

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Tak bisa di pungkiri lagi keberadaan sebuah iklan untuk mempromosikan suatu produk atau jasa sangat memegang peranan penting, apakah namanya itu iklan layanan masyarakat, iklan komersial, iklan pengumuman dsb. Begitu pentingnya promosi dengan menggunakan iklan sehingga perusahaan berusaha membuat iklan sebaik mungkin dan berani mengeluarkan biaya yang besar dalam menghadapi *persaingan* dengan iklan-iklan perusahaan lainnya. Iklan yang baik pasti menarik hati orang yang membaca, mendengar, dan melihat. Iklan yang baik juga bukan hanya untuk promosi produk atau jasa saja dan perusahaan yang menghasilkan produk atau jasa atau bahkan iklan itu sendiri.

Berbicara mengenai iklan tidak terlepas dari cara pembuatan iklan itu sendiri, penggunaan software-software komputer desain grafis. Dalam perancangan suatu iklan akan lebih mempermudah, mempercepat kerja manusia dari pembuatan iklan itu sendiri, dan keunggulan lainnya adalah lebih mudah memperbaiki setiap kesalahan ataupun ketidak puasan atas suatu iklan yang di buat.

Seperti yang kita ketahui bahwa minuman kopi banyak diminati oleh banyak kalangan di seluruh negara di Dunia, karena minuman ini mempunyai rasa yang khas , keharumanya, serta kenikmatan tersendiri. Diantara sebagian banyak orang yang telah sering kali merasakan minuman ini mengatakan bahwa kopi ini.



sudah menjadi suatu tradisi, baik itu diminum setelah bangun tidur, dalam cuaca dingin atau hanya untuk sekedar melepas lelah.

Perkembangan peminatnya pun selalu meningkat pesat. Beberapa perusahaan baru mulai berusaha membuka usahanya untuk mengolah/menciptakan suatu produk kopi . Dengan berbagai peralatannya yang canggih serta pemilihan biji-biji kopi pilihannya yang merupakan unsur utama untuk mendapatkan citra rasa yang lebih. Penghasilan keuntungannya cukup membanggakan karena di dukung oleh peminatnya yang cukup besar , perusahaan di bidang pengolahan kopi ini pun berangsur-angsur mulai bertambah banyak , karena tertarik akan keuntungan yang di hasilkan dari biji kopi tsb, dengan demikian dari sekian banyak perusahaan yang bergerak dalam bidang usaha yang sama maka dalam situasi yang demikian menimbulkan suatu persaingan.

Untuk meningkatkan penghasilan yang lebih, dari pengaruh persaingan pasar , beberapa perusahaan mulai memasarkan produknya melalui media iklan dimana perusahaan yang bersangkutan dapat menyampaikan pesan-pesanya maupun menjelaskan tentang cara pengolahan kopi tsb. Hingga didapatkan kopi yang bermutu dan berkualitas baik.

## **1.2 MAKSUD DAN TUJUAN**

Untuk membuat suatu iklan tentu tidak sembarangan, tidak hanya sebagai alat informasi dan komersial antara perusahaan dengan konsumennya tetapi juga sebagai alat yang dapat menimbulkan kesan dan citra akan produk tsb

Maksud dan Tujuan dari iklan ini adalah sbb:

- A. Agar iklan yang di buat mempunyai nilai lebih untuk itu di tuntut agar lebih kreatif dengan demikian tampilan yang di hasilkan dapat lebih menarik dan dapat di pertanggungjawabkan sehingga eksistensi produksinya di akui oleh masyarakat.
- B. Iklan yang di buat dapat menimbulkan kesan dan citra tersendiri dengan kesesuaian produk yang di iklankan dimana mutu dan kualitas produknya lah yang menentukan hal tsb.

### **1.3 PEMBATASAN MASALAH**

Berbagai macam iklan pada saat sekarang ini telah banyak beredar di masyarakat baik itu iklan yang di tujukan untuk : iklan layanan masyarakat (ILM), Komersial, ataupun iklan pengumuman.

- Media Lini Atas terdiri dari Iklan yang di muat dalam media cetak, elektronik (radio, tv, bioskop, dsb) serta media luar ruang (papan reklame dan angkutan)
- Media Lini Bawah terdiri dari seluurh media di atas, seperti direc mail, pameran, point of sale, Display material, kalender, agenda, gantungan kunci atau tanda mata.

Dengan adanya keragaman tata cara dan bentuk dari pada iklan itu maka penulis membatasi permasalahan dengan perumusanya sebagai berikut:

Mendesain sebuah iklan Poster kopi untuk tujuan komersial kedalam bentuk poster dengan menggunakan teknologi modernn komputer Grafis.



## **1.4 SISTEMATIKA PENULISAN**

Agar mudah di pahami dan di mengerti secara sistematis maka dalam penyusunan laporan tugas akhir ini di perlukan adanya sistematika penulisan.

Adapun sistematika penulisanya adalah sbb:

- **KATA PENGANTAR**
- **DAFTAR ISI**
- **LAMPIRAN**

### **BAB I**

#### **PENDAHULUAN**

Bab ini memuat tentang latar belakang, maksud dan tujuan, pembatasan masalah, sistematika penulisan.

### **BAB II**

#### **TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini memuat tentang perjalanan informasi dari masa ke masa, pengertian iklan secara umum, pengertian Poster, tujuan iklan yang menerangkan beberapa teori tentang sejarah periklanan.

### **BAB III**

#### **DATA PEMBUATAN PRODUK**

Pada bab ini memuat tentang berbagai alat yang di pergunakan untuk mendesain sebuah iklan, sistematika perancangan dan penyusunan data.

### **BAB IV**

#### **ANALISIS PEMBUATAN PRODUK**

Bab ini berisikan tentang proses pembuatan produkiklan dari mulai langkah pertama sampai langkah pendesaianan akhir

## **BAB V**

### **KEISMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisi kesimpulan dari langkah awal sampai akhir pembuatan produk dan saran-saran yang di maksudkan tiada lain untuk memberikan hasil yang lebih dengan apa yang di harapkan dalam pendesaian iklan tsb dengan berbagai saran-sarannya yang membangun.

- **DAFTAR PUSTAKA**