BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sekarang ini, tingkat resiko keamanan menjadi semakin kompleks. Untuk memenuhi kebutuhan hidup yang semakin mahal, seseorang bisa saja melakukan tindak kriminal untuk mendapatkan apa yang diinginkannya. Ini menyebabkan masyarakat menjadi resah dengan perilaku mereka yang melakukan tindak kriminal. Masyarakat membutuhkan perlindungan akan apa yang mereka miliki,sehingga masyarakat merasa aman dan nyaman karena sudah ada pihak yang melindungi diri atau harta mereka.

Berdasarkan kebutuhan masyarakat akan rasa aman dan nyaman, maka berdirilah perusahaan penyedia jasa keamanan. Dengan berbagai jenis jasa keamanan yang ditawarkan, mulai dari pengamanan pribadi, tempat tinggal, sampai tempat usaha. Ini menjadi persaingan bagi perusahaan penyedia jasa keamanan untuk mendapatkan kepercayaan dari masyarakat untuk menggunakan jasa mereka. Pengetahuan masyarakat mengenai perusahaan penyedia jasa keamanan masih kurang dikarenakan sedikitnya media informasi yang menyediakan informasi mengenai perusahaan penyedia jasa keamanan.

PT. Central Cipta Securindo adalah sebuah perusahaan swasta yang bergerak dibidang jasa pengamanan. Perusahaan ini berdiri sejak tanggal 12 Juni 2008 dan berkantor di kota Bekasi. Sebagai penyedia jasa keamanan yang berdiri sudah cukup lama, perusahaan ini telah menjadi mitra bisnis dalam penyedia personil keamanan di apartment, perumahan, pergudangan, industri, dan tempat usaha.

Dengan berbagai macam jenis jasa pengamanan yang dimiliki perusahaan sejenis, membuat PT. Central Cipta Securindo harus bersaing mendapatkan kepercayaan dari calon konsumen akan jasa yang ditawarkan.

Salah satu cara agar meningkatkan jumlah pengguna jasa keamanan yaitu dengan memudahkan masyarakat mendapatkan informasi mengenai perusahaan ini.

Penyampaian informasi menggunakan media yang mudah diakses oleh t*arget audience* dapat meningkatkan pengetahuan *target audience* akan perusahaan ini. Namun selama 8 tahun berdiri, PT. Central Cipta Securindo belum memiliki media informasi yang cukup memberikan informasi tentang PT. Central Cipta Securindo.

Ini merupakan salah satu faktor penyebab kalah bersaingnya dengan perusahaan sejenis lainnya. Penyampaian informasi kepada calon konsumen menjadi hal yang penting, mengingat persaingan yang semakin ketat dengan perusahaan lainnya.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan, maka dapat diuraikan menjadi beberapa bagian permasalahan, yaitu :

a) Calon konsumen sulit mendapatkan informasi mengenai PT. Central Cipta Securindo.
b) PT. Central Cipta Securindo belum memiliki media informasi yang mudah diakses.
c) Angka kriminalitas yang semakin meningkat.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarakan uraian diatas dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

Bagaimana cara menyampaikan informasi kepada *target audience* mengenai PT. Central Cipta Securindo?

1.4 Batasan Masalah

Dari rumusan masalah yang telah diuraikan diatas, batasan masalah akan difokuskan pada penyebaran informasi mengenai PT. Central Cipta Securindo kepada masyarakat. Penyebaran informasi ini diwujudkan dengan merancang media informasi.

1.5 Tujuan dan Manfaat Perancangan

1.5.1 Tujuan Perancangan

1. Terciptanya media informasi yang tepat dalam usaha memberikan informasi kepada *target audience*.
2. Menarik masyarakat khususnya *target audience* untuk menggunakan jasa PT. Central Cipta Securindo.

1.5.2 Manfaat Perancangan

1. Memberikan informasi kepada *target audience* tentang PT. Central Cipta Securindo.
2. PT. Central Cipta Securindo dapat menjangkau lebih banyak calon konsumen.