BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Kerja Praktek

Dalam Tata Krama dan Tata Cara Periklanan Indonesia dinyatakan bahwa "iklan adalah segala bentuk pesan tentang suatu produk yang disampaikan lewat suatu media dan dibiayai oleh pemrakarsa yang dikenal serta ditujukan kepada sebagian atau seluruh masyarakat". Media Iklan saat ini sangat beragam seperti iklan koran, spanduk, dan *flyer* pada media cetak, radio dan televisi pada media elektronik dan iklan di *internet* yang sedang ramai saat ini.

Biaya yang digunakan untuk membuat sebuah iklan tidaklah murah, bahkan bisa dikatakan sangat mahal, meski begitu semua perusahaan baik perusahaan kecil maupun perusahaan besar tetap ingin mengiklankan produk yang dihasilkannya. Hal ini jelas dilakukan karena fungsi iklan untuk sebuah produk dan perusahaan sangat penting. Selain untuk meningkatkan penjualan juga untuk mempersepsikan imej produk dan perusahaan kepada *audience*. Perusahaan-perusahaan besar misalnya bisa mengeluarkan uang milyaran rupiah untuk dapat beriklan di televisi, mereka tidak hanya mengejar penjualan produk yang maksimal tapi juga ingin terus dapat diingat oleh *audience* dengan cara komunikasi iklan yang unik. Tetapi untuk perusahaan-perusahaan kecil yang memiliki keuntungan yang tidak banyak namun tetap berusaha memajukan usahanya, biaya yang dikeluarkan untuk beriklan seringkali menjadi kendala, jangankan untuk beriklan di televisi, beriklan di media cetak seperti koran pun biayanya masih cukup tinggi.

Dari alasan tersebutlah bermunculan tabloid iklan di Bandung, tabloid ini mengkhususkan diri menjadi tabloid iklan karena hanya berisi tentang iklan produk-produk lokal di Bandung. Selain biaya pemasangan iklan yang relatif lebih murah, pihak perusahaan pun bisa meminta desain iklan

untuk produknya sesuai dengan yang diharapkan kepada pihak tabloid. Tapi tetap saja ada kendala dalam pendistribusian tabloid karena tabloid bersifat gratis dan pencetakannya sangat terbatas sehingga tempat distribusipun terbatas, tidak mencakup seluruh wilayah Bandung. Karena satu dan lain hal, tabloid iklan semakin lama semakin berkurang dan yang tersisa diantaranya adalah tabloid iklan Bandung X-po.

Bandung X-po merupakan perusahaan tabloid iklan dari CV. Anak Bangsa yang pendsitribusiannya mencakup wilayah Bandung Selatan, penerbitan tiap edisinya hanya sebulan sekali yaitu pada awal bulan, selain itu Bandung X-po memiliki karyawan khusus untuk mendistribusikan tabloidnya dari rumah ke rumah. Karyawan yang bekerja sebagai desainer biasanya selalu sibuk pada akhir bulan untuk menyelesaikan edisi tabloid. Sebelum akhir bulan biasanya karyawan lapangan menawarkan jasa iklan kepada perusahaan-perusahaan di sekitar Bandung Selatan dan para desainer mendesain iklan non tabloid seperti spanduk, kartu nama, dan lain-lain.

Sebuah iklan erat kaitannya dengan desain. Desain iklan yang baik dan unik akan diingat oleh *audience* dan nantinya akan berpengaruh terhadap tingkat penjualan produk yang diiklankan. Perusahaan-perusahaan besar telah banyak menerapkan penggunaan desain iklan yang dapat mempersepsikan produknya terhadap *audience*. Lalu bagaimana dengan perusahaan-perusahaan lokal yang kebanyakan merupakan perusahaan menengah ke bawah yang memiliki *budget* terbatas untuk membuat sebuah iklan, praktikan melihat sekilas bahwa iklan-iklan produk yang ada dalam tabloid ini hanya sebatas menyampaikan pesan tentang produk atau jasa tanpa ada hal yang membuatnya berkesan atau berbeda dengan produk lainnya yang serupa. Oleh sebab itulah praktikan tertarik untuk melakukan kerja praktek di perusahaan tabloid Bandung X-po.

1.2 Waktu dan Tempat Pelaksanaan Kerja Praktek

Pengajuan surat permohonan pelaksanaan kerja praktek diajukan pada bulan April 2010, dan pelaksanaan kerja praktek itu sendiri dimulai pada :

Waktu	**:**	**03 Mei 2010 – 16 Juni 2010**
Tempat	**:**	**Tabloid Bandung X-po (CV. Anak Bangsa)**
Alamat	**:**	**Jl. Mekar V no . 99 Bandung, Bumi Asri Mekar Rahayu, Bandung.**

BAB II
TINJAUAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Perusahaan

CV. Anak Bangsa pertama kali didirikan pada tahun 2006 oleh 8 orang sahabat diantaranya Bapak Ahmad Wiganda Hakim, SH yang sekarang menjadi pemiliknya. Awalnya perusahaan ini hanya bergerak di bidang jasa pembuatan iklan dan promo di media cetak seperti pembuatan spanduk, *poster, billboard*, dll. Seiring berjalannya waktu kebutuhan akan media promosi terutama dalam media cetak terasa sangat dibutuhkan oleh perusahaan-perusahaan kecil dan promosi dianggap sebagai ujung tombak perusahaan untuk berkembang. Setiap perusahaan memiliki anggaran khusus untuk mempromosikan produk yang mereka hasilkan baik anggaran itu besar atau kecil.

Dari sinilah CV. Anak Bangsa memunculkan ide agar dapat membantu perusahaan-perusahaan kecil untuk membuat media promosi yang digabungkan dalam sebuah media cetak. Karena media promosinya digabungkan otomatis media kertas yang digunakan lebih dari satu lembar dan biaya pembuatan iklannya akan lebih murah. Maka dari itulah CV. Anak bangsa membuat iklan bersama ini dalam satu *bundel* seperti tabloid dan bundel ini dinamakan tabloid Bandung X-Po. Selain biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan-perusahaan pengiklan dapat lebih murah, tabloid ini secara tidak langsung dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan-perusahaan kecil yang ingin maju, diantaranya adalah membangkitkan usaha-usaha kecil disekitar wilayah Bandung selatan agar lebih maju, meningkatkan keuntungan dan penjualan, meningkatkan persaingan secara sehat diantara pengusaha kecil yang nantinya akan meningkatkan kualitas produknya.

2.1.1 Visi dan Misi Perusahaan

- Visi : Dengan membantu perusahaan-perusahaan kecil untuk mempromosikan produknya secara bersama-sama diharapkan akan menunjang pendapatan yang lebih besar dan penjualan produk yang semakin meningkat.

- Misi : Membantu pengusaha kecil agar dapat mengembangkan usahanya dan dengan mengembangnya usaha-usaha kecil maka akan dapat membuka lapangan kerja baru.

2.2 Profil Perusahaan

CV Anak Bangsa merupakan sebuah perusahaan kecil yang bergerak dibidang jasa pembuatan iklan di media cetak maupun internet. *Target market* perusahaan ini adalah perusahaan-perusahaan kecil dan menengah yang letaknya berada di kawasan Bandung khususnya Bandung selatan karena tujuan dari CV. Anak Bangsa adalah untuk membantu pengusaha kecil yang ingin memajukan usahanya dengan cara beriklan. Bandung X-Po adalah nama dari tabloid iklan yang menjadi media beriklan yang dikeluarkan oleh perusahaan ini.

Bandung X-Po telah mengiklankan produk-produk *client*-nya sejak tahun 2006 dan saat ini telah memiliki oplah lebih dari 15.000 exemplar untuk tiap-tiap bulan terbit. Saat ini Bandung X-Po telah banyak memiliki pelanggan tetap selain itu pelanggan Bandung X-Po juga semakin bertambah setiap tahunnya.

Tabloid **BANDUNG X-PO** didistribusikan secara gratis langsung *door to door* ke rumah-rumah di kawasan perumahan di wilayah Bandung Selatan seperti Taman Kopo Indah, Taman Rahayu, Taman Holis Indah, Kopo Permai, Kopo Elok, Kopo Sari, Kopo Mas Regency, Istana Mekarwangi,

Singgasana Pradana, Margahayu Permai, Margahayu Kencana, Taman Cibaduyut Indah, Bumi Asri Mekar Rahayu, Nata Endah, Sukamenak Indah dan area-area lain di sekitar wilayah Kopo.

Penerbitan iklan regional di seputar wilayah yang telah Bandung X-Po lakukan ini, tidak lain adalah untuk lebih mendekatkan para *client* Bandung X-Po dalam hal ini adalah penyedia barang dan jasa kepada para calon konsumennya.

Untuk menunjang segala keperluan *advertising,* Bandung X-Po juga melayani pembuatan alat-alat promosi bagi para pelaku bisnis, dan penyedia segala sarana dan prasarananya.

2.2.1 Arti dari nama Bandung X-Po

“Bandung” adalah tempat dimana perusahaan in berdiri dan di tempat ini pula perusahaan yang menjadi target marketnya berada khususnya Bandung Selatan. Selain itu diharapkan ke depannya Bandung X-Po dapat mengiklankan produk dari perusahaan-perusahaan se-Bandung Raya tidak hanya di Bandung Selatan saja.

Arti kata “X-Po” adalah kata ini berasal dari kata ekspo yang artinya pameran yang bertujuan untuk memperkenalkan/mempromosikan/ mengiklankan suatu produk atau jasa kepada khalayak ramai. Selain itu untuk membuat namanya “komersil” dan mudah diingat dari kata ekspo diubah menjadi kata X-Po.

Jadi dari keterangan di atas, dapat diambil kesimpulan dari namanya bahwa arti dari nama Bandung X-Po adalah media yang dapat memamerkan produk atau jasa suatu perusahaan dalam bentuk lembaran seperti tabloid/koran dan berada di kota Bandung.

.

2.2.2 Logo Perusahaan



Gambar II.1 Logo tabloid Bandung X-Po

2.2.3 Makna Logo

- Bidang : Kotak yang sudutnya *rounded* dapat mengesankan perusahaan yang tidak kaku dan fleksibel dalam menerima *client* yang ingin beriklan beserta keinginannya dalam beriklan.
- Tipografi : Penulisan kata “Bandung” menggunakan huruf *san serif* agar terlihat *modern*, huruf “X” menggunakan jenis huruf *egyptian* yang memiliki kesan kokoh dan “-PO” menggunakan jenis huruf *script* yang mengesankan sifat akrab dengan *client*. Untuk kalimat *tagline* menggunakan huruf serif untuk lebih menguatkan makna dari isi *tagline* tersebut. Untuk penulisan “X-Po” sengaja dimiringkan dan lebih diperbesar dari kata lainnya untuk lebih mengukuhkan bahwa tabloid ini adalah tabloid iklan dan agar lebih menarik perhatian.
- Warna : Penggunaan warna hitam untuk *background* agar mempertegas tulisan Bandung X-Po, warna merah dipakai karena mengesankan Bandung X-Po memiliki semangat dan keberanian dalam bersaing dan terus maju dan warna kuning digunakan untuk menarik perhatian
- *Tagline* : “TEPAT, TERARAH, DAN TERPERCAYA” maksud

dari tagline ini adalah Bandung X-Po merupakan pilihan tepat untuk perusahaan kecil dan menengah yang ingin beriklan karena biayanya terjangkau.
Terarah dalam mencari target market produk yang diiklankan karena mendistribusikan tabloidnya sendiri secara langsung kepada *target audience*.
“Terpercaya”, merupakan tabloid yang dapat dipercaya untuk mengiklankan produk dari perusahaan kecil dan menengah di Bandung Selatan.

2.2.4 Pembagian tugas untuk karyawan

Karyawan yang bekerja di perusahaan CV. Anak Bangsa ini memiliki dua tugas pokok yang dibagi kedalam dua kelompok karyawan tersebut, yaitu:

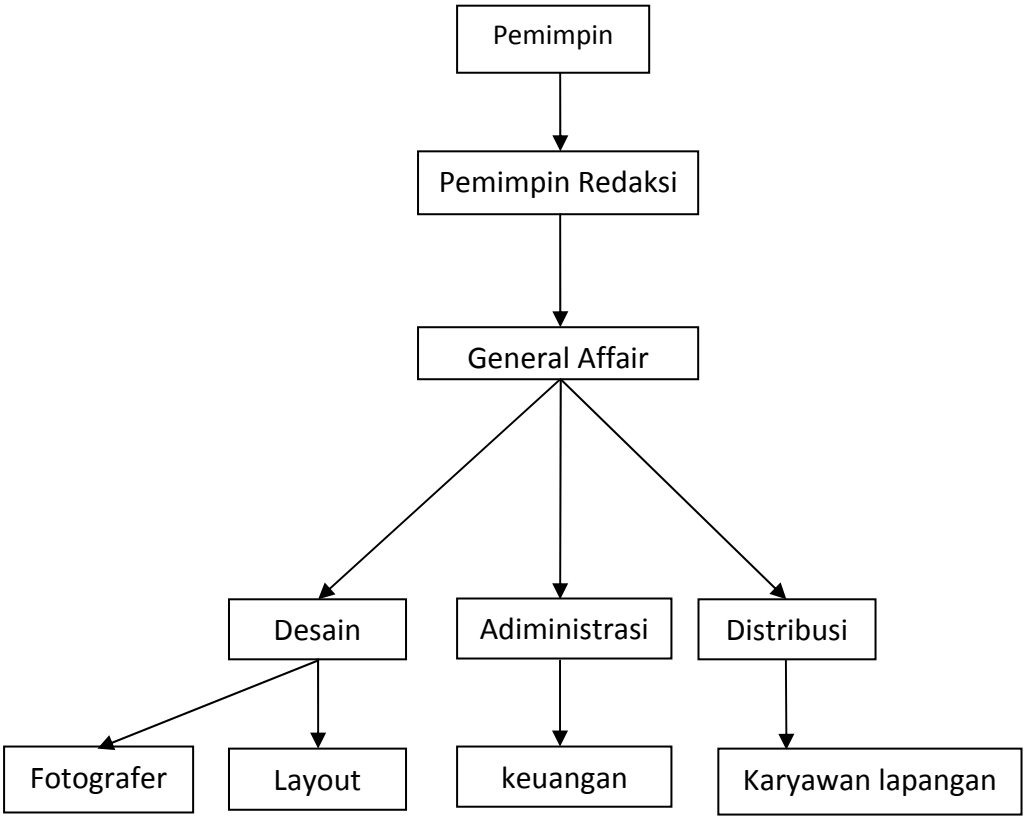
1. Karyawan Lapangan
   Karyawan yang bekerja di lapangan pertama bertugas untuk mempromosikan tabloid Bandung X-Po dan menawarkan pembuatan iklan di dalam tabloid ini kepada perusahaan-perusahaan kecil dan menengah di sekitar wilayah Bandung Selatan, selain menawarkan pembuatan iklan di Tabloid Bandung X-Po karyawan ini juga menawarkan jasa pembuatan Kartu nama dan segala jenis desain komersil yang menggunakan media cetak dan internet. Kedua setelah iklan tabloid Bandung X-Po siap untuk diedarkan, karyawan ini bertugas untuk menyebarkan tabloid ke perumahan-perumahan yang berada di wilayah Bandung Selatan.

2. Desainer
   Para desainer bekerja di dalam perusahaan. Setiap hari mereka mendesain iklan untuk tabloid Bandung X-Po dan desain komersil lainnya. Selain itu mereka juga berpromosi di *internet* dengan

menggunakan *website* resmi sendiri dan menerima serta mengirim desain iklan melalui internet.

Selain kedua kelompok di atas ada juga seorang pekerja yang bekerja mengatur administrasi dan keuangan secara khusus.

- Tabel Struktur Organisasi Perusahaan



Tabel II.1

Bab III

Laporan Kerja Praktek

3.1 Peranan Praktikan Dalam Perusahaan

Selama dua bulan melaksanakan kerja praktek di dalam perusahaan CV. Anak Bangsa ini peranan praktikan adalah sebagai desainer yang ditugaskan untuk mendesain dan mengerjakan konsep pembuatan iklan untuk beberapa klien yang akan menampilkan iklan produknya di Tabloid Bandung X-Po. Selain itu praktikan juga diberi tugas untuk merancang desain kartu nama dan Spanduk untuk sebuah tempat makan.

3.2 Pekerjaan Praktikan Selama Kerja Praktek di Perusahaan

Di perusahaan ini praktikan bekerja mendesain beberapa iklan untuk tabloid Bandung X-Po dan merancang desain kartu nama yang dipesan oleh klien CV. Anak Bangsa. Proses rancangan desain tersebut meliputi pemilihan warna, pemilihan tipografi yang sesuai dengan iklan produk, dan membuat komposisi serta tata letak objek pada iklan yang baik dan mudah dibaca.

3.3 Metode Kerja Praktikan

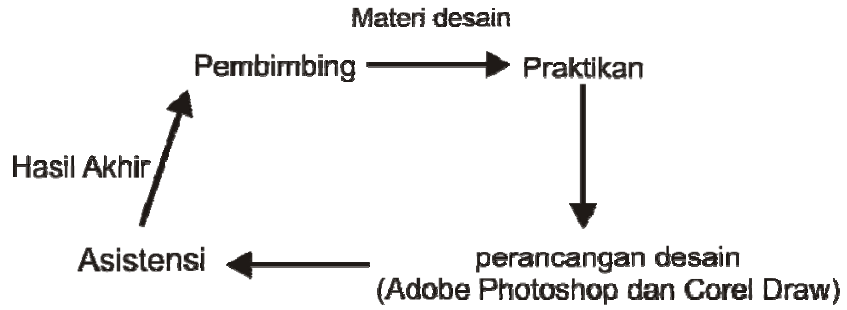
Metode kerja yang diterapkan oleh perusahaan ini untuk pembuatan desain iklan ada dua macam yaitu desain yang konsepnya telah dibuat pihak pengiklan dan desain yang konsepnya diserahkan sepenuhnya kepada desainer. Untuk desain yang konsepnya berasal dari pengiklan desainer hanya mengikuti dan mengerjakan keseluruhan konsep yng diberikan tetapi untuk desain yang belum ada konsepnya, desainer harus membuat beberapa desain yang nantinya diserahkan kepada pihak pengiklan dan pihak inilah yang memilih desain yang ingin dipakainya. Tetapi untuk praktikan yang bekerja praktek di perusahaan ini, praktikan

masih dibimbing oleh pembimbing. Sebelum desain iklan diserahkan kepada pihak pengiklan praktikan harus melakukan asistensi dengan pembimbing.

Metode kerja yang diberikan kepada praktikan untuk desain yang sudah ada konsepnya adalah pertama praktikan diberikan layout dan gambarannya oleh pembimbing, kemudian langsung memasuki tahap pengerjaan, praktikan dibiarkan mengerjakan desain sampai desainnya selesai dibuat, setelah selesai praktikan lalu melaporkan tugas yang telah praktikan buat, selanjutnya pembimbing akan mengoreksi hasil kerja yang telah praktikan buat. Setelah semuanya selesai barulah desain diserahkan kepada pihak pengiklan dan jika pengiklan merasa cocok dengan desain tersebut barulah dilakukan tahap pencetakan.

Metode untuk desain yang konsepnya dirancang oleh desainer, pertama-tama praktikan diberi pengarahan oleh pembimbing, lalu pembimbing menyerahkan bahan gambar yang diperlukan untuk perancangan desain. Setelah itu praktikan dibebaskan untuk membuat beberapa konsep, dengan catatan konsep harus sesuai dengan produk yang diiklankan dan praktikan dibiarkan mengerjakan desain sendiri. Jika praktikan merasa kesulitan pembimbing akan membantu praktikan untuk proses mendesain dan sesekali menegur jika konsepnya ada yang kurang baik. Setelah selesai praktikan melaporkan hasil kerja dan seperti biasa, pembimbing akan mengoreksi hasil kerja tersebut. Selanjutnya desain iklan yang telah dikoreksi diserahkan kepada pengiklan untuk dipilih dan memasuki tahap pencetakan.

- Tabel Metode Kerja Praktikan



Tabel III.1

3.4 Perancangan

Perancangan yang praktikan lakukan hampir sama halnya dengan desainer senior yang bekerja di sana. Hanya saja untuk desainer senior, semua desain yang telah dirancang langsung diperlihatkan kepada *client* untuk selanjutnya dipilih menjadi iklan yang layak tayang. Sementara untuk praktikan, saat mengerjakan semua desain praktikan diawasi oleh pembimbing dan akan dibantu bila menemui kesulitan. Setelah mengerjakan beberapa varian barulah dipilih oleh pembimbing dan selanjutnya diperlihatkan kepada *client*.

3.4.1 Konsep Perancangan

Pihak perusahaan CV. Anak Bangsa telah memiliki standar tersendiri untuk merancang sebuah desain iklan, baik untuk tabloid Bandung X-Po maupun untuk media lainnya. Yang terpenting dalam merancang sebuah iklan media cetak adalah tingkat keterbacaannya yang sangat jelas dan mudah dimengerti oleh semua orang. Pemilihan tipografi dan warna sangatlah penting dalam pembuatan iklan ini. Untuk iklan yang berukuran kecil praktikan hanya diperbolehkan menggunakan *font* yang sangat sederhana seperti *Arial* dan *Calibri*. Untuk iklan yang lebih besar, praktikan lebih dibebaskan untuk memilih *font*, asalkan tetap sesuai dengan produk

yang diiklankan. Untuk pemilihan warna praktikan pun harus berhati-hati, jangan sampai huruf tidak terbaca karena pemilihan warna yang kurang tepat, selain itu warna juga harus sesuai dengan tema iklan yang dirancang oleh praktikan.

3.4.2 Teknis Perancangan

Adapun rancangan desain untuk kartu nama dan desain iklan untuk iklan di tabloid Bandung X-Po yang akan dibuat yaitu pertama praktikan membuat konsep desain terlebih dahulu dan konsep tersebut dikemukakan kepada pembimbing kemudian pembimbing menentukan jenis-jenis desain yang harus dibuat sebelum dimasukan kedalam Tabloid.

Proses perancangan ini meliputi:

1. Pembuatan desain yang langsung dikerjakan dalam software Coreldraw dan Adobe Photoshop. Di tahap ini pembimbing telah menyediakan objek yang akan dikomposisikan menjadi sebuah iklan, jika objeknya belum lengkap, pembimbing menugaskan praktikan untuk mencari objek yang akan di masukan kedalam desain iklan di internet. Kemudian praktikan ditugaskan mengedit objek tersebut dan mengkomposisikannya di dalam iklan

2. Proses asistensi dengan pembimbing. Setelah selesai merancang iklan di dalam software, praktikan melakukan asistensi dengan pembimbing, kemudian pembimbing mengoreksi hasil kerja dan menugaskan praktikan untuk membuat beberapa varian iklan. Di proses ini juga pembimbing menanyakan kesulitan-kesulitan yang praktikan temui saat mengerjakan desain. Setelah itu pembimbing

akan membimbing dan membantu praktikan jika merasa kesulitan saat pengerjaan varian iklan tersebut.

Dalam proses ini praktikan secara tidak langsung mendapatkan pelajaran bagaimana proses kerja desainer di dalam perusahaan dan praktikan juga mendapat pelajaran mengenai penggunaan pengoprasian software yang digunakan secara cepat dan mudah yang penting bagi perusahaan dan desainer sendiri.

- Gambar



Gbr III. 1 Desain Iklan



Gbr III.2 Desain Iklan



Gbr III.3 Desain Iklan



Gbr III.4 Desain Iklan



Gbr III.5 Desain Iklan



Gbr III.6 Desain Iklan



Gbr III.7 Contoh aplikasi iklan pada *website*



Gbr III.8 Contoh aplikasi iklan pada tabloid

BAB IV

KESIMPULAN

Kesimpulan yang praktikan dapat dari pengalaman selama melakukan kerja praktek di CV. Anak Bangsa sebagai desainer adalah bahwa dunia kerja berbeda dengan dunia belajar, meskipun dalam proses pembelajaran yang praktikan dapat di kampus banyak yang mendukung proses kerja tersebut. Contohnya saat belajar software Adobe Photoshop praktikan diajarkan untuk memahami hampir semua tools dan menggunakan tools tersebut agar objek yang praktikan buat bagus dan rapi tetapi tidak terlalu membutuhkan kecepatan. Berbeda dengan di dunia kerja dimana kecepatan dan kerapihan merupakan hal yang tidak bisa dipisahkan dan wajib dimiliki oleh seorang desainer. Setelah membuat beberapa desain, beberapa desainer CV. Anak Bangsa menilai hasil kerja praktikan dan mereka mengatakan bahwa praktikan bisa bekerja sebagai desainer di perusahaan jika praktikan giat berlatih selama enam bulan lagi.

Selain itu kesimpulan yang didapat dari kerja praktek ini adalah konsep desain bagi sebuah iklan sangatlah penting karena desain dari sebuah iklan dapat mempersepsikan produk itu sendiri dan perusahaannya ke dalam pikiran *audience*. Untuk iklan yang ruangnya sempit menurut pembimbing praktikan, unsur seni tidak terlalu penting dalam pembuatan iklan tetapi yang terpenting adalah tingkat keterbacaannya yang jelas agar *audience* dapat membaca dengan mudah. Menurut praktikan unsur desain harus tetap ada tetapi tetap harus memperhatikan tingkat keterbacaan, inilah yang merupakan tugas seorang desainer untuk mengkomposisikan unsur desain sehingga dapat menarik perhatian *audience*.

DAFTAR PUSTAKA

- Soegoto, Eddy. Soeryanto. (2009). *Enterpreneurship Menjadi Pebisnis Ulung*. Jakarta: Gramedia

- Sihombing, Danton. (2003). *Tipografi Dalam Desain Grafis.* Jakarta: Gramedia Pustaka Utama

- Restaty, Niken. (2010). *Modul Pengantar Periklanan* – Universitas Mercu Buana. Jakarta

- Wikipedia. (2007). *Tabloid*. Diakses pada 15 juni 2010. W.W.W : wikipedia.com

LAMPIRAN

a. Surat Pernyataan diterima kerja praktek di CV. Anak Bangsa (photocopy)
b. Surat pernyataan selesai kerja praktek dari perusahaan (photocopy)
c. Lembar daftar hadir kerja praktek (asli)
d. Lembar penilaian dari perusahaan (asli)
e. lembar asistensi laporan kerja praktek (photocopy)