BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kizaru Animanga adalah perusahaan *clothing* yang bertemakan kejepangan di dalam usahanya Kizaru Animanga sering mengadakan promosi diantaranya membuat *event* kejepangan, *mengendors band*, dan menjadi *sponsor* utama dalam suatu *event*, Kegiatan promosi sangat berdampak besar terhadap perkembang suau perusahaan, di zaman sekarang sudah banyak perusahaan yang membuat promosi promosi dengan ide yang unik dan menarik dengan media yang beragam, diantaranya promosi dengan media *internet*

Dan saat ini, media promosi tidak hanya didominasi oleh *website*. Media promosi juga merambah ke jejaring sosial. Menuntut sistem pemasaran yang lebih proaktif dan agresif, langsung ke calon-calon pelanggan potensial.

Selain itu, dengan semakin berkembangnya teknologi *internet* juga semakin mudah dan cepat diakses oleh siapapun dan dari manapun. Kebutuhan *website* yang tidak hanya dapat diakses dari komputer meja (desktop) ataupun laptop, tetapi juga semakin menuntut adaptasinya dengan perangkat-perangkat bergerak (*mobile devices*) seperti *handphone*, *smartphone*, *PDA*, dan *tablet*. Tidak hanya dari sisi konten *website*nya saja yang harus pintar beradaptasi dengan perangkat-perangkat bergerak ini, tetapi juga dari sisi tampilan, kecepatan dan sebagainya. Jadi, memiliki *website* saja belumlah cukup.

perkembangan *internet* sebagai media promosi dan pemasaran produk / jasa semakin terus bergerak maju. Menuntut adaptasi yang cepat dalam hal strategi pemasaran anda di *Internet*. Memiliki *website* saja tidaklah cukup. *Website* yang baik adalah *website* yang mampu beradaptasi dan siap dengan perkembangan *internet* dimasa mendatang.

Sebuah *event* adalah suatu kejadian atau aktivitas yang ada untuk tujuan tunggal dari publikasi media dan berfungsi sebagai informasi untuk kehidupan nyata. Tanpa media, acara tersebut tidak diketahui dan bahkan tidak benar – benar terjadi, sehingga peristiwa yang dianggap “nyata” hanya setelah mereka lihat melalui berita, iklan, televisi, poster dan lain lain. W.W.W: wikipedia.org

Media *video* sangat sesuai dengan *tipe* isi prosedural atau keterampilan, karena *video* dapat menampilkan gerakan dan peserta didik dapat menirukan gerakan dalam waktu hampir bersamaan. *Video* dalam system penggunaannya merupakan sekumpulan komponen yang satu sama lain saling bekerjasama yang pada fungsi akhirnya dapat mengirim suara serta gambar yang bergerak, *video* juga merupakan suatu peralatan pemain ulang (*Play Back*) dari suatu program rekaman baik berupa rekaman *audio* maupun gambar.

J.E Kemp (1985 : 221) mengatakan bahwa *video* dapat menyajikan informasi, mengambarkan suatu proses dan tepat mengajarkan keterampilan, menyingkat dan mengembangkan waktu serta dapat mempengaruhi sikap. Hal ini dipengaruhi oleh ketertarikan minat, dimana tayangan yang ditampilkan oleh media *video* dapat menarik gairah rangsang (*stimulus*) seseorang untuk menyimak lebih dalam.

Secara *empiris* kata *video* berasal dari sebuah singkatan yang dalam bahasa inggris yaitu *visual* dan *audio*. Kata Vi adalah singkatan dari *Visual* yang berarti gambar, kemudian pada kata Deo adalah singkatan dari *Audio* yang berarti suara. Dari penjelasan di atas dapat kita simpulkan pemahaman bahwa *VIDEO* adalah merupakan seperangkat komponen atau media yang mampu menampilkan gambar sekaligus suara dalam waktu bersamaan. Pada dasarnya hakekat *video* adalah mengubah suatu ide atau gagasan menjadi sebuah tayangan gambar dan suara.

1.2 Tujuan Kerja Praktek

Maksud dari dilaksanakannya kerja praktek adalah untuk mengaplikasikan dan mengimplementasikan ilmu pengetahuan yang di peroleh dari pendidikan di bangku perkuliahan dengan pekerjaan nyata yang sesungguhnya di lapangan. Sedangkan untuk tujuan dilaksanakannya Kerja Praktek sendiri adalah :

1. Untuk dapat memahami hal-hal teknis di bidang pekerjaan Desain Komunikasi Visual.

2. Untuk mendapatkan pengalaman dan *soft skill* di perusahaan tempat berlangsungnya kerja praktek agar dapat dijadikan suatu media pembelajaran sejauh mana praktikan dapat mengaplikasikan pengetahuan dan kemampuan yang telah dimiliki.

3. Untuk mengetahui *system* media promosi dari Kizaru Animanga itu sendiri.

4. Untuk membuat Perancangan *video Event Hotaru* Sebagai Media promosi Kizaru Animanga.

1.3 Waktu dan Tempat Pelaksanaan Kerja Praktek

Kerja Praktek dilakukan selama kurang lebih 1 bulan terhitung dari tanggal 25 April 2012 sampai dengan 30 Mei 2012. Waktu kerja praktek disesuaikan dengan jadwal kuliah praktikan, dengan tujuan agar tidak mengganggu kegiatan perkuliahan sehingga waktu kerja praktek dilakukan pada hari Senin, Sabtu dan Minggu.

Kerja Praktek dilakukan di lapangan (*event*) dan tergantung letak *event* tersebut diselenggarakan. Praktikan menyerahkan *asistensi* kepada pembimbing perusahaan di *Outlet* Kizaru Animanga yang beralamatkan di JL. Trunojoyo no 23 Bandung (shop).



Gbr I. 1 Map Kizaru Animanga



Gbr I. 2 Map Kizaru Animanga



Gbr1.3 Karyawan Kizaru di Depan Toko Kizaru



Gbr I. 3 Toko Kizaru Animanga