



PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pesatnya kemajuan teknologi tidak bisa dipungkiri semakin memajukan manusia, contohnya dalam hal berkomunikasi. Interaksi yang terjadi dengan adanya bantuan teknologi menjadi semakin mudah dan beragam. Menurut Williams dan Sawyer (2007:3) teknologi informasi didefinisikan sebagai teknologi yang menggabungkan komputer dengan jalur komunikasi kecepatan tinggi, yang membawa data, suara, dan video. Teknologi informasi dan telekomunikasi saat ini menjadi trend kehidupan setiap individu, tiap saat, tiap waktu dan tiap detik manusia memanfaatkan teknologi. Kegiatan mulai dipermudah dengan berbagai kemudahan yang ditawarkan, mulai dari komunikasi, informasi, transaksi, edukasi, hiburan sampai pada kebutuhan pribadi sekalipun dapat terlayani dengan teknologi.

Manusia pada umumnya senantiasa berinteraksi dengan manusia lainnya dan dengan perkembangan teknologi, penyampaian informasi terasa lebih mudah dilakukan kapanpun dan dimanapun. Informasi menjadi salah satu kebutuhan dasar bagi individu maupun khalayak untuk tetap terhubung satu sama lain. Banyak media yang memberikan pelayanan untuk dapat bertukar informasi dan menyampaikan pesan, salah satunya adalah media sosial.

Media sosial merupakan saluran komunikasi yang memudahkan penggunaannya dalam menyampaikan pesan. Pesan disini bisa dalam bentuk lambang-lambang pembicaraan seperti kata, gambar, maupun tindakan. Menurut Brogen C, (2010:11) media sosial adalah alat baru komunikasi masa kini yang tidak terpaku pada satu teknik komunikasi melainkan dapat di kolaborasikan dengan banyak fitur lainnya. Media sosial memiliki kekuatan sebagai saluran komunikasi untuk mempengaruhi khalayak. Kemampuan media sosial dalam melipatgandakan pesan-pesan mempunyai dampak terhadap berubahnya perilaku komunikasi.

Media sosial saat ini sudah semakin banyak yang memanfaatkannya untuk kegiatan sehari-hari. Tidak hanya untuk kegiatan komunikasi blog, forum atau aktivitas yang lain, namun media sosial juga dapat digunakan untuk kegiatan yang bersifat komersial, bisnis, dan dapat menghasilkan keuntungan di dalamnya. Banyak instansi atau perusahaan yang memanfaatkan media sosial untuk memberikan informasi kepada konsumennya. Menurut Nasrullah dalam jurnal Ahmad Setiadi yang berjudul "*Pemanfaatan Media Sosial untuk Efektifitas Komunikasi*" (2016:1-2), Media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain dan membentuk ikatan sosial secara virtual.

OCA Indonesia memanfaatkan media sosial Instagram untuk mempublikasikan program-programnya. OCA Indonesia memanfaatkan Instagram karena dinilai sebagai salah satu sosial media yang paling populer, terutama bagi pengguna internet di Indonesia. Aplikasi tersebut memiliki kelebihan fitur yang terletak pada instagram story, feed, dan IG TV. Fitur tersebut dapat dimanfaatkan

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 menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

untuk menjangkau konsumen agar mengetahui berbagai program yang dimiliki OCA Indonesia.

OCA Indonesia merupakan perusahaan hasil inkubasi dari PT Telkom Indonesia yang bergerak dibidang digital informasi. OCA Indonesia dibangun sejak Desember 2017 dan baru di komersialkan oleh TelkomGroup pada tahun 2020 lalu. Agar konten yang dipublikasikan di sosial media dapat berjalan, setiap perusahaan membutuhkan divisi desain grafis untuk membuat desain agar pesan tersampaikan kepada konsumen dengan visual yang menarik. Desainer grafis memiliki tugas dan fungsinya, dengan kata lain seorang desainer grafis merupakan seorang komunikator visual yang menciptakan konsep visual secara manual atau dengan menggunakan *software* komputer. Mereka mengomunikasikan ide-idenya untuk menginspirasi dan menginformasikan lewat seni visual yang termasuk gambar, tulisan, dan juga grafik.

Divisi desain grafis OCA Indonesia berperan untuk membuat kebutuhan desain yang akan di tujukan kepada target pasar. Salah satu tugas nya adalah membuat desain konten publikasi sosial media. Dalam membuat desain tersebut ada beberapa tahapan yang harus dilakukan agar desain sesuai dengan target pasar. Peran divisi desain grafis dalam proses produksi konten media sosial instagram menjadi latar belakang dalam laporan akhir ini. Proses produksi konten media sosial instagram meliputi pra produksi, produksi, dan pasca produksi.



Rumusan Masalah

Beberapa rumusan masalah yang akan dibahas dalam Laporan Akhir ini adalah:

- 1) Apa yang dimaksud aplikasi OCA (Omni Communication Assistant) pada program Digital Amoeba?
- 2) Bagaimana peran divisi desain grafis dalam produksi konten media sosial instagram OCA Indonesia?

Tujuan

Beberapa rumusan masalah yang akan dibahas dalam Laporan Akhir ini memiliki tujuan diantaranya:

- 1) Mendeskripsikan aplikasi OCA (Omni Communication Assistant).
- 2) Menjelaskan peran seorang desain grafis dalam proses produksi konten media sosial instagram OCA Indonesia.

METODE

Lokasi dan Waktu

Laporan akhir ini disusun berdasarkan data yang diperoleh selama melakukan kegiatan praktik kerja lapangan yang dilaksanakan di OCA Indonesia. Berlokasi di Jl. Kebon Sirih No.36, RT.11/RW.2, Gambir, Kecamatan Gambir, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta. Pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan