

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Industri *Food and Beverages* dalam kondisi optimal ditandai oleh kualitas produk yang stabil, efisiensi operasional, serta kemampuan untuk beradaptasi dengan perubahan selera dan pola konsumsi masyarakat. Dalam situasi persaingan yang semakin ketat dan pergeseran perilaku konsumen ke ranah digital, eksistensi identitas visual dan strategi komunikasi yang kuat menjadi elemen kunci untuk kelangsungan sebuah merek. Saat ini, desain grafis dan pengeditan video memiliki peran penting sebagai sarana representasi nilai, citra, dan pengalaman sensorik yang ingin dihadirkan oleh pelaku industri *Food and Beverages*. Desain grafis membangun identitas visual yang konsisten dan membedakan merek dalam pasar yang seragam, sedangkan pengeditan video memungkinkan narasi yang lebih mendalam melalui visualisasi proses, kualitas produk, dan suasana layanan. Keduanya menciptakan ekosistem komunikasi yang saling melengkapi untuk meningkatkan keterlibatan, memperkuat kehadiran daring, serta mendorong keputusan pembelian dari konsumen.

Salah satu hal yang sangat penting adalah komunikasi. Jika komunikasi antar rekan kerja berjalan baik, maka suasana kerja akan lebih nyaman dan harmonis. Selain itu, kualitas para pekerja juga perlu didukung dengan Sumber Daya Manusia (SDM) yang berkualitas. Sumber Daya Manusia (SDM) yang memiliki kemampuan dan kualitas tinggi sangat penting untuk memastikan perusahaan berjalan lancar.

Untuk dapat mencapai tujuan yang direncanakan, perusahaan membutuhkan pekerja yang kompeten dan berkualitas. Proses mendapatkan tenaga kerja yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan terdiri dari beberapa tahapan agar mereka memenuhi standar yang ditentukan.

Pada dunia *Food and Beverages*, para editor yang menguasai pada bidang multimedia dibutuhkan seperti desain menu, desain promo bulanan, desain untuk keperluan event, editing video *product knowledge* hingga editing video *recap after event* untuk kebutuhan internal maupun eksternal perusahaan. Dengan menggunakan aspek visual sebagai cara untuk menyampaikan pesan dan informasi melalui berbagai media, hal tersebut membantu mengkomunikasikan sesuatu secara efektif dalam sebuah perusahaan.

Maka dari itu di sebuah perusahaan *Food and Beverages* pengaplikasian desain dan mengedit video sangat diperlukan guna menyampaikan informasi dan pesan kepada konsumen secara efektif. Begitu juga dengan Expat. Roasters Surabaya yang dalam kegiatannya memerlukan aspek visual maupun audio visual untuk berbagai kebutuhan. Secara struktural pekerjaan desain dan video editing dalam Expat. Roasters Surabaya, khususnya pada daerah Jawa Timur, belum ada divisi yang membawahi langsung, tetapi pada saat penulis melakukan kerja praktik, untuk sementara waktu langsung berada di bawah divisi Marketing.

Expat. Roasters adalah produsen kopi spesial yang bergerak pada bidang *Food and Beverages* dengan konsep *specialty coffee*, di mana setiap aspeknya tidak hanya mengedepankan cita rasa kopi, tetapi juga melibatkan petani lokal untuk menciptakan biji kopi yang berkualitas tinggi. Expat. Roasters didirikan pada tahun

2016 di Bali oleh Shae Macnamara, seorang profesional kopi asal Australia yang memiliki pengalaman panjang dalam pengolahan kopi dan pelatihan barista, yang berfokus pada pengolahan dan penyajian kopi berkualitas tinggi dengan standar internasional. Expat. Roasters didirikan sebagai proyek penuh semangat dengan tujuan untuk menawarkan pelanggan pengalaman menikmati kopi terbaik dari Indonesia dengan pendekatan yang sederhana, asli, dan berfokus pada kualitas.

Sejak didirikan, Expat Roasters telah berkomitmen dengan tegas pada keberlanjutan dan pemberdayaan petani setempat. Lebih dari 95% bahan baku kopi yang dipakai berasal dari beragam daerah di Indonesia, terutama dari petani yang berada dalam jarak sekitar 40 kilometer dari fasilitas pemanggangan mereka di Bali. Dengan sistem kemitraan langsung bersama lebih dari 50 keluarga petani, Expat Roasters tidak hanya memperoleh hasil panen, tetapi juga berpartisipasi dalam proses pembinaan, percobaan metode pengolahan, dan peningkatan kualitas biji kopi. Model kemitraan ini menunjukkan usaha Expat. Roasters dalam menciptakan rantai pasok yang jelas dan berkelanjutan, selaras dengan prinsip *direct trade* yang saat ini menjadi tren global dalam sektor kopi.

I.2 Bidang Kerja Praktik

Penulis mengambil konsentrasi komunikasi korporasi dalam aktivitas desain grafis dan editor video pada Expat. Roasters Surabaya.

I.3 Tujuan Kerja Praktik

Tujuan yang ingin dicapai dalam kerja praktik ini adalah

- a. Untuk mengetahui bagaimana budaya kerja perusahaan kopi yang termasuk pada bidang *Food and Beverages* yang ada pada Expat. Roasters Surabaya.

- b. Untuk mencari pengalaman di bidang desain grafis dan editing video di Expat. Roasters Surabaya.
- c. Dapat meningkatkan pemahaman hubungan antara teori akademis dan praktik di lapangan.

I.4 Manfaat Kerja Praktik

I.4.1 Manfaat Akademis

Dapat memperkaya rujukan yang saat ini ada di Fakultas Ilmu Komunikasi UKWMS khususnya pada kajian korporat pada bidang desain grafis dan editor video.

I.4.2 Manfaat Praktis

Dari kegiatan Kerja Praktik ini, penulis memiliki manfaat tersendiri, yaitu memberikan pemahaman yang mendalam dan pengalaman yang baru pada bidang multimedia, khususnya desain grafis dan editor video pada Expat. Roasters Surabaya. Baik dari sebuah ide pokok tercipta, pra-produksi, produksi hingga post-produksi.

I.5 Tinjauan Pustaka

I.5.1 Desain Grafis

Menurut pakar semiotika visual, Sumbo Tinarbuko, desain grafis atau disebut juga desain komunikasi visual adalah bidang ilmu yang mempelajari konsep komunikasi dan ekspresi kreatif. Ilmu ini diterapkan dalam berbagai media komunikasi visual dengan cara memanfaatkan elemen desain grafis, seperti gambar (ilustrasi), huruf dan tipografi, warna, komposisi, serta *layout* (Migotuwio, 2020, p. 2). Sedangkan menurut Danton Sihombing dalam (Migotuwio, 2020, p. 2) desain

grafis adalah proses menciptakan berbagai elemen, seperti marka, simbol, dan penjelasan secara verbal yang disajikan melalui tipografi dan gambar, serta menggunakan teknik fotografi dan ilustrasi.

Desain grafis adalah salah satu cara berkomunikasi yang menggunakan berbagai unsur visual untuk mengirimkan gagasan atau ide kepada orang lain. Desain grafis juga bisa diartikan sebagai penerapan dari keterampilan seni dan komunikasi visual (Azhard & Samosir, 2024, p. 840). Desain grafis mencakup berbagai jenis karya, seperti logo yang digunakan untuk membangun identitas perusahaan, infografis, *motion graphic*, iklan dan informasi, grafis kemasan, serta antarmuka pengguna. Tugas utama desain grafis adalah membentuk elemen estetika, menjadi alat komunikasi, serta mewakili identitas pengguna (Migotuwio, 2020, p. 8).

I.5.2 Proses Rancangan Desain Grafis

Terdapat beberapa tahapan dalam proses rancangan desain grafis menurut (Widya & Darmawan, 2019, pp. 51–55), yaitu :

1. Konsep

Konsep merupakan hasil dari proses berpikir yang menentukan tujuan, kelayakan, dan sasaran yang ingin dicapai. Konsep ini bisa berasal dari berbagai bidang non-visual seperti ekonomi, politik, hukum, budaya, dan lainnya, lalu dikembangkan menjadi bentuk visual.

2. Media

Diperlukan suatu pemilihan untuk menganalisis pemilihan media dari berbagai sudut pandang seperti aspek rutinitas, fokus pada media yang

digunakan, jenis produk yang dipromosikan, bentuk pesan yang disampaikan, serta biaya penggunaan media tersebut.

3. Ide/Gagasan

Untuk mendapatkan ide yang kreatif, diperlukan proses perbandingan, membaca referensi, memiliki pemahaman yang luas, berdiskusi, melakukan wawancara, dan hal-hal lainnya agar desain bisa diterima dengan baik oleh sasaran dan menciptakan kesan yang sulit dilupakan.

4. Persiapan Data dan Perancangan

Data berupa teks atau gambar terlebih dahulu harus dipilah dan dipilih. Kita perlu menentukan apakah data tersebut sangat penting sehingga harus ditampilkan secara jelas, kurang penting sehingga bisa ditampilkan lebih kecil, samar, atau bahkan dihilangkan. Data bisa dibagi menjadi dua jenis, yaitu data informatif dan data estetis. Data informatif seperti foto, teks, atau judul yang memiliki makna. Sementara data estetis seperti bingkai latar belakang, efek garis, atau bidang yang lebih fokus pada tampilan visual. Untuk desain grafis menggunakan komputer, data harus dalam bentuk digital atau *file copy*. Karena itu, alat seperti *scanner* dan kamera digital sangat membantu dalam mengubah data analog menjadi digital.

Tugas seorang desainer adalah menggabungkan data informatif dan data estetis menjadi satu kesatuan yang utuh. Tujuan utama desain grafis adalah untuk mengkomunikasikan pesan secara visual. Oleh karena itu,

jangan sampai tampilan yang indah mengurangi atau menghilangkan pesan yang ingin disampaikan.

5. Revisi

Revisi dilakukan ketika terdapat ketidaksesuaian dengan rencana awal atau adanya perubahan lainnya. Dalam proses revisi ini, sikap dan mentalitas seorang desainer grafis sangat memengaruhi kelancaran dan keberhasilannya. Hal ini berkaitan dengan seberapa baik desainer mampu memahami perspektif klien dalam menangani permintaan solusi visual mereka.

6. *Final Artwork* (FA)

Final Artwork (FA) adalah desain akhir yang sudah disetujui oleh klien dan siap dilanjutkan ke proses produksi cetak. Beberapa hal yang perlu diperhatikan, antara lain ukuran desain, *bleed* dan tanda potong (*crop marks*), format *font* (TTF), resolusi/dpi, mode warna, tautan gambar, serta format file yang digunakan (seperti Pdf, Tiff, atau Jpg).

7. Produksi

Setelah desain selesai, sebaiknya terlebih dahulu dilakukan *proofing*, yaitu memperhatikan hasil cetak mesin sebelum dihasilkan banyak *copy*, agar dapat memastikan warna dan kualitas cetak sesuai harapan. Jika tidak ada kesalahan apa pun, maka desain sudah siap untuk dicetak atau diperbanyak.

I.5.3 Video Editing

Video editing merupakan proses kreatif yang menggabungkan semua bagian

yang berbeda menjadi satu program yang komprehensif (Telg, 2012, p. 1). Video editing adalah proses mengatur hasil dari rekaman gambar dan suara. Susunan yang dibuat akan menampilkan tindakan atau cerita yang mudah dilihat dan dipahami oleh penonton (Barsam & Monahan, 2019, p. 282). Christianto (2008), dalam (Kurniawan et al., 2019, p. 2) menyatakan bahwa editor video bertugas mengedit program dengan proses mengumpulkan, memilih, memotong, dan menyusun gambar-gambar hasil rekaman saat pemotretan, serta mengurutkan dan menata gambar, suara, musik, *background*, dan *sound effect* sesuai dengan naskah yang dibuat, sehingga menghasilkan sebuah video atau film yang berkualitas dan tidak terlalu mengalihkan perhatian penonton.

Terdapat beberapa tahapan dalam proses produksi video menurut Bungin, dalam (Maulana & Fatmawati, 2018, p. 62), yaitu

1. *Pre-Production Planning* (Pra-Produksi)

Tahap ini biasanya disebut sebagai tahap perencanaan. Proses produksi pra produksi meliputi beberapa langkah seperti Penemuan Ide, Perencanaan, dan Persiapan. Keberhasilan dalam produksi program televisi sangat bergantung pada kualitas dari tahap penemuan ide, perencanaan, dan persiapan ini.

2. *Production* (Pelaksanaan Produksi)

Sesudah Penemuan Ide, Perencanaan, dan Persiapan, maka tahapan produksi siap dieksekusi. Pada titik ini, semua tindakan yang diperlukan untuk mengumpulkan bahan "mentah" untuk penyuntingan, seperti pengambilan gambar dan rekaman, akan dilakukan.

3. *Post Production* (Pasca Produksi)

Kemudian di tahap pasca produksi dimana tahap ini merupakan penyelesaian atau penyempurnaan (*editing*) dari sebuah proses produksi. Terdapat beberapa hal dalam tahap ini, yaitu editing suara dan gambar, pengisian *sound effect* dan ilustrasi, serta melakukan evaluasi terhadap hasil produksi.

I.5.4 Proses Alur Editing

Menurut IKAPI dalam (Kurniawan et al., 2019, p. 2), Editing adalah proses menggabungkan berbagai gambar atau video yang telah diambil menjadi satu kesatuan video yang utuh. Proses editing itu meliputi :

1. *Digitizing/Capturing*

Memindahkan file video ke dalam bentuk data digital yang disimpan di *hardisk* atau CD.

2. *Offline Editing*

Memotong atau menghapus bagian klip yang kurang menarik pada video, lalu menyusun ulang setiap adegan hingga terlihat lebih terhubung dan menarik.

3. *Online Editing*

Menambahkan judul, musik latar, animasi, dan efek khusus pada video.

4. *Rendering*

Merupakan proses terakhir setelah editing offline atau online selesai. Video akan diubah menjadi satu kesatuan yang utuh, sehingga dilakukan proses finalisasi agar video bisa dibaca dengan sempurna di semua

perangkat pemutar.