

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Desainer grafis salah satu peran yang begitu penting dan dibutuhkan dalam dunia industri kreatif saat ini. Karena hampir semua industri terutama industri kreatif membutuhkan desainer grafis untuk menghasilkan ide dan gagasan yang dapat menyampaikan pesan dengan bentuk visual kreatif, efektif, dan efisien. Dalam menyampaikan pesan seorang desainer grafis menggunakan elemen-elemen visual dengan menggabungkan warna, gambar, garis, dan bidang yang dibuat dengan semenarik mungkin. Desain grafis telah menjadi kebutuhan penting bagi klien karena dapat membantu proses penyampaian informasi kepada audien, agar informasi yang disampaikan akan lebih menarik secara visual. Sehingga desainer grafis berperan juga sebagai perantara antara industri kreatif dengan klien.

Menjadi seorang desainer grafis memang tidak mudah, karena tugas-tugas yang menyertai cenderung kompleks. Tuntutan desainer grafis yang utama adalah memiliki kemampuan mengidentifikasi, merancang, hingga akhirnya memilih simbol atau tanda yang sesuai dengan konten yang akan dibuat. Konsep yang baik dan mengandung makna pesan jelas yang akan meyakinkan klien. Tantangan yang harus dihadapi oleh seorang desainer grafis memang tidak mudah. Karena itulah desainer grafis harus selalu mencari referensi desain untuk membuat dan menciptakan konsep dan ide – ide yang baru dengan berpegang pada kaidah dan prinsip desain seperti komposisi, *harmony balance*, dan *unity*.

Perkembangan teknologi saat ini semakin canggih yang memberikan manfaat sangat besar. Kemajuan teknologipun turut serta dalam mendukung persaingan dalam dunia usaha, dan yang paling menguntungkan dapat sebagai sarana pemasaran. Saat ini banyak para pelaku bisnis memanfaatkan teknologi sebagai sarana promosi, untuk pengenalan produk kepada konsumen. Sehingga para pelaku bisini melakukan mulai kegiatan promosi menjual produk yang menggunakan

sistem pemasaran online atau melalui media sosial.

Salah satu media sosial yaitu Instagram merupakan media yang tengah populer di kalangan pengguna telepon pintar dan media sosial yang dapat digunakan secara *mobile* melalui telepon pintar, menjadikan siapa saja yang menggunakan akan mudah mengaksesnya kapanpun dan dimanapun. Awal mula Instagram merupakan aplikasi untuk berbagi foto saja namun seiring perkembangannya banyak hal yang dapat dilakukan seperti berbagi konten berupa video, grafis bergerak atau *motion grafis*. Sehingga banyak yang berminat menggunakan Instagram untuk berbagi informasi.

Banyaknya pengguna Instagram dapat dimanfaatkan sebagai sarana promosi, dengan cara *share* foto atau video produk dan memberikan berbagai *hashtag* pada kolom *caption* hingga pengguna dapat memberikan respon seperti *like* maupun komentar dengan efisien dan memudahkan pengguna Instagram untuk menemukan produk yang sedang dipromosikan

Berbagai kegiatan dan kejadian yang sangat bermakna ditandai dengan adanya ucapan selamat. Ucapan selamat dalam media sosial adalah mengungkapkan perasaan dan perhatian melalui *platform* yang ada di media sosial guna menghubungkan kepada orang-orang terdekat atau organisasi.

H Creative Labs yang merupakan Creative Branding & Design Studio yang menjual Jasa pembuatan *design, branding, photo and video, social media specialist, and digital marketing* untuk media Instagram. Untuk mempromosikan suatu brand atau event dari sebuah perusahaan. Dalam proses pembuatan konten Instagram desainer grafis dituntut untuk membuat konten yang menarik sesuai tema yang sudah di tentukan dan mampu membuat desain grafis yang mampu membantu proses penyampaian informasi kepada audien.

Sehingga penulis mengangkat judul **“Peran Desainer Grafis dalam Proses Pembuatan Konten Instagram di H Creative Labs”**. Selain penulis terjun langsung kelapangan dalam membuat desain konten media sosial Instagram di H Creative Labs. Penulis juga mempelajari cara pembuatan dan peraturan untuk menghasilkan sebuah konten yang baik,

unik, dan komunikatif. Sangat penting bagi penulis untuk terjun langsung ikut serta menjadi Desainer Grafis sehingga akan bermanfaat kelak untuk pembaca.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalah dari laporan ini yang diambil oleh penulis adalah **“Bagaimana Peran Desainer Grafis dalam Proses Pembuatan Konten Visual Greeting di H Creative Labs?”**.

C. Tujuan Praktik Kerja Lapangan

Tujuan dari pelaksanaan praktik kerja lapangan bagi penulis sebagai berikut :

C.1 Tujuan Umum

1. Untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Ahli Madya (Amd) di bidang Advertising.
2. Untuk melatih penulis berkembang menjadi Desainer Grafis yang profesional dalam dunia industri kreatif.

C.2 Tujuan Khusus

1. Untuk meningkatkan kemampuan untuk menjadi seorang Desainer Grafis yang kreatif dan profesional di bidang desain grafis dalam pembuatan konten Instagram di H Creative Labs.
2. Untuk mengetahui sistem kerja melalui program PKL di H Creative Labs.
3. Membangun relasi antara Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi (STIKOM) dengan H Creative Labs.

C.3 MANFAAT KERJA PRAKTIK LAPANGAN

Manfaat dari program Kerja Lapangan memiliki makna tersendiri bagi Penulis, antara lain adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui bagaimana proses kerja sebagai Desainer Grafis di dunia kerja industri kreatif.
2. Memberikan pengalaman secara nyata tentang dunia kerja terutama dibidang kreatif.
3. Meningkatkan kreatifitas menjadi luas kaya akan wawasan.
4. Memberikan gambaran tentang kompetisi dunia kerja dalam bidang kreatif pada saat ini.

Mendapatkan pemahaman kerja dan sikap kerja profesional sebagai Desainer Grafis.

D. Waktu dan Tempat Pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan

Nama : Mega Rizki handayani
Jurusan : Advertising
NIM : 2017/AD/5261
Tempat PKL : H Creative Labs
Posisi : Desainer Grafis
Alamat : Jl. Kadisoka No.31
Hp : +62 (812-1800-2245)
Instagram : @creativebyh
Waktu : 10 Februari 2020 - 10 Mei 2020

E. Metode Praktikum

Dalam hal ini penulis menggunakan metode yang sistematis, logis, dan rasional yang dipergunakan untuk merancang, mengumpulkan, menganalisa dan menyajikan data untuk menarik kesimpulan dengan mengumpulkan data-data melalui :

E.1 Data Primer

1. Wawancara

Metode wawancara merupakan metode yang dilakukan dengan cara

Tanya jawab kepada Owner H Creative Labs dengan tujuan mengetahui bagaimana proses pembuatan konten Instagram yang baik dan kreatif.

2. Observasi

Metode Observasi adalah pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengikuti sistem kerja sebagai desainer grafis selama Praktik kerja lapangan di H Creative Labs, Untuk pembuatan konten pada media sosial klien.

3. Partisipasi

Partisipasi adalah pengambilan data yang dilakukan dengan melihatkan diri secara langsung dalam melakukan pekerjaan yang telah diberikan seperti mengerjakan tugas – tugas yang sudah diberikan dan menerima dengan lapang dada revisi yang datang di H Creative Labs dibidang kreatif.

E.2 Data Sekunder

1. Data yang diperoleh secara langsung dari dokumen perusahaan yang ada seperti *Compenay profile* H Creative Labs.

2. Pustaka

Pengumpulan data dan informasi yang diambil dari buku, artikel, ataupun melalui internet atau referensi-referensi yang dapat menunjang dalam pembuatan Laporan Praktek Kerja Lapangan.