

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Teknologi informasi pada tahun-tahun belakangan ini khususnya di Indonesia mengalami peningkatan yang sangat cepat. Manfaatnya pun dapat dirasakan pada berbagai sektor formal maupun informal. Mulai dari intensitas penggunaan internet yang meningkat karena kebutuhan untuk mendapatkan suatu informasi, penggunaan komputer sebagai alat bantu untuk mempermudah pekerjaan, kebutuhan akan sistem informasi yang mempercepat dan membantu pekerjaan yang masih manual, penggunaan perangkat lunak komputer yang sudah banyak tersedia dan juga banyak membantu tugas manusia.

Tidak ketinggalan dunia desain grafis yang bertumbuh selain pengaruh yang besar dari teknologi informasi yang memudahkan mendapatkan informasi apa saja dan dimana saja, keahlian dalam menggunakan perangkat lunak ini sangat menguntungkan, apalagi ditambah dengan bakat seni yang tidak banyak orang mempunyai. Keahlian ini dibutuhkan hampir di semua bidang, hingga bidang pendidikan pun bisa di jumpai tenaga desainer. Iklan yang di pasang di pinggir jalan dengan berbagai media seperti spanduk maupun brosur, dan promosi melalui media koran adalah contoh kecil dari jasa para desainer yang menggunakan perangkat lunak tersebut.

Hasil dari segmentasi pasar tersebut bisa digunakan sebagai salah satu parameter bagi perusahaan untuk melakukan promosi. Dengan adanya penetapan segmentasi pasar maka akan membantu perusahaan menentukan titik-titik strategis dari produk yang akan dipasarkan. Promosi yang tepat guna tentu saja akan memberikan benefit bagi perusahaan sehingga perusahaan tersebut unggul dari kompetitornya. Suatu kegiatan promosi yang dilakukan dikatakan sukses atau tidaknya tergantung dari strategi promosi yang diterapkan.

Strategi pemasaran didefinisikan sebagai analisis strategi pengembangan dan pelaksanaan kegiatan dalam strategi penentuan pasar sasaran bagi produk pada tiap unit bisnis, penetapan tujuan pemasaran, dan pengembangan,

pelaksanaan, serta pengelolaan strategi program pemasaran, penentuan posisi pasar yang dirancang untuk memenuhi keinginan konsumen pasar sasaran. [1] .

Seperti halnya kegiatan pemasaran dan promosi yang dilakukan oleh SMA Negeri 1 Sungailiat dalam mendapatkan calon siswa baru dimana mendapatkan pasokan dari Sekolah Menengah Pertama yang ada. Untuk mendapatkan calon siswa baru dibutuhkan kegiatan pemasaran dan promosi pada Sekolah Menengah Pertama dengan demikian para siswa mengetahui dan tertarik untuk melanjutkan sekolah di SMA Negeri 1 Sungailiat. Proses pemasaran dan promosi pun dilakukan dengan datang ke Sekolah Menengah Pertama yang ada di bangka. penyebaran brosur, pemasangan iklan seperti spanduk, dan membuat sebuah *company profile* yang berisi informasi terkait dengan SMA Negeri 1 Sungailiat. Dari permasalahan yang timbul tersebut, maka penulis ingin memberikan suatu kontribusi bagi SMA Negeri 1 Sungailiat yaitu dengan membuat desain promosi penerimaan siswa baru agar dapat membantu sekolah dalam mempromosikan penerimaan siswa baru.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari uraian pada latar belakang, rumusan masalah yang penulis angkat adalah bagaimana cara mempromosikan keunggulan dari sekolah tersebut dengan membuat media promosi seperti logo, *stand banner* , kalender, spanduk ,brosur dan *company profile* yang semenarik mungkin agar lebih menarik minat calon siswa untuk bergabung di SMA Negeri 1 Sungailiat .

1.3 Batasan Masalah

Agar tidak menyimpang dari pokok pembahasan yang telah ditentukan, maka penulis menentukan batasan masalah yang dibahas antara lain:

1. Membuat media promosi berupa logo, kalender, spanduk, brosur, *stand banner* dengan bantuan *software Corel Draw*.
2. Membuat *company profile* menggunakan aplikasi *adobe premiere*

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk membuat media promosi pada SMA Negeri 1 Sungailiat berupa logo, kalender, brosur, *stand banner*, spanduk dan *company profile*.

1.4.2 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini yaitu :

1. Di harapkan dengan adanya media promosi ini dapat lebih meningkatkan keunggulan dari SMA Negeri 1 Sungailiat.
2. Membantu sekolah dalam membuat media promosi.

1.5 Metode pengumpulan data

1. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data dengan cara mengajukan pertanyaan secara langsung tatap muka yang mana kemudian hasil wawancara tersebut dicatat sehingga dapat dijadikan sebagai data primer.

2. Observasi

Observasi langsung ke lapangan merupakan teknik pengumpulan data dengan cara mengamati objek penelitian secara langsung sehingga dapat memperoleh data yang akurat.

3. Studi Pustaka

Studi pustaka adalah teknik pengumpulan data dengan mengadakan studi penelaahan terhadap buku-buku, litertur-literatur, catatan-catatan, dan laporan-laporan yang ada hubungannya dengan masalah yang dipecahkan. [2]

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan Tugas Akhir ini dibagi menjadi 5 (Lima) bab yaitu sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab 1 ini, penulis menjelaskan hal-hal yang berkaitan dengan penulisan TA (Tugas Akhir) yang berisikan latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, metode penelitian serta sistematika penulisan

BAB II METODE PENELITIAN

Dalam bab ini, menjelaskan tentang jenis penelitian yang dilakukan, sumber data yang digunakan, bagaimana teknik pengumpulan data, serta analisis semua permasalahan yang ada.

BAB III KONSEP PERANCANGAN

Dalam bab ini, menjelaskan mengenai perancangan dan objek penelitian yang berisi konsep desain, dan materi dari objek yang diteliti.

BAB IV IMPLEMENTASI DESAIN DAN MULTIMEDIA

Dalam bab ini, menjelaskan implementasi bentuk desain, berupa gambaran tentang desain yang telah dibuat yang nantinya akan dicetak dalam bentuk nyata.

BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan bab penutup yang menguraikan kesimpulan dan saran, pada bagian ini berisi tentang kesimpulan dari pembahasan serta saran penulis.