

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Ekonomi kreatif merupakan sebuah konsep di era ekonomi baru yang mengutamakan informasi dan kreatifitas dengan mengandalkan ide dan pengetahuan dari sumber daya manusia sebagai faktor produksi. Dalam studi ekonomi dikenal terdapat empat faktor produksi yaitu sumber daya alam, sumber daya manusia dan manajemen (Wahyuningsih et al., 2019). Ekonomi kreatif adalah suatu konsep solusi alternatif untuk merealisasikan pembangunan ekonomi yang berkelanjutan berbasis kreatifitas. Pemanfaatan sumber daya yang tidak hanya terbarukan, bahkan hampir tidak terbatas berupa ide, bakat, gagasan dan kreatifitas (Syahsudarmi, 2019). Sekarang ini nilai ekonomi suatu produk dan jasa di era kreatif tidak ditentukan lagi dengan bahan baku atau sistem produksi seperti pada era industri, tetapi lebih kepada pemanfaatan kreatifitas dan penciptaan inovasi melalui perkembangan teknologi.

Kebanyakan orang tidak menyadari bahwa Desain Komunikasi Visual selalu ada pada kehidupan sehari – hari masyarakat modern. Desain Komunikasi Visual adalah ilmu yang mempelajari konsep komunikasi yang divisualisasi dengan cara mengolah elemen desain untuk diaplikasikan ke berbagai media komunikasi visual. Desain komunikasi visual merupakan turunan dari seni, akan tetapi keduanya memiliki perbedaan. Seni mengutamakan keindahan dan merupakan ekspresi dari seniman, sedangkan desain memiliki tujuan untuk memecahkan masalah dengan menyampaikan informasi kepada orang banyak (Tinarbuko, 2015). Desain Komunikasi Visual adalah disiplin ilmu yang bertujuan mempelajari konsep-konsep komunikasi serta ungkapan kreatif melalui berbagai media menyampaikan pesan dan gagasan secara visual dengan mengelola elemen grafis yang berupa bentuk dan gambar, tatanan huruf, serta komposisi warna dan layout (Kusrianto, 2009). Cakupan dari desain komunikasi visual sangat luas, karena itu dalam bukunya dengan judul *DEKAVE Desain Komunikasi Visual Penanda Zaman Masyarakat Global*, Tinarbuko membagi desain komunikasi visual menjadi tiga kelompok yaitu desain grafis, desain iklan dan desain multimedia interaktif. Desain

grafis berfokus pada tata letak dan komposisi seperti desain *corporate identity*, *sign system*, desain percetakan, komik, ilustrasi, dan desain tipografi. Desain iklan berfokus pada konteks desain pada dunia periklanan, contohnya pada media lini atas seperti: radio, iklan televisi, bioskop dan internet serta media lini bawah contohnya brosur, poster, dan katalog. Kemudian terdapat desain multimedia interaktif yang meliputi videografi, fotografi, animasi, desain web dan *motion graphic* (Tinarbuko, 2015).

Mempunyai produk yang dibutuhkan oleh pasar *e-marketplace* Indonesia merupakan keinginan setiap pelaku wirausaha di *e-marketplace*, banyak cara yang dilakukan oleh penggiat menggunakan cara promosi tetapi sering kali promosi yang dilakukan tidak menarik, sedangkan promosi adalah langkah langsung yang dapat memberikan insentif produk atau nilai tambah produk kepada konsumen (Wahyudi et al., 2021). Promosi mencakup berbagai alat yang dirancang untuk mempromosikan respon pasar yang lebih cepat. Membuat produk dalam promosi di *e-marketplace* lebih menarik, salah satunya adalah dengan pembuatan model 3D Objek yang dapat membuat produk tersebut menarik. Model 3D objek yang disertai *visual effect* akan menghasilkan *visual looks* yang dapat dipercaya bagi orang yang melihatnya.

Sekarang ini banyak perusahaan yang memakai model 3D Objek pada produk – produk yang mereka miliki. 3D model tersebut digunakan pada *e-marketplace* untuk promosi yang lebih menarik dimana pembuatan model 3D objek ini memiliki fasilitas interaksi sebagai komponen untuk memenuhi minat atau ketertarikan. Kemudian model objek 3D yang disertai *visual effect* akan menghasilkan *visual looks* yang dapat dipercaya bagi orang yang melihatnya, ini dimungkinkan bahwa 3D objek dengan *visual effect* dapat menambahkan nilai minat atau ketertarikan (Wahyudi et al., 2021). Menyadari pentingnya peran model 3D objek dan tingginya pengguna internet sebagai media promosi. Particles Studio sebuah studio yang berfokus pada 3D dan berdomisili di Malang, tepatnya Particles Studio merupakan studio 3D yang berfokus pada *Modeling*, *Texturing* dan *Rendering* untuk keperluan *Product Design* dan *Architecture* yang berlokasi di Jl. Mutiara Sulfat II Kav. C10A, Kel. Pandanwangi, Kec Blimbing, Kota Malang.

Particles Studio merupakan studio 3D di Malang yang memiliki klien mulai dari lokal sampai internasional. Dengan fokus pada bidang 3D *Modeling*, *Texturing* dan *Rendering*. Dan juga *project-project* yang dikerjakan oleh Particles Studio lebih kepada *Product Design* dan juga *Architecture*.

Alasan penulis memilih tempat PKL di Particles Studio karena penulis menganggap Particles Studio memiliki kualitas yang baik dalam 3D *modeling* dan *texturing* sehingga penulis memilih Particles Studio karena ilmu yang didapatkan akan sangat banyak dan bermanfaat bagi penulis.

1.2 Batasan Masalah

Berikut ini adalah batasan – batasan masalah yang penulis susun untuk laporan praktik kerja lapangan di Particles Studio:

- a) Penulis menyelesaikan permasalahan Particles Studio dengan mendesain keperluan perusahaan seperti : membuat 3D *modeling* dari beberapa *product* yang diberikan Particles Studio dan *Texturing* 3D model *product* dari *product – product* yang diberikan Particles Studio.
- b) Penulis melakukan praktik kerja lapangan selama empat bulan terhitung mulai tanggal 4 Juli 2022 hingga 4 November 2022.

1.3 Tujuan Praktik Kerja Lapangan

Tujuan yang ingin dicapai penulis selama melakukan praktik kerja lapangan di Particles Studio adalah sebagai berikut:

- a) Menerapkan dan mempraktekan ilmu yang dipelajari di Universitas Ma Chung.
- b) Mengembangkan *soft skills* yang diperlukan di dunia kerja agar sesuai dengan standar perusahaan.
- c) Memenuhi persyaratan mata kuliah praktik kerja lapangan.
- d) Memenuhi persyaratan kelulusan Universitas Ma Chung.

1.4 Manfaat Praktik Kerja Lapangan

Manfaat yang diperoleh dari praktik kerja lapangan yang dilakukan penulis bagi mahasiswa Universitas Ma Chung dan Particles Studio adalah sebagai berikut:

1.4.1 Bagi Mahasiswa

Manfaat bagi mahasiswa yang didapatkan selama PKL di Particles Studio yaitu:

- a) Mendapat wawasan dan pengalaman baru mengenai sistem kerja bersama dengan tim.
- b) Mengembangkan ilmu yang sudah dipelajari selama perkuliahan.
- c) Mengetahui standar yang diperlukan oleh perusahaan.
- d) Memenuhi persyaratan mata kuliah PKL.
- e) Memenuhi persyaratan kelulusan Universitas Ma Chung.

1.4.2 Bagi Universitas

Manfaat bagi Universitas yang didapatkan selama PKL di Particles Studio yaitu:

- a) Universitas memiliki koneksi baru yang dapat berkelanjutan menjadi sebuah kerjasama yang baik.
- b) Memperkenalkan Universitas Ma Chung terhadap masyarakat di bidang industri.
- c) Sebagai bahan referensi untuk universitas dalam mengembangkan mata kuliah maupun kurikulum bagi pengetahuan mahasiswa dan sumber daya manusia di dunia kerja.

1.4.3 Bagi Perusahaan

Manfaat bagi perusahaan yang didapatkan selama PKL di Particles Studio yaitu:

- a) Membangun kerjasama antara perusahaan dan mahasiswa yang dapat membangun koneksi maupun memajukan kedua belah pihak.
- b) Mendapat tenaga kerja untuk memenuhi kebutuhan perusahaan.