

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Komunikasi visual merupakan salah satu cara yang paling efektif untuk menyampaikan gagasan. Para ilmuwan yakin bahwa kesan visual menerima 25 kali perhatian lebih besar daripada kesan yang diterima oleh telinga. Di samping itu, indera penglihatan sendiri merupakan alat tercepat guna mencatat imaji dalam otak manusia. Manakala kesan audio dan visual digabungkan seperti halnya dalam film, maka penggabungan itu menimbulkan dampak yang kuat dalam komunikasi.

Media massa seperti media cetak, radio, dan televisi (TV) telah memanfaatkan teknologi untuk menghasilkan *output* yang maksimal. Namun dalam konteks saat ini, media massa (cetak, TV, dan radio) yang tergolong dalam kategori media konvensional tersebut kini makin berkurang penggunaannya. Saat ini semakin banyak orang yang memilih menikmati konten media melalui internet. Terbukti dengan menurunnya jumlah penggunaan media secara konvensional (Koran, radio, dan TV) sejak tahun 2005. Penurunan tersebut tidak terlepas dari imbas naiknya tren penggunaan akses internet yang menunjukkan peningkatan penetrasi mencapai 132,7 juta orang Indonesia telah mengakses internet.

Internet merupakan teknologi yang menyimpan segudang fasilitas dan layanan yang patut dipahami dan dikuasai oleh siapapun di zaman modern. Namun internet bagaikan hutan rimba. Penjelajah yang belum berpengalaman tentu membutuhkan peta dan pemahaman baik konsep maupun teknis aksesnya agar tidak tersesat dan dapat menikmati kegiatan penjelajahan.

Kata *visual* sendiri bermakna segala sesuatu yang dapat dilihat dan direspons oleh indera penglihatan, yaitu mata. *Visual* berasal dari kata latin *videre* yang artinya “Melihat”. Komunikasi visual dikenal juga dengan sebutan bahasa isyarat (*language of gesture*).

Komunikasi visual ini biasa dilakukan melalui gambar, iklan pamflet, atau video tanpa suara. Konsep komunikasi visual adalah memadukan unsur-unsur desain grafis, seperti kreativitas, estetika, efisiensi, komunikasi dan lain-lain, untuk

menciptakan suatu media yang dapat menarik perhatian, juga menciptakan media komunikasi yang efektif agar diapresiasi oleh komunikan/audiens.

Komunikasi Visual (*Visual Communication*) adalah proses penyampaian informasi atau pesan menggunakan media penggambaran yang hanya terbaca oleh indra penglihatan. Bentuk komunikasi visual bisa bersifat langsung (menggunakan bahasa isyarat) dan menggunakan media perantara yang lazim disebut Media Komunikasi Visual.

Komunikasi visual merupakan payung dari berbagai kegiatan komunikasi yang menggunakan unsur rupa (visual) pada berbagai media: percetakan/grafika, luar ruang (marka grafis, papan reklame), televisi, film/video, internet, dan lain-lain. Desain Grafis yang mengacu pada foto dan gambar termasuk bagian dari proses Komunikasi Visual.

1.2 Penegasan Makna Judul

Judul yang dipilih yaitu PERANCANGAN BANNER DIGITAL PADA APLIKASI PT. PENTA ARTHA IMPRESSI (BENGKEL BOS) Periode September s/d Oktober 2019 dimana pada laporan ini penulis akan menjelaskan atau membahas tentang perancangan key visual 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 berfugsi.

2. *Banner* (Spanduk)

Spanduk menampilkan pesan penting, ringkas, dan memberikan tindakan bagi pengguna untuk mengatasi (atau mengabaikan spanduk). Dibutuhkan tindakan pengguna untuk diberhentikan. Spanduk harus ditampilkan di bagian atas layar, di bawah bilah aplikasi atas. Mereka gigih dan nonmodal, memungkinkan pengguna untuk mengabaikannya atau berinteraksi dengan mereka kapan saja. Hanya satu spanduk yang harus ditampilkan pada satu waktu.

3. Media Informasi

Media informasi adalah sarana yang digunakan untuk memberika informasi peristiwa-peristiwa yang terjadi kepada masyarakat umum secara cepat. Melalui media, informasi yang akan disampaikan akan lebih efektif dan lebih cepat.

4. Desainer Grafis

Perancang grafis atau sering disebut dengan Desainer grafis (bahasa Inggris: *Graphic Designer*) adalah profesi yang menciptakan ilustrasi, tipografi, fotografi, atau grafis motion. Seorang desainer grafis menciptakan karya untuk penerbit, media cetak dan elektronik, seperti brosur dan mengiklankan produk. Mereka bertanggung jawab untuk sebuah tampilan

agar tampak menarik, yang bisa diaplikasikan dalam berbagai bentuk materi promosi yang berkaitan dengan produk dan publik.

5. Bengkel BOS

Bengkel BOS adalah anak perusahaan dari PT. Penta Artha Impresi, merupakan transformasi dari Speed Tyre Shop dan fokus melayani penjualan barang dan jasa seputar Ban, Oli, Service untuk segala jenis mobil. Dengan pengalaman yang telah didapat dari bengkel terdahulu, kami siap memberikan pelayanan yang lebih lengkap dan menyeluruh dengan berbagai keunggulan baru bagi setiap pelanggan.

6. PT. Penta Artha Impresi

PT. Penta Artha Impresi (PAI) berdiri pada tahun 2011, merupakan induk perusahaan dari Bengkel BOS (Ban Oli Service) yang memprioritaskan usahanya pada bidang penjualan ban, oli dan service mobil yang sudah memiliki banyak cabang di Jabodetabek, Yogyakarta, Serang dan beberapa kota besar lainnya di Indonesia. Kami bertekad untuk menjadi bengkel otomotif terkemuka di Indonesia yang memberikan pelanggan pengalaman yang memuaskan dalam perawatan dan kepemilikan kendaraan. Kami akan terus menambah outlet atau cabang lebih banyak lagi di seluruh Indonesia demi kepuasan pelanggan.

1.3 Rumusan Masalah

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

1. Bagaimana proses perancangan Banner Digital pada Aplikasi Bengkel BOS?
2. Bagaimana proses penerapan *Art Directing* dan *Copywriting* pada Key Visual Aplikasi Bengkel BOS?

1.4 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 masalah seputar pada proses perancangan key visual sebagai media komunikasi yang melalui beberapa tahapan.

1.5 Tujuan

Sebagai hasil dari Penulis yang telah melaksanakan kerja praktik di PT. PENTA ARTHA IMPRESSI, 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 diantaranya sebagai berikut :

1. Sebagai syarat untuk memenuhi tanda kelulusan mata kuliah kerja praktik pada semester 7 jurusan Desain Komunikasi Visual.
2. Mengetahui perkembangan bidang studinya dengan perkembangan teknologi yang ada pada era-era ini.
3. Menerapkan rasa disiplin dan tanggung jawab selama masa kerja praktik terhadap pekerjaan dan kegiatan-kegiatan yang diberikan.
4. Menerapkan ilmu yang telah dipelajari selama masa kuliah kedalam pekerjaan selama kerja praktik.
5. Membangun relasi yang baik selama kerja praktik yang dapat berguna di kemudian hari.
6. Memperluas ilmu pengetahuan agar dapat lebih siap dan dapat diterima di dunia kerja nyata.
7. Merasakan secara nyata bagaimana pekerjaan sebagai seorang desainer grafis dalam menghasilkan suatu desain.
8. Merasakan dan terlibat langsung dalam berbagai proyek nyata yang dirasakan selama kerja praktik sehingga dapat menjadi pengalaman tersendiri.
9. 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. Memberikan kesempatan bagi mahasiswanya untuk dapat merasakan dunia kerja nyata nantinya.
2. Meningkatkan nama baik institusi pada perusahaan yang menjadi tempat melakukan kerja praktik oleh mahasiswanya.

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 45 hari di salah satu agensi digital di Tangerang yaitu PT. Penta Artha Impressive (Bengkel BOS). 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 : 90 hari (3 Bulan)

Tanggal : 21 Agustus 2019 – 21 November 2019

Hari kerja : 08:00 WIB – 17:00 WIB (Senin, Selasa, Jumat)
13.00 WIB – 18:00 WIB (Kamis)

1.7.2 Tempat

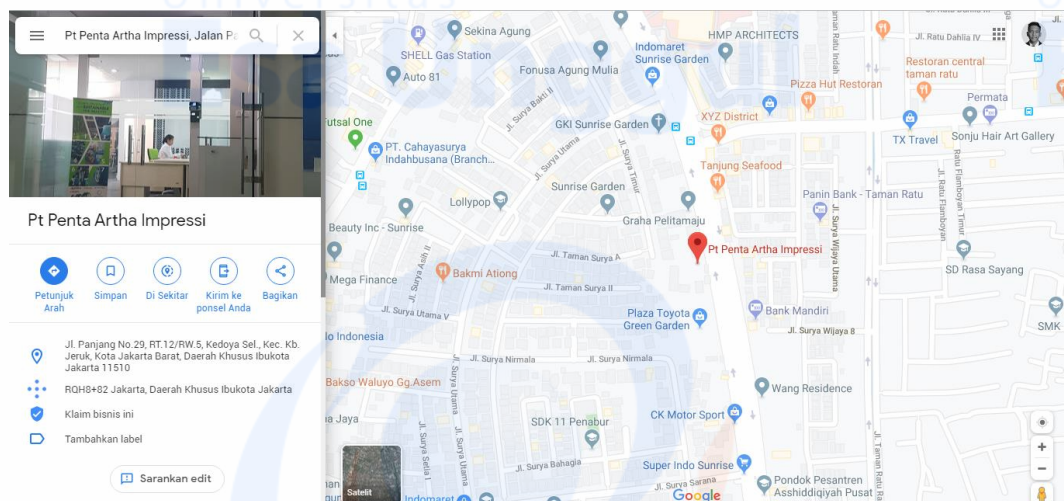
Di dalam PT. Penta Artha Impressive (Bengkel BOS) Penulis menempati posisi sebagai mahasiswa kerja praktik atau disebut juga mahasiswa magang yang ditempatkan sebagai desainer grafis. Lokasi perusahaan tempat Penulis melakukan kerja praktik berada di :

Perusahaan : PT. Penta Artha Impressive (Bengkel BOS)

Alamat : Wisma Achilles, Jl. Panjang No. 29 RT 08/01, Kedoya Sel
Kebon Jeruk – Jakarta Barat, 15520.

Telepon : 021 – 569 49 669

Website : www.bengkelbos.co.id



Gambar 1.1 Map lokasi kerja praktik

Sumber <https://www.google.com/maps/place/> diunduh 19 Oktober 2019, pukul 19.17 WIB