

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Di era modern sekarang ini, kita sering mendengar istilah Desain Komunikasi Visual, tetapi banyak orang masih kurang memahami peranan dari Desain Komunikasi Visual tersebut. Kebanyakan orang hanya mengetahui bahwa peranan Desain Komunikasi Visual kurang penting dalam membuat apa saja yang mempunyai nilai harga tertentu. Mereka mengira Desain Komunikasi itu hanya asal-asalan membuat apa saja. Sebenarnya Desain Komunikasi Visual sendiri menggunakan akal, perasaan, logika, dan disertakan dengan imajinasi. Mereka sebagai konsumen dari Desain Komunikasi Visual masih kurang memahami secara keseluruhan apa arti dari Desain Komunikasi Visual tersebut dan pekerjaan yang harus dikerjakan oleh desainer grafis. Ada juga sebagian orang mengira bahwa Desain Komunikasi Visual (DKV) itu identik dengan iklan. Memang tidaklah salah pernyataan tersebut, namun tidak sepenuhnya benar. Iklan hanya salah satu bidang yang dihasilkan oleh desain komunikasi visual.

Tanpa kita sadari Apabila melihat penampakan visual di sekeliling kita, sebenarnya kehidupan kita sehari-hari dilingkupi oleh karya-karya yang dihasilkan bidang Desain Komunikasi Visual. Mulai dari kita bangun di pagi hari hingga terlelap di peraduan, desain komunikasi visual mengiringi kita sepanjang hari hidup kita, baik di perkotaan hingga pelosok-pelosok desa di negeri ini bahkan dari runag pribadi hingga ruang 1ocial.

Sekilas Sejarah Istilah Desain Komunikasi Visual di Indonesia

Istilah desain komunikasi visual yang baru 1ocial1 belakangan ini, sebenarnya baru dikenal di Indonesia pada awal tahun 1980-an. Dimunculkan oleh Gert

Dumbar (seorang desainer grafis Belanda) pada tahun 1977, karena menurutnya desain grafis tidak hanya mengurus cetak-mencetak saja. Namun juga mengurus moving image, audio visual, display dan pameran. Sehingga istilah desain grafis tidaklah cukup menampung perkembangan yang kian luas. Maka dimunculkan istilah desain komunikasi visual seperti yang kita kenal sekarang ini.

Etimologi Desain Komunikasi Visual

Jika kita memulai mendefinisikan Desain Komunikasi Visual ditinjau dari asal kata (etimologi) istilah ini terdiri dari tiga kata, desain diambil dari kata “*2ocial*” (Itali) yang artinya *gambar*. Sedang dalam bahasa Inggris desain diambil dari bahasa Latin *designare*) yang artinya *merencanakan* atau *merancang*. Dalam dunia seni rupa istilah desain dipadukan dengan reka bentuk, reka rupa, rancangan atau sketsa ide.

Kemudian kata komunikasi yang berarti menyampaikan suatu pesan dari komunikator (penyampai pesan) kepada komunikan (penerima pesan) melalui suatu media dengan maksud tertentu. Komunikasi sendiri berasal dari bahasa Inggris *communication* yang diambil dari bahasa Latin “*communis*” yang berarti “sama” (dalam Bahasa Inggris: *common*). Kemudian komunikasi kemudian dianggap sebagai proses menciptakan suatu kesamaan (*commonness*) atau suatu kesatuan pemikiran antara pengirim (komunikator) dan penerima (komunikan).

Sementara kata visual sendiri bermakna segala sesuatu yang dapat dilihat dan direspon oleh indera penglihatan kita yaitu mata. Berasal dari kata Latin *videre* yang artinya *melihat* yang kemudian dimasukkan ke dalam bahasa Inggris *visual*.

Jadi Desain Komunikasi Visual bisa dikatakan sebagai seni menyampaikan pesan (*arts of 2ocial2cation*) dengan menggunakan bahasa rupa (*visual language*) yang disampaikan melalui media berupa desain yang bertujuan

menginformasikan, mempengaruhi hingga merubah perilaku *target audience* sesuai dengan tujuan yang diinginkan. Sedang Bahasa rupa yang dipakai berbentuk grafis, tanda, 3ocial, ilustrasi gambar/foto, tipografi/huruf dan sebagainya yang disusun berdasarkan kaidah bahasa visual yang khas berdasar ilmu tata rupa. Isi pesan diungkapkan secara kreatif dan komunikatif serta mengandung solusi untuk permasalahan yang hendak disampaikan (baik 3ocial maupun komersial ataupun berupa informasi, identifikasi maupun persuasi).

Dalam Buku Pengantar Metode Penelitian Budaya Rupa Agus Sachari menjelaskan Desain Komunikasi Visual adalah Profesi yang mengkaji dan mempelajari desain dengan berbagai pendekatan baik hal yang menyangkut komunikasi, media, citra tanda maupun nilai.

Desain komunikasi Visual juga mengkaji hal-hal yang berkaitan dengan komunikasi dan pesan, teknologi percetakan, penggunaan teknologi multimedia dan teknik persuasi pada masyarakat.

Ruang lingkup Desain Komunikasi Visual Meliputi:

1. Advertising (periklanan)
2. Animasi
3. Desain identitas Usaha (corporate identity)
4. Desain Marka lingkungan
5. Multimedia
6. Desain Grafis Industri (promosi/ kemasan)
7. Desain Grafis Media Berita (buku, surat kabar, majalah, dll)
8. Cergam (komik, karikatur, Poster)
9. Fotografi, tipografi dan ilustrasi aplikasi komunikasi visual

Tujuan desain grafis selain menciptakan desain atau perencanaan fungsional estetis, namun juga yang informatif dan komunikatif dengan masyarakat yang dilengkapi pula dengan pemahaman mengenai psikologi massa dan teori-teori

pemasaran, sehingga karya-karya desain grafis ini bisa merupakan alat promosi yang maksimal.

Di sini peran desainer grafis adalah membuat pesan melalui media promosi untuk memberikan informasi yang jelas, kapan, dan dimana acara pameran itu dilaksanakan. Maka dari itu desainer perlu sekali untuk memperhatikan kejelasan informasi tersebut, menyusun urutan informasi yang benar, dan menggunakan elemen-elemen estetis yang sesuai dengan konsep acara tersebut.

Alasan pemilihan tempat kerja praktik di CV. Citra Warna Offset sebagai tempat kerja praktek adalah ingin merasakan membuat media promosi dalam brosur, undangan, dan flyer.

Manfaat dengan mengikuti kerja praktek adalah agar calon desainer memiliki kesiapan mental dan membiasakan diri didunia kerja. Dengan kesempatan ini juga dapat menerapkan ilmu yang telah dipelajari selama kuliah.

1.2. Lingkup Pekerjaan Batasan Masalah

Dalam pelaksanaan kerja praktek ini, fokus pekerjaan yang dilakukan adalah membuat konsep visual sesuai yang klien inginkan mulai dari brosur, *flyer*, sampai ke kartu undangan pernikahan. Disini calon desainer akan mempelajari tentang bagaimana langkah-langkah mencetak dalam media khusus. Yang dikerjakan dalam kerja praktek ini adalah pemilihan gambar mentah sampai *editing* gambar (merubah warna atau menambah efek), mencoba banyak efek pada desain *layout* yang sesuai dengan brosur yang harus dikerjakan, pemilihan *font*, menentukan warna *font*, menentukan besar dan kecil ukuran *font* sebagai hirarki dalam pembacaan, peletakan informasi sesuai hirarki dalam pembacaan, dan *layout* keseluruhan.

1.3. Maksud dan Tujuan Kerja Praktek

Pelaksanaan kerja praktek dilakukan \pm 200 jam, selama pelaksanaannya, banyak membuat beberapa karya yang berhubungan dengan pembuatan media promosi dalam brosur, flyer, dan kartu undangan pernikahan untuk klien yang menggunakan jasa CV. Citra Warna. Calon desainer agar mengerti bagaimana cara menghadapi klien dan membantu pekerjaan desainer pembimbing yang selama ini membimbing calon desainer dalam melakukan kerja praktek.

1.4. Kegunaan Kerja Praktek

Beberapa kegunaan yang ingin didapatkan selama pelaksanaan kerja praktek tersebut adalah sebagai berikut:

- Menambah pengetahuan dan pengalaman dalam mendesain dan membuat konsep visual media promosi.
- Mengetahui keperluan jenis media promosi yang akan diperlukan untuk membuat brosur, flyer, dan kartu undangan
- Belajar ilmu percetakan yang didapat selama melakukan kerja praktek.
- Belajar menyesuaikan diri dengan pekerjaan seorang desainer dan juga belajar menghadapi klien juga merasakan bekerja dengan banyak orang.
- Merasakan keharusan profesionalitas dalam bekerja di bidang desainer, serta dituntut kreatif dan tepat waktu.
- Memenuhi persyaratan mata kuliah Kerja Praktek semester VI.
- Untuk memenuhi salah satu persyaratan akademik kelulusan Program Studi S 1 Desain Komunikasi Visual.

1.5. Metode Pengumpulan, Pengolahan Data, dan Analisis Data

Untuk membuat laporan kerja praktek ini, pengumpulan data dilakukan selama kerja praktek di CV. Citra Warna

- Pengamatan selama praktikan bekerja.
- Pengamatan dari data-data yang klien berikan.
- Teori-teori yang diambil dari buku-buku desain.