



PENDAHULUAN

Latar Belakang

Komunikasi visual merupakan sebuah rangkaian proses penyampaian kehendak atau maksud tertentu kepada pihak lain dengan penggunaan media penggambaran yang dapat terbaca oleh indera penglihatan. Komunikasi visual menggunakan mata sebagai alat penglihatan. Komunikasi visual mengkombinasikan seni, lambang, tipografi, gambar, desain grafis, ilustrasi, warna dalam penyampainnya (Kusrianto 2007:24). Di dalam era digital saat ini kehadiran desain komunikasi visual sangat dibutuhkan. Sesuai dengan namanya, tujuan komunikasi visual sebagai sarana informasi untuk menunjukkan hubungan antara suatu hal dengan hal yang lain dalam petunjuk, arah, posisi dan skala. Informasi akan tepat apabila dikomunikasikan kepada orang yang tepat, pada waktu dan tempat yang tepat, dalam bentuk yang tepat, dan dipresentasikan secara logis dan konsisten. Simbol-simbol yang sering kita jumpai sehari-hari seperti tanda rambu lalu lintas, simbol-simbol di tempat umum seperti toilet, SPBU, gambar masjid harus bersifat informatif dan komunikatif agar dapat dibaca dan dimengerti oleh masyarakat dai berbagai latar belakang dan kalangan. Tujuan komunikasi visual sebagai sarana promosi untuk menyampaikan pesan, mendapat perhatian dari mata dan membuat pesan tersebut dapat diingat. Iklan billboard di jalan yang kita jumpai seperti iklan *sprite*. Penggunaan gambar dan kata-kata yang diperlukan sangat sedikit, mempunyai satu makna dan mengesankan

Komunikasi antara perusahaan dengan pelanggan atau konsumen menunjukkan kecenderungan yang semakin meningkat. Peningkatan ini tentunya didorong oleh luasnya penggunaan internet di masyarakat. Perkembangan internet yang semakin maju dengan teknologi yang canggih kini mulai melahirkan media sosial yang digunakan tidak hanya untuk mengetahui informasi tetapi juga digunakan sebagai media promosi sebuah produk atau jasa (Morissan 2010:235).

Pada era modern seperti ini akses ke media adalah keharusan bagi masyarakat. Hal ini karena kebutuhan masyarakat terhadap berbagai informasi. Berkat kemajuan teknologi, akses ke media menjadi sangat mudah. Ada berbagai jenis media yang dapat digunakan masyarakat, salah satunya adalah media sosial. media sosial adalah sebuah istilah yang menggambarkan bermacam-macam teknologi yang digunakan untuk mengikitorang-orang ke dalam suatu kolaborasi, saling bertukar informasi, dan berinteraksi melalui isi pesan yang berbasis web. Bermula dari berkirim kabar melalui surat, kini kita dapat memberitahu kabar kepada siapapun kapan saja, di mana saja, dengan menggunakan media sosial sebagai perantaranya. Instagram merupakan salah satu jenis media komunikasi yang digunakan oleh Circa Ideaworks.

Instagram merupakan salah satu media sosial berjaringan internet yang menyampaikan fitur utama berupa postingan foto, video dengan durasi 60 detik, dan *instastory*. Kelebihan ini yang disediakan didalam instagram yang kemudian digunakan oleh perusahaan produk dan jasa sebagai media promosi. Cepatnya informasi yang dibagikan, mudah, dan praktis merupakan nilai-nilai yang disediakan media sosial ini.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang memurnikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

Desain grafis merupakan banyaknya elemen yang divisualisasikan melalui tipografi dengan teknik fotografi atau pun ilustrasi yang diterapkan dalam dua fungsi, yakni perangkat visual dan perangkat komunikasi (Camara 2017:235). Desain grafis merupakan suatu bidang kreatifitas, bagi seorang desainer grafis yang bekerja menghasilkan suatu ide kreatif dengan menggabungkan kata, gambar, pola, bentuk, dan warna. Desain grafis berguna untuk memecahkan masalah komunikasi melalui kombinasi elemen grafis seperti bentuk, garis, warna, dll (Danton Sihombing 2015:5). Efek visual yang diciptakan diharapkan dapat menjadi sarana penyampaian informasi, bahkan dapat membentuk persepsi manusia terhadap suatu hal. Oleh karena itu, kehadiran seorang desainer grafis merupakan bagian penting dari perusahaan. Desain tentunya harus mengikuti perkembangan zaman dan disesuaikan dengan selera pasar, namun bisa juga diminta sesuai dengan tujuan pribadi atau mitra kerja. Desainer grafis semakin dituntut dalam mempengaruhi minat audiens sasaran agar lebih tertarik dengan konten yang dibuat, seorang desainer grafis bertugas mengeksekusi pesan konten secara visual secara kreatif, efektif, dan efisien.

Desainer grafis sudah menjadi profesi tersendiri seperti halnya pelukis, fotografer, pematung, arsitek. Namun yang perlu ditegaskan adalah desainer grafis bukanlah seorang seniman murni seperti halnya pelukis yang berkarya atas kemauannya sendiri. Desainer grafis bekerja berdasarkan *brief* yang disampaikan oleh mitra kerja. Desainer grafis bekerja menggunakan alat komunikasi untuk menyampaikan informasi kepada audiens, komponen utamanya adalah teks dan gambar (Rahmat priyono 2020:10). Desainer grafis juga mampu mengubah komunikasi verbal menjadi komunikasi visual. Konsep dari komunikasi visual yaitu memadukan unsur-unsur dari desain grafis, seperti kreativitas, estetika, efisiensi, komunikasi untuk menciptakan suatu media yang dapat menarik perhatian, bahkan menciptakan media komunikasi yang efektif agar diapresiasi oleh komunikan atau audiens.

Iklan sebagai segala bentuk komunikasi nonpersonal berbayar, tentang sebuah organisasi produk, jasa, atau ide oleh sponsor yang terindikasi. Metode Promosi yang diminati di era sekarang ini adalah media sosial, memiliki potensi yang besar berdasarkan semakin bertumbuhnya pengguna internet dan media sosial (Baskoro 2008:234). Hal ini penulis harap dapat menjadi peluang besar di industri *brand* kecil maupun besar.

Proses produksi desain grafis ini terdiri dari beberapa tahap yaitu, pra produksi, produksi, pasca produksi. Laporan akhir ini akan membahas secara lebih lanjut bagaimana proses produksi desain grafis sebagai media informasi dan promosi di Circa Ideaworks, serta hambatan-hambatan dalam proses pembuatan desain grafis di Circa Ideaworks.

Rumusan Masalah

Desain grafis memiliki fungsi yang penting sebagai alat untuk informasi dan komunikasi visual. Berdasarkan uraian dari latar belakang di atas, maka masalah yang akan dibahas yaitu:

- 1) Bagaimana proses produksi desain grafis dalam media sosial sebagai media informasi dan promosi di circa ideaworks?
- 2) Apa saja hambatan dan solusi yang dihadapi desainer grafis di circaideaworks dalam proses produksi desain grafis?



Tujuan

Berdasarkan uraian dari perumusan masalah di atas, dapat dirumuskan beberapa tujuan penulisan laporan akhir ini, yaitu:

1. Menjelaskan Proses Produksi Desain Grafis Dalam Media Sosial Sebagai Media Informasi Dan Promosi di Circa Ideaworks.
2. Menjelaskan hambatan dan solusi yang dihadapi desainer grafis di circa ideaworks dalam proses produksi desain grafis.

METODE

Lokasi Dan Waktu

Lokasi pengumpulan data dilakukan pada saat Praktik Kerja Lapangan (PKL) di Circa Ideaworks berlokasi, Graha Sumartadinata, Jalan Ciputat Raya No.102, RT.13/RW.1, Kebayoran Lama Selatan, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan, Jakarta. PKL ini dilaksanakan dalam kurun waktu dua bulan terhitung mulai tanggal 21 Februari 2022 sampai dengan 28 April 2022, dengan waktu kerja lima hari dalam seminggu yaitu pada hari Senin sampai dengan Jum'at dari tanggal dimulai pada pukul 08.00 – 17.00 WIB.

Data dan Instrumen

Data dan instrumen merupakan dua hal yang digunakan untuk menjawab permasalahan yang ada. Data yang digunakan dalam laporan akhir ini, terdiri atas data primer dan data sekunder.

1) Data Primer

Data primer adalah informasi yang dikumpulkan langsung dari sumbernya dengan metode wawancara dan observasi. Data primer yang diperoleh penulis menjalani Praktik Kerja Lapangan (PKL) adalah informasi mengenai proses produksi desain grafis *brand* Ichitan sebagai media informasi dan promosi di circa ideaworks dimulai dari pra produksi, produksi, hingga pasca produksi.

2) Data Sekunder

Data sekunder adalah informasi yang telah dikumpulkan dan diperoleh dari pihak lain. Data sekunder diperoleh dari data internal, yakni data yang tersedia di tempat kegiatan proses produksi kegiatan, seperti profil perusahaan, referensi buku, dan studi pustaka. Instrumen yang digunakan adalah daftar pertanyaan yang digunakan untuk melakukan wawancara serta alat pendukung lainnya seperti laptop, *handphone*, alat tulis, dan kamera untuk proses dokumentasi.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam menyelesaikan Laporan Akhir ini dilakukan melalui beberapa cara sebagai berikut:

1) Wawancara

Data yang dikumpulkan adalah data primer. Data tersebut diperoleh langsung dari sumber. Metode ini dilakukan melalui wawancara dengan sumber di lapangan terkait dengan penulisan laporan. Metode wawancara dapat berupa diskusi serta melakukan tanya jawab dengan pembimbing lapangan, *copywriter*, dan CEO di Circa Ideaworks.