BAB I
PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang

Dewasa ini perkembangan dunia periklanan semakin semarak, hal ini disebabkan oleh banyak faktor dan tidak dapat dipungkiri bahwa perkembangan dunia industri yang semakin maju sangat mendorong dunia periklanan untuk lebih kreatif dalam menciptakan iklan dimana iklan sendiri sangat berperan sekali dalam memberikan informasi mengenai suatu produk kepada khalayak, iklan sendiri berusaha untuk mempengaruhi khalayak agar mau menerima pesan yang disampaikan dalam iklan tersebut, seperti yang diungkapkan oleh Drs. Liliweri, M.S. dalam buku Dasar-dasar Komunikasi Periklanan "bahwasannya iklan merupakan mahluk yang serba ada di segala tempat, artinya dapat terlihat, terdengar, tertonton dimana saja. Ia terkadang nampak bersikap merayu secaara gombal, dan mempunyai kemampuan menembus situasi dan kondisi yang semula sukar dijangkau ".

Iklan dapat disampaikan dalam berbagai media, baik itu media elektronik ataupun media cetak baik itu pada luar ruangan ataupun di dalam ruangan. Penempatan suatu iklan baik itu pada luar ruang atau di dalam ruang bergantung pada kebutuhan dan target sasaran daripada iklan itu sendiri.

Iklan luar ruang mudah kita temui di berbagai tempat baik di sisi jalan, di halte bus, di lapangan olahraga, ataupun di pusat-pusat perbelanjaan. Iklan luar ruang banyak sekali macamnya, ada yang berbentuk *Billboard, Neon box*, Spanduk, dan sebagainya. Seperti halnya iklan pada media yang lainnya maka dalam pembuatan iklan luar ruang juga banyak hal yang harus diperhatikan agar informasi yang ingin disampaikan dalam iklan tersebut dapat dipahami oleh Khalayak.

Atas dasar pengamatan yang penulis lakukan bahwasannya iklan luar ruang merupakan media iklan yang mudah ditemukan dan sangat efisien. maka dalam melaksanakan Kerja Praktek penulis memilih **Muara Advrtising** sebagai tempat untuk melaksanakan Kerja Praktek lapangan, hal ini dikarenakan **Muara Advertising** merupakan spesialis *outdoor Promotion.*

I.2. Maksud dan Tujuan

Maksud dan tujuan penulis melakukan Kerja Praktek di **Muara Advertising** adalah:

- Untuk mengenal lebih dalam mengenai iklan luar ruang
- Ingin mempelajari mengnai iklan luar ruang
- Ingin mempelajari proses dalam pembuatan iklan luar ruang
- Ingin mengnal dunia kerja secara nyata

I.3. Proses Dalam Kerja Praktek

Mata kuliah kerja praktek berbobot dua sks, dengan ketentuan Mahasiswa melaksanakan kerja praktek di perusahaan selama kurang lebih dua bulan, Melaksanakan mata kuliah kerja praktek tidak terjadwal seperti layaknya mata kuliah yang lain. Pelaksanaan mata kuliah kerja praktek disesuaikan dengan jadwal di perusahaan melalui kesepakatan antara pihak perusahaan dengan Mahasiswa yang melakukan kerja praktek supaya jadwal kerja praktek tersebut tidak bentrok dengan jadwal mata kuliah lainnya yang juga sedang diambil oleh Mahasiswai.

Untuk dapat melaksanakan kerja praktek, terdapat ketentuan yang harus dilalui oleh pihak Perguruan Tinggi dan perusahaan tempat kerja praktek. Dalam ketentuan tersebut terdapat beberapa syarat dan kewajiban yang harus dipenuhi untuk etika dalam dunia kerja. Ketentuan ini berjalan atas aktifitas Mahasiswa, sehingga Mahasiswa dapat dengan leluasa menempatkan diri dimana akan kerja praktek yang sesuai dengan keinginan kemampuan, dan disiplin ilmu yang dimilikinya.

Adapun ketentuan proses tersebut adalah:

a. Proses Awal

Untuk mendapatkan tempat kerja praktek tidaklah mudah karena tidak semua perusahaan mau menerima Mahasiswa untuk melakukan kerja praktek lapangan, untuk itu dalam hal ini penulis menghubungi teman-teman yang sebelumnya telah melakukan Kerja Praktek. Dari sinilah penulis mengetahui informasi mengenai perusahaan-perusahaan mana saja yang dapat menerima Mahasiswa untuk melaksanakan Kerja Praktek

lapangan. Setelah mendapatkan informasi ini barulah penulis menghubungi beberapa perusahaan untuk mengajukan diri melakukan Kerja Praktek. Setelah mendapatkan respon dari beberapa perusahaan tersebut, penulis kemudian mempertimbangkan untuk menentukan pilihan dimana harus melakukan Kerja Praktek lapangan dengan dasar pertimbangan jarak, waktu dan keinginan penulis sendiri. Akhirnya penulis memutuskan untuk melakukan Kerja Praktek di Muara Advertising dengan pertimbangan yang telah disebutkan diatas, untuk memenuhi syarat yang ditentukan baik oleh pihak kampus ataupun pihak Muara Advertising sendiri maka penulis meminta surat pengantar kepada pihak kampus untuk diserahkan kepada pihak Muara Advertising

b. Proses Kerja

Dalam proses Kerja Praktek penulis, melaksanakan segala persyaratan yang telah ditentukan berdasarkan kesepakatan antara penulis dengan pihak perusahaan baik mengenai jadwal dan pekerjaan apa saja yang dapat penulis kerjakan dengan mendapatkan bimbingan dari pembimbing di Muara Advertising dan menerima berkas kehadiran dan penilaian

c. Proses Akhir

Setelah penulis selesai melakukan Kerja praktek sesuai dengan waktu yang telah ditentukan, maka penulis menyusun laporan selama melaksanakan Kerja Praktek dengan mengumpulkan data-data yang didapatkan selama melakukan Kerja Praktek di **Muara Advertising**, baik data mengenai perusahaan ataupun data mengenai proyek apa saja yang dikerjakan selama melakukan Kerja Praktek dan melengkapinya dengan literatur dari buku-buku yang berhubungan dengan *advertising* untuk disusun sesuai dengan sistem yang telah ditentukan oleh kordinator Kerja Praktek di universitas dengan mendapatkan bimbingan dari pembimbing Kerja Praktek di Fakultas.

I.4. Sistematika Pembahasan

Selain penulisan laporan kerja praktek yang berisi tinjauan perusahaan dan penerapan-penerapan ilmu yang didapat dari perusahaan dan Perguruan Tinggi selama kerja peraktek di perusahaan, Mahasiswa juga melampirkan

data-data yang simulatif. Hal ini dilakukan karena selama Mahasiswa melakukan kerja praktek mendapat pekerjaan atau tugas dari perusahaan. Selanjutnya data-data tersebut disusun kedalam beberapa bab :

BAB I Pendahuluan

Berisi tentang latar belakang diadakannya kerja praktek sebagai mata kuliah di Perguruan Tinggi, Maksud dan tujuan mata kuliah kerja praktek bagi praktikan khususnya dalam lingkup Desain Komunikasi Visual, Memaparkan prosedur dalam kerja praktek yang harus dipenuhi dan sistematika pembahasan dalam menyusun laporan kerja praktek. Dalam bab ini penulis juga menjelaskan mengnai alasan-alasan penulis memilih **CV. Muara Advertising** sebagai tempat untuk melaksanakan Kerja Praktek Lapangan.

BAB II Tinjauan Umum Perusahaan

Berisi tentang uraian mengenai badan hukum perusahaan, Devinisi *Advertising* secara umum dan juga menjelaskan mengenai iklan luar ruang

BAB III Tinjauan CV. Muara Advertising

Berisi tentang profil perusahaan, Media cetak, Sejarah singkat perusahaan, Struktur organisasi, Sistem dan jam kerja studio, Skema dan metode program kerja dan Ruang lingkup perusahaan.

BAB IV Laporan Kerja Praktek di Muara Advertising

Berisi tentang peranan praktikan dalam Perancangan Proyek dan Pekerjaan Praktikan yang dilakukan selama kerja praktek di **CV. Muara Advertising.**

BAB V Penutup

Berisi tentang kesimpulan setelah melakukan kerja praktek di **CV. Muara Advertising** dan menyertakan saran agar praktikan dapat menyesuaikan diri dengan suasana lingkungan pekerjaan yang sesungguhnya.