

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Sejak era periklanan media cetak mulai terjadi, semua mulai membutuhkan media cetak sebagai media penyampaian komunikasi masa. Fenomena tersebut juga selalu menjadi kebutuhan mal yang ada di Indonesia yang tidak pernah punah. Media cetak pada realitanya sangat berhubungan dengan perancangan atau desain. Perancangan adalah penggambaran, perencanaan, dan pembuatan sketsa atau pengaturan dari beberapa elemen yang terpisah ke dalam satu kesatuan yang utuh dan memiliki fungsi. Maka dari itu segala sesuatu harus dirancang terlebih dahulu sehingga dapat mencapai tujuan tertentu. Iklan sangat erat ikatannya dengan perancangan, terlebih iklan juga termasuk media yang sering digunakan sebagai penyampaian tujuan suatu produk atau merek terhadap konsumen atau pengguna. Banyak sekali bentuk media iklan mulai dari media cetak, dari papan reklame atau papan billboard di jalan, dari radio, dari televisi, dari internet, dan masih banyak lagi. Iklan memiliki upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa pada dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli atau mengkonsumsinya.

Berbicara iklan hal yang paling penting diasosiasikan adalah media apa yang digunakan, jenis-jenis media yang digunakan sangat beragam yaitu media tradisional dan media digital yang masing-masingnya memiliki cakupan berbeda. Media digital mencakup media internet dan jejaring sosial. Ini adalah cara modern untuk berpromosi karena memungkinkan orang melihat produk atau jasa yang dipromosikan melalui teknologi terkini seperti ponsel atau laptop. Walaupun media digital sekarang menjadi pilihan alternatif dalam melakukan promosi masih banyak pula perusahaan atau pengusaha produk jasa yang masih memilih menggunakan media tradisional. Media tradisional yang dimaksud merupakan jenis promosi yang dilakukan melalui media cetak seperti koran, majalah, tabloid, dan sejenisnya, dan

media elektronik seperti radio dan televisi, serta media di luar ruangan seperti iklan *banner* atau papan reklame atau papan billboard. Kelebihan jenis promosi melalui media tradisional adalah dapat menjangkau lebih banyak calon konsumen daripada dengan promosi secara fisik, karena jangkauan media yang tepat, murah, dan efektif.

Dimasa sekarang ini segala sesuatu mulai dari yang paling kecil hingga besar dijual berkat nama merek. Dalam mempromosikan nama merek tersebut dibutuhkan media promosi yang tepat. Sekarang ini banyak sekali perusahaan menggunakan jasa *creative design agency* yang memiliki kemampuan untuk menciptakan dampak yang kuat pada setiap bisnis terutama dalam media promosi. Desain atau branding merek adalah kegiatan yang sangat terspesialisasi. Meskipun desain termasuk kreativitas, dalam prosesnya tetap melibatkan pemikiran strategis jangka panjang. Beberapa strategi dan taktik utama untuk menciptakan promosi yang sukses adalah penelitian merek, perencanaan merek dan promosi, pembuatan profil, analisis citra, citra merek, pemasaran merek.

Di Indonesia ada banyak sekali agensi desain dari mulai agensi digital, agensi branding, dan agensi periklanan. PT Arden Kreatif Studio merupakan salah satu perusahaan jasa agensi di Indonesia yang bergerak dibidang desain dan promosi yang berdiri sejak tahun 2016. Selama tiga tahun PT Arden Kreatif Studio menjadi salah satu studio desain yang menyediakan banyak kebutuhan perusahaan yang ingin melakukan branding dari mulai logo maupun promosi produk/jasa bisnis perusahaan tersebut. PT Arden Kreatif Studio optimis dengan eksistensinya diantara banyak agensi desain di Indonesia, PT Arden Kreatif Studio dapat menjadi salah satu agensi desain yang dapat selalu bergerak maju mengikuti perkembangan zaman. Saat ini ada beberapa project yang dikerjakan oleh PT Arden Kreatif Studio, mulai dari perancangan media promosi digital, branding logo, desain event, hingga media promosi tradisional. Pada laporan kerja praktik ini penulis akan melaporkan salah satu project yang langsung dikerjakan oleh penulis yaitu perancangan Iklan Media Cetak Tanah Abang.

Tanah Abang Mall sendiri merupakan pusat belanja fashion yang terletak di Jakarta Pusat, mall ini terkenal sebagai pusat grosir fashion yang namanya sangat sering didengar di Jakarta karena banyak sekali toko di dalam mall tersebut yang menjual aneka ragam barang sandang untuk segala target market. Hal tersebut menjadi acuan bagi penulis dalam merancang media promosi yang diinginkan klien. Dan tidak luput pula bagaimana cara media promosi tersebut dapat menyajikan beberapa informasi yang sesuai sehingga promosi dapat berjalan sesuai rencana dan target yang diinginkan.

Penulis dapat mengerjakan bagaimana ruang lingkup pekerjaan yang diberikan sebagai Mahasiswa Desain Komunikasi Visual sebelum benar-benar terjun ke dunia kerja nyata dengan kegiatan suatu kantor atau perusahaan yang bergerak di bidang Desain Komunikasi Visual, hingga bisa merasakan bagaimana suasana kerja nyata yang tentunya dirasa akan amat berguna bagi penulis apabila telah lulus dari Universitas Esa Unggul.

1.2 PENEGASAN MAKNA JUDUL

Judul yang dipilih yaitu “Perancangan Iklan Media Cetak *Pillar Banner* Tanah Abang Mall pada PT Arden Kreatif Studio”, dimana pada laporan ini penulis akan menjelaskan atau membahas tentang kegiatan yang penulis lakukan pada saat kerja praktik, juga bagaimana cara mendesain suatu media komunikasi agar mudah dimengerti oleh target market dan penjelasan secara terperinci mengenai judul yang diambil sebagai berikut :

1. Perancangan

Perancangan adalah penggambaran, perencanaan dan pembuatan sketsa atau pengaturan dari beberapa elemen yang terpisah ke dalam satu kesatuan yang utuh dan berfungsi.

2. Iklan

Iklan merupakan Iklan merupakan media yang dipakai perusahaan dengan tujuan mengingatkan, membujuk dan memberi informasi (Kotler, 1993). Selain

itu iklan sebagai sarana memperkenalkan produk baru terutama kepada konsumen yang sesuai dengan sasaran. Dengan kata lain seperti awal mula pemasaran produk baru tersebut.

3. Media Cetak

Media cetak adalah sebuah media yang di dalamnya berisi informasi yang didalamnya terkait dengan kepentingan masyarakat umum dan bukan terbatas pada kelompok tertentu saja

4. *Pillar Banner*

Pillar banner merupakan media iklan yang biasa digunakan sebuah gedung dalam mempromosikan atau menginformasikan suatu informasi secara cetak atau digital yang mana dapat dilihat langsung oleh pengunjung yang datang.

5. Tanah Abang Mall

Tanah Abang Mall merupakan pusat belanja fashion yang terletak di Jakarta Pusat, mall ini terkenal sebagai pusat grosir fashion yang menjual aneka ragam barang sandang untuk segala target market.

6. PT Arden Kreatif Studio

PT Arden Kreatif Studio merupakan salah satu perusahaan agensi desain di Indonesia yang menangani beragam *project* mulai dari *branding* hingga *promotional brand*.

1.3 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas maka rumusan masalah yang dapat dijabarkan menjadi sebagai berikut:

1. Bagaimana proses perancangan iklan media cetak *pillar banner* Tanah Abang Mall pada PT Arden Kreatif Studio yang inovatif dan komunikatif?
2. Bagaimana penerapan *art directing* dan *copywriting* pada desain iklan media cetak yang inovatif dan komunikatif?

1.4 BATASAN MASALAH

Dengan adanya penegasan makna judul, tentu harus ada batasan masalah agar Penulis tidak melampaui jauh dari permasalahan yang akan dibahas oleh penulis. Batasan-batasan masalah ini mencakup sebagai berikut: yaitu penulis membatasi masalah hanya pada seputar Perancangan Iklan Media Cetak *Pillar Banner* Tanah Abang Mall pada PT Arden Kreatif Studio.

1.5 TUJUAN

Sebagai hasil dari Penulis yang telah melaksanakan kerja praktik pada salah satu perusahaan agensi desain yang mengerjakan beberapa project dari kliennya di Indonesia yaitu PT. Arden Kreatif Studio yang tentu memiliki berbagai tujuan agar bisa menjadi bekal ketika lulus keluar dari Universitas Esa Unggul dan terjun ke dunia kerja nyata. Tujuan-tujuan tersebut di antaranya sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui proses perancangan desain project pada perusahaan PT. Arden Kreatif Studio.
2. Untuk mengetahui proses penerapan dari *art directing* dan *copywriting* pada desain project.
3. Menambah wawasan pengetahuan tentang perkembangan bidang studinya dengan perkembangan teknologi yang ada pada era-era ini sehingga dapat lebih siap dan dapat diterima di dunia kerja nyata.
4. Menerapkan rasa disiplin dan tanggung jawab selama masa kerja praktik terhadap pekerjaan dan kegiatan-kegiatan yang diberikan.
5. Menerapkan ilmu yang telah dipelajari selama masa kuliah ke dalam pekerjaan selama kerja praktik sehingga menghasilkan desain yang inovatif dan bermanfaat.
6. Membangun relasi yang baik selama kerja praktik yang dapat berguna di kemudian hari.

1.6 MANFAAT

Setelah menyelesaikan kerja praktik, tentu banyak manfaat yang di dapat oleh Penulis, salah satunya seperti merasakan bagaimana pekerjaan seorang desainer grafis dalam dunia kerja nyata yang sesungguhnya. Manfaat kerja praktik ini juga memberikan manfaat kepada berbagai pihak, antara lain:

1.6.1 Manfaat Bagi Institusi

1. Program magang yang dilakukan oleh mahasiswa dapat menjadi sarana untuk menilai sejauh mana Universitas Esa Unggul Jakarta berhasil mendidik dan memberikan pemahaman teori mengenai dunia kerja pada para mahasiswanya.
2. Menjalinkan kerjasama yang saling menguntungkan antara kedua belah pihak, yaitu antara kampus Universitas Esa Unggul Jakarta dengan perusahaan tempat magang PT. Arden Kreatif Studio.

1.6.2 Manfaat Bagi Perusahaan

1. Meningkatkan nama baik perusahaan karena telah memberikan kesempatan pembelajaran dan pengalaman kerja yang bermanfaat bagi mahasiswa yang melakukan kerja praktik.
2. Sebagai sarana perusahaan untuk mencari sumber daya manusia yang memiliki potensi dan dapat direkomendasikan menjadi karyawan tetap bagi perusahaan tersebut.

1.6.3 Manfaat Bagi Masyarakat

1. Dapat dijadikan referensi dan gambaran pada bagaimana pekerjaan di dunia kerja nyata yang dilakukan oleh desainer grafis.
2. Sebagai acuan pada calon-calon mahasiswa yang akan menempuh pendidikan jurusan Desain Komunikasi Visual.
3. Sebagai perbandingan pekerjaan sebagai desainer grafis dengan pekerjaan di bidang yang lain.

1.7 WAKTU DAN TEMPAT

Penulis melakukan kegiatan kerja praktik selama 3 bulan di salah satu perusahaan agensi desain di Jakarta yaitu PT. Arden Kreatif Studio. Berikut keterangan lengkap tentang waktu dan tempat penulis melakukan kerja praktik.

1.7.1 Waktu

Penulis melaksanakan waktu kerja praktik sebagai seorang desainer grafis sebagai berikut:

Lama Kerja Praktik : 3 Bulan

Tanggal : 23 September 2019 – 20 Desember 2019

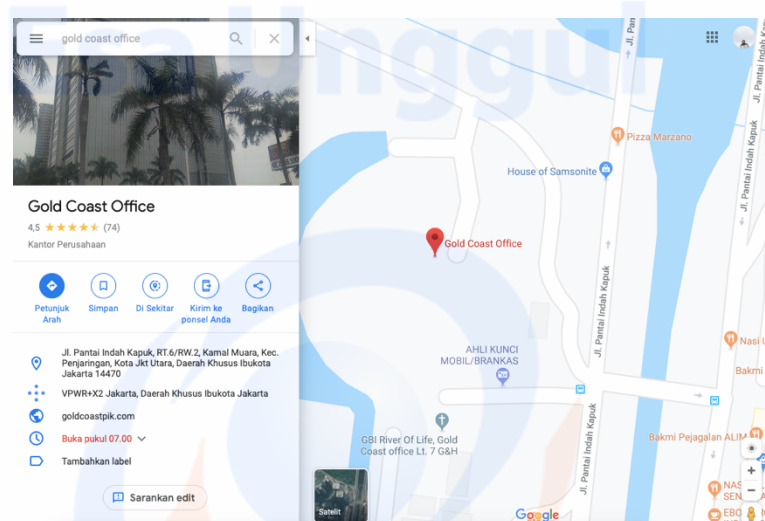
Hari kerja : 10.00 s.d. 18.00 WIB (Senin, Selasa, Kamis dan Jumat)

1.7.2 Tempat

Penulis menempati posisi sebagai desainer grafis. Lokasi perusahaan ditempat penulis melakukan kerja praktik berada di:

Perusahaan : PT. Arden Kreatif Studio

Alamat : Gold Coast Office Pantai Indah Kapuk, Eiffel Tower 20A, Jakarta Utara 14460



Gambar 1.1 Lokasi Tempat Kerja Praktik

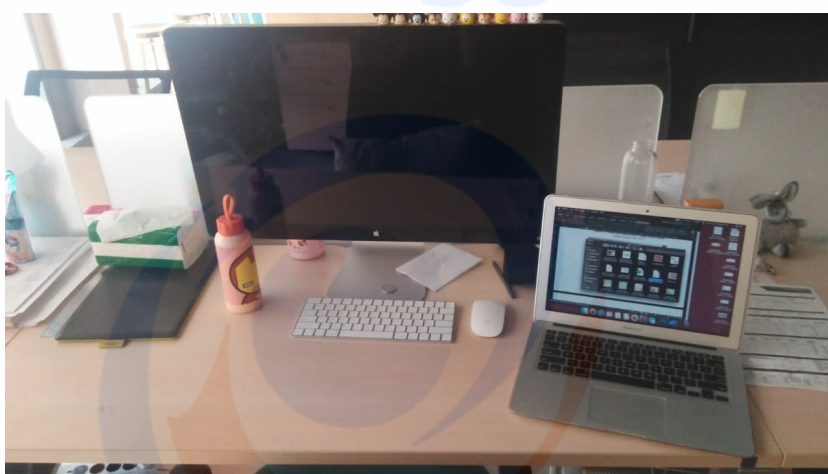
Sumber: <https://www.google.com/maps/place/>
diunduh 8 November 2019, pukul 20:51



Gambar 1.2 Lokasi Dalam Kantor Tempat Kerja Praktik
Sumber: Kintani Putri, 2019



Gambar 1.3 Studio Foto Dalam Kantor Tempat Kerja Praktik
Sumber: Kintani Putri, 2019



Gambar 1.4 Foto Meja Kerja Penulis di Kantor Tempat Kerja Praktik
Sumber: Kintani Putri, 2019