

## **Bab I**

### **Pendahuluan**

#### **1.1 Latar Belakang**

Manusia yang hidup di masa perkembangan industri 4.0, tidak dapat terlepas dari peranan teknologi digital yang berpengaruh dalam banyak hal. Guna membantu kemudahan dalam keberlangsungan hidupnya. Hal ini didukung oleh pernyataan Welianto (2019), yang menyatakan bahwa dalam industri 4.0, sistem komputerisasi dari industri 3.0 dioptimalkan sehingga perangkat komputer dapat menjadi penghubung komunikasi antara pihak satu dan lainnya. Dengan adanya teknologi komputerisasi hal tersebut memudahkan setiap orang melakukan kebutuhan dan mencapai keinginan mereka dengan cara yang lebih mudah. Berkembangnya dunia digital tersebut, membuat setiap pergerakan yang ada di dunia nyata menjadi semakin cepat. Menurut Rahmadani (2020), pesatnya perkembangan teknologi memberi banyak pengaruh positif diantaranya yaitu : (1) Pertukaran sebuah informasi yang menjadi lebih mudah dan cepat; (2) memudahkan pekerjaan; (3) Pekerjaan yang dapat dilakukan oleh satu orang menjadi lebih efektif dan efisien; (4) sistem pembelajaran dapat dilakukan secara daring tanpa harus melakukan tatap muka. Dari hal itu maka timbulah dampak dalam berbagai sektor teknologi tidak terkecuali bidang desain grafis.

Bidang pekerjaan desainer grafis mendapatkan manfaat yang sangat besar dari adanya industri 4.0 dikarenakan tingginya penggunaan layar digital sehingga membuka sebuah kesempatan baru bagi desainer dalam menciptakan karya yang dapat digunakan sebagai sarana dan pra sarana komunikasi visual. Berdasarkan hal tersebut, Fauziah (2019) menyatakan bahwa di era revolusi industri 4.0, dinamika desain komunikasi visual selalu berkaitan erat dengan perkembangan teknologi. Dahulu, ketika teknologi informasi mulai mengusasai dunia di pertengahan 90-an, di Indonesia terjadi pergeseran terhadap desainer manual. Profesi seperti *paste-up artist*, tukang *setting*, tukang stensil, digantikan oleh desainer pengguna komputer. Dari pernyataan tersebut tergambar bahwa perubahan tersebut memungkinkan seorang desainer grafis menggali

kemampuannya dalam mengolah kemampuan desainnya dalam bentuk format media 3 dimensi, poster, fotografi, film dan hal lainnya. Salah satunya menggunakan format video dengan kombinasi *motion graphic*. *Motion graphic* pada umumnya diterapkan didalam berbagai industri seperti desain, periklanan, multimedia, animasi, *videogames* dan film. Oleh sebab itu *motion graphic* dapat dikatakan sebagai salah satu komponen yang sangat penting dalam memenuhi kebutuhan penyampaian informasi visual kepada masyarakat. Dari hal tersebut maka bidang pendidikan diperlukan untuk mengembangkan dan meneliti hal ini guna memenuhi kebutuhan pasar *motion graphic* di Indonesia. Perkembangan tersebut mengacu kepada kebutuhan *motion graphic* dalam memenuhi kebutuhan pendidikan sebagai alat bantu sarana pendidikan. Hal ini didukung dengan pernyataan Damayanti (2019) yang menyatakan bahwa media pembelajaran *motion graphic* dapat menjadi inovasi dalam mengembangkan media pembelajaran materi desain multimedia, hal ini dapat dilihat dari aspek motivasi belajar, kemudahan pemakaian, kemenarikan tampilan dan kebermanfaatannya.

Dengan luasnya jangkauan bidang desain *motion graphic* maka bidang tersebut dapat menjadi sebuah alternatif dalam mengelola informasi yang diperlukan sehari-hari, khususnya pada masa pandemi *COVID-19* saat ini akan sangat mudah mensosialisasikan setiap informasi menggunakan media tersebut. Kondisi pandemik *COVID-19* merupakan kondisi yang sangat mengganggu aktivitas manusia dan mengganggu berbagai sektor yang ada seperti sektor perekonomian, pariwisata, pendidikan, kesehatan dan masih banyak lagi. Hal tersebut didukung dengan pernyataan Widyananda (2020) yang menyatakan bahwan ada 6 sektor yang terdampak akibat *COVID-19* diantaranya yaitu: (1) sektor wisata; (2) sekto manufaktur; (3) sektor ekonomi; (4) sektor transportasi; (5) sektor sosial; dan (6) sektor pangan. Kejadian tersebut membuat banyak orang harus berinovasi agar mampu bertahan dalam kondisi yang tidak mudah seperti ini. Akibat perubahan gaya hidup manusia yang sebelumnya sering bersosialisasi dan saat ini harus mengurangi kegiatan sosial maka digitalisasi memiliki peranan penting dalam menjalankan pekerjaan sehari-hari dan meningkatkan potensi desainer *motion graphic* dalam memperoleh pekerjaan. Dengan semakin banyaknya orang yang terpaksa harus bekerja dirumah, maka tingkat intensitas bercengkrama dengan

komputer semakin banyak. Dengan berkurangnya kegiatan di luar rumah, maka kegiatan sektor yang terkait dalam bidang perekonomian pun dapat merasakan imbas kerugian yang amat besar.

Kondisi perekonomian yang buruk tersebut semakin menjadi ketika Indonesia telah mengalami resesi pada kuartal III tahun 2020 setelah berkontraksi di kuartal II tahun 2020. Hal tersebut semakin diperkuat dengan adanya pernyataan Menteri Perekonomian Sri Mulyani berdasarkan pewartaan Julita (2020), yang menyatakan bahwa “Untuk kuartal III ini, perekonomian diramal akan berada dikisaran minus 2,9% hingga minus 1%. Artinya perekonomian Indonesia kontraksi dua kuartal berturut-turut setelah pada kuartal II-2020 berkontraksi 5,32%”. Kemunculan fenomena resesi menjadi kekhawatiran banyak orang khususnya bagi pengusaha disegala sektor industri. Oleh sebab itu diperlukanlah sebuah perubahan dalam memasarkan produk agar tetap laku yaitu salah satunya dengan adanya *Digital Marketing* yang mengadaptasi dengan kebutuhan konsumen. Hal ini didukung oleh pernyataan Paramita (2020) yang menyatakan bahwa *Digital Marketing* penting untuk beragam industri agar *reachability* perusahaan meningkat. Metode ini seringkali dianggap sebagai langkah tepat guna memperoleh konsumen sebanyak-banyaknya. Menurut Wahyuningsih (2018), perubahan sikap masyarakat akibat adanya gawai dan membuat konsumen lebih nyaman menggunakan fitur belanja *online* yaitu: (1) hemat waktu dan tenaga; (2) tersedia banyak promo; (3) lebih banyak pilihan pembayaran; (4) punya varian barang yang lebih lengkap; dan (5) bisa membandingkan harga barang. Oleh sebab itu *digital marketing* dapat menjadi alat bantu dalam menyampaikan sebuah informasi.

Selain memasarkan produk kepada konsumen seringkali metode *Digital Marketing* digunakan perusahaan untuk mencari sumber daya manusia (SDM) sebagai bentuk pengumuman bahwa perusahaan tersebut sedang membutuhkan lowongan. Pengumuman tersebut digunakan untuk menarik SDM yang lebih banyak sehingga peluang mendapatkan SDM yang kompeten semakin tinggi. Menurut Bandt (2017), *Digital Marketing* dapat digunakan untuk kebutuhan *recruitment* untuk membuka peluang SDM yang mencari pekerjaan melalui layar

digital. Oleh sebab itu diperlukan beberapa langkah-langkah untuk menggunakan metode tersebut diantaranya yaitu (1) meningkatkan tampilan lowongan pekerjaan; (2) menggunakan fasilitas iklan pekerjaan dalam aplikasi “LinkedIn”; (3) menggunakan situs papan pekerjaan pada “Google”. Sehingga diperlukan pemasaran digital untuk memenuhi kebutuhan *recruitment* perusahaan tersebut. Melalui hal ini maka perusahaan dapat memenuhi kuota SDM yang ada.

Melihat kebutuhan tersebut, maka *motion graphic* menjadi salah satu solusi perusahaan dalam menggunakan *digital marketing* memecahkan permasalahan yang mereka hadapi yang berkaitan dengan *digital recruitment*. Berdasarkan hal tersebut, penulis mengajukan lamaran praktik kerja lapangan kepada perusahaan-perusahaan dan penulis diterima di PT. Ciomas Adisatwa cabang Sidoarjo untuk melakukan praktik kerja lapangan di perusahaan tersebut. Kegiatan praktik kerja lapangan dilakukan secara daring mengingat kondisi pandemic *COVID-19* yang belum mereda. Penulis memilih mengirim lamaran praktik kerja lapangan di PT. Ciomas Adisatwa dikarenakan penulis melihat PT. Ciomas Adisatwa merupakan instansi yang dapat memberdayakan penulis melalui penelitian untuk mengembangkan bidang keilmuannya untuk membantu menyelesaikan persoalan di perusahaan yang terkadang terlewat dari pengawasan perusahaan sehingga diperlukan pihak eksternal untuk membantu mengatasi persoalan yang ada. Selain itu untuk dijadikan sebagai wadah dalam melakukan penulisan dan pembelajaran yang berkaitan dengan kegiatan seputar bidang kerja desainer grafis dalam perusahaan berbasis industri. Dengan mengambil judul “Perancangan Video *Motion Graphic* Sebagai Media Pemasaran Lowongan Kerja Pada PT. Ciomas Adisatwa Secara Daring” diharapkan dapat mengatasi persoalan yang ada dalam perusahaan tersebut.

## 1.2 Batasan Masalah

Berikut ini merupakan batasan-batasan masalah dalam pelaksanaan praktik kerja lapangan di PT. Ciomas Adisatwa:

- a) Konten visual berupa foto dan logo perusahaan berasal dari Tim *HR* dan *GA* PT. Ciomas Adisatwa Sidorajo. Eksplorasi desain dilakukan oleh penulis.
- b) Posisi penulis sebagai penulis *internship* dan *research* bidang desain grafis dibawah pengawasan divisi *HR* dan *GA* PT. Ciomas Adisatwa.
- c) Penulis melaksanakan praktik kerja lapangan secara *online*, dikarenakan pandemi *COVID-19*.

## 1.2 Tujuan dan Manfaat

### 1.2.1 Tujuan

Tujuan penulis kegiatan praktik kerja lapangan di PT. Ciomas Adisatwa adalah sebagai berikut:

- a) Penulis mendapatkan wawasan baru terkait penerapan ilmu desain komunikasi visual khususnya dibidang promosi agar penulis dapat mempersiapkan diri untuk berkarir di dunia kerja sesuai dengan standar perusahaan di Indonesia.
- b) Menerapkan ilmu pengetahuan yang didapatkan selama masa studi dan menguji kemampuan penulis agar dapat menjadi tolak ukur serta bahan evaluasi bagi penulis serta program studi desain komunikasi visual.
- c) Memahami budaya kerja yang ada di perusahaan dan mejalin *networking* dengan pegawai yang ada.
- d) Melakukan praktik kerja lapangan sebagai pemenuhan syarat dari mata kuliah Praktik Kerja Lapangan.
- e) Melaksanakan praktik kerja lapangan guna memenuhi salah satu syarat kelulusan penulis di Universitas Ma Chung.

### 1.2.2 Manfaat

Manfaat kegiatan praktik kerja lapangan di PT. Ciomas Adisatwa adalah sebagai berikut:

#### a) Bagi Penulis

Manfaat kegiatan praktik kerja lapangan di PT. Ciomas Adisatwa bagi penulis yaitu:

- Sebagai pemenuhan syarat mata kuliah Praktik Kerja Lapangan.
- Mendapatkan wawasan mengenai dunia kerja terutama di perusahaan berbasis industri.
- Menjadi tolak ukur penulis dalam mengembangkan dan meningkatkan *skill* yang dimilikinya.
- Belajar tentang tanggung jawab, kode etik pekerjaan serta integritas yang diterapkan di dalam dunia kerja.

#### b) Bagi Universitas

Manfaat kegiatan praktik kerja lapangan di PT. Ciomas Adisatwa bagi universitas yaitu:

- Menjalin kerjasama antara universitas sebagai pihak penyelenggara pendidikan dengan pihak perusahaan yaitu PT. Ciomas Adisatwa.
- Memperkenalkan Universitas Ma Chung kepada masyarakat.
- Menjadi referensi bahan pembelajaran bagi universitas dalam mengembangkan kurikulum guna menjawab kebutuhan industri terkait dengan mutu sumber daya manusia di dunia kerja.

#### c) Bagi Perusahaan

Manfaat kegiatan praktik kerja lapangan di PT. Ciomas Adisatwa bagi perusahaan yaitu:

- Membangun kerjasama antara perusahaan, universitas dan penulis agar dapat terhubung satu sama lain.
- Penulis membantu pihak perusahaan dalam memecahkan persoalan sesuai dengan bidang yang dipelajari.
- Meningkatkan standar desain yang ada dalam perusahaan.

- Perusahaan dapat memenuhi kebutuhannya dalam melakukan kegiatan *recruitment* secara daring melalui media promosi dalam bentuk digital yang telah dirancang oleh mahasiswa praktik kerja lapangan.