

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Komunikasi merupakan proses penting dalam setiap aktivitas organisasi, karena menjadi dasar terbentuknya pemahaman bersama antara individu di dalamnya. Menurut Effendy (2009), menyatakan bahwa komunikasi adalah proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan untuk mencapai kesamaan makna. Dalam konteks organisasi modern, komunikasi tidak hanya dilakukan secara verbal, tetapi juga melalui komunikasi visual yang menjadi sarana efektif dalam menyampaikan pesan secara menarik dan mudah dipahami (Effendy, 2009, p. 10). Seiring dengan perkembangan teknologi digital, desain grafis kini menjadi elemen penting dalam mendukung proses komunikasi organisasi, khususnya pada bidang pembelajaran dan pengembangan karier karyawan. Desain grafis berperan sebagai media komunikasi visual yang mengubah pesan verbal menjadi bentuk visual yang informatif, menarik, dan mudah dipahami oleh audiens.

Sejalan dengan hal tersebut, Desain grafis merupakan keterampilan yang memiliki peran penting di era digital saat ini. Desain grafis tidak hanya digunakan dalam bidang kreatif, tetapi juga berperan sebagai sarana komunikasi visual yang efektif di berbagai sektor seperti pendidikan dan kewirausahaan (Rezal, Utomo, Fuadi, Syahputra, & Nurdin, 2024, p. 4649). Melalui desain grafis, pesan dapat disampaikan secara lebih menarik dan mudah dipahami, sehingga tidak hanya menonjolkan aspek estetika, melainkan juga berfungsi

sebagai media komunikasi yang informatif. Kemajuan teknologi komunikasi juga memungkinkan media pembelajaran berbasis desain grafis diakses lebih mudah melalui berbagai aplikasi. Media pembelajaran berfungsi sebagai alat untuk menyampaikan pesan kepada penerima agar proses belajar dapat berlangsung secara efektif dan terencana. Media ini tidak hanya menciptakan suasana belajar yang kondusif, tetapi juga meningkatkan pemahaman audiens terhadap materi serta memotivasi mereka untuk belajar lebih lanjut. Salah satu bentuk media pembelajaran yang paling efektif adalah konten pembelajaran visual, yaitu materi yang disajikan melalui elemen gambar, warna, grafik, atau peta yang membantu audiens memahami informasi dengan lebih baik (Sriyeni, Syaftiandi, & Putri, n.d., p. 14). Konten visual yang menarik dapat dikembangkan melalui berbagai platform digital seperti Canva dan CapCut, yang kini banyak digunakan dalam pengembangan materi edukasi interaktif di lingkungan kerja maupun pendidikan.

Dalam konteks dunia kerja, penerapan desain grafis tidak hanya sebatas kegiatan kreatif, tetapi juga menjadi bagian dari strategi komunikasi internal perusahaan. Misalnya, dalam divisi *Learning Career Development* (LCD), *graphic designer* berperan dalam merancang konten visual untuk pelatihan, pengembangan karier, dan penyebaran nilai-nilai organisasi. Perusahaan seperti PT Bumi Menara Internusa (BMI), yang bergerak di bidang industri pangan, memiliki divisi pembelajaran internal yang aktif mengembangkan konten edukatif berbasis visual untuk meningkatkan kompetensi karyawan.

Desain grafis dipahami sebagai metode penyampaian pesan secara visual melalui perpaduan antara teks dan gambar yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan. Proses perancangan visual ini tidak hanya berfokus pada aspek estetika, tetapi juga menuntut pemahaman terhadap audiens. Seorang desainer grafis perlu memahami kebiasaan, preferensi, serta cara pandang target pembaca agar tata letak dan elemen visual yang digunakan mampu menyampaikan pesan secara efektif dan menarik (Afda & Aprilia, 2022, p. 272).

Dari pemaparan di atas dapat dipahami bahwa proses pembuatan desain merupakan kegiatan yang memerlukan pemikiran yang matang serta perencanaan yang terarah. Setiap karya visual harus melalui pertimbangan ide, konsep, serta tujuan agar pesan yang disampaikan dapat dimengerti dengan baik oleh audiens. Seorang desainer juga dituntut untuk terus berinovasi dan berpikir kreatif agar hasil karyanya tidak hanya menarik secara visual, agar memiliki makna dan arah yang jelas sesuai dengan kebutuhan komunikasi.

1.2 Bidang Kerja Praktik

Konsentrasi bidang kerja praktik penulis adalah bidang desain grafis dengan jobdesk *editing* foto dan video serta desain materi pada perusahaan. Tujuan utama adalah menghasilkan konten visual yang tidak hanya indah secara estetika, tetapi juga dapat menggambarkan citra profesional perusahaan, mutu produk, dan prinsip-prinsip yang dipegang oleh PT. Bumi Menara Internusa sebagai perusahaan ekspor hasil perikanan yang bersaing di pasar internasional.

1.3 Bidang Kerja Praktik

1. Mengetahui bagaimana komunikasi visual berperan dalam penyampaian informasi PT. Bumi Menara Internusa.
2. Memahami proses produksi desain grafis dalam konteks media lokal berbasis digital.
3. Menginterpretasi makna visual dari konten desain yang digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan sosial dan informatif.
4. Meningkatkan pemahaman praktis dan teoritis tentang penerapan komunikasi visual di media digital.

1.4 Manfaat Kerja Praktik

1.4.1 Manfaat Teoritis

Kerja praktik ini diharapkan dapat memperkaya kajian dalam ilmu komunikasi, khususnya dalam bidang komunikasi visual. Serta menambah wawasan tentang praktik komunikasi perusahaan dalam menyampaikan materi di zaman digital.

1.4.2 Manfaat Praktis

Meningkatkan keahlian dalam menghasilkan desain grafis, foto, dan video yang menarik sebagai komunikasi visual perusahaan untuk dapat mudah dipahami. Melalui pengalaman kerja ini, penulis bercita-cita untuk mendapatkan pembelajaran langsung dari tim PT. Bumi Menara Internusa mengenai pedoman visual yang diterapkan dalam sektor ekspor, serta mengasah rasa percaya diri dalam

menciptakan konten visual yang memperkuat citra profesional perusahaan dan berpotensi menjangkau audiens dengan efektif..

1.5 Tinjauan Pustaka

1.5.1 Peran Desain Grafis

Desain grafis tidak hanya berkaitan dengan menciptakan tampilan yang menarik secara visual, melainkan juga berfungsi sebagai sarana komunikasi yang efektif dalam menyampaikan pesan kepada audiens. Melalui elemen-elemen seperti bentuk, warna, tipografi, dan ilustrasi, desain grafis menjadi bahasa visual yang mampu mentransformasikan informasi kompleks menjadi pesan yang mudah dipahami dan menarik secara emosional. Dalam konteks ilmu komunikasi, desain grafis berperan sebagai penghubung antara pengirim dan penerima pesan, di mana setiap elemen visual memiliki makna dan tujuan tertentu untuk memperkuat pesan yang ingin disampaikan (Verma, 2025).

Dalam perkembangan era digital, desain grafis memiliki peran yang semakin luas di berbagai bidang, seperti pemasaran, pendidikan, dan media sosial. Dalam bidang edukasi, desain grafis berfungsi untuk menyederhanakan informasi kompleks, menciptakan materi pembelajaran yang menarik, serta membantu meningkatkan pemahaman visual siswa. Ilustrasi, infografis, dan diagram digunakan untuk mengubah konsep abstrak menjadi lebih konkret dan mudah dipahami, sehingga proses pembelajaran menjadi lebih interaktif dan efektif. Selain itu, penggunaan elemen visual yang sesuai dengan usia dan karakteristik audiens terbukti mampu meningkatkan relevansi dan keterlibatan dalam proses belajar (Ciputra, 2025).

Menurut Verma (2025), pemahaman terhadap karakter audiens seperti usia, preferensi, dan gaya belajar merupakan kunci utama dalam menciptakan desain edukatif yang efektif (Verma, 2025).

Selain memahami audiens, desainer juga perlu memperhatikan struktur visual atau hierarki informasi dalam karya mereka. Penggunaan warna, ukuran huruf, dan tata letak yang tepat dapat membantu mengarahkan perhatian audiens pada informasi utama dan memperkuat pemahaman terhadap isi pesan. Hierarki visual yang jelas menjadikan komunikasi visual lebih efisien dan mendalam, memungkinkan audiens untuk menyerap materi dengan lebih terarah dan kritis (Interaction Design Foundation, 2016).

Salah satu aspek penting dalam komunikasi visual pendidikan adalah psikologi warna, di mana setiap warna memiliki pengaruh emosional dan kognitif tertentu. Warna dapat menimbulkan perasaan tenang, semangat, atau fokus, tergantung pada kombinasi dan konteks penggunaannya. Misalnya, warna biru memberikan kesan stabilitas dan ketenangan, sementara kuning dapat membangkitkan semangat dan kreativitas. Dengan menerapkan prinsip psikologi warna, desainer dapat menciptakan suasana belajar yang menyenangkan dan membantu pencapaian tujuan pembelajaran (Verma, 2025).

Desain yang ramah bagi semua kalangan termasuk pengguna dengan keterbatasan fisik atau kognitif dapat diwujudkan melalui kontras warna yang baik, tipografi yang mudah dibaca, serta navigasi yang jelas dan sederhana (Course-Net, 2024). Pendekatan ini memastikan bahwa setiap individu, tanpa memandang latar

belakang atau kemampuan, dapat berinteraksi secara penuh dengan konten yang disajikan. Desain grafis juga bersifat dinamis, karena terus berkembang melalui proses revisi dan penyempurnaan berkelanjutan. Melalui umpan balik dari pengguna, pendidik, dan pemangku kepentingan lainnya, desainer dapat memperbaiki efektivitas pesan visual agar tetap relevan dan berdampak (Cahyadi, 2023, p. 4).

Dengan demikian, peran desain grafis tidak hanya sebatas menciptakan estetika visual, tetapi juga mencakup fungsi edukatif, sosial, dan etis. Melalui integrasi antara kreativitas, psikologi warna, aksesibilitas, serta pemahaman audiens, desain grafis mampu membangun sistem komunikasi visual yang informatif, inklusif, dan berdaya guna dalam menghadapi tantangan era digital yang terus berkembang (Imron Susanto & Adhi Dharma, 2022, p. 54).

I.5.2 Komunikasi Visual

Komunikasi visual terdiri dari dua istilah utama, yaitu "komunikasi" dan "visual". Komunikasi merujuk pada proses penyampaian informasi dari pengirim kepada penerima menggunakan saluran tertentu, yang kemudian menghasilkan respons atau umpan balik. Disisi lain, visual mencakup segala sesuatu yang dapat dilihat oleh indera penglihatan manusia, yaitu mata.

Menurut Martin Lester, komunikasi secara visual mencakup semua jenis pesan yang mampu menarik perhatian mata dan dipahami oleh individu yang melihatnya. Ini mencakup lambang, warna, tulisan, ilustrasi, gambar, grafik, dan berbagai elemen visual lain yang berfungsi untuk menyampaikan pesan tertentu

dengan cara yang visual. Walisyah (2019) mengemukakan bahwa komunikasi visual beroperasi dengan memanfaatkan "bahasa visual" yang terdiri dari komponen-komponen fundamental seperti garis, warna, bentuk, dan tipografi. Bahasa visual ini dimanfaatkan untuk mengungkapkan makna atau pesan dengan metode yang bisa dilihat oleh mata dan dipahami oleh pikiran (Tauhid & Rahmadhina, 2024).

Komunikasi visual dapat dilihat melalui dua perspektif utama, yakni sudut pandang teknologi informasi dan sudut pandang linguistik. Melalui sudut pandang teknologi informasi ini, komunikasi visual dapat dipahami sebagai metode penyampaian ide atau informasi secara satu arah menggunakan media gambar, simbol, teks, atau bentuk visual lainnya. Berlainan dari pendekatan teknis, perspektif linguistik menganggap komunikasi visual sebagai suatu jenis bahasa yang digunakan untuk mendeskripsikan makna. Visual diakui sebagai sarana yang menyampaikan pesan secara simbolis dan bermakna, mirip dengan bahasa yang diucapkan. Elemen grafis seperti warna, garis, bentuk, dan tipografi dianggap sebagai komponen dari struktur "kalimat visual" yang dapat dipahami oleh audiens tergantung pada konteks sosial dan budaya mereka (Hamidoyo & Riyanti, 2022)

I.5.3 Audiovisual Communication

Media audiovisual dianggap sebagai alat yang ampuh dalam menyampaikan informasi dengan cara yang menarik pemahaman audiens, karena mengintegrasikan komponen visual dan audio yang menarik, baik melalui metode pengambilan

gambar maupun teknik editing yang memperkuat komunikasi pesan (Sunnyra, Apryllia, & Isnaini, 2016).

Komunikasi audio visual merupakan bentuk komunikasi yang memadukan unsur suara, gambar, dan media interaktif untuk menyampaikan pesan secara lebih efektif dan menarik. Tujuan utamanya adalah memberikan informasi, memengaruhi, menghibur, atau membangun keterlibatan audiens melalui pengalaman multisensorik. Unsur audio mencakup suara, musik, dan efek bunyi yang memperkuat pesan secara emosional, sedangkan unsur visual terdiri dari gambar, video, grafik, serta animasi yang membantu menarik perhatian dan memperjelas makna pesan. Dengan tambahan unsur interaktif seperti layar sentuh, perangkat digital, dan media daring, audiens tidak hanya menjadi penerima pasif, tetapi juga dapat berpartisipasi aktif dalam proses komunikasi. Melalui berbagai media seperti video, animasi, presentasi digital, hingga siaran langsung, komunikasi audio visual mampu meningkatkan pemahaman, memperkuat kesan, serta memperluas jangkauan pesan kepada khalayak yang lebih luas. Untuk mencapai hasil yang optimal, dibutuhkan perpaduan keterampilan teknis, kreativitas, serta kemampuan komunikasi yang baik dalam merancang dan menyampaikan konten audio visual secara efektif (Q-Nex, 2023).

Media audio visual didefinisikan sebagai rangkaian gambar elektronik yang dilengkapi dengan unsur suara, yang mampu menghadirkan pengalaman komunikasi dua indera sekaligus pendengaran dan penglihatan sehingga pesan yang disampaikan menjadi lebih mudah dipahami dan menarik. Media ini berfungsi

memperjelas penyampaian informasi, meningkatkan motivasi, serta menciptakan komunikasi yang interaktif dan efisien (Andrew, 2024).