

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Desain grafis adalah hal yang sudah tidak asing lagi bagi manusia pada era modern ini. Istilah desain grafis dapat dengan mudah ditemukan atau didengar dimana-mana pada seluruh penjuru dunia saat ini. Segala hal yang berada di sekitar kita tanpa disadari adalah hasil atau produk dari desain grafis. Desain grafis sendiri adalah salah satu bentuk komunikasi yang menggunakan atau memanfaatkan elemen-elemen visual seperti foto, bentuk, tulisan, dan elemen lainnya yang bertujuan untuk menyampaikan ide atau gagasan kepada orang lain melalui elemen-elemen tersebut (Enterprise, 2018). Desain grafis sendiri dibagi lagi menjadi beberapa bidang sesuai jenisnya yaitu poster, infografis, logo, desain web, desain *user interface*, desain media sosial, *branding*, dan masih banyak jenis lainnya.

Desain grafis sendiri saat ini sangat dibutuhkan oleh segala kalangan mulai dari pebisnis, pendidik, pemerintah, dan lainnya. Desain grafis atau komunikasi secara visual menjadi pilihan yang menarik dalam mengkomunikasikan suatu hal dibandingkan komunikasi secara verbal, karena komunikasi secara visual dapat dipahami seluruh manusia dari daerah manapun tanpa ada batasan bahasa maupun kemampuan membaca. Pada masa modern ini desain grafis menjadi pilihan paling baik dalam mengembangkan informasi dengan cepat karena pemirsa hanya perlu melihat tanpa membutuhkan waktu yang lama dan desain grafis juga memiliki keindahan estetika sehingga pemirsa tidak mudah bosan dan informasi terlihat lebih menarik daripada hanya sekedar tulisan.

Pentingnya desain grafis membuat banyak pemilik bisnis berlomba-lomba untuk membuat konten menarik bagi produknya agar dapat meningkatkan market. Hal tersebut membuat desainer grafis semakin dicari oleh berbagai perusahaan dan pebisnis. Penulis sebagai mahasiswi Desain Komunikasi Visual mengikuti kegiatan praktik kerja lapangan yang menjadi salah satu syarat kelulusan dan media untuk bekerja pada bidang desainer grafis secara nyata. Penulis memutuskan untuk

melakukan kegiatan praktik kerja lapangan di CV. Asanka Indonesia Desain yang berada di Bandung, Jawa Barat, Indonesia.

CV. Asanka Indonesia Desain adalah studio desain produk yang berlokasi di Jalan Ir. H. Juanda no. 278, Bandung, Jawa Barat, Indonesia. CV. Asanka Indonesia Desain yang juga dikenal sebagai Asanka Studio memiliki fokus pada bidang desain produk furniture yang juga memproduksi desain mereka sendiri untuk diperjualbelikan. CV. Asanka Indonesia Desain membutuhkan desainer grafis sebagai salah satu upaya untuk meningkatkan penjualan produknya. Desainer grafis tersebut nantinya ditugaskan untuk membuat desain *e-commerce*, desain media sosial, poster infografis produk, dan beberapa tugas lainnya. Asanka Studio juga memiliki nama yang cukup dikenal dan *client* di berbagai daerah di Indonesia maupun di luar Indonesia. Maka dari itu, penulis tertarik untuk melakukan praktik kerja lapangan di CV. Asanka Indonesia Desain sebagai media untuk mengembangkan kemampuan desain grafis dan mendapatkan pengenalan terhadap dunia kerja sebagai desainer grafis professional. Hasil dari praktik kerja lapangan yang sudah penulis lakukan akan dijabarkan pada laporan praktik kerja lapangan yang berjudul “Perancangan *Editorial Design Marketing Communication* dalam Upaya Peningkatan Penjualan di CV. Asanka Indonesia Desain”.

1.2 Batasan Masalah

Batasan masalah atau batasan tugas yang penulis kerjakan selama praktik kerja lapangan di CV. Asanka Indonesia Desain. Penjabaran dari batasan masalah selama penulis praktik kerja lapangan adalah sebagai berikut.

- a. Penulis diterima sebagai mahasiswa magang di CV. Asanka Indonesia Desain.
- b. Penulis mendapatkan bagian di divisi tim desain (*graphic design team*) di CV. Asanka Indonesia Desain.
- c. Penulis mendapat posisi sebagai desainer grafis magang di CV. Asanka Indonesia Desain.
- d. Penulis melakukan praktik kerja lapangan selama tiga bulan dari Juli - September.

- e. Penulis diberi tugas untuk membuat desain yang dibutuhkan oleh Tim *Marketing* di CV. Asanka Indonesia Desain.
- f. Penulis hanya mengerjakan bagian desain dan bukan *copywriting* maupun *marketing plan concept*.

1.3 Tujuan Praktik Kerja Lapangan

Tujuan dari kegiatan praktik kerja lapangan yang penulis lakukan akan dijabarkan sebagai berikut:

- a. Praktik kerja lapangan dilakukan agar mahasiswa siap untuk bekerja di dunia pekerjaan yang sesungguhnya.
- b. Praktik kerja lapangan dilakukan agar mahasiswa dapat mempraktikkan ilmu yang didapat selama perkuliahan.
- c. Praktik kerja lapangan dilakukan untuk menjalin hubungan yang baik antara mahasiswa dengan berbagai pihak, terutama CV. Asanka Indonesia Desain.
- d. Praktik kerja lapangan dilakukan sebagai upaya untuk memenuhi syarat kelulusan mata kuliah Praktik Kerja Lapangan.
- e. Praktik kerja lapangan dilakukan sebagai salah satu syarat kelulusan di Universitas Ma Chung, Malang.

1.4 Manfaat Praktik Kerja Lapangan

Praktik kerja lapangan yang dilakukan diharapkan dapat memberikan manfaat bagi mahasiswa, bagi CV. Asanka Indonesia Desain, dan bagi Universitas Ma Chung. Manfaat praktik kerja lapangan yang penulis lakukan adalah sebagai berikut.

1.4.1 Manfaat bagi Mahasiswa

Manfaat praktik kerja lapangan bagi mahasiswa adalah sebagai berikut:

- a. Mahasiswa diharapkan mampu memahami realita kondisi di dunia pekerjaan dengan segala tantangan yang ada di dalamnya secara sepenuhnya melalui kegiatan praktik kerja lapangan.

- b. Mahasiswa mendapatkan media untuk mengaplikasikan ilmu pengetahuan yang telah dipelajari dalam perkuliahan menjadi karya yang bermanfaat.
- c. Praktik kerja lapangan memberi mahasiswa media untuk belajar berinteraksi langsung serta membangun relasi secara nyata dan bukan sekedar teori saja.
- d. Mahasiswa dapat menyelesaikan mata kuliah Praktik Kerja Lapangan dan juga memenuhi syarat kelulusan di Universitas Ma Chung, Malang.

1.4.2 Manfaat bagi CV. Asanka Indonesia Desain

Manfaat praktik kerja lapangan bagi CV. Asanka Indonesia Desain adalah sebagai berikut:

- a. Mahasiswa praktik kerja lapangan diharapkan dapat membantu menyelesaikan permasalahan dalam perusahaan sesuai dengan bidang yang dikuasai.
- b. Perusahaan diharapkan dapat menjadi lebih maju melalui hasil praktik kerja lapangan yang telah dilakukan oleh mahasiswa selama masa praktik kerja lapangan.
- c. Perusahaan mendapatkan citra baru yang baik dalam aspek *marketing design* sehingga mendapatkan tingkat penjualan yang stabil kedepannya.
- d. Perusahaan mampu meluaskan pasar dengan media promosi yang telah dirancang oleh mahasiswa praktik kerja lapangan.

1.4.3 Manfaat bagi Universitas Ma Chung

Manfaat praktik kerja lapangan bagi Universitas Ma Chung adalah sebagai berikut:

- a. Universitas Ma Chung dapat lebih dikenal oleh masyarakat luas dan memiliki koneksi baru.
- b. Universitas Ma Chung dapat membangun hubungan baru yang meluas dengan berbagai pihak yang berkaitan dengan dunia pekerjaan bagi mahasiswa.
- c. Universitas Ma Chung dapat mengevaluasi ilmu dan teknik pembelajaran yang digunakan dengan relasinya terhadap realita lingkungan pekerjaan saat ini.

d. Alumni Universitas Ma Chung dapat menjadi lulusan yang terampil dan bertanggung jawab dalam pekerjaannya setelah melakukan kegiatan praktik kerja lapangan.