

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Desain komunikasi visual atau yang biasa di singkat dengan DKV atau dalam bahasa gaul anak mudanya disebut dengan dekave ini merupakan cabang ilmu yang mempelajari tentang desain sebagai konsep komunikasi dan ungkapan kreatif[1]. Desain komunikasi visual ini menggunakan teknik dan media dengan memanfaatkan elemen – elemen visual atau rupa seperti gambar (ilustrasi), huruf, warna, komposisi dan *layout*. Penggunaan elemen – elemen visual atau rupa tersebut memiliki tujuan sebagai alat untuk menyampaikan pesan atau informasi tertentu kepada target sasaran yang ingin dituju. Menurut Sumbo Tinarbuko (1998), desain komunikasi visual dapat dipahami sebagai salah satu upaya dari pemecahan masalah yang bersifat komunikasi ataupun komunikasi visual untuk bisa menghasilkan suatu desain yang paling baru di antara desain yang baru[2].

Desain grafis menerapkan elemen – elemen dan prinsip – prinsip desain komunikasi visual seperti menggunakan elemen – elemen seperti garis, bentuk, ruang, tekstur dan warna, serta menggunakan prinsip – prinsip seperti kesederhanaan, keseimbangan, kesatuan, penekanan dan repetisi untuk bisa memproduksi sebuah karya visual yang sesuai dengan target sasaran.

Internet *World Stats* adalah situs web internasional yang menampilkan pengguna internet dunia terkini seperti statistik populasi, statistik facebook dan data riset pasat internet untuk lebih dari dua ratus lima puluh negara. Pada maret 2021, Internet *World Stats* mencatat pengguna internet di Indonesia mencapai 212,35 juta jiwa[3], dimana jumlah tersebut memposisikan Indonesia dalam urutan ketiga sebagai pengguna internet terbanyak di Asia[4]. Hal tersebut, membuat dunia digital marketing yang menggunakan internet sebagai media utama untuk mengunggah dan menyebarkan suatu pesan atau informasi terkait pemasaran supaya tercapai dan tersampaikan dengan baik sesuai dengan target sasaran yang dituju.

Di Daerah Istimewa Yogyakarta, salah satu perusahaan yang berkecimpung dalam dunia digital kreatif khususnya digital marketing adalah PT. Pameo Solusi Indonesia (pameo.co) yang mana penulis memutuskan untuk melakukan kerja praktik di perusahaan tersebut. Alasan utama penulis melakukan kerja praktik di PT. Pameo Solusi Indonesia adalah untuk memperdalam ilmu dan mencari pengalaman kerja dalam dunia digital kreatif khususnya dalam pemanfaatan media sosial sebagai media penyampaian pesan atau informasi.

1.2 Tujuan Kerja Praktik

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

1.3 Batasan Kerja Praktik

Batasan dalam kerja praktik ini adalah:

1. Penulis sebagai desainer grafis menerima daftar tugas kerja dari mentor yang sudah di kerjakan oleh *social media strategist* lalu penulis merancang visualisasinya berdasar dari *brand guideline* yang sudah ada di dalam *Editorial Plan* (EP).
2. Penulis sebagai desainer grafis melaksanakan kerja praktiknya dengan sistem *work from office* dan *work from home* yaitu separuh kerja di kantor dan separuh kerja di rumah.

1.4 Manfaat Kerja Praktik

Adapun manfaat dari kegiatan kerja praktik di PT. Pameo Solusi Indonesia adalah:

1. Manfaat bagi mahasiswa
 - Mendapatkan ilmu yang bisa diterapkan saat mengerjakan tugas – tugas kuliah.
 - Mendapatkan pengalaman dan wawasan dalam dunia kerja.
2. Manfaat bagi Institusi Perguruan Tinggi
 - Meningkatkan kualitas mahasiswa menjadi lulusan yang terampil dan professional di bidang industri kreatif.

3. Manfaat bagi perusahaan

- Menjalin kerja sama antara pihak perusahaan dengan pihak institusi.