

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital mendorong perusahaan untuk lebih aktif memanfaatkan media sosial dan platform digital lainnya untuk membangun citra dan memperluas jangkauan. Media sosial sangat berpengaruh dalam membangun *brand awareness* pada setiap Perusahaan saat ini, salah satunya adalah PT. Dex pump yang ingin memulai untuk mengaktifkan sosial media guna meningkatkan pengetahuan khalayak serta untuk memberikan *trust*-nya terhadap layanan penanggulangan banjir yang diberikan. Serta untuk menyebarkan pengetahuan dan pengalaman mengenai penanganan banjir bagi khalayak umum secara komprehensif.

Melanjutkan hubungannya dengan pembuatan konten di media sosial, penting juga bagi sebuah perusahaan untuk memiliki seorang designer grafis untuk menunjang kebutuhan internal perusahaan dan eksternal perusahaan. Seorang desain grafis biasa disebut dengan *designer*. Designer adalah orang yang membuat atau merancang karya visual dengan menggabungkan berbagai elemen seperti gambar ilustrasi, huruf (tipografi), foto, dan tata letak yang rapi. Untuk membuat karya visual, designer perlu merencanakan dengan baik dan mempertimbangkan apa yang disukai atau dibutuhkan pasar.

Menurut (Dewojati.R.W, 2009) Desain grafik pada dasarnya cara menyampaikan pesan atau informasi melalui gambar, warna, bentuk, dan tata letak yang nyaman untuk dipandang. Bentuk dari desain itu sendiri beragam, bisa berbentuk dua dimensi seperti poster. Bisa juga yang berbentuk tiga dimensi seperti kemasan produk. Tujuannya adalah agar pesan yang ingin disampaikan dapat dipahami dengan cepat dan menarik secara visual.

Beberapa Perusahaan sekarang menyadari pentingnya memiliki strategi pemasaran di media sosial menggunakan desainer graphic. Termasuk PT. Pompa Dex Indoguna Surabaya yang menyadari bahwa kehadirannya di media sosial kini sangat penting untuk mencapai tujuan bisnisnya. Karena semakin menarik sebuah pengemasan informasinya, maka akan semakin menarik perhatian *audience*. Desain Grafis menurut (Hendratman, 2017) desain grafis bukan sekadar seni menggambar, melainkan sebuah proses komunikasi menggunakan elemen visual, seperti tipografi, fotografi, dan ilustrasi yang dimaksudkan untuk menciptakan persepsi akan suatu pesan yang disampaikan. Dalam konteks industri, desain grafis adalah metode pemecahan masalah untuk menyampaikan informasi teknis menjadi visual yang mudah dicerna.

Salah satu strategi yang dapat digunakan dan efektif yaitu dengan membuat konten kreatif desain (visual) yang relevan dengan target audience dan brand image perusahaan. Tetapi ada tantangan yang sering dihadapi oleh Perusahaan yaitu banyaknya saingan konten dari Perusahaan *competitor*, sehingga tantangan

sesungguhnya yaitu bagaimana agar dapat membuat konten berupa desain yang menarik dan mudah dipahami pesannya oleh berbagai lapisan masyarakat. Karena meningkatnya jumlah perusahaan yang menggunakan media sosial sebagai salah satu alat promosi, maka ini menjadi tantangan seorang desainer grafis dalam menjalankan tugasnya.

Secara teoritis peran desainer grafis menjadi semakin penting, tidak hanya untuk memperkenalkan produk dan layanan perusahaan, tetapi juga untuk meningkatkan brand awareness, engagement, dan loyalitas pelanggan. Namun keberhasilan suatu konten tidak hanya ditentukan oleh kualitas visual atau editingnya saja, tetapi juga proses kreatif yang merupakan peran desainer grafis dibalik sebuah produk konten (Nababan & Rahmadi, 2025). Karena didalam media promosi membutuhkan tampilan yang menarik untuk dapat dinikmati oleh *audience*, sehingga disini butuhnya peran desainer grafis untuk mengatur penataan layout yang menarik.

Menurut RRI pengguna aktif dari media sosial ada sebanyak 64,3 % dari populasi di Indonesia pada tahun 2024, serta ada sebanyak 36,2 % masyarakat menemukan produk/ brand baru di iklan media sosial. Maka dari itu menggunakan media sosial sebagai alat pemasaran masih sangat penting. Kebanyakan pengguna media sosial juga menggunakan media sosial untuk mencari informasi suatu produk atau jasa secara detail. Bahkan media sosial seperti tiktok sekarang terdapat fitur

“keranjang kuning” dimana pengguna dapat langsung membeli produk melalui media sosial.

Karena media sosial menawarkan kemudahan dan kecepatan dalam mencari dan mendapatkan informasi, sehingga media sosial menjadi pilihan utama masyarakat. Oleh sebab itu peran pekerjaan desainer grafis di media sosial tidak dapat diremehkan. Karena masyarakat akan mengakses berbagai sumber informasi yang dapat mereka percaya dan konten yang diproduksi secara menarik dapat meningkatkan *brand awareness* perusahaan.

Dengan latar belakang ini, penulis terdorong untuk melamar dalam posisi *content creator* khususnya pada divisi *design graphic* di PT. Pompa Dex Indoguna. Penulis percaya bahwa dengan latar belakang pendidikan dan pengalaman, penulis dapat berkontribusi aktif dalam menyajikan konten visual yang tidak hanya dapat meningkatkan *brand awareness* dan *engagement* sosial media @dexpumpid, serta design untuk kebutuhan publik internal PT. Dex Pump Indoguna, yang disajikan secara kreatif dan menarik sesuai dengan algoritma dan ketertarikan masyarakat yang sesuai dengan brand image perusahaan. Penulis juga siap untuk beradaptasi dengan dinamika perusahaan dan berinovasi dalam pembentukan produk konten video ataupun desain visual yang relevan dan dapat menarik perhatian khalayak.

Penulis yakin bahwa peran *content creator* di PT. Dex Pump Indoguna sangat strategis dalam membantu perusahaan menaikkan brand awareness yang selama ini

menjadi tantangan tersendiri bagi perusahaan. Dengan dedikasi dan keterampilan yang penulis miliki, penulis siap untuk memberikan kontribusi aktif untuk PT Dex Pump Indoguna. Akan dibahas lebih lanjut untuk penjelasan mengenai kerja praktik desainer grafis di PT. Pompa Dex Indoguna.

1.2 Bidang Kerja Praktek

Konsentrasi bidang kerja praktek penulis adalah digital marketing/ pemasaran. Pada kerja praktek ini penulis memiliki peran sebagai content creator khususnya divisi *design graphic* yang akan melakukan proses pembuatan *design graphic*.

1.3 Tujuan Kerja Praktek

1. Menerapkan ilmu dan keterampilan kreatif secara langsung di dunia kerja, khususnya dalam pembuatan konten digital yang informatif, menarik, dan sesuai dengan kebutuhan perusahaan.
2. Meningkatkan pemahaman tentang strategi komunikasi digital, termasuk cara mengembangkan ide konten, menulis naskah, memilih visual, dan menyesuaikan konten dengan algoritma media sosial serta preferensi audiens.
3. Mendukung perusahaan dalam memperkuat brand image dan engagement di media digital, dengan membuat design yang dapat berguna bagi publik internal dan publik eksternal.

4. Bertanggung jawab dalam menyajikan konten yang tidak hanya informatif, tetapi juga menjaga integritas dan kredibilitas PT. Dex Pump Indoguna.

1.4 Manfaat Kerja Praktik

1.4.1 Manfaat Teoritis

Menambah referensi maupun wawasan yang dimiliki Fakultas Ilmu Komunikasi pada kajian digital marketing/ pemasaran. Khususnya pembuatan konten berupa visual dan audio visual.

1.4.2 Manfaat Praktis

Memperbaiki kemampuan membuat desain grafis yang efektif dan persuasif, yang menjadi kompetensi penting pada public internal maupun eksternal Perusahaan PT. Pompa Dex Indoguna Surabaya.

1.5 Tinjauan Pustaka

1.5.1 Media Pemasaran

Pertumbuhan serta penggunaan internet dan teknologi informasi secara luas telah mengubah cara orang dalam berkomunikasi, baik dalam aktivitas sehari-hari maupun dalam bisnis (Sains & Indonesia, 2024). Sehingga disini yang dimaksud dengan media pemasaran Adalah segala saluran, alat, atau platform yang digunakan

oleh sebuah Perusahaan untuk menyampaikan pesan promosi produk atau jasa mereka kepada target konsumen.

Didalam media pemasaran sendiri ada berbagai jenis media pemasarannya. Ada yang melalui media digital, biasa menggunakan platform seperti Instagram, Facebook, TikTok, dan X (Rasyad et al., 2025). Sekarang pemasaran media digital juga dapat dilakukan di LinkedIn akun Perusahaan atau akun karyawan. Lalu selanjutnya ada pemasaran melalui media cetak berupa brosur, name tag, majalah, koran, dll. Lalu media selanjutnya ada media elektronik, dimana pemasarannya akan dilakukan melalui iklan televisi atau iklan radio. Selanjutnya ada media luar ruang, ini berupa baliho, spanduk, *billboard*, Videotron di pinggir jalan. Bisa juga dilakukan saat ada event atau acara, Dimana Perusahaan melakukan promosinya dengan mengikuti acara itu dan membuka booth.

Fungsi utama dari media pemasaran itu sendiri adalah untuk meningkatkan *brand awareness* perusahaan, yang membuat produk atau perusahaan dapat diketahui oleh banyak orang yang tadinya belum mengenal sama sekali sebuah perusahaan. Sebuah media pemasaran juga dapat digunakan untuk memberikan pengetahuan kepada pelanggan, bisa berupa penjelasan cara pakai, manfaat dari sebuah produk atau jasa, keunggulan produk, atau bisa juga hanya sekedar berbagi ilmu kepada *audience*. Sebuah media pemasaran sendiri juga dapat digunakan untuk membangun kepercayaan atau kredibilitas sebuah perusahaan. Sehingga *output* akhirnya dapat sebagai pendorong penjualan atau keuntungan perusahaan.

Di PT. Pompa Dex Indoguna sendiri menggunakan media pemasaran yaitu media cetak dan media digital, Dimana Dex Pump membuat produk-produk cetak seperti notebook, mug, dan baju untuk pemasarannya.

1.5.2 Desain Grafis

Menurut (Dewojati.R.W, 2009) Desain grafik pada dasarnya cara menyampaikan pesan atau informasi melalui gambar, warna, bentuk, dan tata letak yang nyaman untuk dipandang. Bentuk dari desain itu sendiri beragam, bisa berbentuk dua dimensi seperti poster. Bisa juga yang berbentuk tiga dimensi seperti kemasan produk. Tujuannya adalah agar pesan yang ingin disampaikan dapat dipahami dengan cepat dan menarik secara visual.

Dalam ilmu komunikasi, desain grafis adalah cara menyampaikan pesan lewat tampilan visual—baik berupa tulisan maupun gambar—dari pihak yang mengirim pesan kepada pihak yang menerimanya. Dalam mendesain sebuah konten visual misalnya, seorang desainer grafis harus memiliki pengetahuan tentang kebiasaan audience dalam mengonsumsi konten khususnya yang berebentuk visual, agar tepat sasaran dan dapat dengan mudah diterima oleh audience. (Enterprise J, 2018) ada berbagai macam aplikasi yang bisa digunakan untuk membantu proses desain grafis yaitu, adobe photoshop, adobe illustrator, corel draw, dan lain-lainnya. Tetapi sekarang sedang ramai digunakan aplikasi canva yang sangat mudah penggunaanya

sehingga dapat menghasilkan desain grafis cepat dan sesuai dengan keinginan serta kebutuhan.

1.5.1.1 Elemen – Elemen Desain

Elemen atau unsur dalam suatu karya desain tentu akan saling berhubungan satu sama lain, dan masing-masing memiliki sikap atau karakteristik tertentu. Elemen-elemen tersebut diantaranya adalah (Iswandi, 2018):

1. Tipografi atau Huruf, menurut Surianto Rustan tipografi adalah suatu ilmu untuk memilih dan menata huruf guna menciptakan kesan tertentu. Setiap jenis huruf dapat memberikan kesan yang berbeda-beda.
2. Garis, menurut Rakhmat Supriyono secara sederhana garis bermakna sebagai jejak dari suatu benda. Wujud garis sangat bervariasi, sehingga dapat dimanfaatkan sesuai dengan kebutuhan.
3. Bidang, menurut Adi Kusrianto bidang merupakan unsur yang berdimensi panjang dan lebar. Ditinjau dari bentuknya, bidang dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu bidang geometri dan non-geometri.
4. Warna, merupakan unsur visual yang berkaitan dengan bahan yang mendukung keberadaannya dan dapat ditentukan oleh jenis pigmennya. Biasanya kesan

yang diterima oleh mata cenderung akan lebih ditentukan dari cahaya. Warna sendiri terdiri dari warna primer dan sekunder.

5. Gambar atau foto, merupakan salah satu wujud lambang atau bahasa visual, di dalamnya terkandung struktur rupa seperti garis-warna, dan komposisi.

Elemen-elemen ini berperan penting dalam membangun persepsi dalam benak konsumen. Pada dasarnya otak dan mata selalu mencari kesederhanaan dan

keseimbangan dalam segala yang dipersepsikan, sehingga elemen-elemen yang digunakan dalam *graphic design* akan berfungsi sebagai alat yang efektif untuk bisa mengkomunikasikan informasi produk, memainkan peran penting dalam membangun daya tarik dan mendorong interaksi dengan konsumen hingga tahap pembelian, dan menciptakan *brand experience* yang berbeda dengan kompetitor sehingga dapat menarik dan mempertahankan konsumen (Fajrina et al., n.d.)

1.5.1.2 Proses Perancangan Desain

Menurut BPPTIK Kementerian Komunikasi dan Informatika RI (2022), proses perancangan desain meliputi langkah-langkah berikut yaitu pra produksi, lalu dilanjutkan dengan produksi dan diakhiri oleh pasca produksi :

Dalam dunia desain grafis, alur kerja (workflow) dibagi menjadi tiga tahapan utama untuk memastikan hasil akhir yang profesional, sesuai target, dan minim kesalahan. Proses ini mengubah ide abstrak menjadi visual yang nyata (Fadlil et al., 2022).

Tiga tahapan utama itu adalah Pra-Produksi, Produksi, dan Pasca-Produksi dalam konteks desain grafis:

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

Ini adalah tahap **perencanaan dan riset**. Sebelum menyentuh *software* desain (seperti Adobe Illustrator atau Photoshop), desainer harus membangun fondasi konsepnya terlebih dahulu. Ditahap ini sangat membutuhkan ke kritisan desainer grafis untuk mencari tahu dan memahami masalah apa yang ingin diselesaikan. Sehingga tujuan dari sebuah produk nantinya harus jelas, lalu pesan utama dari sebuah produk design juga harus jelas. Hal ini membantu agar pesan dapat tersampaikan dengan baik di kognitif *audience*.

Hal ini penting juga untuk riset kompetitor, tidak hanya mencari referensi tetapi juga melihat desain kompetitor agar desain yang dibuat tidak meniru dan bisa tampil beda. Terutama dalam pembuatan desain logo, dimana pemilihan konsepnya harus dipastikan tidak ada yang memakainya. Dalam tahap ini juga untuk mengumpulkan asset gambar, *color palette*, dan jenis font yang sesuai dengan *brand image* perusahaan.

2. Produksi (Production)

Ini adalah tahap **eksekusi**. Ide-ide dari tahap pra-produksi kini direalisasikan ke dalam bentuk digital menggunakan perangkat lunak.

Perangkat lunak desain yang umum digunakan adalah Corel Draw, Adobe Illustrator, Adobe Photoshop, dan Canva. Tetapi ada banyak lagi lainnya, misalnya figma dll. Seluruh perangkat lunak ini digunakan untuk mempermudah pengumpulan *asset* dan pembentukan layout desain.

Di setiap platform memiliki perbedaan penggunaan, untuk pembuatan logo atau ilustrasi, desainer menggunakan *software* berbasis vector yaitu Adobe Illustrator dan Corel Draw, agar gambar tidak pecah saat diperbesar. Sedangkan untuk memanipulasi foto atau memperbaiki color grading sebuah foto menggunakan *software* Adobe Photoshop. Sedangkan penggunaan canva memang lebih *simple* untuk pembuatan desain poster.

Setelah mengetahui masing-masing fungsi *software* selanjutnya *asset* yang sudah terkumpul dijadikan satu dan diatur layout dan komposisinya, menata gambar, teks, warna, agar seimbang dan enak untuk dipandang dan dibaca. Selanjutnya saat sudah selesai menata, seorang desainer grafis akan memberikan draft desain ke klien, sehingga selanjutnya desainer grafis akan menerima masukan dan melakukan perbaikan, tahap ini akan berulang beberapa kali hingga desain disetujui.

3. Pasca-Produksi (*Post-Production*)

Ini adalah tahap finalisasi dan pengiriman. Setelah desain disetujui, pekerjaan belum selesai. Desainer harus memastikan *file* siap digunakan di dunia nyata. Pada tahap ini seorang desainer grafis akan memeriksa ulang ejaan teks agar tidak ada *typo* tau kesalahan ketik, lalu memeriksa kualitas gambar agar tidak pecah. Memastikan mode warna sudah benar. Bila untuk dicetak pastikan di export dalam format CMYK. Bila tidak di cetak maka dalam format RGB.

Pastikan margin desain ditambahkan lebih 1 cm, agar saat desain perlu dicetak mesin, tidak ada pinggir putih ang tersisa. Selanjutnya desainer grafis melakukan *export* dan *packaging* file. Ditahap ini desainer grafis memberikan beberapa opsi format file, dalam bentuk file mentah (.AI, .PSD) atau file preview (.JPG, .PNG), dan file cetak (.PDF). Bila memang diperlukan untuk menempel desain menjadi mockup maka hasil design grafis tapi dapat di tempel ke dalam benda 3D (seperti menempel desain logo ke gambar baju atau mug) agar klien bisa membayangkan hasil jadinya. Tahap yang terakhir Adalah serah terima, Dimana desainer grafis akan mengirimkan foler rapi berisi semua *asset* kepada klien.