BAB I
PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

Dulu, setelah Perang Dunia II, dunia periklanan menjadi bintang kejora di dunia usaha di Amerika sana. Di Procter dan Gamble, Coca-cola dan masih banyak lagi perusahaan barang-barang konsumsi yang dijual, dan orang-orang periklananlah yang paling menonjol. Bahkan pernah di Hollywod dimana mereka membuat film-film orang-orang periklananlah yang menjadi pahlahwan. Sebuah iklan di acaara TV yang menayangkan sedikit iklan atau promo biasanya akan diperhatikan oleh banyak orang dari pada orang yang menggunakan media lain untuk memperkenalkan produknya, seperti, koran, billboard, majalah dan lain-lain.

Melambungnya volume periklanan itu sendiri seiring dengan merosotnya efektivitas periklanan. Tetapi, harga yang tinggi dan tingkat efeksitas yang lebih rendah tidak mengurangi volume periklanan. Tahun demi tahun pengeluaran periklanan terus melampaui pertumbuhan. Ketika volume periklanan meningkat, pesan-pesan periklanan menjadi ibarat kertas dinding. Dimana-mana dapat kita jumpai baik sewaktu baru bangun dari tidur dan sampai tertidur kembali. "Periklanan," kata Marshall McLuhan, "adalah bentuk seni terbesar abad ke-20". Sejumlah museum-museum besar di seluruh dunia menyimpan koleksi-koleksi iklan permanen. Jaringan televisi mengumpulkan koleksi iklan TV dan menayangkannya sebagai program. RCTI mempunyai *Indonesian Idol*. TransTV mempunyai *Cantik Indonesia*, TPI mempunyai *KDI*, ANTV mempunyai *Peghuni Terakhir*.

Cobalah memasuki kantor setiap biro iklan di dunia dan tempat stasiun televisi dan masih banyak lagi lihat lah dinding-dindingnya. Anda akan mengira sedang berada di sebuah museum seni, disetiap dinding-dinding penuh dengan iklan-iklan
berwarna yang mengesankan dan diberi pigura yang mahal. Dan semua ini merupakan bagian dari seni. Dimana sekarang di Indonesia, telah banyak

universitas yang menyediakan mahasiswanya untuk menyediakan jurusan tersebut yang salah satunya jurusan Desain Komunikasi Visual. Dan jika bekerja untuk biro periklanan, kata yang paling banyak digunakan adalah dalam organisasi itu adalah kata"kreatif"

Dalam periklanan kita biasa membantu hampir dari semua sasaran komunikasi. Karena dengan iklan tersebut dapat membangun kesadaran konsumen. Karena perkembangan teknologi pada saat ini sudah semakin maju, jadi kita bias menggunakan berbagai macam sarana untuk dapat mampublisitaskan hasil kerja kita kepada konsumen. Dan salah satu sarananya yaitu televisi. Dan stasiun televisi yang sudah akrab kita kenal pada saat ini adalah ANTV.

I.2 Maksud dan Tujuan

Maksud dan tujuan dari laporan kerja praktek dimana membuat suatu iklan atau promo pada PT. Cakrawala Andalas Televisi atau yang lebih akrab di telinga yaitu ANTV adalah merupakan sebuah sarana untuk mengenal lebih dalam tentang pembuatan promo tersebut di perusahaan televisi tersebut. Aktivitas untuk mendesain sebuah promo yang layak tayang adalah merupakan suatu kegiatan yang tidak mudah. Untuk meletakkan unsur-unsur tidak hanya dengan asal untuk meletakkan unsur-unsur yang akan di gunakan, dan semua ini haruslah menjalani beberapa tahap dan tampa menghilangi ciri khas dari desain tersebut. Bagaimana *retouch* mengatur komposisi yang pas memasukkan berbagai unsur di dalammya yang mempunyai makna yang hendak di sampaikan. Dan juga bisa mengasah kemampuan atau skill untuk lebih dalam lagi karena ilmu yang di dapat pada waktu perkuliahan belum cukup untuk dunia kerja, juga harus mengenal ilmu yang lainnya karena semua itu berhubungan.

Setalah di anggap cocok dan lalu mengajukan kepada klien untuk di persantasikan dan apa bila siap dan bisa ditayangkannya atau melempar ke pasaran.

I.3 Proses Dalam Pembuatan Hasil Kerja Praktek

Setelah melalui berbagai macam tahap atau prosedur untuk menajukan izin untuk bisa kerja praktek, yang ditempatkan di bagian *promo on air* di salah satu bagian di PT. Cakrawala Andalas Televisi. Disana penulis mendapat banyak bimbingan dan pengarahan yang sifatnya membangun dalam bekerja ditempat tersebut. Disana penulis mendapatkan banyak wawasan yang tidak bisa di dapatkan di bangku perkuliahaan. Untuk menayangkan suatu promo kita harus juga mengerti selera pasar pada saat itu. Disana dituntut untuk bisa bekerja dalam tim. Karena tiap bagian yang kita kerjakan berhubungan dengan yang lainnya, dan untuk itu lah diadakan kerjasama yang matang dalam membuat suatu promo yang layak untuk di tayangkan. Adapun software yang mereka gunakan untuk melakukan kerja yaitu, adobe photoshop, adobe illustrator, adobe after effect,dan velocity. Selama penulis bekerja disana penulis diberi tugas untuk membantu meretouch gambar, membuat sketsa, backgraound, slide show, dan masih banyak lagi.

I.3.1 Proses Pendaftaran dan Pengajuan Kerja Praktek

Dalam pendaftaran tentang pengajuan kerja praktek penulis melakukan survey terlebih dahulu ke berbagai perusahaan, di mana lapangan kerja untuk magang yang cocok bagi penulis. Setelah mencari-cari ke berbagai perusahaan penulis akhirnya mendapat lowongan untuk melakukan kerja praktek, yaitu di PT. Cakrawala Andalas Televisi.

Dimana penulis terlebih dahulu mambuat surat tentang pengajuan untuk melakukan kerja praktek yang berasal dari kampus. Setelah mengirim surat tersebut ke bagian yang menangani bidang tersebut, penulis menunggu panggilan dari kantor tersebut. Setelah mendapat panggilan penulis di nyatakan di terima untuk melakukan kerja praktek di tempat tersebut. Dimana penulis harus terlebih dahulu mengisi pernyataan tentang data-data penulis di selembar kertas mengenai pernyataan kerja praktek di perusahaan tersebut. Kapan dimulai untuk melakukan kerja praktek dan sampai kapan masa habis atau telah melakukan yang dinyatakan selesai melakukan kerja praktek yang kurang lebih 2 bulan.

I.3.2 Proses Awal, Dalam, dan Akhir Kerja Praktek

Dalam melakukan kerja praktek, penulis terlebih dahulu di perkenalkan tentang bagaimana cara kerja staf stasiun televisi. Penulis juga di beri pengarahan-pengarahan mengenai hal-hal yang yang penting dalam membuat suatu karya yang ada sebagian tidak penulis dapatkan di bangku perkuliahan. Penulis juga di ajarkan bagaimana menggunakan program adobe after effect, dan adobe illustrator di mana penulis belum pernah memakai program tersebut.

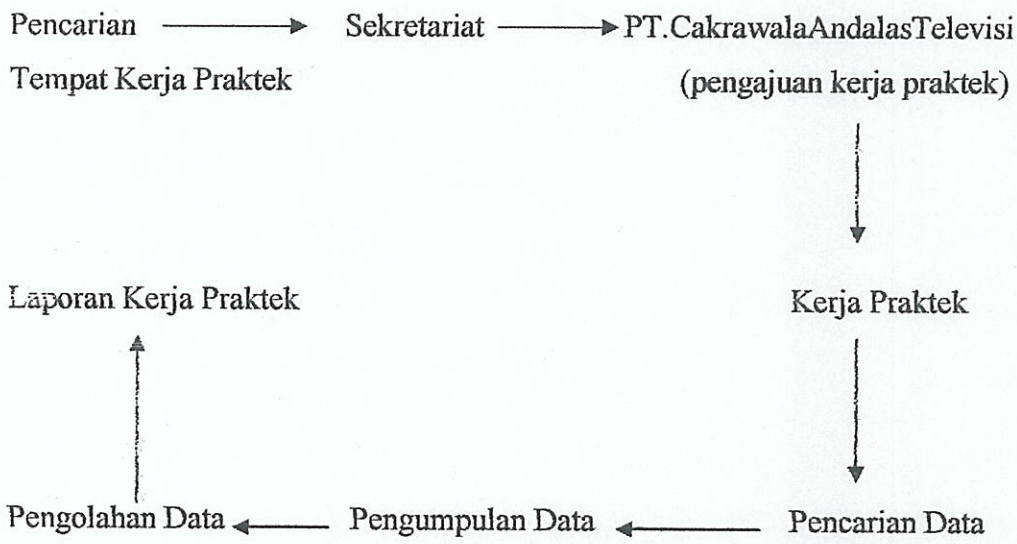
Di sini penulis bekerja untuk membantu pekerjaan mereka, seperti meretouch gambar, membuat slide show untuk acara, membantu membuat sketsa dalam promo "Penghuni Terakhir", dan membantu membuat background untuk acara di bulan Ramadhan, dan masih banyak lagi.

I.33 Proses Pembuatan Laporan Kerja Praktek

Dalam menyusun laporan ini penulis terlebih dahulu mengambil langka-langkah untuk mencari sebuah data yang penulis perlukan. Dalam mencari data tersebut penulis menggunakan langkah-langkah sebagai berikut :

1. *Obsevasi*, yaitu dengan terjun langsung ke lokasi untuk mendapatkan data-data yang penulis butuhkan dalam pembuatan laporan kerja praktek.
2. *Interview*, penulis melakukan Tanya jawab secara langsung kepada salah satu staff yang bekerja di bagian *promo on air* tersebut.
3. *Library Research*, penulis mencarti data-data yang mendukung melalui buku-buku, yang erat atau berhubungan dengan laporan yang penulis buat.

I.3.4 Skema Kerja Praktek



(Gambar I.1 Skema Proses Kerja Praktek)

I.4 Sistimatika Pembahasan

Untuk pembahasannya, laporan kerja praktek ini di susun atas beberapa bab secara terpisah, yaitu :

Bab I

Pendahuluan

Berisi mengenai latar belakang masalah, maksud dan tujuan, proses dalam pembuatan hasil kerja praktek

Bab II

Periklanan

Berisi mengenai tentang gambaran secara umum tentang periklanan tersebut dan pembahasannya.

Bab III

PT. Cakrawala Andalas Televisi

Disini berisi mengenai sejarah perusahaan ini berdiri secara spesifik, visi dan misi, struktur perusahaannya dan jenis pekerjaan apa saja yang bias di terima di perusahaan ini.

Bab IV

Laporan Kerja Praktek

Berisi tentang hasil kerja praktek selama menjalani kerja praktek di PT. Cakrawala Andalas Televisi, dan juga pembahasannya.

Bab V

Kesimpulan

Berisi tentang kesimpulan dan saran selama menjalani kerja praktek.