

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada zaman sekarang, desain grafis telah menjadi salah satu hal yang tidak asing. Desain grafis telah menjadi kebutuhan keseharian atau bagian hidup masyarakat, baik membantu menunjang untuk perkembangan usaha dan keperluan tertentu lainnya. Oleh karena itu, desain sekarang dapat dengan mudah ditemukan di lingkungan sekitar. Ada banyak medium desain yang diimplementasikan pada masyarakat umum, seperti poster, logo, brosur, ikon grafis pada *website*, dan lainnya yang dirancang sedemikian rupa untuk menyampaikan sebuah informasi kepada pengguna (Pasai dan Nugraha, 2018). Kebutuhan masyarakat terkait desain cukup besar sehingga membuat potensi besar untuk peranan para desainer grafis seiring dengan berkembangnya teknologi. Semua *visual* desain yang ditemukan di sekitar masyarakat adalah hasil kerja seorang desainer. Para desainer membutuhkan ilmu pengetahuan mengenai unsur penting dalam dunia desain grafis sebelum merancang sebuah *asset* desain grafis, seperti: warna, bentuk, dan komposisi. Beberapa unsur elemen desain grafis harus disatukan agar proses penyampaian pesan dapat tersampaikan dengan efektif (Pasai dan Nugraha, 2018). Peranan desain grafis tidak hanya untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat. Namun, tentang bagaimana desain grafis dapat berperan secara efektif dengan mempengaruhi pemikiran penerima pesan. Oleh karena itu, desain grafis harus disajikan dengan menarik dan komunikatif, sehingga pesan yang dibuat dapat disampaikan dengan benar ke penikmat desain. Salah satu desain grafis yang menjadi alat komunikasi *visual* yang efektif dan paling banyak diminati oleh khalayak umum sebagai media informasi dan promosi mereka adalah melalui poster. Dengan berkembangnya teknologi, poster tetap menjadi salah satu media komunikasi visual yang masih banyak digunakan, karena dinilai masih efektif dan relevan untuk kalangan masyarakat (Ardhianto, 2018).

Perkembangan teknologi pada zaman sekarang sungguh sangat pesat, hal tersebut dapat mempengaruhi banyak hal. Era teknologi digital sudah dimulai sejak

lama, hal ini disebut sebagai era digitalisasi, dimana kegiatan yang dilakukan oleh manusia dilakukan secara otomatis dengan teknologi. Digitalisasi menurut (Aji, 2016) adalah peralihan sistem analog menjadi sistem digital, dimana teknologi digital merupakan teknologi yang tidak menggunakan tenaga manusia, tetapi cenderung dilakukan secara sistematis dengan sistem komputerisasi atau format yang dapat dibaca oleh komputer. Tentu saja digitalisasi ini sangat memudahkan dan lebih efektif untuk membantu pekerjaan manusia. Peralihan sistem ini tentu saja mempengaruhi industri media. Banyak media yang dulunya berbasis cetak kini beralih ke sistem *online*, yang didukung pula dengan perkembangan di industri layanan internet. Dengan adanya digitalisasi, yang dulunya pengguna media cetak kini beralih ke penggunaan *online* yang lebih fleksibel, bisa mendapat informasi baru kapan saja, dan dimana saja. Penyajian yang lebih menarik bagi para pengguna (Aji, 2016). Digitalisasi dapat memudahkan dalam penyajian informasi, karena membuat informasi yang ingin disampaikan lebih komunikatif dengan desain-desain yang telah dibuat. Digitalisasi yang didukung dengan layanan internet sangat memudahkan untuk distribusi informasi dengan desain yang ditata dengan sedemikian rupa agar lebih menarik para pengguna internet, distribusi informasi tersebut dapat melalui berbagai platform media sosial. Selain itu, hal ini juga memudahkan para pemilik usaha dan jasa dalam mengiklankan produk/jasa yang mereka sediakan.

Di era digitalisasi ini, sosial media sudah menjadi kebutuhan umum masyarakat dalam menjalankan aktivitas. Media sosial dapat menjadi medium informasi yang baik maupun negatif dengan cepat (Prajarini dan Sayogo, 2021). Oleh karena itu, dengan penyebaran informasi yang efektif pada media sosial, menjadi salah satu alasan untuk proses dan strategi pemasaran pada produk dan jasa banyak dilakukan di media sosial dibandingkan dengan media cetak. Menurut (Khair dan Ma'ruf, 2020), salah satu media sosial yang banyak diminati di masyarakat adalah *Instagram*. Melalui media sosial tersebut, pemasaran produk maupun jasa dapat dilakukan dengan cara mengunggah foto maupun video sebagai kontennya. Walaupun pemasaran di *Instagram* terbagi menjadi dua kategori, yaitu pemasaran berbayar dan pemasaran gratis yang cukup dengan mengunggah konten di *Instagram*. Dengan begitu, peranan desain grafis tentu besar. Desainer dapat

merancang sebuah iklan dengan desain yang menarik dan informatif. Namun, perancangan tersebut tidak cukup dengan desain yang bagus, tetapi juga diperlukan konsistensi, sehingga para pengguna media sosial dapat tertarik, menjangkau pengguna secara luas, dan mereka juga dapat melakukan respon dengan fitur yang terdapat pada *Instagram* seperti *like*, *comment*, dan *share* (Prajarini dan Sayogo, 2021).

Desainer grafis dapat mengambil peran dalam mendesain ilustrasi, *layout*, *editing* foto, dan lainnya, yang dapat memberi pengaruh positif dan menarik perhatian *followers*. Pengaruh yang di maksud adalah jika desainer merancang dengan baik produk yang dipasarkan melalui *feeds Instagram*, dapat membantu dalam peningkatan penjualan karena minat pembelian dari *followers*. Melalui tindakan responsif dari pengguna, suatu produk dan jasa dapat dengan mudah mengembangkan *brand* dan strategi promosi dengan mudah seperti melalui, *comment* yang berisi dengan kritik dan saran yang membangun, berbagai macam ide inovasi untuk membantu perkembangan suatu usaha dan lainnya. Lalu dari fitur *share* tersebut secara pasif dapat berpotensi memperluas pasar dan jangkauan, jika pengguna menyukai desain *feeds* yang memasarkan produk atau jasa yang diberikan.

Penulis yang saat ini adalah seorang Mahasiswa Desain Komunikasi Visual di Universitas Ma Chung. Penulis memilih PT. Mentari Pagi Sejahtera (Vernon) sebagai tempat MBKM: Magang Industri, dikarenakan tertarik dan akan mengambil dunia kerja di ruang lingkup desain grafis, selain itu penulis juga ingin mengetahui ruang lingkup pekerjaan desain grafis yang sesungguhnya. Penulis telah menyelesaikan MBKM: Magang Industri yang dilakukan di PT. Mentari Pagi Sejahtera Malang (Vernon), sehingga dapat mengimplementasikan ilmu yang telah didapat selama masa perkuliahan. Penulis melakukan MBKM: Magang Industri di PT. Mentari Pagi Sejahtera (Vernon) pada ruang lingkup sebagai desainer grafis. PT. Mentari Pagi Sejahtera (Vernon) adalah perusahaan yang bergerak pada bidang teknologi. Selama proses MBKM: Magang Industri, penulis diberikan banyak macam pekerjaan yang dimulai dengan mendesain *feeds Instagram* untuk Bakso Woles dan Akira *Reflexology*, ikon grafis untuk *highlight Instagram*, mengambil dan mengedit foto, membuat *template Instagram* untuk Bakso Woles dan Akira

Reflexology, dan *branding kit* untuk Vernon Indo Kuliner dan Akira Sujinawa Utama. Pada kesempatan kali ini, penulis akan berfokus pada tugas yang diberikan selama MBKM: Magang Industri hingga tugas akhir yang diberikan oleh salah satu *leader* Vernon.

1.2 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah bagi penulis selama melaksanakan MBKM: Magang Industri di PT. Mentari Pagi Sejahtera (Vernon) selama enam bulan yang terhitung dari tanggal 4 Juli 2022 hingga 16 Desember 2022, yaitu sebagai berikut:

- a. Penulis diterima sebagai mahasiswi magang di PT. Mentari Pagi Sejahtera (Vernon), sebagai desainer grafis.
- b. Penulis difokuskan untuk membuat desain media sosial *Instagram* Bakso Woles dan Akira *Reflexology* di PT. Mentari Pagi Sejahtera (Vernon).

1.3 Tujuan MBKM: Magang Industri

Tujuan dari MBKM: Magang Industri di PT. Mentari Pagi Sejahtera yang akan dicapai yaitu sebagai berikut:

- a. MBKM: Magang Industri yang dilakukan oleh penulis dapat menambah dan mengetahui pengalaman dalam dunia kerja sesungguhnya.
- b. MBKM: Magang Industri yang dilakukan oleh penulis adalah salah satu persyaratan kelulusan di Universitas Ma Chung. MBKM: Magang Industri yang dilakukan oleh penulis adalah salah satu bentuk untuk menambah dan membangun relasi antara Universitas Ma Chung dengan perusahaan lain.

1.4 Manfaat MBKM: Magang Industri

Melalui kegiatan MBKM: Magang Industri, diharapkan dapat mampu memberikan berbagai manfaat bagi seluruh mahasiswa, Universitas Ma Chung dan juga bagi PT. Mentari Pagi Sejahtera (Vernon), berikut adalah manfaatnya:

1.4.1 Bagi Mahasiswa

- a. MBKM: Magang Industri yang dilakukan oleh penulis adalah salah satu bentuk pengaplikasian ilmu yang sudah didapat semasa perkuliahan.

- b. Dengan dilaksanakan MBKM: Magang Industri, penulis diharapkan mampu menambah wawasan dan memahami ruang lingkup dunia kerja yang sesungguhnya.
- c. Melalui MBKM: Magang Industri, penulis dapat mengembangkan *softskill*, yaitu komunikasi dengan ruang lingkup yang baru.
- d. Memenuhi persyaratan mata kuliah di Universitas Ma Chung.

1.4.2 Bagi Universitas

- a. Universitas dapat membangun relasi yang lebih luas dengan bekerja sama dengan pihak yang berkaitan dengan dunia kerja.
- b. Melalui MBKM: Magang Industri ini, dapat memperkenalkan Universitas Ma Chung di ranah publik secara luas.
- c. Melalui pengalaman MBKM: Magang Industri ini, dapat membuat pribadi alumni Universitas Ma Chung lebih unggul dan terampil dalam melakukan pekerjaan.

1.4.3 Bagi PT. Mentari Pagi Sejahtera (Vernon)

- a. Penulis mampu melakukan dan menyelesaikan persoalan atau studi kasus yang diberikan oleh perusahaan yang sesuai dengan bidangnya.
- b. Perusahaan mendapatkan *identity visual* yang lebih konsisten melalui desain media sosial yang dirancang oleh penulis.
- c. Perusahaan mendapat *branding kit* untuk membantu konsistensi *branding* dari Bakso Woles dan Akira Sujinawa Utama.