

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sebagai seorang Creative Designer pada perusahaan PT Indi Teknokreasi Internasional, penulis bertanggung jawab dalam pengeditan visual konten sosial media yang bekerjasama dengan divisi Digital Marketing untuk meningkatkan audiens dan juga menjangkau lebih banyak calon pelanggan. Konten-konten yang dibuat juga bersifat edukatif, hiburan, dan fungsional. Selain itu, divisi Creative Designer juga bertanggung jawab atas tugas-tugas yang berkaitan dengan desain grafis, digital imaging, dan pengeditan video.

Desain grafis merupakan salah satu ekspresi seni lukis terapan yang memberikan kebebasan kepada perancangnya untuk memilih, menciptakan, atau menyusun elemen rupa seperti ilustrasi, foto, tulisan, dan garis pada suatu permukaan, dengan tujuan untuk diproduksi dan dikomunikasikan sebagai pesan. Penggunaan gambar atau tanda dapat melibatkan tipografi atau media lain, seperti gambar atau fotografi. Penerapan desain grafis biasanya mencakup bidang periklanan, kemasan, perfilman, dan berbagai konteks lainnya (Slamet Riyanto dalam Huda, 2018).

Tanpa kita sadari, desain grafis selalu ada di setiap kegiatan kita sehari-hari. Dimulai dari hal-hal sederhana seperti menggosok gigi di pagi

hari dengan menggunakan pasta gigi yang jika dilihat secara teliti, terdapat elemen-elemen visual seperti nama atau logo yang merupakan identitas merek, tulisan komposisi produk, informasi dan ilustrasi bahan-bahan yang didesain secara menarik sehingga membuat konsumen tertarik untuk membeli produk tersebut. Selain itu, buku-buku yang kita baca juga terdapat desain *cover* yang menarik dengan tipografi dan ilustrasi, serta informasi nama pengarang dan informasi pendukung lainnya.

Dalam konteks individu dan komunitas, peran desain dan desain grafis menjadi sangat signifikan dalam mengatasi permasalahan dan meningkatkan kualitas kehidupan. Sebagai contoh, dalam ranah bisnis, desain dan pemasaran bekerjasama untuk menciptakan produk yang memikat, mudah digunakan, dan memiliki nilai tinggi bagi konsumen, sebagaimana ditegaskan oleh Philip Kotler (dalam Siswanto, 2023), seorang pakar pemasaran ternama. Kualitas desain yang baik tidak hanya dapat meningkatkan penjualan produk, tetapi juga membangun identitas merek yang kuat. Selain itu, desain dan desain grafis juga berperan penting dalam mempengaruhi perilaku masyarakat.

Saat ini, banyak dari kalangan masyarakat dan perusahaan yang telah sadar akan pentingnya desain grafis dalam membentuk dan meningkatkan citra visual. Perkembangan teknologi yang cukup pesat juga membuat desain grafis menjadi lebih mudah dipelajari tanpa harus memiliki latar belakang pendidikan desain grafis (Migotuwio, 2020).

Karya desain seperti logo atau poster saat ini tidak hanya bisa dihasilkan oleh para desainer yang memiliki latar belakang pendidikan desain melainkan juga dapat dihasilkan oleh para pemula yang belajar secara otodidak melalui media internet.

Hal ini juga disadari oleh PT Indi Teknokreasi Internasional mengenai pentingnya peran desain grafis untuk membangun citra visual perusahaan khususnya melalui sosial media. Sebagai perusahaan startup yang baru berdiri selama 5 tahun, merupakan hal yang penting untuk membangun citra yang baik di mata masyarakat. Memasuki era digital, tentu cara yang paling mudah menjangkau masyarakat dari berbagai kalangan adalah melakukan promosi melalui sosial media. Maka dari itu, PT Indi Teknokreasi Internasional sangat memperhatikan citra visualnya di sosial media. Citra atau identitas visual ini berkaitan dengan logo, warna, tipografi, dan elemen desain lainnya. Citra visual PT Indi Teknokreasi Internasional dapat dilihat dari sosial media Instagramnya (@inditechno). Jika dilihat secara teliti, PT Indi Teknokreasi Internasional telah menerapkan elemen-elemen desain seperti logo, warna, tipografi, serta elemen vektor dan gambar yang sesuai yang menggambarkan PT Indi Teknokreasi Internasional sebagai perusahaan yang bergerak dibidang teknologi.

Dari uraian di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa PT Indi Teknokreasi Internasional saat ini sangat sadar terhadap pentingnya penerapan desain grafis terhadap pembangunan citra visual untuk

memperluas jangkauan audiens dan calon pelanggan. Maka dari itu, dalam pelaksanaan praktik magang penulis bertanggung jawab untuk tetap mempertahankan dan bahkan meningkatkan citra visual melalui kreatifitas dalam desain grafis. Penulis merasa PT Indi Teknokreasi Internasional masih bisa dikembangkan lagi citra visualnya menjadi lebih menarik sehingga penulis tertarik untuk membahas hal ini dalam laporan praktik magang dengan judul “Membangun Identitas Visual PT Indi Teknokreasi Internasional Melalui Desain Grafis” sebagai fokus pembahasan dalam menulis laporan praktik magang ini.

1.2 Tujuan Magang

- a. Untuk mendalami dan terjun secara langsung dalam pengelolaan media membangun identitas visual PT Indi Teknokreasi Internasional sebagai bentuk digital marketing.
- b. Untuk memperoleh pemahaman tentang bagaimana desain berkontribusi pada tujuan bisnis dan memahami dinamika di dunia bisnis secara keseluruhan.
- c. Untuk mengetahui adanya relevansi antara teori yang didapatkan melalui perkuliahan dengan praktiknya di dunia kerja khususnya pada bidang Digital Marketing yang dilakukan saat praktik magang.

1.3 Manfaat Magang

1.3.1 Manfaat untuk UPN “Veteran” Jawa Timur

- a. Sebagai alat untuk memfasilitasi pembentukan kemitraan yang menguntungkan antara kedua belah pihak.
- b. Sebagai faktor yang perlu dipertimbangkan dalam perancangan kurikulum pendidikan di jurusan Ilmu Komunikasi.
- c. Sebagai alat untuk memperoleh informasi mengenai kondisi dunia kerja di suatu lembaga atau perusahaan melalui penerimaan laporan kegiatan praktek magang yang dilakukan di PT Indi Teknokreasi Internasional.
- d. Sebagai alat perbandingan untuk meningkatkan pemahaman yang belum pernah diperoleh di lingkungan perkuliahan dan sebagai sarana perbandingan antara teori yang diterima selama perkuliahan dengan realitas di lapangan.

1.3.2 Manfaat untuk Mitra Magang

- a. Sebagai alat penilaian melalui laporan hasil magang terkait dengan pandangan dan perlakuan instansi atau perusahaan terhadap calon tenaga kerja.
- b. Sebagai alat untuk membangun komunikasi yang efektif guna menumbuhkan kerjasama antara perusahaan atau instansi dengan lembaga pendidikan.

- c. Sebagai alat pengembangan kualitas, pengetahuan, dan pemahaman yang dapat dimanfaatkan untuk inovasi di masa depan bagi perusahaan atau instansi.

1.3.3 Manfaat untuk Mahasiswa

- a. Sebagai wadah bagi mahasiswa guna meningkatkan keterampilan interpersonal dan keterampilan teknis pribadi mahasiswa berdasarkan pengetahuan akademik yang telah diperolehnya di perguruan tinggi.
- b. Sebagai alat untuk memberikan evolusi pembelajaran kepada mahasiswa, mempersiapkan mereka untuk menghadapi tantangan di masa depan, khususnya saat memasuki dunia kerja.
- c. Sebagai saluran bagi mahasiswa untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam mengenai penerapan bidang ilmu komunikasi, terutama dalam ranah Digital Marketing, di lingkungan pekerjaan.