

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada dasarnya, manusia merupakan makhluk sosial dan harus bisa berkomunikasi satu sama lain. Desain merupakan salah satu cara untuk berkomunikasi melalui visual. Saat ini, desain merupakan hal yang akan selalu kita temui baik di dunia digital maupun di kehidupan nyata. Desain sendiri memiliki banyak cabang ilmu, seperti desain grafis untuk kebutuhan grafis dan cetak, desain interior sebagai ilmu untuk desain interior dan bangunan, *branding* yang mempelajari identitas visual, dan desain pakaian untuk kebutuhan *fashion*. Desain juga memiliki fungsi sebagai alat komunikasi dan sebagai solusi untuk masalah sehari-hari yang dapat berupa desain kemasan, desain sosial media, animasi, ilustrasi, logo, poster dan lain sebagainya. Seiring berjalannya waktu, desain berkembang dengan adanya teknologi. Dengan desain dan media digital bentuk komunikasi akan terus bertambah dan akan semakin banyak orang yang membutuhkannya. Menurut Jessica Helfand yang merupakan desainer, penulis dan pendidik, Desain Grafis adalah kombinasi yang kompleks antar teks dan gambar, angka dan grafik, foto dan ilustrasi yang membutuhkan pemikiran khusus dari seseorang yang bisa menggabungkan elemen-elemen tersebut, sehingga dapat menghasilkan sesuatu yang unik, sangat berguna, mengejutkan atau subversif dan mudah diingat. Dengan hal ini dapat disimpulkan bahwa desain grafis merupakan penggabungan antara teks, gambar, angka, dan grafik.

Untuk memfasilitasi para desainer grafis terdapat salah satu *platform* berupa *marketplace* yang dapat digunakan untuk mengunggah dan menjual karyanya seperti Freepik, Shutterstock, Unsplash, dan lain sebagainya. Untuk saat ini, adanya *marketplace* sendiri sangat membantu para desainer dalam menghadapi perubahan pada era digital. Era digital yang baru ini membawa perubahan yang terbuka dan inklusif yang menawarkan kesempatan serta peluang yang setara bagi seluruh masyarakat untuk dapat terlibat dalam ekosistem bisnis global. Hal tersebut merambah ke dunia desain khususnya desain komunikasi visual. Pada era digital, desain grafis

mengalami perubahan yang sangat signifikan. Para desainer dituntut untuk memperbaharui diri agar dapat mendukung perkembangan teknologi pada era digital yang sangat pesat. Ketika tuntutan produk menjadi berubah, maka cara kerja, peralatan, dan gaya desain pun akan mengikuti gelombang perubahan tersebut. Oleh karena itu desain dan teknologi menjadi suatu hal yang saling bersangkutan. Untuk itu muncul entitas baru yang tumbuh dalam ekosistem ini, salah satunya adalah *marketplace* yang menjadi penunjang utama. *Marketplace* dalam ekosistem desain *online* memiliki peranan utama, karena *platform* ini menjadi jembatan antara desainer dengan klien. *Marketplace* menjadi perantara informasi antar organisasi yang memungkinkan pembeli dan penjual dapat berpartisipasi untuk bertukar informasi tentang harga dan produk yang ditawarkan serta untuk bekerja sama dalam bursa komoditas. *Marketplace* bukan hanya merupakan produk dari perubahan, melainkan juga membawa perubahan itu sendiri dalam dunia desain grafis. Dengan hadirnya *platform* ini juga menjadi suatu bukti bahwa desain bersifat fleksibel dan adaptif terhadap perubahan dan pergeseran yang terjadi pada siklus peradaban manusia (Firman Rahadi & Triyadi, 2019).

Pada kesempatan ini penulis akan membahas mengenai salah satu studio *branding* yang ada di Kota Malang yaitu Akroma Obilia. Akroma Obilia merupakan studio yang berfokus kepada *branding* dan komunikasi visual, dimana tujuan dari Akroma sendiri yaitu membuat, mengembangkan, merancang, dan mengimplementasikan solusi desain cetak dan digital untuk bisnis dan merek. Selain itu, Akroma Obilia juga memberikan layanan dengan memahami kebutuhan para klien untuk menciptakan sebuah *brand* yang imajinatif serta kreatif yang akan disesuaikan untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Pada saat melaksanakan Praktik Kerja Lapangan, penulis bertugas untuk membuat aset visual, salah satu unsur penting dalam pembuatan aset visual adalah ilustrasi. Ilustrasi merupakan aset yang penting dalam desain grafis dan dapat kita temui di dalam novel, komik, buku anak, poster bahkan konten sosial media. Saat ini, dengan adanya *marketplace*, ilustrasi dapat dijual dan menjadi pemasukan pasif untuk desainer. Tidak sedikit desainer yang mengunggah karyanya yang belum pernah terpakai dan dapat digunakan oleh orang lain dengan legal. Dengan hal ini desainer

dapat terus berkarya dengan berbagai konten yang dibutuhkan oleh *marketplace* (Rahadi & Triyadi, 2019).

Penulis merupakan salah satu mahasiswi jurusan Desain Komunikasi Visual dan akan menggeluti profesi sebagai desainer grafis profesional. Penulis telah melewati kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) agar penulis mendapat pengalaman dan cara kerja industri yang kemudian dapat diimplementasikan di masa perkuliahan. Penulis melakukan praktik kerja lapangan di salah satu studio yang fokus pada *branding* dan komunikasi di Kota Malang yaitu Akroma Obilia Studio sebagai desainer grafis yang bertugas sebagai desainer grafis, ilustrator, fotografer, dan menangani konten sosial media.

1.2 Batasan Masalah

Berikut merupakan batasan-batasan masalah bagi penulis selama melaksanakan praktik kerja lapangan sebagai desainer grafis di Akroma Obilia Studio selama 90 hari atau 3 bulan, terhitung mulai dari 8 Juli 2022 hingga 8 Oktober 2022:

- a. Penulis diterima sebagai mahasiswa magang di Akroma Obilia mulai dari 8 Juli 2022 – 8 Oktober 2022.
- b. Penulis diposisikan sebagai desainer grafis magang di Akroma Obilia Studio.
- c. Penulis ditugaskan untuk membuat tata letak, mengambil gambar, membuat ilustrasi, dan membuat *motion graphic* di Akroma Obilia.

1.3 Tujuan Praktik Kerja Lapangan

Tujuan yang ingin diraih dari pelaksanaan praktik kerja lapangan di Akroma Obilia adalah sebagai berikut:

- a. Menambah pengalaman dan pengetahuan dunia kerja atau industri bagi mahasiswa agar siap untuk bekerja.
- b. Mengembangkan kemampuan yang didapat dari kampus, agar sesuai dengan standar profesional.

- c. Mendapatkan pengalaman bekerja secara nyata yang tidak bisa didapatkan selama proses perkuliahan di kampus, yang dimana akan diperlukan di dunia kerja.
- d. Mengetahui proses kerja industri kreatif dalam pembuatan desain di Akroma Obilia Studio.

1.4 Manfaat Praktik Kerja Lapangan

Dari praktik kerja lapangan yang telah dilaksanakan, diharapkan mampu memberikan manfaat bagi mahasiswa, bagi Universitas Ma Chung, juga bagi Akroma Obilia Studio.

1.4.1 Bagi Mahasiswa

Manfaat bagi mahasiswa adalah sebagai berikut:

- a. Menjadi salah satu syarat kelulusan mata kuliah praktik kerja lapangan, juga sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana di Universitas Ma Chung.
- b. Mendapat gambaran tentang dunia kerja yang sesungguhnya.
- c. Mendapat pengetahuan lebih tentang proses kerja, ilmu, manajemen di sebuah perusahaan.
- d. Dapat menyelesaikan suatu permasalahan yang terjadi di perusahaan.
- e. Mahasiswa dapat berinteraksi secara langsung serta membangun relasi nyata di dunia industri.

1.4.2 Bagi Universitas Ma Chung

Manfaat bagi Universitas Ma Chung adalah sebagai berikut:

- a. Membuka kerjasama yang baik antara universitas dengan Akroma Obilia Studio.
- b. Memperkenalkan Universitas Ma Chung kepada masyarakat luar.
- c. Dapat menjadi perbandingan antara ilmu yang didapat dari praktik kerja lapangan dengan teori yang diajarkan, untuk meningkatkan kurikulum Desain Komunikasi Visual Ma Chung.

1.4.3 Bagi Akroma Obilia Studio

- a. Meningkatkan kerjasama antara perusahaan, mahasiswa dan universitas.
- b. Membantu menyelesaikan tugas proyek yang ada di dalam perusahaan.
- c. Akroma Obilia Studio lebih dikenal, khususnya oleh mahasiswa Universitas Ma Chung.