

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Desain Komunikasi Visual merupakan ilmu yang mempelajari konsep komunikasi serta ungkapan daya kreatif, yang diaplikasikan dalam berbagai media komunikasi untuk menyampaikan pesan secara visual kepada target sasaran yang dituju (Tinarbuko, 2015). Desain Komunikasi Visual erat kaitannya dengan dunia periklanan dan semakin berkembang di era teknologi komunikasi seperti sekarang serta mendapat tempat yang lebih variatif. Hal ini telah dibuktikan dengan adanya kebutuhan iklan digital pada media sosial berbasis Desain Komunikasi Visual.

Media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktifitas maupun berkolaborasi (Setiadi, 2016). Media sosial hadir dan merubah paradigma berkomunikasi di masyarakat saat ini. Komunikasi tak terbatas jarak, waktu, ruang. Bisa terjadi dimana saja, kapan saja, tanpa harus tatap muka. Media sosial sebagai salah satu alat komunikasi tak terbatas sehingga dapat dijadikan sebagai sarana komunikasi untuk promosi. Hal tersebut dikarenakan media sosial memberikan peluang besar terhadap para pelaku bisnis dengan penyebaran yang lebih luas.

Salah satu media sosial yang paling banyak digunakan untuk bisnis adalah Instagram. Dengan Instagram, pelaku bisnis menginformasikan dan mengiklankan produknya melalui visualisasi yang dipublikasikan pada *feed* dan *story*. Dalam perancangan *feed* dan *story* instagram menggunakan desain grafis yang merupakan suatu bentuk komunikasi visual menggunakan teks dan gambar untuk menyampaikan informasi atau pesan. Untuk mengasah kemampuan dalam hal desain grafis bagi mahasiswa Desain Komunikasi Visual diperlukan adanya kegiatan Kerja Praktek.

Kerja Praktek merupakan kegiatan untuk mempersiapkan mahasiswa dalam menghadapi dunia kerja yang sesungguhnya. Sebagai seorang mahasiswa Desain Komunikasi Visual, penulis melaksanakan Kerja Praktek untuk mempersiapkan diri dalam menghadapi dunia kerja di PT. Billa Corp Indonesia sebagai desainer grafis. PT. Billa Corp Indonesia merupakan perusahaan dalam

bidang kreatif khususnya *social media management* yang berada di Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta.

1.2 Tujuan Kerja Praktek

Tujuan pelaksanaan kerja praktek yang dilakukan penulis adalah untuk mendapatkan pengalaman secara langsung dari dunia kerja dengan mengikuti prosedur kerja di perusahaan, dengan bidang yang sesuai dengan minat penulis.

1.3 Batasan Kerja Praktek

Batasan dalam pelaksanaan kerja praktek yang dilakukan penulis adalah :

1. Kerja praktek dilaksanakan pada setiap hari Senin-Sabtu. Dengan jam kerja dimulai pukul 08.30-16.30 WIB.
2. Dalam waktu 2 bulan, 09 Agustus – 09 Oktober 2021
3. penulis sebagai desainer yang menerima *brief* dari *social media management* lalu merancang visualisasi desain yang dilanjut dengan *preview* desain kemudian diajukan kepada klien.

1.4 Manfaat Kerja Praktek

Adapun manfaat dari pelaksanaan kerja praktek di PT. Billa Corp Indonesia adalah :

1.4.1 Bagi Institusi

2. Menjalin mitra kerja antara institusi dengan perusahaan tempat kerja praktek.
3. Meningkatkan kualitas serta menghasilkan lulusan yang terampil dalam bidang kreatif.

1.4.2 Bagi Mahasiswa

2. Memberikan kontribusi terhadap perkembangan ilmu desain komunikasi visual dalam dunia *social media management*.
3. Menerapkan ilmu yang diperoleh dari Perguruan Tinggi terhadap tempat kerja praktek.
4. Melatih tanggung jawab untuk menyelesaikan tugas secara tepat waktu.

5. Menambah wawasan dan pengalaman dalam dunia kerja yang sesungguhnya.

1.4.3 Bagi Perusahaan

1. Membantu pekerjaan dalam perusahaan sehingga beban pekerjaan perusahaan berkurang.
2. Menjalani kerja sama antara perusahaan dengan institusi pendidikan.