

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Media merupakan alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak. Ada beberapa pakar psikologi memandang bahwa dalam komunikasi antarmanusia, maka media yang paling dominan dalam berkomunikasi adalah pancaindera manusia seperti mata dan telinga. Pesan – pesan yang diterima oleh pancaindera selanjutnya diproses oleh pikiran manusia untuk mengontrol dan menentukan sikapnya terhadap sesuatu, sebelum dinyatakan dalam tindakan..

Media menawarkan berbagai manfaat kemudahan dalam hal mencari berita/informasi, bergaul dan berbisnis ini, sudah menjadi sahabat terbaik bagi masyarakat. Melalui media *online* masyarakat dapat dengan mudah mengakses informasi baik dari dalam negeri maupun luar negeri. Semua itu mudah dapat diakses dengan cepat tanpa membutuhkan biaya yang mahal. Media *online* menawarkan sebuah kesempatan berkomunikasi yang mampu menembus ruang dan waktu.

Berbagai informasi dan berita yang menjadi pembicaraan terhangat dari segala penjuru, dapat di akses dengan daya kerja media *online*. Dalam sebuah media *online* yang lingkupnya perusahaan dibutuhkannya sebuah aktivitas pemasaran dan kegiatan lainnya dalam mendukung kinerja perusahaan misalnya dalam kegiatan *partnership*. Media *online* sekarang ini telah menjelma sebagai media yang bukan hanya memberikan berita terupdate saja tapi banyak yang sudah mengadakan acara-acara bergengsi untuk meningkatkan sebuah kualitas media *online* tersebut. Membentuk informasi tersebut dengan cara sedemikian rupa sehingga pada akhirnya tercipta suatu rasa saling pengertian yang mendalam.

Komunikasi merupakan salah satu unsur utama dalam segala kegiatan kehidupan manusia, baik secara pribadi maupun kelompok. Komunikasi sangat erat kaitannya dengan segala aspek kehidupan, sehingga setiap perubahan penting yang terjadi pada komunikasi akan memiliki pengaruh, dampak dan implikasi pada

keseluruhan kehidupan manusia dan masyarakat, tidak terkecuali pada pranata dan lembaganya.

Dari penjelasan di atas, dapat disimpulkan komunikasi merupakan interaksi manusia yang dilakukan secara sengaja atau pun tidak sengaja dengan maksud untuk bertukar informasi dan membentuk informasi yang tidak terbatas pada bentuk komunikasi verbal saja, namun juga bisa lewat dalam bentuk ekspresi muka, seni, musik, lukisan, dan teknologi.

Atas, berdasarkan proses dan tujuan yang ingin dicapai, komunikasi juga dapat terbagi menjadi dua, yaitu komunikasi personal dan komunikasi massa. Komunikasi personal berarti komunikasi yang dilakukan secara langsung dan antara dua individu. Sedangkan komunikasi massa mengarah kepada proses komunikasi yang lebih besar dengan menggunakan media massa dengan tujuan agar penerima pesan secara serempak atau massa dapat menangkap maksud yang disampaikan oleh komunikator. Komunikasi massa memiliki efek-efek tertentu yang dapat dirasakan oleh masyarakat luas yang umumnya diharapkan dapat merubah pola pikir dan perilaku masyarakat yaitu efek kognitif, efek afektif dan efek konatif.

Efek kognitif adalah efek dan akibat yang ditimbulkan pada diri komunikan yang sifatnya informatif bagi dirinya. Efek afektif sebagai efek yang berkadar lebih tinggi dibandingkan efek kognitif. Sedangkan efek konatif adalah efek komunikasi yang bersangkutan dengan niat, tekad, upaya, usaha yang menjadi bagian dari komunikasi yang disampaikan. Efek ini tidak langsung timbul, namun timbul setelah efek kognitif dan efek afektif terpenuhi. Dalam menyampaikan suatu komunikasi massa, peranan yang penting dalam prosesnya adalah suatu media massa.

Untuk mencapai tujuan dari media promosi yang telah disebutkan diatas, tentu juga tidak terlepas dari desain. Suatu promosi dapat menjadi lebih efektif jika dilakukan dengan desain-desain yang mendukung daya tarik dari promosi itu sendiri. Secara umum, definisi desain adalah bentuk rumusan dari proses pemikiran pertimbangan dan perhitungan dari desainer yang dituangkan dalam wujud gambar. Namun disisi lain, desain juga dapat didefinisikan secara khusus, dimana desain

adalah sesuatu yang berkaitan dengan kegunaan atau fungsi benda dan ketetapan pemilihan bahan serta memperhatikan segi keindahan.

Desain juga terbagi menjadi beberapa jenis desain, yaitu desain struktur yang merupakan perwujudan dari suatu benda yang terdiri dari unsur-unsur desain diantaranya susunan garis, bentuk, ukuran, warna tekstur dan nilai gelap terangnya. Sedangkan jenis desain yang lain adalah desain hiasan yang mempunyai tujuan untuk menghias desain struktur suatu benda atau busana. Dalam suatu promosi sendiri, salah satu jenis desain yang tidak dapat dipisahkan adalah desain grafis.

Desain grafis adalah suatu bentuk komunikasi visual yang menggunakan gambar untuk menyampaikan informasi atau pesan secara lebih efektif. Dalam desain grafis, teks juga dianggap gambar karena merupakan hasil abstraksi simbol-simbol yang bisa dibunyikan. Desain grafis diterapkan dalam desain komunikasi dan *fine art*. Seperti jenis desain lainnya, desain grafis dapat merujuk kepada proses pembuatan, metode merancang, produk yang dihasilkan (rancangan), atau pun disiplin ilmu yang digunakan (desain).

Tidak hanya penyampaian informasi, konsep dan prinsip-prinsip desain diatas juga dapat diaplikasikan dalam penyampaian informasi dengan tujuan persuasif atau promosi.

Media sosial adalah sebuah media daring, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi dan menciptakan isi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Media sosial juga terbagi dari beberapa macam jenis, di antaranya adalah *Instagram*, *Facebook*, *Twitter*, *Whatsapp*, *Line* dan lain-lain.

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto, mengambil video, menerapkan *filter* digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri.

Nama instagram berasal dari pengertian dari keseluruhan fungsi aplikasi ini. Kata “insta” berasal dari kata “instan”, seperti kamera polaroid yang pada masanya lebih dikenal dengan sebutan “foto instan”. Instagram juga dapat menampilkan

foto-foto secara instan, seperti polaroid di dalam tampilannya. Sedangkan untuk kata “gram” berasal dari kata “telegram”, dimana cara kerja telegram sendiri adalah untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Sama halnya dengan Instagram yang dapat mengunggah foto dengan menggunakan jaringan internet, sehingga informasi yang ingin disampaikan dapat diterima dengan cepat. Oleh karena itulah Instagram berasal dari instan-telegram.

Sistem sosial di dalam Instagram adalah dengan menjadi mengikuti akun pengguna lainnya, atau memiliki pengikut Instagram. Dengan demikian komunikasi antara sesama pengguna Instagram sendiri dapat terjalin dengan memberikan tanda suka dan juga mengomentari foto-foto yang telah diunggah oleh pengguna lainnya. Pengikut juga menjadi salah satu unsur yang penting, dimana jumlah tanda suka dari para pengikut sangat mempengaruhi apakah foto tersebut dapat menjadi sebuah foto yang populer atau tidak. Untuk menemukan teman-teman yang ada di dalam Instagram. Juga dapat menggunakan teman-teman mereka yang juga menggunakan Instagram melalui jejaring sosial seperti Twitter dan juga Facebook.

Hal ini dapat dirasakan oleh penulis secara langsung mengingat penulis yang berkesempatan untuk melaksanakan kerja praktik sebelum terjun ke dunia kerja nyata di bidang pekerjaan yang berhubungan dengan desain-desain untuk promosi, salah satunya melalui media *social Instagram*.

Liku Creative agency tempat Penulis melakukan kerja praktek merupakan lembaga yang didirikan untuk membantu perusahaan menjalankan bisnis mereka dengan bantuan isu-isu utama digital saat ini, media sosial. Untuk memperkenalkan produk dengan menargetkan ke milenial, sangat penting bagi perusahaan untuk mendapatkannya dengan apa yang sering mereka gunakan, yaitu media sosial. Liku Creative memberikan solusi tentang cara merepresentasikan produk Anda di media sosial, menargetkan langsung melalui milenials dan meraih pelanggan dengan itu.

Penulis dapat mengerjakan bagaimana ruang lingkup pekerjaan yang diberikan sebagai Mahasiswa Desain Komunikasi Visual sebelum benar-benar terjun ke dunia kerja nyata dengan kegiatan suatu kantor atau perusahaan yang bergerak di bidang yang berhubungan dengan Desain Komunikasi Visual, hingga

bisa merasakan bagaimana suasana kerja nyata yang tentunya dirasa akan amat berguna bagi penulis apabila telah lulus dari Universitas Esa Unggul.

1.2 Penegasan Makna Judul

Judul yang dipilih yaitu Perancangan Feed Media Sosial Instagram Webseries Hari Indah Bersama, Podomoro Golf View di Liku Creative Agency Jakarta. di mana pada laporan ini penulis akan menjelaskan atau membahas tentang kegiatan yang penulis lakukan pada saat kerja praktik, juga bagaimana cara mendesain suatu media komunikasi agar mudah dimengerti oleh semua kalangan masyarakat dan penjelasan secara terperinci mengenai judul yang diambil sebagai berikut:

1. Perancangan

Perancangan adalah penggambaran, perencanaan dan pembuatan sketsa atau pengaturan dari beberapa elemen yang terpisah ke dalam satu kesatuan yang utuh dan berfungsi.

2. *Social Media*

Social Media adalah sebuah media untuk bersosialisasi dan memberikan informasi yang di lakukan secara online.

3. Liku Creative Agency Sebuah perusahaan yang berlokasi di Jl. Kapten Tendean No. 12-14A, RT.2/RW.2, Mampang Prt., Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta-12790. Detikcom menyediakan layanan berita dengan menggabungkan keahlian strategi, pemasaran, dan desain serta keterlibatan masyarakat dalam menciptakan pasar yang kuat.

1.3 Batasan Masalah

Dengan adanya penegasan makna judul, tentu harus ada batasan masalah agar Penulis tidak melampaui jauh dari permasalahan yang akan dibahas oleh penulis. Batasan-batasan masalah ini mencakup sebagai berikut: yaitu penulis membatasi masalah hanya pada seputar proses Perancangan Sosial Media Instagram untuk webseries Hari Indah Bersama Podomoro Golf View.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas maka rumusan masalah yang dapat dijabarkan menjadi sebagai berikut:

1. Bagaimana proses perancangan sosial media Instagram pada Perusahaan Liku Creative Agency yang baik dan benar?
2. Bagaimana penerapan *Art Directing* dan *Copywriting* pada desain sosial media Instagram yang baik dan benar?

1.5 Tujuan

Sebagai hasil dari Penulis yang telah melaksanakan kerja praktik pada salah satu perusahaan Agency di Indonesia, khususnya Jakarta Barat yaitu Liku Creative Agency yang tentu memiliki berbagai tujuan agar bisa menjadi bekal ketika lulus keluar dari Universitas Esa Unggul dan terjun ke dunia kerja nyata. Tujuan-tujuan tersebut di antaranya sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui proses perancangan sosial media Instagram pada perusahaan Liku Creative Agency.
2. Untuk mengetahui proses penerapan dari *art directing* dan *copywriting* pada desain sosial media Instagram.
3. Sebagai syarat untuk memenuhi tanda kelulusan mata kuliah kerja praktik pada semester 7 jurusan Desain Komunikasi Visual.
4. Mengetahui perkembangan bidang studinya dengan perkembangan teknologi yang ada pada era-era ini.
5. Menerapkan rasa disiplin dan tanggung jawab selama masa kerja praktik terhadap pekerjaan dan kegiatan-kegiatan yang diberikan.
6. Menerapkan ilmu yang telah dipelajari selama masa kuliah ke dalam pekerjaan selama kerja praktik.
7. Membangun relasi yang baik selama kerja praktik yang dapat berguna di kemudian hari.
8. Memperluas ilmu pengetahuan agar dapat lebih siap dan dapat diterima di dunia kerja nyata.

9. Merasakan secara nyata bagaimana pekerjaan sebagai seorang desainer grafis dalam menghasilkan suatu desain.
10. Merasakan dan terlibat langsung dalam berbagai proyek nyata yang dirasakan selama kerja praktik sehingga dapat menjadi pengalaman tersendiri.
11. Menambah pengalaman dengan berinteraksi langsung dengan klien, memberikan solusi untuk kebutuhan klien, serta mengeksplor gaya desain dan menerapkannya sesuai dengan kebutuhan klien.

1.6 Manfaat

Setelah menyelesaikan kerja praktik, tentu banyak manfaat yang di dapat oleh Penulis, salah satunya seperti merasakan bagaimana pekerjaan seorang desainer grafis dalam dunia kerja nyata yang sesungguhnya. Manfaat kerja praktik ini juga memberikan manfaat kepada berbagai pihak, antara lain:

1.6.1 Manfaat Bagi Institusi

1. Program magang yang dilakukan oleh mahasiswa dapat menjadi sarana untuk menilai sejauh mana Universitas Esa Unggul Jakarta berhasil mendidik dan memberikan pemahaman teori mengenai dunia kerja pada para mahasiswanya.
2. Menjalin kerjasama yang saling menguntungkan antara kedua belah pihak, yaitu antara kampus Universitas Esa Unggul Jakarta dengan perusahaan tempat magang Liku Creative Agency.

1.6.2 Manfaat Bagi Perusahaan

1. Meningkatkan nama baik perusahaan karena telah memberikan kesempatan pembelajaran dan pengalaman kerja yang bermanfaat bagi mahasiswa yang melakukan kerja praktik.
2. Sebagai sarana perusahaan untuk mencari sumber daya manusia yang memiliki potensi dan dapat direkomendasikan menjadi karyawan tetap bagi perusahaan tersebut.

1.6.3 Manfaat Bagi Masyarakat

1. Dapat dijadikan referensi dan gambaran pada bagaimana pekerjaan di dunia kerja nyata yang dilakukan oleh desainer grafis.
2. Sebagai acuan pada calon-calon mahasiswa yang akan menempuh pendidikan jurusan Desain Komunikasi Visual.
3. Sebagai perbandingan pekerjaan sebagai desainer grafis dengan pekerjaan di bidang yang lain.

1.7 Waktu dan Tempat

Penulis melakukan kegiatan kerja praktik selama 3 bulan di salah satu perusahaan digital di Jakarta Barat yaitu Liku Creative Agency. Berikut keterangan lengkap tentang waktu dan tempat penulis melakukan kerja praktik.

1.7.1 Waktu

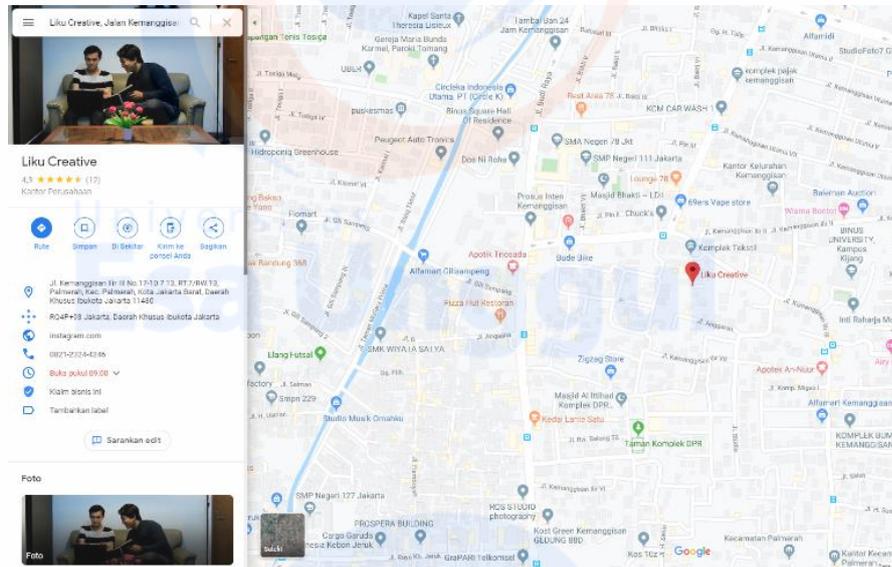
Penulis melaksanakan waktu kerja praktik sebagai seorang desainer grafis sebagai berikut:

Lama Kerja Praktik : 3 Bulan
Tanggal : 13 Agustus 2019 – 13 November 2019
Hari kerja : 10.00 – 17.00 WIB (Senin - Jumat)

1.7.2 Tempat

Penulis menempati posisi sebagai desainer grafis. Lokasi perusahaan ditempat penulis melakukan kerja praktik berada di:

Perusahaan : Liku Creative Agency
Alamat : Jl. Kemanggisian Ilir III No.17-10 7 13, RT.7/RW.13,
Palmerah, Kec. Palmerah, Kota Jakarta Barat, Daerah
Khusus Ibukota Jakarta - 11480
Telepon : (021) 22054611
Website : likucreative.wixsite.com/mysite



Gambar 1.1 Map Lokasi Kerja Praktik

Sumber: <https://www.google.com/maps/place/> diunduh 14 Oktober 2019, pukul 10:03 WIB



Gambar 1.2 Foto Meja Kerja Praktik

Sumber: Muhammad Rafli Aziz 2019



Gambar 1.3 Foto Saat Sedang Bekerja
Sumber: Muhammad Rafli Aziz 2019