BAB 1

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Kemajuan teknologi membawa dampak positif di dunia bisnis dengan banyak sekali hal yang dapat di eksplorasi. Strategi komunikasi yang tepat diperlukan agar tujuan dapat tercapai. Sumber Daya Manusia (SDM) yang kompeten dan berkualitas adalah salah satu hal yang dibutuhkan agar suatu perusahaan dapat berjalan dengan lancar. Aktivitas promosi dilakukan suatu perusahaan untuk mengembangkan serta memajukan perusahaan tersebut. Perusahaan membutuhkan tenaga kerja yang kompeten dan berkualitas untuk dapat mencapai tujuan yang diinginkan. Tenaga kerja yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan dapat diperoleh melalui beberapa tahapan untuk memastikan bahwa tenaga kerja tersebut sudah memenuhi kriteria yang dibutuhkan.

Pembelajaran Berbasis Tempat Kerja yaitu pembelajaran terkordinasi yang melibatkan pengalaman kerja siswa dengan melibatkan kemitraan perusahaan lokal, industri, bentuk organisasi lain di masyarakat (Steven, 2014: 1). Pengalaman belajar di tempat kerja diaplikasikan, diperhalus, diperluas dalam pembelajaran baik di kampus maupun di tempat kerja.

suarasurabaya.net adalah portal berita yang berdiri sejak tahun 1999. suarasurabaya.net merupakan bagian dari Suara Surabaya Media yang lahir sejak 11 Juni 1983. Radio ini mengklaim sebagai radio pertama di Indonesia yang menerapkan format radio news interaktif solutif atau informasi jalan raya. Pada tahun 2000, Suara Surabaya meluncurkan suarasurabaya.net yang memungkinkan penggunanya untuk menikmati radio streaming.Radio adalah teknologi yang digunakan untuk pengiriman sinyaldengan cara modulasi dan radiasi elektromagnetik (gelombang elektromagnetik).

Gelombang ini melintas dan merambat lewat udara dan bisa juga merambat lewat ruang angkasa yang hampa udara, karena gelombang ini tidak memerlukan medium pengangkut.

Salah satunya media elektronik yaitu media sosial yang bisa digunakan untuk menginformasikan produk yang akan dipasarkan, seperti Facebook, Twitter, dan Instagram. Sebuah bisnis atau usaha kerap kali mengadopsi strategi promosi. Dengan melakukan promosi, khalayak dapat mengenali usaha tersebut atau dapat meraih informasi terkini terkait perusahaan. Disamping itu, promosi juga menjadi jalan bagi sebuah perusahaan agar tetap aktif atau 'hidup'. Instagram saat ini menjadi salah satu media sosial yang paling diminati, gambar-gambar yang bagus dan menarik bisa jadi merupakan alasan kenapa media sosial ini sangat digandrungi.

Secara umum, multimedia didefinisikan sebagai suatu produk yang diciptakan melalui kemajuan teknologi elektronik dan berbasis digital. Penggunaan multimedia dilatarbelakangi oleh perkembangan sistem online yang memudahkan kehidupan manusia. Perkembangan sistem online tersebut antara lain, seperti *instagram, facebook, dan tiktok*. Kegiatan multimedia tidak terlepas dari beberapa elemen multimedia. Elemen multimedia tersebut menciptakan peran multimedia sebagai pembuat strategi pemasaran melalui elemen teks, foto, audio, video, dan animasi yang ditampilkan melalui media online suatu perusahaan. Peran multimedia juga sebagai dokumentasi kegiatan-kegiatan promosi perusahaan yang dapat dibentuk sebagai konten yang bertujuan sebagai *brand awareness*.

Peran multimedia pada kegiatan promosi suatu perusahaan sebagai upaya meningkatkan upaya membangun *brand awareness* produk perusahaan tersebut. Penggunaan sosial media sebagai media promosi memudahkan multimedia untuk memvisualkan produk perusahaan melalui foto, video, audio, atau animasi. Aktivitas

visual tersebut meningkatkan pemahaman publik terhadap produk tersebut. Kegiatan promosi melalui sosial media dengan memanfaatkan multimedia telah dilakukan oleh Suara Surabaya. Perusahaan ini menggunakan *multimedia division* sebagai upaya untuk memaksimalkan kegiatan promosi dan kegiatan-kegiatan perusahaan yang bersifat internal dan publik.

Desain grafis merupakan ilmu yang mempelajari konsep komunikasi dan ungkapan daya kreatif yang diaplikasikan dalam berbagai media komunikasi secara visual dengan mengolah desain grafis yang terdiri dari gambar (ilustrasi), huruf dan tipografi, warna, komposisi dan layout, (Migotuwio, 2020, p.5). Penulis sebagai desainer grafis membuat sebuah desain gambar salah satunya yaitu melalui media Infografis, inilah bisa dijadikan jalan keluar untuk khalayak agar bisa belajar lebih mengenai segala berita dengan mudah dan menyenangkan. Infografis merupakan bentuk visualisasi data yang menyampaikan informasi kompleks kepada pembaca agar dapat dipahami dengan lebih mudah dan cepat dengan informasi yang disajikan dalam bentuk teks yang dipadukan dengan elemen visual seperti grafik, gambar, ilustrasi, atau tipografi. Menambahkan infografis pada suatu konten memungkinkan pembaca menjadi lebih tertarik dan mudah mencerna informasi yang di sampaikan.

I.2 Bidang Kerja Praktik

Bidang kerja praktik multimedia di Suara Surabaya berada di bawah naungan divisi Design Grafis. Menjadi seorang multimedia officer memiliki tanggung jawab untuk menciptakan produk promosi menarik yang ditujukkan kepada pihak internal dan eksternal perusahaan, memberikan informasi mengenai perusahaan dan kegiatan yang dijalankan perusahaan kepada masyarakat sehingga terjalin hubungan yang positif antara internal dan eksternal dengan perusahaan.

I.3 Tujuan Kerja Praktik

Tujuan dari Kerja Praktik melalui magang ini adalah untuk menciptakan produk promosi yang baik dan menarik. Membentuk kepercayaan perusahaan terhadap divisi multimedia untuk mengembangkan serta meningkatkan *brand awareness* produk perusahaan.

I.4 Manfaat Kerja Praktik

I.4.1 Teoritis

Ilmu pengetahuan yang telah diperoleh di Universitas untuk diterapkan dalam dunia kerja secara lebih dalam.

I.4.2 Praktis

Meningkatkan kreatifitas dan profesionalitas sebagai seorang *graphic desainer* agar lebih matang dan siap dalam persaingan dunia kerja, dan menambah referensi dalam desain grafis untuk menciptakan ilustrasi dan tipografi. Selain itu penulis juga mendapatkan pengalaman dan kreativitas cara memproduksi konten video dan foto.

I.5 Tinjauan Pustaka

I.5.1 Radio

Radio Suara Surabaya tidak hanya dilihat dari jangkauan siarannya yang luas. Stasiun ini juga telah mengukir reputasi yang kokoh di bidang jurnalistik dan penyiaran, yang dibuktikan dengan berbagai penghargaan yang berhasil raih selama bertahun-tahun. Dedikasi tinggi dalam menjaga integritas dan profesionalisme dalam setiap penyiarannya menjadikan Radio Suara Surabaya sebagai salah satu lembaga penyiaran yang berperan penting dalam memberikan informasi, hiburan, dan edukasi yang berkualitas kepada masyarakat di Surabaya dan sekitarnya.

Dalam perkembangannya, radio telah mengalami transformasi signifikan dalam hal fungsinya. Salah satunya adalah radio siaran, yang dikenal sebagai saluran komunikasi publik yang menawarkan beragam program untuk memenuhi kebutuhan pendengar. Baik dikelola oleh pemerintah maupun swasta, radio siaran menjadi platform penting untuk menyampaikan informasi penting, hiburan, pendidikan, dan banyak lagi kepada masyarakat. Seiring waktu, jenis radio lainnya juga muncul, seperti radio komunikasi yang memfasilitasi interaksi dua arah, radio navigasi untuk keperluan penerbangan dan navigasi maritim, serta radio satelit yang memanfaatkan teknologi satelit untuk mencapai audiens global.

Namun, dengan kemajuan teknologi digital, radio juga mengalami evolusi menjadi bentuk yang lebih modern, seperti radio internet yang memanfaatkan streaming online untuk menjangkau pendengar di seluruh dunia. Perubahan ini mencerminkan adaptasi industri radio terhadap tren teknologi yang terus berkembang, memastikan bahwa medium ini tetap relevan dan efektif dalam menyebarkan informasi, hiburan, dan berita kepada masyarakat luas.

Keberadaan radio merupakan salah satu media massa yang masih bertahan dan diminati oleh masyarakat. Radio berfungsi sebagai pengirim sinyal yang menggunakan cara modulasi dan radiasi elektromagnetik. Radio menggunakan bahasa lisan dalam penyampaian pesannya dengan jumlah lambang - lambang non verbal yang minim serta ditandai oleh bunyi telegrafi atau bunyi salah satu alat musik pada saat akan memulai penyampaian berita (Nasution, 2018). Radio memiliki tiga kekuatan (Sendjaja, S. Duarsa 1993:18 dalam (Sinaga, 2017, p. 3)). Pertama, radio memiliki mobilitas yang tinggi di mana audiens dapat menikmati siaran radio tanpa adanya batasan kegiatan maupun lokasi. Kedua, radio menyajikan berbagai informasi terbaru yang dibutuhkan audiens secara cepat. Ketiga, melalui

suara – suara aktual, terekam, dan tersiarkan, radio mampu membawa audiens ke dalam realitas yang ada. Siaran yang ada pada radio kerap disebut dengan *theatre of mind*, di mana pendengar hanya membayangkan atau berimajinasi dengan apa yang disampaikan oleh penyiar (Fatmasari, 2007 dalam (Rahmi & Darmawati, 2021, p. 187)).

I.5.2 Pesan Promosi

Website menjadi salah satu alat promosi yang efektif, di mana Pujiriyanto menjelaskan bahwa media, termasuk website, merupakan sarana untuk menyampaikan pesan atau informasi kepada publik dengan menggunakan berbagai unsur komunikasi grafis seperti teks, gambar, atau foto. Promosi atau komunikasi pemasaran, yang dijelaskan sebagai alat untuk menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen mengenai produk dan merek, memiliki peran krusial dalam bauran pemasaran suatu perusahaan.

Fandy Tjiptono menekankan bahwa tujuan utama promosi adalah menginformasikan, memengaruhi, membujuk, dan mengingatkan pelanggan sasaran tentang perusahaan dan bauran pemasarannya. Pesan dalam komunikasi pemasaran dijelaskan sebagai kumpulan simbol yang dikirimkan oleh pengirim, dan pesan yang efektif adalah yang dapat dimengerti oleh penerima pesan atau komunikan. Sebuah pesan efektif melibatkan berbagai variabel, seperti isi pesan, struktur pesan, format pesan, dan sumber pesan. Dalam hal isi pesan, daya tarik rasional, emosional, dan moral menjadi tiga aspek penting yang ditawarkan kepada audiens. Struktur pesan melibatkan penarikan kesimpulan, pemilihan antara one-sided arguments yang menegaskan keunggulan produk atau two-sided arguments yang menyebutkan keunggulan sekaligus kelemahan produk, dan urutan penyampaian pesan.

Keseluruhan, pemahaman yang mendalam terhadap aspek-aspek ini diperlukan untuk merancang pesan promosi yang efektif dalam konteks desain grafis di website.

Perkembangan kegiatan promosi sejalan dengan kemajuan teknologi yang telah ditemukan oleh manusia. Pada zaman kuno, metode promosi utama adalah word of mouth atau perkataan lisan. Pedagang mengusung barang dagangan ke pintu gerbang kota dan dengan berteriak keras, mempromosikan keunggulan barang-barang agar dikenal oleh masyarakat dan mungkin mempengaruhi untuk melakukan pembelian. Seiring dengan perkembangan, manusia mulai mengenal bahasa tulisan, yang kemudian diikuti oleh penemuan mesin cetak. Pada periode ini, metode promosi melibatkan plakat, poster, papan yang dicat, hingga brosur sederhana dan iklan surat kabar. Selanjutnya, manusia mengenali peralatan elektronik seperti radio dan televisi, yang membawa inovasi dalam bentuk iklan radio (audio) dan iklan televisi (audiovisual). Melangkah lebih jauh ke era di mana komputer dan internet telah menjadi bagian integral dari kehidupan manusia modern, muncul bentuk periklanan yang lebih canggih berupa iklan elektronik yang tersebar di berbagai situs web dunia maya.

I.5.3 Multimedia

Menurut Widada (2010:29), salah satu media pembelajaran yang menarik perhatian bagi siswa di era teknologi informasi ini adalah berbasis multimedia. Media pembelajaran berbasis multimedia ini menyajikan tampilan multidimensional yang memungkinkan siswa dapat mengerjakan, mendengar dan melihat dalam waktu yang bersamaan sehingga proses pembelajaran lebih bersifat interaktif.

Menurut Sadiman (2003:6), kata media berasal dari bahasa latin dan merupakan bentuk jamak dari kata medium yang secara harfiah berarti perantara atau pengantar. Media adalah segala sesuatu yang dapat digunakan untuk

menyalurkan pesan dari pengirim ke penerima sehingga dapat merangsang pikiran, perasaan, perhatian, dan minat serta perhatian siswa sedemikian rupa sehingga proses belajar terjadi. Multimedia adalah pemanfaatan komputer untuk membuat dan menggabungan teks, grafik, audio dan gambar bergerak (video dan animasi) yang memungkinkan pengguna berinteraksi, berkreasi dan berkomunikasi serta menghidupkan teks dengan menyertakan bunyi, gambar, musik, animasi, dan video.

I.5.4 Produksi

1.5.4.1 Produksi Design Graphic

Menurut pakar semiotika visual Sumbo Tinarbuko, desain grafis atau disebut juga sebagai desain komunikasi visual adalah bidang studi yang mengeksplorasi konsep komunikasi dan ekspresi kreatif yang diterapkan dalam berbagai media komunikasi secara visual. Disiplin ini melibatkan manipulasi elemen-elemen desain grafis, seperti gambar (ilustrasi), huruf dan tipografi, warna, komposisi, dan tata letak, untuk menciptakan pesan visual yang efektif. Hal ini berarti bahwa desainer grafis tidak hanya berkutat pada aspek estetika, tetapi juga memperhatikan aspek komunikatif dalam menyampaikan informasi melalui elemen-elemen visual yang kreasikan. (Migotuwio, 2020, p. 5).

Desain grafis, sebagai sebagian dari ilmu seni rupa, berfungsi sebagai alat komunikasi visual yang digunakan untuk menyampaikan pesan secara efektif. Untuk berhasil bekerja dalam profesi desain grafis, beberapa prasyarat yang esensial perlu dimiliki oleh individu yang berminat. Pertama, harus memiliki wawasan yang kuat terkait dengan konsep dan tren dalam dunia desain grafis. Wawasan ini mencakup pemahaman mendalam tentang elemen-elemen seperti komposisi visual, tipografi, dan penggunaan warna.

Kedua, keterampilan teknis dan praktis dalam menggunakan perangkat lunak desain grafis, seperti Adobe Creative Suite, menjadi kunci untuk menghasilkan karya yang profesional dan inovatif. Selain itu, kepekaan terhadap kebutuhan klien dan audiens juga menjadi aspek penting dalam membentuk desain yang responsif dan sesuai dengan konteks komunikasi. Terakhir, kreativitas merupakan landasan utama dalam merancang solusi visual yang unik dan menarik. Oleh karena itu, untuk sukses dalam dunia desain grafis, individu harus memadukan elemen-elemen ini dengan baik untuk mencapai tujuan komunikatif yang diinginkan (Widya & Darmawan, 2016, p. 5).Menurut Widya dalam buku pengantar desain grafis ada beberapa tahapan proses rancangan desain grafis (Widya & Darmawan, 2016, pp. 46–50) yaitu :

1. Ide/Gagasan

Untuk mencari ide yang kreatif diperlukan studi banding, literatur wawasan yan luas, diskusi, wawancara, dan lain-lain agar desainbisaefektif diterima sasaran dan membangkitkan kesan tertentu yangsulit dilupakan.

2. Media

Untuk mencapai kriteria ke sasaran yang dituju, diperlukan studi kelayakan media yang cocok dan efektif untuk mencapai tujuannya. Media bisa berupa cetak, elektronik, luar ruangan, dan lain-lain

3. Konsep

Konsep adalah hasil kerja berupa pemikiran yang menentukan tujuan, kelayakan, dan sasaran yang dituju. Konsep bisa didapatkan dari pihaknongrafis, antara lain ekonomi, politik, hukum, budaya, dan sebagainya.

4. Persiapan Data dan Perancangan

Data berupa teks atau gambar terlebih dahulu harus kita pilah dan seleksi. Apakah data itu sangat penting sehingga harus tampil atau kurang penting sehingga harus dapat ditampilkan lebih kecil, samar, atau dibuang sama sekali.

5. Produksi

Setelah desain selesai, sebaiknya lebih dahulu di-proofing (print preview hasil cetak mesin sebelum diperbanyak), untuk memastikan kesesuaianwarna dan hasil cetak Jika tidak ditemukan kesalahan apa pun, desain siap untuk diperbanyak/cetak

Revisi dilakukan apabila tidak adanya kesesuaian dari apa yang sudah direncanakan dan atau ada perubahan lainnya. Dalam melalui proses revisi ini, sikap dan mentalitas seorang desainer grafis sangat menentukan keberhasilan proses.

7. Final Artwork (FA)

Final Artwork (FA) adalah materi final desain yang sudah approved (disetujui) oleh klien untuk dilanjutkan ke bagian produksi cetak. Beberapa hal yang harus diperhatikan, antara lain ukuran artwork, bleeddan crop marks, font (TTF), resolusi /dpi, mode warna, image link, format file (Pdf, , Tif , Jpg).

1.5.4.2 Produksi Videographer

Proses pengerjaan dalam produksi videographer melibatkan sejumlah langkah yang dirancang untuk menciptakan video berkualitas tinggi sesuai dengan kebutuhan dan tujuan yang diinginkan. Berikut adalah langkah-langkah umum dalam proses produksi videographer:

Pra-Produksi:

1. Briefing dan Perencanaan:

Mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang kebutuhan klien.

Menentukan tujuan, pesan, dan target audiens video.

Menyusun rencana produksi yang mencakup konsep, lokasi pengambilan gambar, jadwal, dan anggaran.

2. Pemilihan Tim Produksi:

Menentukan tim produksi yang terdiri dari kameramen, editor, pengarah, dll.

3. Pengadaan dan Persiapan Peralatan:

Memastikan peralatan kamera, pencahayaan, dan audio siap untuk digunakan.

Memeriksa dan menguji peralatan sebelum hari produksi.

Produksi:

1. Pengambilan Gambar (Shooting):

Mengarahkan dan mengkoordinasikan pengambilan gambar sesuai rencana.

Memastikan pencahayaan, framing, dan suara optimal.

2. Perekaman Audio:

Memastikan kualitas audio yang baik dengan menggunakan mikrofon yang sesuai.

Menyinkronkan audio dengan gambar untuk menghindari masalah sinkronisasi.

3. Monitoring dan Pemantauan:

Memantau kualitas pengambilan gambar dan audio selama proses produksi.

Melakukan pengambilan ulang jika diperlukan.

Pascaproduksi:

1. Pemilihan dan Import Media:

Mengimpor dan mengorganisir semua file media yang diambil selama produksi.

2. Editing:

Mengedit video untuk menciptakan narasi yang kohesif dan menarik.

Menambahkan efek visual, animasi, dan elemen grafis jika diperlukan.

3. Desain Suara:

Menambahkan efek suara, musik latar, dan mencocokkan audio untuk meningkatkan kualitas suara.

4. Color Grading:

Mengoptimalkan dan menyeimbangkan warna untuk mendapatkan tampilan visual yang konsisten.

5. Review dan Revisi:

Melibatkan klien atau pihak yang berkepentingan untuk memberikan umpan balik.

Melakukan revisi berdasarkan umpan balik yang diterima.

Pengiriman dan Publikasi:

1. Ekspor dan Format:

Menyimpan atau mengekspor video dalam format yang sesuai dengan kebutuhan penggunaan (online, televisi, dll.).

2. Distribusi dan Publikasi:

Menyebarkan video ke platform yang ditentukan (YouTube, Vimeo, situs web klien, dll.).