# BAB I
# PENDAHULUAN

## I.1. Latar Belakang

Di dalam dunia pendidikan, Mahasiswa berperan sebagai pelajar yang menuntut ilmu dalam sebuah lembaga formal, yaitu Perguruan Tinggi, yang masih membatasi ruang lingkupnya di dalam menghadapi tantangan sebenarnya yang kelak akan dihadapi. Walaupun pihak sekolah telah menanamkan semuanya itu melalui Mata Kuliah yang disampaikan dan tugas-tugas yang diberikan, pengajaran tersebut hanya bersifat pendidikan yang tidak memiliki waktu dan kondisi sesungguhnya dari sebuah dunia kerja. Maka dari itu pihak Perguruan Tinggi memberikan kebijaksanaan berupa Kerja Praktek yang dimasukkan dalam salah satu Mata Kuliah wajib yang harus diambil oleh Mahasiswa.

Sesuai dengan kenyataan dalam dunia kerja, Mahasiswa dituntut untuk bisa menyesuaikan kemampuannya dalam menghadapi segala hal yang berurusan dengan semuanya itu dan mengaplikasikannya dengan baik. Bagaimana terjun ke lapangan langsung, kompetisi, pemasaran dan hal-hal lain yang berhubungan dengan bidang ilmu yang digeluti dalam pendidikan pada sebuah Perguruan Tinggi tersebut.

Dalam pembahasan ini, disiplin ilmu yang diambil adalah Desain Komunikasi Visual. Bidang yang tercakup didalamnya sangatlah luas, dan perusahaan-perusahaan yang mengelola bidang ini cukup berperan dalam pemenuhan kebutuhan masyarakat di bidang ini. Advertising merupakan salah satu perusahaan yang membutuhkan kemampuan seorang Desianer Grafis (Desain Komunikasi Visual) di dalam menjalankan usahanya. Promosi yang berhasil sangat menentukan penjulan suatu produk, dan hal ini sangat bergantung pada tangan-tangan Desainer Grafis dalam mengolah visual menjadi suatu karya yang deskriptif dan Persuasif sekaligus mengangkat citra sebuah perusahaan di mata Masyarakat.

Belakangan ini perkembangan Desain Komunikasi Visual di Indonesia cukup bagus. Dan persaingan antar perusahaan Advertising pun cukup ketat, hal

ini wajib dipahami oleh Mahasiswa Desain sebagai calon Desainer, sehingga mereka mampu mengaplikasikan semua itu dalam kondisi yang sesuai dengan lapangan. Bagaimana mengolah suatu Brand, Unique Selling Point, Sistem Promosi dan lain-lainnya dalam dunia kerja.

## I.2. Maksud Dan Tujuan

Dengan memperoleh pengetahuan dalam bidang Desain Komunikasi Visual melalui pendidikan yang diberikan oleh Perguruan Tinggi, seorang mahasiswa belumlah cukup untuk bisa mendeskrifsikan bidangnya dalam kaitannya dengan masyarakat, lingkungan kerja, Klien dan hal-hal lain yang tidak didapat di perkuliahan yang didapatnya selama ini. Maka dari itu, Kerja Praktek yang diterapkan oleh pihak Perguruan Tinggi sangatlah perlu dimana seorang calon desainer harus bisa memahami tempat yang kelak akan dia hadapi. Pengalaman kerja merupakan hal utama yang tidak boleh dilewatkan oleh mahasiswa dalam bekalnya untuk menghadapi dunia kerja nanti. Selain itu Kerja Praktek juga bisa memberikan jalan bagus bagi mahasiswa dalam menerapkan ilmu yang selama ini didapatnya dan bisa mengukur sejauh mana kemampuannya dalam bidangnya sendiri secara praktek.

Ilmu yang didapat dari hasil Kerja Praktek ini diharapkan mampu memberikan pemahaman dari segi pengetahuan dan segi pengalaman, sehingga mahasiswa bisa menangkap gambaran secara nyata melalui suasana dan lingkungan yang pernah didapat itu untuk cukup bisa mengetahui apa yang kelak akan dihadapinya.

## I.3. Proses Dalam Kerja Praktek

Proses dalam Kerja Praktek mengikuti prosedur-prosedur yang ditetapkan oleh Fakultas, tapi ada hal-hal lain yang bersangkutan dengan pihak perusahaan yang harus disepakati seperti jadwal praktek dan ketentuan-ketentuan lainnya. Pihak perusahaan tempat kami melaksanakan kerja prkatek memberikan kebijaksanaan berupa kebebasan dalam kehadiran jika memang tak ada tugas yang

harus dibereskan, Namun tetap dianjurkan untuk selalu hadir pada tiap minggunya.

### I.3.1. Proses Pendaftaran Kerja Praktek

Pada awalnya kami berusaha mencari informasi tentang perusahaan-perusahaan Advertising yang memberikan lowongan Kerja Praktek melalui *yellow page, brosur* dan sumber-sumber informasi lainnya. Setelah beberapa Advertising kami hubungi melalui telephon, dan mendapatkan informasi akan adanya lowongan yang mereka berikan, akhirnya kami mendatangi pihak perusahaan untuk mendapatkan persetujuan dari pihak mereka. Hal ini dilakukan setelah memilah-milah terlebih dahulu untuk memperoleh tempat yang benar-benar sesuai dengan yang diinginkan oleh fakultas dan kami

### I.3.2. Proses Pengajuan Kerja Praktek

Setelah melalui persetujuan pihak perusahaan dan dengan pertimbangan-pertimbangan yang dianggap perlu dari kami dan mereka. Kemudian kami mulai mempersiapkan persyaratan-persyaratan yang mesti dipenuhi dari pihak Fakultas dan perusahaan itu sendiri. Pihak Fakultas memberikan surat izin sekaligus permohonan bagi mahasiswa secara resmi untuk perusahaan, kemudian setelah menerima surat izin tersebut, melalui kami, pihak perusahaan memberikan surat resmi pula sebagai tanda penerimaan mereka atas kami untuk melaksanakan proses Kerja Praktek kepada pihak fakultas selama waktu yang telah ditentukan.

Setelah hal-hal lain selain surat izin, seperti surat absensi dan nilai, disampaikan ke pihak perusahaan, kami melakukan perundingan dengan mereka mengenai jadwal Kerja Praktek dan tugas-tugas yang akan kami dapatkan sesuai dengan keahlian kami masing-masing dan kebutuhan dari pihak perusahaan itu.

### I.3.3. Proses Awal Kerja Praktek

Pada hari yang ditentukan sebagai hari awal kami melakukan proses Kerja Praktek, kami memulai dengan pengenalan terhadap perusahaan, profil perusahaan, bidang-bidang yang digeluti dan proyek-proyek yang sedang mereka

jalankan. Dengan itu kami bisa mengetahui klien-klien mereka, cara kerja mereka dan beberapa hal lain yang berhubungan dengan perusahaan mereka. Selain itu kami juga memperkanlkan tentang disiplin ilmu yang kami geluti, tentang tugas-tugas yang kami dapatkan di perkuliahaan dan kaitannya dengan perusahaan advertising yang mereka miliki tersebut.

### I.3.4. Proses Dalam Kerja Praktek

Berdasarkan ketentuan yang telah kami sepakati, jadwal Kerja Praktek yang kami laksanakan di perusahaan Advertising ini terbatas pada hari-hari tertentu. Pihak perusahaan memanggil kami ketika ada pekerjaan dari klien mereka, kami diberi kepercayaan untuk mengerjakan tugas mereka, dengan pilihan untuk dikerjakan di tempat Kerja Praktek atau dibawa pulang jika diperlukan

Setelah batas waktu yang ditentukan, kami wajib menyerahkan hasil pekerjaan kami kepada pihak perusahaan. Kemudian setelah perusaan *meng-ACC* hasil kerja kami, mereka berhak untuk menggunakan karya kami, setelah mengalami sedikit pengeditan bila dianggap perlu, atau tidak digunakan sama sekali.

Pihak perusahaan juga memberikan hak kepada kami untuk menggunakan fasilitas dari mereka, seperti komputer dan printer yang digunakan untuk pengeditan dan printing untuk hasil karya kami setelah dibawa kembali ke perusahaan.

### I.3.5. Proses Akhir Kerja Praktek

Selama kurang lebih dua bulan lamanya kami melaksanakan Kerja Praktek di perusahaan yang kami tempati, akhirnya kami mulai mempersiapkan hal-hal yang harus segera diselesaikan baik dari pihak perusahaan, seperti tugas-tugas yang belum selesai, maupun dari pihak kami untuk segera mengalihkan pekerjaan ke laporan Kerja Praktek yang mesti kami penuhi sebagai syarat penyelesaian proses Kerja Praktek ini

I.3.6. Proses Pembuatan Laporan Kerja Praktek

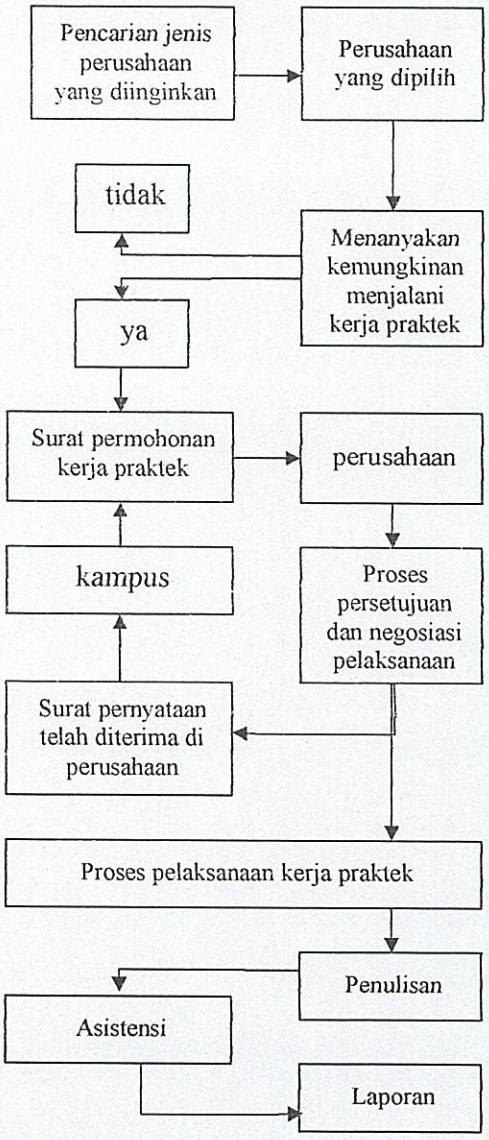
Data-data yang diperoleh selama Kerja Praktek, baik berupa tugas-tugas yang selama ini dikerjakan maupun profil tentang perusahaan tempat kami bekerja, dikumpulkan berikut syarat-syarat yang kiranya belum terpenuhi dalam proses kerja praktek ini untuk bahan laporan yang menjadi kewajiban dalam melengkapi proses Kerja Praktek selama ini

Dalam penyusunan laporan Kerja Praktek ini mahasiswa diwajibkan melakukan ACC pada dosen pembimbing yang telah ditetapkan oleh fakultas sebagai penyempurnaan dalam penyusunan laporan itu sendiri

Sumber-sumber lain juga diperlukan untuk melengkapi pembuatan laporan Kerja Praktek seperti buku-buku tentang Advertising dan buku-buku lain yang berkaitan dengannya sebagai landasan teori dari pembahasan yang ada pada laporan Kerja Praktek ini.

I.3.7. Skema Proses Kerja Praktek

Berikut ini merupakan skema Proses Kerja Praktek yang telah disepakati sebelumnya:




**Bagan 1.1 Skema Proses Kerja Praktek**

## I.4. Sistematika Pembahasan

Adapun Sistematika Pembahasan untuk penulisan Laporan Kerja Praktek ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Membahas tentang latar belakang permasalahan dalam dunia kerja yang belum dialami oleh mahasiswa, sehingga perlu adanya penerapan Kerja Prkatek yang akan memberikan pembekalan yang cukup sebelum memasuki dunia kerja yang sesungguhnya.

Membahas pula tentang proses Kerja Praktek mulai dari permintaan izin pelaksanaan Kerja Praktek, pengerjaan tugas-tugas sampai penyusunan laporan Kerja Praktek.

BAB II TINJAUAN BIRO ADVERTISING

Gambaran-gambaran dan definisi sebuah perusahaan / biro advertising secara umum dan universal, dibahas semua hal-hal mengenai sebuah biro periklanan, bagaimana biro periklanan itu, apa saja kerja biro periklanan berserta tanggung jawab dan wewenangnya, pembagian kerja, hal-hal lain yang berkaitan dengan periklanan dan juga teori-teori yang terkait langsung dengan dunia advertising

BAB III TINJAUAN BIRO ADVERTISING TRIKARSA MULTIMEDIA

Membahas tentang profil perusahaan Trikarsa Multimedia, sejarah berdirinya perusahaan dan semua hal yang berkaitan dengan lingkup kerja serta struktur organisasi dan *Company Profile* perusahaan ini.

BAB IV LAPORAN KERJA PRAKTEK

Laporan tentang kegiatan mahasiswa dalam lingkungan tempat pelaksanaan Kerja Praktek selama dua bulan. Mengenai pekerjaan-pekerjaan yang dilaksanakan yang dibahas secara detil dan mengenai bahasan tentang interaksi dengan pihak perusahaan dalam proses Kerja Prkatek.

## BAB V PENUTUP

Kesimpulan yang dapat diambil dari kerja praktek yang telah dikerjakan, dan juga saran – saran yang mungkin dapat berguna untuk pihak perusahaan.