

Bab I

PENDAHULUAN

I.1 Latar belakang

Desain komunikasi visual adalah ilmu yang mempelajari konsep komunikasi dan ekspresi daya kreatif yang diterapkan dalam berbagai alat komunikasi visual, yang berhubungan dengan unsur-unsur desain grafis yang terdiri dari gambar (ilustrasi), huruf, warna, komposisi dan penataan. Semua itu dilakukan untuk menyampaikan pesan secara visual, audio, dan audio visual kepada sasaran yang dituju. Desain komunikasi visual merupakan salah satu cabang seni terapan yang mempelajari perencanaan dan perancangan berbagai bentuk komunikasi visual. Perjalanan kreatif diawali dengan identifikasi permasalahan komunikasi visual, pencarian data verbal dan visual, pengembangan konsep kreatif berdasarkan karakteristik objek, identifikasi visualisasi akhir desain yang mendukung pencapaian desain fungsional. persuasif, artistik, estetis dan komunikatif secara verbal - visual.

Artinya, menurut Sumbo Tinarbuko, desain komunikasi visual dapat dipahami sebagai salah satu upaya pemecahan masalah (komunikasi, atau komunikasi visual) untuk menghasilkan suatu desain yang paling baru di antara desain yang baru (Tinarbuko, 1998:66)

Saat ini, cakupan Desain komunikasi visual semakin meluas. Saat ini Desain komunikasi visual juga bergerak dalam bidang desain periklanan, desain identitas perusahaan, desain multimedia, desain label lingkungan, desain grafis industri, desain grafis media, cerita bergambar, fotografi, videografi, ilustrasi, animasi dan media kreatif.

Penulis sebagai mahasiswa dengan lingkup Desain komunikasi visual diajarkan untuk mempelajari dan menerapkan teknik tersebut dalam dunia kerja. Dalam mencapai *output* tersebut penulis melakukan praktik kerja nyata di PT Otak Kanan. PT Otak Kanan merupakan perusahaan yang bergerak pada bidang industri kreatif. Berdiri pada tahun 2009 dan berlokasi di Surabaya tepatnya di Graha Pena suite 1503, Jl. Ahmad Yani 88 Surabaya.



Gambar 1.1 Logo PT Otak Kanan
Sumber: Data PT. Otak Kanan

PT Otak Kanan (OK) merupakan sebuah perusahaan kreatif yang berbasis di kota Surabaya, Indonesia. Perusahaan ini menciptakan, membangun dan menjalankan sebuah perusahaan yang terus menerus menantang status *quo* dan mendorong orang untuk menjadi kreatif dan inovatif. PT Otak Kanan mempunyai banyak ide yang telah teruji dan telah melayani lebih dari 100 perusahaan dari berbagai segmen pasar.

PT Otak Kanan menyediakan berbagai jasa dan layanan pada bidang *IT Multimedia, Bussiness Support, Digital and Online Bussiness*. Seiring dengan perkembangan dunia digital, Perusahaan ini terus-menerus mendorong talenta berbakat untuk menjadi kreatif, inovatif dan mandiri.

Jasa dan layanan yang disediakan PT Otak Kanan :

<i>IT MULTIMEDIA</i>	<i>BUSINESS SUPPORT</i>	<i>DIGITAL & ONLINE BUSINESS</i>
▪ <i>Video Production</i>	▪ <i>IT Consultant</i>	▪ <i>Website Development</i>
▪ <i>Mobile Application</i>	▪ <i>Virtual Office</i>	▪ <i>eCommerce Solutions</i>
▪ <i>Software Development</i>	▪ <i>Education & Training</i>	▪ <i>Domain Name & Web Hosting</i>
▪ <i>Game Development</i>	▪ <i>CSR Consultant</i>	▪ <i>Internet Marketing</i>
▪ <i>Graphic Design</i>	▪ <i>Marketing Communication</i>	▪ <i>Search Engine Optimization</i>
▪ <i>Panorama Virtual Tour</i>		▪ <i>Social Media Strategy</i>

Tabel 1.1 Jasa dan layanan di PT Otak Kanan.
Sumber: Data PT. Otak Kanan

I.2 Lingkup

Di PT. Otak kanan mempunyai beberapa departemen dengan tugas dan tanggung jawabnya masing-masing. Penulis memutuskan untuk bergabung dengan tim videografer, dimana penulis dan *intern* di departemen ini memiliki tanggung jawab yang berbeda-beda tergantung proyek yang mereka kerjakan. Penulis sendiri berkewajiban untuk mencari stok video dan foto untuk aset konten, menjadi *content creator branding* PT Tirta Media Kencana, editor video konten TikTok akun Wisata Raya *Channel* dan proyek Hangtuah

I.3 Tujuan

Tujuan kegiatan program magang bersertifikat di PT. Otak Kanan kepada mahasiswa adalah sebagai berikut:

1. Memiliki kemampuan untuk membuat gambar yang berkualitas dan menarik untuk dilihat.
2. Dapat berkomunikasi dengan baik dengan anggota tim dan klien untuk memahami kebutuhan mereka dan menghasilkan video yang sesuai dengan ekspektasi mereka.
3. Berpikir secara kreatif dan menghasilkan ide-ide yang menarik untuk video/gambar untuk dipublikasikan di media sosial.
4. Memiliki pengetahuan yang luas tentang peralatan yang digunakan untuk membuat video, seperti kamera, *tripod*, *slider*, *stabilizer*, *lighting*, dan sebagainya.
5. Memiliki kemampuan *editing* video yang baik untuk menghasilkan video yang berkualitas tinggi.