

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **I.1 Latar Belakang**

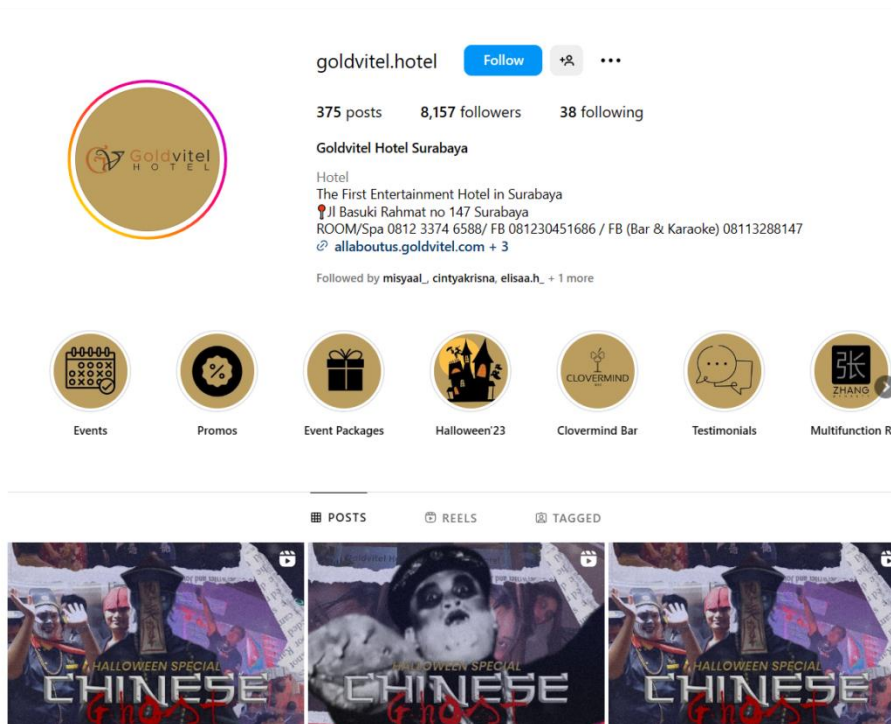
Media adalah salah satu elemen penting dalam kehidupan modern saat ini. Peran media telah berkembang secara signifikan seiring dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Media memiliki peran yang sangat penting dalam membentuk pandangan dan pemahaman masyarakat terhadap berbagai isu, peristiwa, dan fenomena yang terjadi di dunia. Sebagai salah satu penyampai informasi utama, media memiliki kemampuan untuk mempengaruhi pandangan masyarakat terhadap berbagai isu, termasuk politik, ekonomi, sosial, dan budaya.

Selain itu, media juga memiliki peran penting dalam memfasilitasi komunikasi dan interaksi sosial. Media sosial, misalnya, telah mengubah cara kita berkomunikasi dan berinteraksi satu sama lain, memungkinkan masyarakat untuk berbagi pemikiran, ide, dan pengalaman dengan cepat dan luas. Media juga menjadi wadah bagi ekspresi budaya dan seni, memungkinkan pencipta konten untuk mengekspresikan diri mereka dan berbagi karya mereka dengan audiens yang lebih luas.

Dalam era digital yang terus berkembang dengan pesat, strategi pemasaran telah mengalami pergeseran yang signifikan. Salah satu perubahan utama yang telah muncul adalah melalui kekuatan media sosial. Dengan miliaran orang yang aktif menggunakan platform media sosial seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan Tiktok, tidak mengherankan bahwa promosi melalui media sosial telah menjadi pilar fundamental dalam rencana pemasaran setiap bisnis. Media adalah sarana atau saluran komunikasi yang digunakan untuk menyebarkan informasi, pesan, atau konten kepada khalayak

luas. Media memiliki peran penting dalam menyediakan akses kepada orang-orang untuk mendapatkan berbagai jenis informasi, berita, hiburan, pendidikan, dan lainnya. Berikut tampilan Instagram Goldvitel Hotel Surabaya.

### Gambar I.1 Tampilan Instagram Goldvitel Hotel Surabaya



(sumber: Instagram @goldvitel.hotel)

Dalam seluruh aktivitas manusia akan selalu ada kegiatan promosi dan pemasaran baik itu untuk sebuah produk atau jasa maupun untuk diri sendiri sesama manusia. Dalam proposal kerja praktik ini, penulis memilih judul “Peran Desain Grafis Pada Produksi Konten Instagram Akun goldvitel.hotel”. Penelitian ini akan membahas terkait marketing communication yang dalam penerapannya menjadi salah satu faktor penting dalam aktivitas pemasaran, terutama untuk sebuah perusahaan atau perusahaan yang secara keseluruhan menjadi aspek utama suksesnya kegiatan promosi. Menurut (Shimp & Andrews, 2013,p.181) *Marketing Communication* memiliki tugas untuk

memberikan informasi dan mempromosikan tentang keunggulan suatu barang atau jasa kepada calon konsumen.

Tidak hanya itu seorang *Marketing Communication* juga diharapkan dapat mempengaruhi dan mendorong keputusan pembelian calon konsumen. Dengan adanya uraian terkait hal ini, peneliti menyadari akan besarnya dampak kegiatan komunikasi pemasaran, karena seorang markom memiliki peran yang penting yakni sebagai penghubung komunikasi antara sebuah perusahaan atau organisasi dengan publiknya. Dalam hal ini seorang markom yang akan menyampaikan sebuah pesan promosi, dikarenakan pesan atau informasi menjadi suatu jembatan yang menghubungkan komunikator kepada komunikan. (Sri Moerdijati, 2016, p.110).

## **I.2 Bidang Kerja Praktik**

Konsentrasi bidang kerja praktik yang diambil penulis adalah Marketing Communication. Disini penulis berperan sebagai Desain Grafis yang melakukan Desain memproduksi konten saat terdapat Promo, Event atau Venue yang hendak di publish di media sosial.

## **I.3 Tujuan Kerja Praktik**

Tujuan yang ingin dicapai penulis adalah dapat mengetahui bagaimana peran Desain grafis dalam proses pembuatan desain dan konten di Instagram yang membahas seputar dunia hospitality dan pariwisata.

## **I.4 Manfaat Kerja Praktik**

### **1.4.1 Manfaat Bagi Khalayak**

Masyarakat dapat menambah referensi maupun wawasan baru seputar dunia pariwisata dan perhotelan ketika akan pergi berlibur, mendapatkan wawasan mengenai

bagaimana proses pembuatan Desain dan Konten serta pentingnya peran Desain grafis dalam sebuah media online.

#### **1.4.2 Manfaat Bagi Penulis**

Penulis dapat mengetahui dan memahami bagaimana proses pembuatan Desain dan Konten yang menarik khalayak luas sehingga dapat menarik Costemer untuk membeli produk atau jasa.

### **I.5 Tinjauan Pustaka**

#### **I.5.1 Peran Desain Grafis dalam pembuatan Konten**

Dikutip dari Indeed, desainer grafis memiliki tanggung jawab untuk membuat konten terutama gambar estetik yang disertai oleh teks tertulis. Desainer grafis biasanya masuk ke dalam departemen pemasaran. Desainer grafis membantu untuk membuat branding perusahaan melalui konten visual agar bisa menarik pelanggan. Peran Desainer grafis adalah membuat gambar untuk situs web, iklan, dan media lain yang relevan. Gambar yang dibuat sering kali merupakan hal pertama yang dilihat klien, yang memengaruhi kesan mereka terhadap perusahaan. Fungsi utama seorang desainer grafis adalah memastikan branding Perusaha konsisten, jelas, dan berdampak.

Desain grafis adalah suatu bentuk komunikasi visual yang menggunakan gambar untuk menyampaikan informasi atau pesan seefektif mungkin. Dalam disain grafis, teks juga dianggap gambar karena merupakan hasil abstraksi simbolsymbol yang bisa dibunyikan. Desain grafis diterapkan dalam desain komunikasi dan fine art. Seperti jenis desain lainnya, desain grafis dapat merujuk kepada proses pembuatan, metode merancang, produk yang dihasilkan atau pun disiplin ilmu yang digunakan. Desain grafis adalah proses untuk menciptakan tampilan sebuah publikasi, presentasi, atau di

situs web yang menarik, dengan cara logis. Ketika desain selesai maka menarik perhatian, menambah nilai, dan meningkatkan minat audiens, simpel, terorganisir, memberikan penekanan selektif, dan menciptakan kesatuan yang utuh. (Arwan, 2009)

### **I.5.2 Proses Pembuatan Konten**

Tahapan dalam pembuatan konten, seorang content creator harus melewati tiga tahapan diantaranya sebagai berikut (Yoedtadi et al, 2017, p. 160):

1. **Pre-production (pra-produksi)**, tahapan ini merupakan tahapan perencanaan seperti proses penemuan sebuah ide, perencanaan dan persiapan. Pada pra produksi, ide merupakan elemen utama dalam membuat konten sebab hal ini yang membuat apakah konten dapat diterima baik oleh audiens. Dalam membuat konten yang berhasil sangat ditentukan oleh penemuan ide, perencanaan dan persiapan yang matang dalam membuat konten. Kunci keberhasilan sebuah konten ada ditahap ini.
2. **Production (produksi)**, setelah melewati tahap penemuan sebuah ide, perencanaan dan persiapan kini saatnya proses produksi dimulai. Pada tahap ini melibatkan seluruh divisi untuk bekerjasama dalam hal pembuatan konten yang telah ditentukan pada proses diskusi sebelumnya dan juga mulai masuk ke tahap pelaksanaan editing hingga sudah siap untuk ditayangkan.
3. **Post production** (pasca produksi), ini merupakan tahapan terakhir dalam pembuatan konten dimana tahap ini meliputi proses penyempurnaan konten yang telah melewati proses penemuan ide, perencanaan, hingga persiapan secara matang yang sudah diproduksi menjadi konten yang sudah siap. Untuk menyelesaikan tahap ini meliputi editing gambar feed instagram dan facebook dan melakukan evaluasi terhadap hasil produksi. Pada proses evaluasi, hasil produksi konten masih dapat dikatakan tidak

layak tayang. Hal ini bukan menjadi masalah besar, hanya saja perlu melakukan revisi misalnya seperti masalah gambar, penggunaan kalimat, elemen dan lain-lain

### **I.5.3 Instagram Sebagai Media**

*New media* merupakan media yang menawarkan *digitisation*, *convergence*, *interactivity*, dan *development of network* terkait pembuatan pesan dan penyampaian pesannya. Kemampuannya menawarkan interaktifitas ini memungkinkan pengguna dari new media memiliki pilihan informasi apa yang dikonsumsi, sekaligus mengendalikan keluaran informasi yang dihasilkan serta melakukan pilihan-pilihan yang diinginkannya. Kemampuan menawarkan suatu *interactivity* inilah yang merupakan konsep sentral dari pemahaman tentang new media. (Flew, 2002: 11-22).