. Menampilkan kesan elegan dari konsep PT. Tata Karya Mulia.

1.4 Tujuan

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam pembuatan *gambar 3 Dimensi* ini adalah :

1. Membuat brosur yang berisi gambar 3 dimensi dari rancangan gambar rumah yang dapat mempromosikan PT. Tata Karya Mulia.
2. Membuat brosur yang berisi gambar 3 dimensi yang mewakili identitas elegan dari PT. Tata Karya Mulia.

3. Memberikan image elegan dan unik dari PT. Tata Karya Mulia melalui visualisai gambar 3 Dimensi.
4. Meningkatkan ketertarikan konsumen pada rancangan desain 3 Dimensi PT. Tata Karya Mulia.
5. Menaikan pendapatan PT. Tata Karya Mulia.

1.5 Manfaat

Adapun manfaat yang ingin dicapai dalam pembuatan *gambar 3 Dimensi* ini adalah :

1. Dapat membangun image elegan dan unik PT. Tata Karya Mulia di mata konsumen.
2. Dapat meningkatkan daya tarik konsumen terhadap PT. Tata Karya Mulia.
3. Dapat meningkatkan pendapatan PT. Tata Karya Mulia.

1.6 Kontribusi

Pembuatan *gambar 3 Dimensi* ini berfungsi untuk media pemasaran PT. Tata Karya Mulia. *Gambar 3 Dimensi* ini dibuat agar dapat menarik konsumen dan memberi gambaran bagaimana rancangan rumah yang akan dibangun dapat dilihat seakan nyata sudah seperti bangunan yang sudah dikerjakan.

1.7 Sistematika Penulisan

Laporan kerja praktek ini terdiri dari beberapa bab dimana masing-masing bab terdiri dari berbagai sub-sub bab yang bertujuan untuk menjelaskan pokok-

pokok bahasan dalam penyusunan laporan ini. Adapun sistematika penulisan laporan ini adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini diuraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan, manfaat, kontribusi, dan sistematika penulisan.

BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Dalam bab ini diuraikan tentang sejarah singkat perusahaan, visi, misi, tujuan, jasa perusahaan, dan struktur organisasi perusahaan.

BAB III LANDASAN TEORI

Dalam bab ini dibahas berbagai teori dasar desain dan periklanan, pembuatan *gambar 3 Dimensi* yang akan diaplikasikan untuk media promosi terutama iklan cetak. Dan segala aspek yang terkandung di dalamnya seperti Tyipografi dan *Copywriting*.

BAB IV METODE KERJA PRAKTEK DAN IMPLEMENTASI KARYA

Dalam bab ini menjelaskan metode-metode kerja selama melakukan kerja praktek. Yaitu proses pengerjaan *gambar 3 Dimensi* serta beberapa contoh pengaplikasian *gambar 3 Dimensi* tersebut dalam media iklan cetak. Dimana nantinya metode-metode ini dapat digunakan dalam proses

pembuatan karya atau proyek multimedia selama kerja praktek di PT. Tata Karya Mulia.

BAB V PENUTUP

Dalam bab ini penulis mengemukakan kesimpulan dan saran dari kerja praktek.

