BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada dasarnya mahasiswa di kampus hanya mendapatkan ilmu yang bersifat teoritis atau untuk jurusan Desain Komunikasi Visual pembelajaran yang bersifat praktik cenderung lebih banyak. Meskipun demikian, semua itu tidak terlepas dari bimbingan para dosen mata kuliah bersangkutan dengan memberi masukan-masukan positif agar karya yang dibuat mahasiswanya menjadi lebih baik.

Berbeda dengan kenyataaan dilapangan, mahasiswa dituntut untuk dapat membuat proses awal hingga akhir pekerjaan terlepas dari bimbingan dosennya dan diharuskan untuk dapat mandiri dalam membuat karya desain komunikasi visual.

Didalam perancangan desain komunikasi visual, selalu tidak terlepas dari unsur tipografi, ilustrasi, fotografi, warna, simbol, titik dan garis agar membentuk suatu pesan, kesan dan makna untuk dikomunikasikan kepada target *audience* dengan tepat sasaran. Maka dari itu, dalam merancang sebuah desain harus adanya studi mendalam terhadap apa yang akan dibuat.

Advertising atau periklanan adalah suatu bagian yang ada pada Desain Komunikasi Visual. Medianya pun berbeda-beda, mulai dari yang berbayar seperti iklan yang ditayangkan di media elektronik yaitu Televisi, Radio, dan Internet. Adapun di media cetak yaitu majalah, koran, tabloid, *billboard*, dan lain sebagainya. Selain yang berbayar, adapun media gratisan untuk beriklan, diantaranya yaitu *flyer*, brosur, pamflet, poster, stiker, dan lain sebagainya.

Billboard adalah bentuk promosi iklan luar ruang dengan ukuran besar. Bisa disebut juga billboard adalah bentuk poster dengan ukuran yang lebih besar yang diletakkan tinggi di tempat tertentu yang ramai dilaluiorang.

Billboard termasuk model iklan luar ruang yang paling banyak digunakan di Indonesia, billboard punya definisi sendiri yaitu reklame yang berbentuk bidang dengan bahan terbuat dari kayu, logam, fiberglas, kain, kaca, plastik dan sebagainya yang pemasangannya berdiri sendiri, menempel bangunan dengan konstruksi tetap dan reklame tersebut bersifat permanen.

Media ini cukup penting untuk sebuah perusahaan agar *audience* tahu minimal nama atau jenis jasa/produk perusahaan tersebut. Maka dari itu, untuk meningkatkan promosi penjualan jasa CV. Megatama dibuatlah *billboard* baru yang sesuai untuk perusahaan.

Dalam proses perancangannya, penulis dituntut untuk mengembangkan desain *billboard* yang sudah ada dengan tampilan baru sesuai kebutuhan dan identitas CV. Megatama yang dihimpun dari informasi berupa data-data perusahaan yaitu *Corporate ID.* Kemudian dari data-data tersebut, dirancanglah desain *billboard* CV .Megatam.a.

Dengan tampilan baru media promosi *billboard* CV Megatama, diharapkan ada suatu perubahan yang baik dimana dapat menarik perhatian *audience* untuk menjadi konsumen jasa periklan CV. Megatama.

1.2 Maksud dan Tujuan

Secara umum, maksud dan tujuan Kerja Praktek ini adalah untuk memenuhi tugas mata kuliah Kerja Praktek dimana mata kuliah ini adalah mata kuliah yang wajib di laksanakan oleh seluruh mahasiswa jurusan Desain Komunikasi Visual, Fakultas Desain UNIKOM untuk menyelesaikan masa studinya yaitu Strata 1 (S-1).

Disamping itu, adapun tujuan khusus dari kerja praktek ini, yaitu :

a. Ingin lebih tahu bagaimana proses merancang suatu desain di perusahaan CV Megatama Advertising
b. Untuk menambah pengalaman dan pengetahuan mahasiswa sebagai seorang desainer di sebuah perusahaan.

1.3 Waktu dan Tempat Pelaksanaan Kerja Praktek

Waktu dan tempat pelaksanaan kerja praktek ini yaitu :

1.3.1 Waktu Pelaksanaan

Tanggal 28 Maret 2012 – 7 Juni 2012

Hari Rabu dan Kamis

Pukul 09.00 – 17.00

Hari Sabtu

Pukul 09.00 – 15.00

1.3.2 Tempat Pelaksanaan

CV. Megatama

Jl. Batik Kumeli No. 80 C

Sukaluyu, Bandung

Telp. (022)2514309 / (022)70801374 / (022)76812616