



PENDAHULUAN

Latar Belakang

Kemajuan teknologi informasi dan internet telah membuka jalan bagi orang untuk menerima informasi dengan mudah dan berinteraksi antara satu sama lain. Kemajuan tersebut dapat memperkenalkan karya atau ide baru sebagai bentuk penyebaran informasi baik dalam bentuk audio, visual, dan juga audio visual. Media sarana teknologi informasi memungkinkan pengguna untuk dapat terlibat dalam proses komunikasi yang dapat membantu memudahkan dalam hal berinteraksi, berkolaborasi, dan juga berbagi. Menurut Mulyana (2016) proses komunikasi dilakukan untuk memudahkan makhluk hidup dalam bertukar informasi, saling memahami, dan saling mengembangkan diri.

Seiring berkembangnya kemajuan teknologi informasi, metode dalam melakukan kegiatan promosi pun turut semakin bervariasi. Tjiptono dan Diana (2015) promosi merupakan elemen bauran pemasaran yang berfokus pada upaya menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan kembali konsumen akan merek dan produk perusahaan. Promosi adalah suatu bentuk kegiatan yang diselenggarakan oleh pihak pemasar yang bertujuan untuk menarik perhatian masyarakat, sehingga tertarik untuk melakukan transaksi seperti yang diinginkan oleh pihak pemasar, agar dalam pelaksanaan program promosi dapat berjalan dengan baik, dan segala sesuatunya harus dipersiapkan dengan matang. Jenis promosi yang dapat dilakukan oleh pihak pemasar dapat terdiri dari media cetak seperti *booklet*, brosur, *teaflet*, poster, dan majalah lalu melalui media elektronik seperti televisi, dan juga radio, dan yang terakhir promosi melalui media *online* yakni media sosial.

Dalam melakukan kegiatan promosi tersebut tentunya pihak pemasar harus memiliki materi promosi yang tepat dan benar yang tentunya dalam proses pembuatan konten promosi tersebut membutuhkan peranan dari desainer grafis. Desainer grafis memegang peran besar dan penting dalam dunia *advertising* dan *marketing* pada suatu perusahaan. Dengan menggabungkan dasar pikiran yang mengkombinasikan antar warna, gambar, titik, garis dan tipografi, seorang desainer grafis dapat menghasilkan suatu konten yang menarik mengenai produk dari perusahaan tersebut. Semakin menarik konten yang dibuat oleh desainer grafis maka semakin besar pula keberhasilan pihak pemasar dalam menginformasikan dan mempersuasi khalayak umum.

PT Graha Harapan Auto Part merupakan sebuah perusahaan modifikasi kendaraan yang melayani modifikasi gardan dan *transference* serta melakukan *upgrade* 4x4 dan 6x6. Produk yang dapat dimodifikasi oleh PT Graha Harapan Auto Part sangat beragam diantaranya adalah produk Hino, Isuzu dan Mitsubishi. PT. Graha Harapan Auto Part mempunyai sosial media *Instagram* dengan nama pengguna @grahaharapanautopart.pt dan *website* resmi.

Dalam melakukan pembuatan konten visual, PT. Graha Harapan Auto Part membutuhkan peran seorang Desainer Grafis, Desainer Grafis mempunyai peran vital sebagai seseorang yang bertanggung jawab dalam segala hal yang berkaitan dengan pembuatan konten promosi yang terdapat unsur-unsur visual di dalamnya. Seorang Desainer Grafis tentunya perlu melakukan beberapa langkah sebelum melakukan pembuatan konten visual yang di bagi menjadi 3 tahap. Proses pembuatan konten yang baik dimulai dari tahap pra produksi, produksi dan pasca



produksi. Hal tersebut bertujuan untuk memperoleh konten yang berkualitas dan dapat diterima oleh khalayak luas.

Dengan adanya seorang desainer grafis, sebuah perusahaan dapat melakukan kegiatan promosi dengan memanfaatkan unsur-unsur visual yang dapat diaplikasikan pada sosial media perusahaan terutama dalam pembuatan konten promosi visual.

Tujuan dari Praktek Kerja Lapangan yang saya lakukan ini ialah mengaplikasikan pengetahuan, keterampilan, dan pemahaman yang sudah didapatkan dari bangku perkuliahan sehingga menghasilkan rancangan media komunikasi visual yang terdiri dari *booklet company profile*, konten media sosial, dan materi promosi bagi perusahaan, dengan melalui proses penyampaian pesan melalui bahasa non verbal dan desain grafis sebagai media pendukung sarannya.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan, maka beberapa rumusan masalah yang akan dibahas dalam Laporan Akhir ini meliputi:

- 1) Bagaimana peran desainer grafis dalam pembuatan konten promosi visual di PT. Graha Harapan Auto Part?
- 2) Bagaimana proses pembuatan konten promosi visual di PT. Graha harapan Auto part?
- 3) Apa saja hambatan dan solusi yang dihadapi desainer grafis dalam proses produksi konten promosi visual di PT. Graha Harapan Auto Part?

Tujuan

Berdasarkan permasalahan yang telah dikemukakan, maka tujuan yang akan dibahas pada Laporan Akhir ini meliputi:

- 1) Menjelaskan Peran desainer grafis dalam pembuatan konten promosi visual di PT.Graha Harapan Auto Part.
- 2) Menjelaskan proses pembuatan konten promosi visual di PT. Graha Harapan Auto Part.
- 3) Menjelaskan hambatan yang dihadapi dan solusi yang dilakukan oleh desainer grafis dalam proses pelaksanaan pembuatan konten promosi visual di PT. Graha Harapan Auto Part.

METODE

Lokasi dan Waktu

Lokasi pengumpulan data untuk mengerjakan Laporan Akhir ini dikerjakan saat pelaksanaan Praktek Kerja Lapang (PKL) di PT Graha Harapan Auto Part yang berlokasi di Jl. Bhayangkara Pusdik Lantas No.46 Pd. Jagung Timur., Kecamatan Serpong, Kota Tangerang Selatan, Banten 15310, kegiatan PKL dilakukan secara hybrid dikarenakan pandemi Covid-19. Pelaksanaan PKL ini dilaksanakan untuk menyelesaikan Laporan Akhir ataupun syarat kelulusan Mahasiswa Sekolah Vokasi Institut Pertanian Bogor. Rentang waktu pelaksanaan pengumpulan data ini adalah 40 hari kerja dan dilakukan dari hari Senin hingga hari Jumat dari pukul 08.00 WIB hingga 16.00 WIB.

