

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Pada zaman globalisasi ini, jumlah perusahaan terus meningkat. Seiring dengan itu, kompetisi antar perusahaan pun semakin ketat. Banyak perusahaan berlomba-lomba mempromosikan produk mereka dengan cara membuat *brand* dan mengadakan acara sebesar-besarnya. Seperti promise iklan di media cetak, media luar ruang, televisi, hingga *Shopping Online* melalui internet. Untuk mengakomodari hal tersebut, maka perusahaan membutuhkan para desainer untuk mendesain berbagai macam media promosi mereka.

Desain grafis merupakan suatu bidang kreatifitas bagi seorang Desainer Grafis yang bekerja menghasilkan suatu ide kreatif dengan menggabungkan kata, gambar, pola, bentuk, dan warna. Ide- ide itu umumnya dalam *advertising* dan *marketing* digunakan untuk menginformasikan suatu produk dan mempengaruhi kepada khalayak umum untuk membeli produk itu. Semakin menarik desain grafis yang dibuat oleh Desainer Grafis, maka semakin besar juga keberhasilan proses menginformasikan dan mempengaruhinya. Desainer Grafis memegang peranan besar dan penting dalam dunia *advertising* dan *marketing* pada suatu perusahaan. Dengan menggunakan ide-ide kreatifnya yang menggabungkan kombinasi warna, gambar, dan tipografi. Desainer Grafis membuat suatu grafis yang persuasif mengenai produk dari suatu perusahaan.

Desainer merupakan sebutan bagi orang yang membuat karya desain, proses membuat karya desain, tentunya tidak hanya memperhatikan aspek keindahan secara visual dan estetika saja. Namun, dalam proses mendesain perlu memperhatikan pula hasil riset, konsep target konsumen, keinginan konsumen, dan secara fungsi.

Menjadi seorang desainer, tentunya harus menjadi pribadi yang unik dengan pemikiran yang berbeda daripada yang lain. Intinya kita harus menjadi seseorang yang kreatif demi mendapatkan karya yang menjual dan unik. Motivasi menjadi seorang desainer tidak hanya sekedar menjadi tukang *edit*, tukang

gambar atau tukang cetak. Akan tetapi, dengan menjadi seorang desainer kita harus menjadi pribadi yang menghasilkan segala sesuatu yang kreatif dan berbeda.

Dalam dunia periklanan, fungsi desain grafis merupakan suatu hal yang sangat penting untuk memainkan emosi masyarakat dengan menggambarkan sebuah dunia yang ditransformasikan melalui imajinasi-imajinasi. Dalam segi desain grafis dunia yang digambarkan adalah dunia yang lebih menarik, menakjubkan, lebih ajaib, dan lebih segalanya dari dunia *real*. Melalui model simulasi tersebut, manusia dijebak kedalam sebuah ruang yang didasarnya sebagai nyata, meskipun sesungguhnya semua hanya khayalan belaka. Pengolahan gambar-gambar grafis membawa fantasi, pencitraan dan makna-makna tertentu seperti yang ditampilkan oleh sebuah desain yang terkonsep dengan baik. Suatu desain bisa menghasilkan efektivitas yang diharapkan harus menggabungkan kombinasi kreatifitas, riset pemasaran dan media.

Agar suatu pesan informasi desain dapat tersampaikan oleh sekelompok sasaran yang tepat. Walaupun bagaimanapun kreatif atau rumitnya suatu desain kalau tidak sampai kepada khalayak sasaran yang dituju, maka respon yang diharapkan tidak dapat dicapai secara optimal. Sebuah desain terkadang begitu cerdasnya, sehingga senantiasa di ingat. Produk desain tidak mengeluarkan seluruh sosok produknya tetapi konsumen bisa mengingat dari tanda-tandanya, seperti gambar yang menarik atau hiasan yang unik, karena pada akhirnya jika seseorang mengingat tanda-tanda khas dari suatu desain ia akan terdorong untuk mengingat dan mengidentifikasi hal-hal penting lainnya yang tertera pada desain tersebut. Apabila pesan informasi sudah *optimal* diharapkan untuk menciptakan respon perilaku di pasaran yang ditandai dengan ketertarikan terhadap barang dengan membelinya.

Dalam persaingan global, produsen barang dan jasa akan selalu berusaha mempromosikan produknya kepada konsumen. Tujuannya, tentu saja supaya produknya bisa di terima khalayak. Untuk itu, para produsen dipacu untuk memiliki strategi yang jelas. Pada masa sekarang, media dikelompokkan menjadi dua. Kelompok pertama adalah *above the line* (ATL). Masuk ke dalam kelompok ini adalah media seperti televisi, majalah, radio maupun Koran. Kelompok kedua ialah *below the line* (BTL). Media dalam kelompok ini di antaranya billboard, *out of home*, neon box, brosur, poster, *flyer* dll.

Media ini memiliki penyerapan *budget* dan *impact* yang besar namun punya jangkauan yang luas terhadap sebuah *program campaign*. Namun di lain hal, terdapat juga keterbatasan periode kampanye karena harus menyesuaikan

budget yang harus berbagi dengan media cetak sehingga komposisi harus diatur. Untuk mendapatkan *impact* yang lebih besar, *campaign* tersebut tentunya harus didukung dengan media BTL seperti billboard, LED, neon box, brosur poster, *flyer* dan lain sebagainya. Namun tidak semuanya dapat digunakan. Perlu penyesuaian terhadap rencana strategi yang ingin dijalankan. Billboard merupakan **media luar ruang** yang dapat ditempatkan pada lokasi - lokasi tertentu

1.2 Topik Laporan

Penulis akan membahas lebih lanjut mengenai “*Peranan Desain Grafis dalam pembuatan media luar ruang PT. Buana Multi Tungga*”.

1.3 Tujuan Kuliah Kerja Praktek

Dalam menjalankan Kuliah Kerja Praktek, penulis mempunyai tujuan sebagai berikut:

1. Mendapatkan pengalaman bekerja mengenai tanggung jawab seorang *Desainer Grafis*
2. Mempelajari pekerjaan dan tanggung jawab seorang *Desainer Grafis* di dunia kerja secara langsung
3. Mendalami peran seorang *Desainer Grafis* dalam membuat desain untuk media luar ruang

1.4 Manfaat Kuliah Kerja Praktek

Manfaat dari Kuliah Kerja Praktek terbagi menjadi dua bagian, yaitu secara teoritis dan praktis.

1.4.1 Secara Teoritis

Sedangkan manfaat teoritis yang dapat di peroleh melalui laporan ini adalah :

1. Sebagai sarana implementasi segala kemampuan dan penguasaan ilmu yang dimiliki oleh penulis yang didapat dibangku perkuliahan untuk kemudian diterapkan didunia kerja sebenarnya.
2. Jika ditemukan kemampuan dan penguasaan baru dilapangan dan belum dipelajari oleh penulis, maka akan menjadi masukan untuk pengembangan profesi penulis dikemudian hari.
3. Sebagai penambah wawasan bagi penulis khususnya dalam bidang *Desain Grafis* dalam dunia pekerjaan.

1.4.2 Secara Praktis

Secara praktis, laporan ini bermanfaat sebagai gambaran dan pengalaman untuk nantinya terjun ke dunia kerja pada bidang pemasaran terutama yang bersangkutan dengan *Desain grafis*.

1.5 Waktu dan Tempat Magang

Waktu Magang : 17 Januari 2019 s/d 17 April 2019
Nama Perusahaan : PT. Bangun Media Tritama
Alamat Perusahaan : Jalan Klingit No. 2E, Menteng Dalam Jakarta
Pusat