



PENDAHULUAN

Latar Belakang

Komunikasi merupakan alat yang sangat penting dalam segala aspek kehidupan manusia. Komunikasi menentukan suatu hubungan antara pribadi dengan orang lain baik itu dalam hal berbicara secara personal ataupun mengemukakan pendapat kepada banyak orang. Komunikasi antara sesama manusia dapat dilihat dalam arti luas seperti interaksi satu kelompok dengan kelompok lainnya. Komunikasi adalah salah satu aktivitas manusia yang dikenali oleh semua orang namun sangat sedikit yang dapat mendefinisikannya secara memuaskan. Komunikasi sendiri memiliki definisi yang tidak terhingga seperti saling berbicara, dan penyebaran informasi.

Iklan sendiri menurut Lee dan Johnson (2011:3) adalah komunikasi komersial dan nonpersonal tentang sebuah organisasi dan produk-produknya yang ditransmisikan ke suatu khalayak target melalui media bersifat massal seperti televisi, radio, koran, majalah, *direct mail* (pengeposan langsung), reklame luar ruangan, atau kendaraan umum. Selain iklan, juga terdapat sales promotion, personal selling, *public relation*, dan *direct marketing*. Namun, iklanlah yang paling banyak digunakan khususnya untuk produk konsumsi. Meskipun tidak secara langsung berakibat terhadap pembelian, iklan merupakan sarana untuk membantu pemasaran yang efektif untuk menjalin komunikasi antara perusahaan dengan konsumen dalam usahanya untuk menghadapi pesaing.

Dengan iklan, khalayak diharapkan dapat memperoleh informasi sebanyak banyaknya dari suatu produk maupun jasa yang diiklankan tersebut. Periklanan memang memiliki kaitan yang erat dengan industri dan perekonomian. Iklan akan mendorong tingkat penjualan suatu produk barang maupun jasa yang membuat industri dari produk jasa maupun barang tersebut tetap berlangsung dan secara umum akan mempengaruhi tingkat perekonomian di negara tersebut. Menurut Vicenovie (2016:12) Iklan pertama-tama ada di Indonesia merupakan warisan dari pemerintah Belanda.

Sejarah periklanan di Indonesia sama tuanya dengan sejarah press. Berdasarkan media yang digunakannya, iklan terbagi menjadi dua yaitu iklan media elektronik dan iklan media cetak. Iklan media elektronik adalah iklan yang menggunakan media berbasis perangkat elektronik seperti: televisi, radio, telepon, dan internet. Kedua media iklan tersebut menggunakan bahasa sebagai alat komunikasi untuk mengungkapkan gagasan, pesan, dan informasi dari sebuah produk kepada konsumen. Tujuan produsen membuat iklan kreatif mungkin untuk menarik perhatian konsumen terhadap produk mereka agar mau menggunakan dan membeli produk tersebut. Untuk tujuan inilah maka iklan perlu memerhatikan penggunaan bahasanya agar pesannya tersampaikan secara efektif dan tepat sasaran.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, rumusan masalah dari topik yang dibahas yakni sebagai berikut:

- 1) Bagaimana proses pembuatan iklan Samsung A13 di MYND STUDIO?
- 2) Apa saja hambatan pada proses pembuatan iklan Samsung A13 di MYND STUDIO dan bagaimana solusi yang dilakukan dalam menghadapi hambatan tersebut?

Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan, tujuan dalam Laporan Akhir ini yaitu:

- 1) Menjelaskan proses pembuatan iklan Samsung A13 di MYND STUDIO.
- 2) Menjelaskan hambatan yang menghambat proses pembuatan iklan di MYND STUDIO dan bagaimana solusi yang dilakukan dalam menghadapi hambatan tersebut.

METODE



Sekolah Vokasi

Lokasi dan Waktu PKL
College of Vocational Studies

Pengumpulan data yang diperlukan untuk membuat tugas akhir ini dilakukan di Kantor MYND STUDIO yang beralamat di Jl. Mujair Raya No. 2 Kecamatan Pasar Minggu, Kota Jakarta Selatan yang terhitung sejak tanggal 2 Februari 2022 sampai dengan 4 April 2022. Waktu pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan (PKL) sesuai hari kerja yaitu Senin hingga Jumat, mulai pukul 10.00-18.00 WIB.

Data dan Instrumen

Data merupakan fakta yang sudah ditulis dalam bentuk catatan atau direkam ke dalam berbagai bentuk media dan sangat penting bagi keperluan penulisan. Data juga sangat penting untuk dijadikan sebagai bahan rujukan dalam menyelesaikan permasalahan dan untuk mendukung hasil observasi yang dilakukan agar sesuai dengan fakta. Jenis data yang dihimpun selama PKL berupa dua jenis data yaitu data primer dan juga data sekunder.

- 1) Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung selama kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) berlangsung. Data primer juga merupakan data utama dan sangat diperlukan bagi kebutuhan penulisan laporan akhir karena terdapat fakta yang diperoleh langsung. Data tersebut berupa informasi dari pembimbing lapangan dan staff di MYND STUDIO sebagai narasumber. Selain itu data primer terdapat juga hasil dari observasi, dan hasil dari proses selama kegiatan praktik kerja lapangan berlangsung.

- 2) Data Sekunder