

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era digital saat ini, media sosial telah menjadi platform utama untuk komunikasi dan pemasaran. Dengan jutaan pengguna aktif setiap hari, platform seperti *Instagram*, *Facebook*, *Twitter*, dan *TikTok* menawarkan peluang besar bagi individu dan bisnis untuk menjangkau *audiens* yang lebih luas. Konten visual yang menarik dan berkualitas tinggi menjadi kunci untuk menarik perhatian dan meningkatkan interaksi pengguna. Di sinilah peran desainer grafis menjadi sangat penting. Desainer grafis memiliki keterampilan dan kreativitas untuk menghasilkan konten visual yang efektif, yang dapat membantu membedakan sebuah merek atau individu di antara ribuan konten lainnya yang bersaing untuk mendapatkan perhatian di media sosial.

Dalam dunia yang semakin visual, kemampuan untuk menciptakan desain yang menarik dan relevan menjadi aset yang sangat berharga. Desain *feeds* pada sosial media seperti *Instagram* harus dibuat semenarik mungkin sehingga akan memberikan kenyamanan bagi para pengguna ketika melihat sosial media tersebut. Sudah sangat banyak yang membutuhkan sebuah desain yang menarik agar bisa mengikuti perkembangan *jaman* pada saat ini. Terutama dari *Instagram* dimana semua sudah memakai desain di *feeds*. Oleh karena itu laporan ini memberitahu seberapa pentingnya desain grafis. Bukan hanya pada sosial media *Instagram* saja, penulis pun sempat membuat *thumbnail* yang diunggah untuk kebutuhan kanal *Youtube* perusahaan tersebut.

Pada jaman digital ini masyarakat pun juga banyak yang tidak mempunyai cara mengantisipasi hal-hal yang berbahaya pada internet. Oleh karena itu penulis bertugas untuk menarik perhatian masyarakat melewati perantara desain grafis yang berbentuk poster yang dikerjakan melalui *Adobe Illustrator* untuk membuat suatu kondisi agar masyarakat ingin mengetahui dan tertarik terhadap dunia keamanan siber.

1.2 Rumusan Masalah

Terdapat beberapa hal yang perlu dipertanyakan pada desain grafis pada sosial media Cyberarmy Indonesia terutama *Instagram* ini, seperti :

1. Apakah para pengikut sosial media *Cyberarmy Indonesia* sudah puas melihat umpan web yang berada di *Instagram Cyberarmy Indonesia* ?
2. Apakah *Cyberarmy Indonesia* sudah memenuhi persyaratan umpan web yang dibutuhkan dan disukai oleh para pengikutnya?.
3. Apakah konten umpan web *Instagram Cyberarmy Indonesia* berhubungan dengan bidang Perusahaan itu sendiri ?

1.3 Tujuan

Berikut adalah beberapa Tujuan dan manfaat dalam pengerjaan kegiatan proyek akhir ini :

1. Mempelajari gaya desain yang dipasarkan pada *Instagram* perusahaan *Cyberarmy Indonesia* .
2. Mengolah suatu kreativitas agar bisa membuat desain menjadi lebih menarik dan enak dipandang.
3. Membuat desain 2D agar banyak orang-orang yang berminat kepada bidang *cybersecurity* melalui desain.

1.4 Batasan Masalah

Desain kali ini difokuskan sebagai 2 dimensi yang tertuju kepada desain digital atau biasa disebut juga dengan poster. Perkembangan desain cukup maju , tetapi juga banyak orang yang tidak mempedulikan desain grafis sebagai marketing mereka untuk mengundang para masyarakat siber. Penulis membuat suatu desain yang memang dibutuhkan pada sosial media Perusahaan ini. *Cyberarmy Indonesia* juga mempelajari bahwa dalam sosial media ini terdapat suatu hal yang kurang menarik perhatian dikarenakan masih ada warna-warna yang belum bisa diterima oleh para masyarakat siber karena mungkin tidak cocok pada pasarnya. Oleh karena itu *Cyberarmy Indonesia* melakukan analisa penempatan serta warna untuk memperindah layout dari sosial media *Instagram* tersebut.

1.5 Definisi Operasional

Desain grafis adalah suatu bentuk komunikasi yang dilakukan secara visual yang memanfaatkan suatu gambar sebagai media dalam penyampaian pesan. Informasi yang disampaikan di dalamnya dilakukan seefektif mungkin. Selain daripada itu desain grafis juga seni dan praktik untuk menciptakan konten visual untuk mengkomunikasikan kepada *audiens* tertentu yang mencakup berbagai elemen visual yang digunakan dalam berbagai media, baik digital maupun cetak. Desain sebenarnya tidak hanya mencakup tentang 2 dimensi atau 3 dimensi saja tetapi masih banyak jenis-jenis desain yang ada seperti desain seni patung, desain baju, desain aplikasi, desain interior dan lain sebagainya. Khusus pada laporan ini penulis hanya fokus kepada desain 2 dimensi untuk *Instagram* khususnya poster dan *thumbnail*. Desain grafis merupakan salah satu bentuk contoh dari seni yang sangat umum yang juga

sangat populer pada jaman digital sekarang dimana sosial media pun menggunakan desain grafis untuk membuat tampilan beranda mereka menjadi lebih menarik. Desain grafis memainkan peran penting dalam pemasaran digital dengan menarik perhatian *audiens* dan menyampaikan pesan secara efektif. Menurut Meggs dan Purvis (2016), desain grafis adalah seni dan praktik merencanakan dan memproyeksikan ide serta pengalaman dengan konten visual dan tekstual.

1.6 Metode Pengerjaan

Untuk metode pengerjaan laporan ini, penulis menggunakan metode deskriptif umum. Metode ini cukup efektif serta lebih cocok karena pada magang kali ini pada *Cyberarmy Indonesia*, penulis menjadi desainer grafis yang dinilai hasilnya menurut kualitas dari pekerjaan itu sendiri. Metode ini juga lebih condong berisi narasi dibanding dengan metode kuantitatif yang harus melakukan pengumpulan data dari beberapa responden.

1.7 Identifikasi Fenomena Yang Akan Diamati

Proses yang dilakukan dengan cara mengamati media sosial *Instagram Cyberarmy Indonesia* baik jumlah pengikut, jumlah like, maupun respon pengikut terhadap konten *feeds* yang diunggah. Respon tersebut didasari dari seberapa menarik desain yang dibuat dan seberapa manfaat yang dirasakan oleh para pengikut.

1.8 Analisis

Penulis melakukan analisa secara kualitatif atas pengamatan media sosial *Instagram Cyberarmy Indonesia* yang meliputi, jumlah pengikut, jumlah like, *feeds* dan respon pengikut yang terkait dengan pengalaman mereka terhadap konten yang diunggah, seperti manfaat dari konten apakah sekedar sebagai suatu informasi saja atau bersifat edukatif. Selain itu juga respon terhadap visualisasi konten seperti desain yang meliputi *color palette*, *tipografi*, *layouting*, *tracing* dan *texture*, di mana unsur-unsur tersebut dapat menciptakan estetika dalam desain grafis.

1.9 Interpretasi Hasil

Setelah diperoleh hasil pengamatan dan dianalisa maka atas hasil tersebut penulis melakukan interpretasi yang di harapkan dari hasil interpretasi tersebut dapat digunakan untuk menjawab pertanyaan pada rumusan masalah.

1.10 Implementasi & Evaluasi

Dari interpretasi hasil dapat diketahui kesesuaian atas *feeds* pada Sosial Media *Instagram Cyberarmy Indonesia*. Jika terdapat ketidaksesuaian maka digunakan sebagai bahan masukan untuk

evaluasi dan implementasi bagi Perusahaan. Gambar 1.10 ini adalah tahapan-tahapan penulisan:



Gambar 1.10 gambar tahapan metode pengerjaan

1.11 Jadwal Pengerjaan

Pada contoh tabel dibawah ini merupakan suatu gambaran tabel penjadwalan kerja Ketika penulis sedang berstatus magang 2 semester di Perusahaan *Cyberarmy Indonesia* sebagai desainer grafis di perusahaan tersebut. Tabel ini terdapat pemberian tugas, pembuatan konten, pengumpulan konten, revisi dan evaluasi.

Contoh Jadwal Pelaksanaan dalam satuan waktu minggu :

No	Kegiatan	Waktu pelaksanaan																																							
		Sep				Okt				Nov				Des				Jan				Feb				Mar				Apr				Mei				Jun			
		1.	2.	3.	4.	1.	2.	3.	4.	1.	2.	3.	4.	1.	2.	3.	4.	1.	2.	3.	4.	1.	2.	3.	4.	1.	2.	3.	4.	1.	2.	3.	4.	1.	2.	3.	4.				
1.	Pemberian Tugas	■				■				■				■				■				■				■				■				■				■			
2.	Pengumpulan bahan konten	■	■			■	■			■	■			■	■			■	■			■	■			■	■			■	■			■	■			■	■		
3.	Pembuatan konten		■	■			■	■			■	■			■	■			■	■			■	■			■	■			■	■			■	■			■	■	
4.	Revisi dan evaluasi				■				■				■				■				■				■				■				■				■				

Tabel 1.11 Jadwal Pengerjaan

Keterangan

1. Pemberian tugas :

Konten kreator memberikan sebuah bahan konten untuk di visualisasikan oleh seorang desainer grafis.

2. Pengumpulan bahan konten :

Pengumpulan konten selalu tepat pada sebelum deadline yang di berikan oleh konten kreator. Pengumpulan bahan juga akan di berikan saran dan kritik sebelum materi konten tersebut akan segera dikerjakan.

3. Pembuatan konten :

Desainer grafis melakukan referensi serta mengerjakan desain sesuai dengan yang dibutuhkan oleh keinginan konten *creator*. Semua konten yang terdapat pada sosial media Instagram perusahaan, dikerjakan dengan tahapan yang sama sehingga mendapatkan hasil yang baik.

4. Revisi dan evaluasi :

Penanggung jawab memberikan sebuah revisi atau masukan yang sekiranya diperlukan ketika sebuah desain sudah jadi. Jika hasil dari revisi dan evaluasi sudah disetujui oleh pembimbing lapangan, maka hasil tersebut siap diunggah ke dalam sosial media