

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Komunikasi massa merupakan salah satu jenis komunikasi yang erat kaitannya dalam kehidupan masyarakat, menurut Cangara (2016) komunikasi massa dapat didefinisikan sebagai proses komunikasi yang berlangsung dimana pesannya dikirim dari sumber yang melembaga kepada khalayak yang sifatnya massal melalui alat-alat yang bersifat mekanis seperti radio, televisi, surat kabar, dan film. Pada dasarnya komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa.

Seiring berkembangnya zaman, media massa tidak hanya sebatas surat kabar, majalah, radio ataupun televisi, mulai dikenal adanya media massa baru atau biasa disebut *new media*. *New media* merupakan pengistilahan untuk menggambarkan karakteristik media yang berbeda dari yang telah ada selama ini. Media seperti televisi, radio, majalah, koran digolongkan menjadi media lama atau *old media*, dan media internet yang mengandung muatan interaktif digolongkan sebagai *new media* (Watie, 2016)

Kemampuan interaktif ini dimiliki oleh media sosial seperti Facebook, Line, twitter, Whatsapp, Instagram, dan lain-lain. Menurut Arviani dan Koswara (2019) Instagram memiliki fitur yang sedikit berbeda daripada jejaring sosial lainnya, yaitu memiliki fitur utama untuk berbagi foto, video, dan gambar. Berbeda dengan Facebook yang bisa mengunggah tulisan tanpa foto, Instagram merupakan jejaring sosial yang tidak dapat mengunggah tulisan saja, namun harus menggunakan foto di setiap unggahannya. Instagram sendiri merupakan media sosial yang banyak digunakan untuk aktivitas bisnis karena karena jumlah penggunanya yang sangat banyak. Pengguna Instagram di Indonesia sendiri mencapai kurang lebih 59 juta pengguna, dan didominasi oleh umur 18-24 tahun sebanyak 37,7 persen (Pertiwi, 2019).

PT. Gramedia merupakan salah satu perusahaan yang menggunakan media sosial Instagram untuk kepentingan bisnis tersebut, khususnya oleh HRD *Departement* dalam proses rekrutmen. Proses rekrutmen sendiri merupakan salah satu bagian terpenting dalam manajemen sumber daya manusia. Untuk menarik para pencari kerja, penggunaan strategi yang efektif dalam proses rekrutmen merupakan hal yang paling penting bagi industri untuk mendapatkan calon tenaga kerja yang bermutu. Iklan lowongan pekerjaan adalah strategi yang efektif karena dapat menyaring calon tenaga kerja yang sesuai dengan indikator kompetensi yang dibutuhkan oleh industri (Kim, 2013). HRD *Departement* memiliki akun Instagram dengan nama akun @joinwithgoman dan tujuan utamanya yaitu untuk mengunggah iklan lowongan pekerjaan secara berkala.

Instagram merupakan media sosial yang mengedepankan aspek visual. Agar informasi yang ingin disampaikan dapat tersampaikan dengan baik dan efektif, ilmu desain komunikasi visual berperan penting dalam hal ini. Desain komunikasi visual sendiri merupakan seni dalam menyampaikan informasi atau pesan dengan menggunakan bahasa rupa atau visual yang disampaikan melalui media berupa desain. Desain komunikasi visual bertujuan untuk menginformasikan, mempengaruhi, hingga mengubah perilaku target (audience) sesuai dengan tujuan yang ingin diwujudkan. Untuk mencapai tujuan yang diinginkan maka harus melalui sebuah proses. Proses desain pada umumnya memperhitungkan aspek

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.

fungsi, estetika, dan berbagai aspek lainnya, yang datanya didapatkan dari riset, pemikiran, *brainstorming*, maupun dari desain yang sudah ada sebelumnya (Anggraini dan Nathalia, 2018).

Sebelum iklan lowongan pekerjaan diunggah di akun Instagram, tentunya HRD *Departement* harus melalui beberapa tahapan mulai dari proses pembuatan konten, proses desain sampai akhirnya siap untuk diunggah di Instagram. Maka dari itu proses desain merupakan salah satu proses yang penting agar tujuan dari diunggahnya iklan lowongan pekerjaan dapat tercapai tepat sasaran.

Rumusan Masalah

Permasalahan yang menjadi bahan laporan akhir ini telah dirumuskan sebagai berikut:

Bagaimana proses pembuatan desain iklan lowongan pekerjaan untuk Instagram HRD *Departement* di PT. Gramedia?

Apa saja hambatan yang dihadapi selama proses pembuatan desain iklan lowongan pekerjaan untuk Instagram HRD *Departement* dan apa solusi dalam menghadapinya?

Tujuan Penulisan

Berdasarkan uraian latar belakang, maka tujuan penulisan pada laporan akhir adalah sebagai berikut:

Menjelaskan bagaimana proses desain iklan lowongan pekerjaan untuk Instagram HRD *Departement* di PT. Gramedia

Menjelaskan apa saja hambatan yang dihadapi selama proses pembuatan desain iklan lowongan pekerjaan untuk Instagram HRD *Departement* dan solusi dalam menghadapinya.

METODE

Lokasi dan Waktu

Lokasi pengumpulan data untuk melengkapi laporan akhir dilakukan di PT. Gramedia - *Group of Manufacture* yang berlokasi di Gedung Kompas Gramedia Unit II, Jl. Palmerah Selatan No. 22-28, Jakarta 10270. Proses pengumpulan data untuk laporan akhir ini dilaksanakan selama 40 hari kerja, terhitung dari tanggal 20 Januari sampai dengan 16 Maret 2020 dan dilakukan pada hari Senin sampai dengan Jumat mulai pukul 07.30 -16.30 WIB.

Data dan Instrumen

Data yang digunakan dalam menyusun laporan ini berupa data primer dan data sekunder :

Data primer adalah data atau informasi yang diperoleh secara langsung dari sumbernya. Data primer didapatkan dari hasil observasi, dan partisipasi secara langsung di HRD *Departement*. Selain itu, data primer diperoleh melalui proses wawancara dengan pembimbing lapangan dan beberapa karyawan selama kegiatan PKL. Adapun data yang diambil yaitu proses desain iklan lowongan pekerjaan, tugas HRD *Departement*, kendala yang dialami dan data pendukung lainnya.