

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dari waktu ke waktu perubahan dan kemajuan dunia begitu cepat terasa, begitu juga dengan kemajuan teknologi dan pertumbuhan ekonomi begitu ketat kita rasakan. Kemajuan teknologi pun turut serta dalam mendukung persaingan dalam dunia usaha. Sehingga setiap perusahaan memiliki caranya sendiri untuk memajukan usahanya. Disinilah media promosi ikut andil dalam dunia usaha. Yaitu dalam pengenalan produk terhadap konsumen yang dapat dilakukan dalam beberapa media, baik media elektronik, media cetak maupun media luar ruang.

Pemilihan media pun berdasarkan kebutuhan dan fungsi dalam promosi sebuah produk atau jasa itu sendiri. Tiap-tiap media memiliki keunggulannya masing-masing. Keunggulan tersebut misalnya dari sudut visual maupun audio. Disinilah seorang kreatif atau biasa disebut sebagai desainer grafis berperan serta dalam menampilkan desain yang menarik dan sesuai dengan media yang dipilih oleh suatu perusahaan dalam mempromosikan produk atau jasanya.

Dalam hal ini penulis akan menyampaikan bahwa sebuah desain dalam prosesnya tidaklah asal-asalan. Karena didalam pembuatan sebuah desain media cetak, seorang desainer dituntut untuk selalu bekerja efektif kreatif serta media promosi yang dibuat haruslah, mudah dimengerti dan memiliki nilai estetika. Tuntutan itu sudah menjadi hal yang wajar bagi seorang desainer. Konsep yang matang juga diperlukan guna meyakinkan pembeli atau Customer, karena jika Mereka yakin hal ini akan berpengaruh pada income atau pendapatan yang diterima oleh perusahaan. Oleh sebab itu, seorang desainer tertantang untuk selalu membuat dan menciptakan konsep dan ide-ide yang *fresh* (segar) dan baru namun terarah tujuannya.

Disinilah penulis ingin menerapkan ilmu yang diterima selama dibangku perkuliahan dan belajar hal baru, yang tidak penulis dapatkan selama kuliah. Dari sini penulis ingin mengenal lebih dekat proses produksi media promosi dan belajar membuat desain yang tepat dalam penerapannya. Dari awal hingga akhir (finishing). Dengan begitu, penulis akan lebih banyak belajar akan berbagai hal mengenai desain grafis dalam pembuatan media cetak promosi

1.6.2. Menjelaskan Jenis jenis katalog produk sesuai kebutuhan.

1.6.3. Menjelaskan bagaimana proses pembuatan sebuah katalog produk yang baik.

1.7 Ruang Lingkup Masalah

Penyusunan laporan kerja praktik ini adalah mengenai rancangan desain katalog produk JahitMart Dibatasi hanya perancangan desain katalog industri. JahitMart merupakan E-commerce terbesar di Indonesia yang menyediakan kebutuhan menjahit Terlengkap, mulai dari Mesin Jahit, Sparepart Mesin Jahit, Resleting, Benang Jahit dan alat menjahit lainnya.

1.8 Sistematika Penulisan

Dalam sistematika penulisan kerja praktek akan menguraikan secara umum setiap bab untuk mendapatkan gambaran singkat mengenai kerja praktek ini, dengan mengikuti urutan penyajian sebagai berikut :

BAB 1 PENDAHULUAN

Pada bab ini penulis membahas tentang latar belakang, perumusan masalah, tujuan, manfaat, ruang lingkup, dan sistematika, sebagai langkah awal dari penyusunan kerja praktek ini.

BAB 2 LANDASAN TEORI

Pada bab ini penulis membahas tentang teori-teori dasar, tinjauan pustaka, dan model yang berhubungan dengan penulisan kerja praktek ini.

1.2 Penegasan Makna Judul

Penegasan Judul Laporan Karya Kreatif ini berjudul “Perancangan Desain Media Cetak Katalog Sparepart Alat Jahit Industri”. Secara sistematis, laporan karya tulis ini akan memaparkan konsep hingga eksekusi dari fokus judul tersebut, yakni bagaimana perancangan desain media cetak yang tepat sebagai media promosi dan pemasaran produk jahit industry. Luasnya kategori industri jahit di Indonesia menjadi tantangan dalam pengerjaan Karya Kreatif ini, yakni bagaimana mengemasnya menjadi desain media promosi yang ditujukan bagi orang Indonesia yang sesuai dengan bahan kebutuhan jahitnya. Desainer perlu membuat konsep yang matang untuk meramu konsep visual bagi konsumen jahit Indonesia. Desain grafis yang digunakan pada kategori jahit bisa dibagi pada beberapa fokus seperti pada pembeli quantity besar seperti pabrik, garment dan juga pada penjahit rumahan ibu rumah tangga sampai pada desainer. Berdasarkan pemaparan di atas, dapat dilihat bahwa pada prosesnya, peran desainer tidak hanya berada di wilayah eksekusi visual semata. Desainer perlu terlibat secara mendalam untuk memperoleh data akurat yang dibutuhkan untuk melakukan analisis kebutuhan visual dan strategi media yang tepat untuk menciptakan media promosi yang maksimal, efisien, dan dapat diterima.

1.3 Batasan Masalah

Memberikan contoh desain katalog pada media promosi penjualan produk.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, penulis mengidentifikasi masalah yang ditemukan, yaitu sebagai berikut :

Bagaimana mendesain sebuah katalog produk yang baik dan sesuai dengan keunggulan produk ?

1.5 Tujuan Penulisan

Tujuan dari penulisan ini adalah sebagai berikut,

Memaparkan hasil desain rancangan katalog pada produk produk JahitMart.

1.6 Manfaat Penulisan.

Manfaat dari penulisan ini adalah,

1.6.1. Memaparkan apa itu katalog produk dan apa saja fungsinya.