

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Desain Komunikasi Visual atau biasa disingkat dengan DKV merupakan ilmu desain yang mempelajari suatu konsep komunikasi yang dimana mengkomunikasikan sebuah hal dengan elemen-elemen visual untuk menyampaikan pesan yang tersirat ataupun tujuan yang tersurat. Dalam penyampaian komunikasi ini penggunaan sebuah elemen visual seperti gambar, ilustrasi, tipografi, tanda ataupun warna dapat dengan mudah terlihat dan juga terbaca dengan jelas. Iklan produk atau jasa, media digital maupun media cetak, logo, flier, poster, kemasan merupakan pengaplikasian ilmu Desain Komunikasi Visual (DKV). Desain Komunikasi Visual dengan Desain Grafis terkadang dianggap oleh beberapa orang sama. Namun nyata mereka berbeda hanya dalam hal-hal tertentu bisa memiliki kesamaan. Perbedaan antara DKV dengan Desain Grafis terkadang sangat sulit dilihat dengan kasat mata. Desain Grafis terletak pada penataan elemen grafis secara efektif, efisien dan juga estetik sedangkan Desain Komunikasi Visual adalah penyampaian pesan dan juga tujuan dari sebuah desain tersampaikan dengan jelas kepada audiens.

Di dalam pengaplikasiannya Desain Komunikasi Visual sangat sering dianggap oleh beberapa orang sepele dan juga tidak terlalu penting, namun Desain Komunikasi Visual adalah jalan keluar dalam memecahkan suatu masalah. Begitupun dalam penerapannya dalam lapangan kerja industri kreatif, Desain Komunikasi Visual memiliki cakupan yang sangat luas, seperti halnya ilustrator, photographer, copywriter, desain grafis sampai editor dalam pembuatan film dan lain sebagainya. Profesi tersebut memiliki kaitannya erat dengan laporan praktik kerja lapangan kali ini. Dalam penerapannya, seorang lulusan dari jurusan Desain Komunikasi Visual dituntut agar mampu berkerja menjadi desainer yang multitalent seperti membuat ide, konsep, hingga, merealisasikannya.

Sosial Media juga berpengaruh pada era digital kali ini dikarenakan sebagian dari masyarakat menggunakan Sosial Media ini sebagai sarana komunikasi antar manusia baik itu mengirim pesan, mengirim gambar, mengirim pesan suara, mengirim dokumen dan lain sebagainya. Pengaruh ini banyak dimanfaatkan oleh beberapa sektor usaha baik itu sektor usaha atas atau menengah ke bawah, karena dengan menggunakan Sosial media banyak usaha yang tertolong dan terbantu agar bisa menaikkan viewers atau memberikan pengetahuan kepada konsumen tanpa harus datang ke lokasi usaha tersebut.

Dengan itu sosial media berpengaruh bagi masyarakat karena dengan sosial media ini banyak hal bisa kita dapatkan diluar mengirim pesan, seperti mengetahui lokasi, mengetahui video, mengetahui informasi yang paling terbaru baik dalam negeri maupun luar negeri, semakin majunya teknologi terutama pada sosial media, beberapa orang menyukai dengan adanya sosial media baik untuk umur anak-anak hingga dewasa menjelang lansia pun juga masih ada yang menggunakan sosial media untuk membantu mereka mengetahui kabar dari lingkungan sekitar atau berita terbaru yang ingin diketahuinya.

Dalam kesempatan ini penulis mengangkat tentang bagaimana pembuatan sosial media terutama pada Instagram Malang Meat Shop dan juga menjelaskan bagaimana proses dalam pengerjaan Sosial Media Malang Meat Shop kepada pembaca agar mengetahui bagaimana setiap langkah dalam pembuatan Konten Sosial Media yang baik dan benar agar dapat diminati masyarakat.

Dalam hal ini, penulis ingin mendapatkan lebih banyak pengetahuan selain yang didapatkan dalam materi perkuliahan. Praktik Kerja Lapangan (PKL) wajib dilaksanakan bagi mahasiswa semester akhir atau boleh dilakukan oleh mahasiswa yang sudah menyelesaikan 90 satuan kredit semester (SKS). Praktik Kerja Lapangan ini bertujuan agar setiap mahasiswa Universitas Ma Chung tidak hanya unggul dalam satu sisi yaitu secara teori saja, namun juga praktik dalam lapangan pekerjaan.

Dalam hal ini penulis yang berfokus pada Desain 2D (Dua Dimensi) dan berkonsentrasi dalam dunia Branding melakukan Praktik Kerja Lapangan untuk syarat kelulusan dan ingin mengembangkan apa yang sudah didapat di dalam perkuliahan dan dipraktikkan dalam dunia industri.

Jumlah kantor Desain di Indonesia juga banyak, namun penulis memilih Mickey Mouse Advertising yang berlokasi di Malang, Jawa Timur sebagai tempat PKL karena perusahaan ini tergolong perusahaan lama dalam dunia Advertising, namun klien-klien dari perusahaan ini cukup besar dan dikenal oleh banyak orang. Tempat ini juga penulis pilih sebagai sarana untuk mendapatkan pengalaman sekaligus menerapkan ilmu yang didapat dalam perkuliahan dan menambah juga mengembangkan keahlian yang dimiliki oleh penulis.

1.2 Batasan Masalah

Dalam penulisan laporan PKL ini, penulis membatasi topik hanya pada proses dan hasil pembuatan konten media Sosial Instagram untuk kebutuhan Malang Meat Shop di Studio Mickey Mouse Advertising telah dikerjakan selama tiga bulan di Mickey Mouse Advertising Malang, yaitu bulan Mei hingga bulan Juli tahun 2022.

1.3 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penulisan ini yaitu bagaimana proses pembuatan konten media Sosial Instagram untuk kebutuhan Malang Meat Shop di Studio Mickey Mouse Advertising Malang.

1.4 Tujuan

Tujuan dari kegiatan Praktik Kerja Lapangan ini dikelompokkan menjadi 2 bagian, sebagai berikut:

1.4.1 Tujuan Umum

Tujuan umum mahasiswa dari kegiatan Praktik Kerja Lapangan adalah sebagai berikut :

- a. Memberikan pengalaman bekerja bagi mahasiswa dalam menganalisa situasi, mengembangkan ilmu dan juga menerapkan teori yang didapat dan diajarkan dalam dunia kerja.
- b. Mendapatkan kesempatan untuk ikut serta dan berkontribusi dalam dunia kerja industri.

1.4.2 Tujuan Khusus

Adapun tujuan khusus dari kegiatan Praktik Kerja Lapangan ini adalah sebagai berikut :

- a. Mengaplikasikan ilmu dan teori tentang pekerjaan di dunia kerja sesuai dengan konsentrasi yang diambil pada saat perkuliahan.
- b. Dapat membekali pengetahuan dunia kerja dalam industri kreatif sehingga mahasiswa dapat menambah pengalaman yang lebih.
- c. Mengembangkan *problem solving* sekaligus melatih mental dan fisik mahasiswa atas realita masalah yang terjadi dalam industry
- d. Terjalannya hubungan timbal balik antar kampus dengan industri kreatif sehingga di kemudian hari dapat direkrut menjadi karyawan.

1.5 Manfaat

Berbagai manfaat yang diperoleh dari kegiatan Praktik Kerja Lapangan adalah sebagai berikut :

1.5.1 Bagi Mahasiswa

- a. Mendapatkan pengetahuan tentang ilmu, proses kerja, dan manajemen dari suatu perusahaan dalam dunia kerja yang nyata.
- b. Mendapatkan pengalaman kerja yang nyata dan bias dijadikan sebagai bekal ketika memulai karir setelah lulus dari dunia perkuliahan.

- c. Memperoleh pembelajaran mengenai proses menganalisa jenis perusahaan klien dan apa yang menjadi daya jual perusahaan tersebut.
- d. Memperdalam kreativitas dan pengetahuan mahasiswa dalam pengaplikasian system kerja pada perusahaan.

1.5.2 Bagi Universitas

- a. Membuka peluang bagi Universitas Ma Chung untuk melakukan kerja sama dengan perusahaan terkait.
- b. Prodi Desain Komunikasi Visual dapat membandingkan teori yang sudah diajarkan dengan Praktik nyata di lapangan pekerjaan, khususnya dalam ilmu Desain Grafis, sehingga dapat dijadikan acuan untuk mengembangkan kurikulum mata kuliah Desain Komunikasi Visual.
- c. Sebagai sarana untuk melihat bagaimana perkembangan keterampilan dan ilmu pengetahuan yang sudah diraih mahasiswa dan pengaplikasian ilmu yang di dapat dari proses perkuliahan.

1.5.3 Bagi Perusahaan

- a. Dapat membantu penyelesaian tugas proyek besar dan kecil yang ada dalam perusahaan.
- b. Membantu Proses dalam memecahkan masalah atau kendala yang terjadi pada saat proyek berlangsung dalam perusahaan.
- c. Dapat membantu proses system operasional kerja dalam perusahaan.
- d. Dapat memberikan saran atau masukan untuk sistem operasional perusahaan sekaligus untuk pekerja magang selanjutnya.