

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Desain Komunikasi Visual, atau yang lebih populer disingkat DKV, merupakan ilmu yang mempelajari konsep komunikasi dan ungkapan daya kreatif, yang diaplikasikan dalam berbagai media komunikasi visual dengan mengolah elemen desain grafis terdiri dari gambar (ilustrasi), huruf, warna, komposisi, dan *layout*. Semua itu dilakukan guna menyampaikan pesan secara visual, audio, dan audio visual kepada target sasaran yang dituju. Desain Komunikasi Visual memiliki empat bidang kompetensi di dalamnya, yaitu desain grafis, periklanan (*advertising*), multimedia, dan animasi. Dari empat bidang ini penulis tertarik dan memiliki minat dengan bidang desain grafis dan ingin mengembangkan keahlian di bidang desain grafis. (Sumbo Tinarbuko, 2007)

Desain grafis adalah proses atau perancangan komunikasi menggunakan elemen-elemen visual, seperti ilustrasi, tipografi, serta fotografi yang bertujuan untuk membuat atau menciptakan sebuah persepsi tentang pesan yang akan disampaikan. Dengan perkembangan dunia digital saat ini, desain grafis merupakan salah satu alat yang digunakan untuk menyampaikan sebuah pesan supaya dapat diterima oleh masyarakat.

APJII atau Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet mengadakan survei dengan hasil bahwa pengguna internet di Indonesia jumlahnya mencapai 64% di tahun 2018. Jumlahnya akan terus meningkat seiring dengan perkembangan infrastruktur jaringan di berbagai daerah Indonesia. (Katadata.co.id, 2019)

Oleh karena itu, dunia digital kreatif khususnya *digital marketing* yang mana menggunakan internet sebagai media untuk mengunggah dan menyebarkan informasi pemasaran supaya tercapai dan tersampaikan dengan baik ke masyarakat.

Di Kota Semarang, salah satu perusahaan yang berkecimpung di bidang dunia digital kreatif khususnya di bidang *digital marketing* adalah PT. Manakala Afterglow Berkarya Semarang, sehingga penulis memutuskan untuk melakukan kerja praktik di perusahaan tersebut.

Alasan utama penulis melakukan kerja praktik di PT. Manakala Afterglow Berkarya Semarang adalah untuk memperdalam ilmu dan pengalaman di dunia digital kreatif khususnya dalam pemanfaatan media sosial untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat. PT. Manakala Afterglow Berkarya Semarang merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang *digital marketing* sehingga penulis memilih PT. Manakala Afterglow Berkarya Semarang sebagai tempat kerja praktik.

1.2. Tujuan Kerja Praktik

Tujuan dari kerja praktik yang dilakukan oleh penulis adalah untuk memperoleh ilmu dan pengalaman langsung di dunia kerja yang sebenarnya, dengan bidang industri yang sesuai dengan yang diminati penulis.

1.3. Batasan Kerja Praktik

Batasan dalam kerja praktik ini adalah :

1. Penulis sebagai desainer grafis menerima *brief* dari *content writer* lalu merancang visualisasi. Desainer juga dituntut mampu berkomunikasi dengan baik ketika penerimaan *brief*, pengajuan *preview* desain, hingga penanganan revisi dari klien.
2. Penulis sebagai desainer grafis yang pelaksanaan kerja praktiknya dengan sistem *work from home* yaitu bekerja dari rumah karena situasi pandemi saat ini. Jadi semua aktifitas baik meeting, ataupun koordinasi dilakukan secara daring.

1.4. Manfaat Kerja Praktik

Adapun manfaat dari kegiatan kerja praktik di PT. Manakala Afterglow Berkarya Semarang adalah :

1. Manfaat bagi mahasiswa
 1. Menambah pengalaman dan wawasan dalam dunia kerja.
 2. Menerapkan ilmu yang diperoleh di perguruan tinggi untuk menyelesaikan permasalahan di perusahaan tempat kerja praktik.
 3. Mendapatkan pengalaman tekanan *deadline* yang berbeda dengan tugas-tugas kuliah dari dosen.

2. Manfaat bagi Institusi Perguruan Tinggi
 1. Menjalin kerja sama atau mitra kerja antara perguruan tinggi dengan dunia industri kreatif dimasa akan datang.
 2. Meningkatkan kualitas dan pengalaman lulusan yang terampil dan profesional di bidang industri kreatif.
3. Manfaat bagi perusahaan
 1. Menjalin kerja sama atau mitra kerja antara perusahaan dengan institusi.