# BAB I

# PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang Kerja Praktek

Pada jaman *modern* sekarang ini, peranan desain bisa dikatakan sangat penting dalam dunia promosi. Desain bisa digunakan sebagai sarana informasi dan sarana promosi produk yang baik kepada publik.

Setiap perusahaan berlomba untuk memasarkan dan mempromosikan produk yang mereka punyai lewat media-media promosi seperti media cetak dan media elektronik. Disini peranan desainer sangatlah penting. Dimana dituntut untuk bisa kreatif dalam strategi promosi untuk memasarkan produk tersebut agar konsumen dapat tertarik untuk membeli.

Media promosi yang cukup efektif di jaman *modern* ini adalah dengan iklan di televisi. Hal ini di karenakan rata-rata konsumen lebih suka melihat televisi dari pada media cetak. Dengan media promosi ini, biasanya konsumen akan tertarik untuk mencoba. Tapi pemasangan iklan di televisi saja tidak cukup dan masih tergolong mahal, dan alternatif lain yang cukup ampuh adalah dengan memasang iklan di media cetak. Seperti brosur, poster dan media cetak lainnya.

Media cetak bisa dikatakan efektif sebagai sarana promosi, karena mudah terlihat dimana-mana tanpa perlu alat pendukung lainnya seperti televisi yang harus membutuhkan listrik. Para konsumen akan terbiasa untuk melihat, sehingga akan tertanam pada pikiran konsumen kemanapun ia pergi. Desainer sangat berperan dalam hal ini, desainer dituntut untuk kreatif dalam melakukan strategi promosi, agar produk atau jasa yang ditawarkan akan langsung diminati oleh konsumen. PT. GRAMEDIA PUSTAKA UTAMA ini merupakan salah satu bentuk perusahaan yang bergerak di bidang penerbitan buku.

Pelaksaan Kerja Praktek ini selain sebagai syarat perkuliahan juga dapat dijadikan sarana pembelajaran langsung di dunia kerja dan untuk mendapatkan pengalaman kerja. Praktikan memilih PT Gramedia Pustaka Utama sebagai tempat pelaksaan Kerja Praktek di karenakan sangat cocok dengan perkuliahan yang sedang praktikan jalani yaitu desain komunikasi visual. PT Gramedia Pustaka Utama menerima praktikan melakukan Kerja Praktek dikarenakan untuk membantu memberikan ide-ide yang praktikan milik dalam proses promosi yang sedang dilakukan perusahaan.

Hal ini memacu praktikan untuk dapat berkontribusi positif di perusahaan dengan ilmu yang di dapat selama perkuliahan.Selama melakukan Praktek praktikan banyak melakukan diskusi,bertukar pikiran serta melihat tempat pemasangan media promosi. Media-media promosi yang praktikan kerjakan seperti spanduk, banner, *shop front*, desain rak, *standing character, hanging character*.

## 1.2 Waktu dan Pelaksanaan Kerja Praktek

### 1.2.1 Waktu Kerja Praktek

Waktu pelaksanaan kerja praktek berlangsung selama kurang lebih 2 Bulan, terhitung dari mulai tanggal 19 Maret 2012 sampai dengan 28 Mei 2012. Atas kesepakatan bersama praktikan melaksanakan Kerja Praktek setiap hari Selasa, Kamis dan Sabtu, per-minggunya.

Jadwal pelaksanaan kerja praktek tersebut di sesuaikan dengan jadwal waktu senggang kuliah, karena tugas yang di berikan oleh pembimbing Kerja Praktek dapat di kerjakan di luar jam kerja yaitu di rumah sehingga waktu pelaksanaan kerja praktek saat di kantor atau di toko buku hanya di gunakan sebagai untuk asistensi dan diskusi mengenai tugas yang di berikan.

### 1.2.2 Tempat Pelaksanaan Kerja Praktek

Praktikan melaksanakan Kerja Praktek di :

- PT. Gramedia Pustaka Utama
- Gedung Graha Kompas Gramedia Lt.4,Jl.R.E. Martadinata No.46 Telp (022) 4204623, (022) 4262924.

## 1.3 Tujuan Pelaksanaan Kerja Praktek

Tujuan kerja praktek di PT. Gramedia Pustaka Utama adalah selain untuk menjalankan mata kuliah kerja praktek yang didapat praktikan sebagai salah satu mata kuliah yang wajib dilaksanakan, tetapi juga untuk membantu pihak promosi PT.Gramedia dalam pembuatan sarana promosi kepada publik.

Dengan keahlian praktikan dibidang Desain Komunikasi Visual, praktikan membuat beberapa media sarana promosi publik seperti, spanduk, banner, *shop front*, desain rak, *standing character*, *hanging character*. Beberapa media tersebut merupakan sarana promosi yang cukup efektif dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat luas, agar masyarakat dapat tertarik terhadap produk yang di tawarkan maupun publik dapat mendapatkan sebuah informasi.