

BAB I

PENDAHULUAN

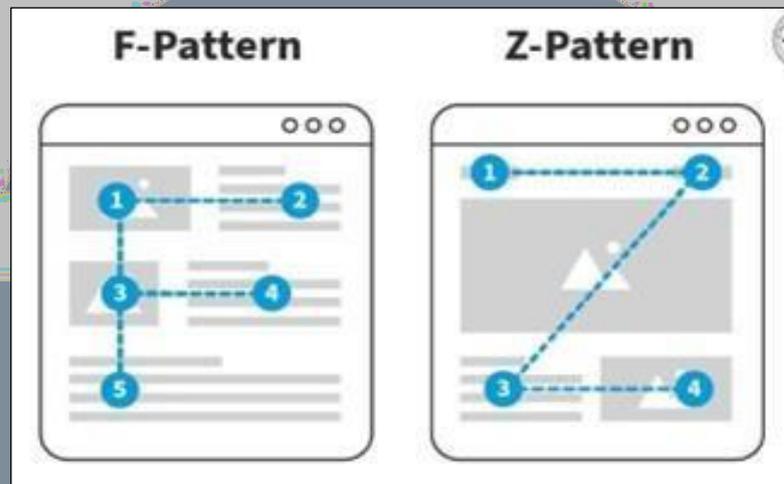
1.1 Latar Belakang

Komunikasi visual merupakan salah satu elemen paling krusial dalam proses penyampaian pesan di era digital. Dalam kondisi di mana masyarakat dibanjiri informasi setiap hari, visual hadir sebagai medium yang mampu menyederhanakan pesan kompleks menjadi bentuk yang lebih mudah dipahami, cepat ditangkap, dan memiliki daya tarik emosional yang tinggi. Oleh karena itu, penguasaan terhadap komunikasi visual kini menjadi kompetensi yang sangat dibutuhkan di berbagai sektor, mulai dari industri kreatif, pendidikan, teknologi, hingga bisnis digital.

Perubahan ini mendorong dunia pendidikan, khususnya dalam bidang Ilmu Komunikasi, untuk memfasilitasi mahasiswa dengan pengetahuan dan keterampilan yang mampu menjawab tuntutan era visual. Salah satu bentuk fasilitasi tersebut diwujudkan melalui mata kuliah *Visual & Photographic Communication* (VPC), yang dirancang untuk membekali mahasiswa dengan dasar teoritis dan praktis mengenai cara kerja elemen visual dalam menyampaikan makna secara efektif. Dalam mata kuliah ini, visual tidak hanya dipahami sebagai elemen estetis, tetapi juga sebagai unsur strategis dalam membentuk pesan, citra, dan persepsi. Pemahaman bahwa desain visual adalah bagian integral dari strategi komunikasi keseluruhan menjadi krusial, karena setiap elemen visual yang diciptakan memiliki tujuan spesifik dalam mempengaruhi audiens dan mencapai target perusahaan.

Pemahaman terhadap elemen dasar visual seperti warna, bentuk, tekstur, garis, tipografi, dan komposisi ditekankan dalam pembelajaran. Mahasiswa dikenalkan pada prinsip-prinsip desain grafis serta teori persepsi visual, termasuk bagaimana audiens memproses pesan secara hierarkis melalui teknik *visual hierarchy*. Selain itu, dipelajari pula bagaimana pengaturan kontras, dominasi

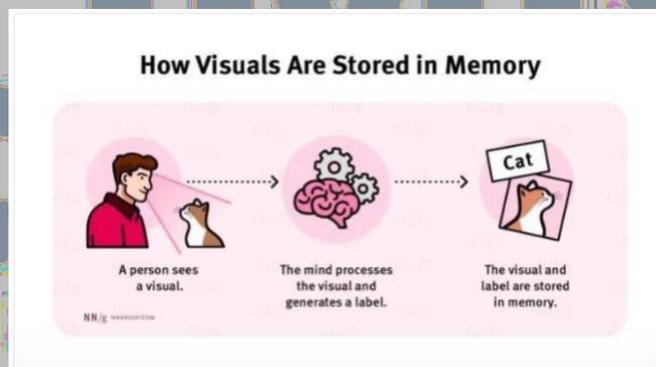
elemen, dan keseimbangan tata letak dapat menentukan keberhasilan suatu pesan dalam menjangkau targetnya.



Gambar 1.1 Visual Hierarchy dalam Desain

Sumber: Interaction Design Foundation (2024)

Selain prinsip-prinsip teknis, *Visual & Photographic Communication* juga mengajarkan teori psikologis yang memperkuat efektivitas komunikasi visual. Salah satunya adalah *Picture Superiority Effect*, teori yang menyatakan bahwa manusia cenderung lebih mudah mengingat informasi yang disampaikan dalam bentuk gambar dibandingkan teks. Teori ini menjadi dasar dalam banyak praktik desain konten edukasi dan promosi, di mana kombinasi visual dan verbal digunakan untuk memperkuat pemahaman dan daya ingat audiens (Nielsen Norman Group, 2024).



Gambar 1.2 Ilustrasi penerapan Picture Superiority Effect dalam desain

Sumber: Nielsen Norman Group (2024)

Melalui pendekatan teoritis dan praktis yang seimbang, mata kuliah ini mendorong mahasiswa untuk berpikir visual secara strategis. Karya visual tidak hanya diharapkan menarik secara estetika, tetapi juga mampu menyampaikan pesan secara efektif kepada beragam audiens. Hal ini menjadikan *Visual & Photographic Communication* (VPC) sebagai pondasi penting dalam membentuk kemampuan komunikasi visual yang matang, terstruktur, dan relevan dengan kebutuhan industri.

Dengan landasan akademik tersebut, mahasiswa Ilmu Komunikasi yang ingin mengaplikasikan teori *Visual & Photographic Communication* (VPC) dalam dunia kerja perlu memilih lingkungan yang sesuai secara konten dan karakter visual. Salah satu tempat yang merepresentasikan keselarasan tersebut adalah PT Timedoor Indonesia, sebuah perusahaan yang bergerak di bidang teknologi dan edukasi digital dengan produk visual yang ditujukan untuk segmentasi edukatif berbasis anak dan remaja. Karakter visual yang dibutuhkan perusahaan ini selaras dengan fokus utama VPC, yaitu komunikasi visual yang edukatif, komunikatif, dan fungsional.

Dalam produk visualnya, prinsip komunikasi visual yang diajarkan dalam VPC diterapkan secara konsisten oleh Timedoor: mulai dari pemilihan warna yang sesuai dengan usia target audiens, ilustrasi naratif, hingga tata letak yang mengutamakan keterbacaan dan alur perhatian. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan menyediakan ruang praktik yang menjadi perpanjangan dari pembelajaran akademik mahasiswa.



Gambar 1.3 Karakter Visual PT. Timedoor
Sumber: Timedoor Academy Poster (2025)

Dengan demikian, pemilihan PT Timedoor Indonesia sebagai lokasi magang merupakan langkah logis dan strategis karena memungkinkan pengujian dan penerapan langsung konsep, teori, dan teknik yang telah dipelajari dalam mata kuliah *Visual & Photographic Communication* (VPC). Penyelarasan ini menjadikan magang bukan sekadar pengalaman kerja, melainkan sebagai media pembuktian bahwa pembelajaran di kelas dapat diterapkan secara nyata dalam dinamika industri komunikasi visual.

1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang

Maksud dari pelaksanaan kerja magang di PT Timedoor Indonesia adalah untuk mendapatkan pengalaman kerja nyata di bidang desain grafis yang selaras dengan materi dan kompetensi yang diperoleh selama perkuliahan, khususnya pada mata kuliah *Visual & Photographic Communication*.

Adapun tujuan dari kerja magang ini adalah sebagai berikut:

1. Menerapkan teori komunikasi visual yang telah dipelajari di perkuliahan, terutama dalam pembuatan materi visual yang komunikatif dan efektif.
2. Meningkatkan keterampilan teknis dalam menggunakan perangkat lunak desain grafis yang digunakan dalam industri.
3. Memahami alur kerja profesional di industri kreatif dan teknologi edukasi, mulai dari proses perencanaan hingga eksekusi desain bersama tim kreatif.
4. Memahami dan menerapkan peran desain grafis sebagai alat komunikasi strategis dalam mencapai tujuan bisnis dan pemasaran perusahaan.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Aktivitas pelaksanaan kerja magang dimulai dari tanggal 10 Februari 2025 sampai dengan 30 Mei 2025 dengan durasi 640 jam kerja.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

A. Proses Administrasi Kampus (UMN)

- 1) Mengikuti pembekalan magang yang diselenggarakan oleh program studi ilmu komunikasi UMN pada tanggal
- 2) Mengisi KRS *internship* di myumn.ac.id dengan syarat telah menempuh 110 sks dan tidak ada nilai D & E. Serta *request* transkrip nilai dari semester awal hingga semester akhir sebelum magang di www.gapura.umn.ac.id.
- 3) Mengajukan KM-01 dengan mengisi *Google Form* yang dikirim melalui email sebagai langkah verifikasi tempat magang yang sesuai dengan persyaratan. Setelah disetujui, mahasiswa akan mendapatkan KM-02 (Surat Pengantar Magang) yang diterbitkan oleh Ketua Program Studi.
- 4) Mengunduh Surat Pengantar Magang yang diberikan oleh Ketua Program Studi untuk disampaikan kepada perusahaan.
- 5) Setelah itu, mengunduh formulir KM-03 (Kartu Kerja Magang), KM-04 (Lembar Kehadiran Kerja Magang), dan KM-05 (Lembar Laporan Realisasi)
- 6) Selanjutnya, mengunduh *form* KM-03 (Kartu Kerja Magang), KM-04 (Lembar Kehadiran Kerja Magang), KM-05 (Lembar Laporan Realisasi Kerja Magang), KM-06 (Penilaian Kerja Magang), KM-07 (Verifikasi Laporan Magang) untuk kebutuhan proses pembuatan laporan magang.

B. Proses Pengajuan dan Penerimaan Tempat Kerja Magang

- 1) Melakukan pengajuan untuk melakukan magang di PT Timedoor Indonesia pada HRD dengan kontrak 4 Bulan.
- 2) Menandatangani surat kontrak magang selama 4 bulan pada tanggal 10 Februari 2025 dengan posisi sebagai Desain Grafis.
- 3) Melakukan pengisian *daily task* setiap harinya dan akan ditinjau atau *approved* oleh supervisor.
- 4) Pihak Timedoor memberikan surat pengantar pada tanggal 10 Mei 2025 sebagai syarat dari kampus untuk melakukan pelaksanaan kerja magang.

C. Proses Pelaksanaan Praktik Kerja Magang

- 1) Praktik kerja magang dijalankan dengan posisi sebagai desain grafis pada departemen Team Design Timedoor Indonesia.
- 2) *Onboarding* dan kebutuhan informasi, didampingi langsung oleh Team Leader Lapangan, Jaya Wiratha.
- 3) Melakukan pengisian *daily task* setiap harinya dan akan ditinjau atau *approved* oleh supervisor.
- 4) Pengisian dan penandatanganan *form* KM-03 sampai KM-07 dilakukan pada saat proses praktik kerja magang berlangsung dan mengajukan lembar penilaian kerja magang (KM-06) kepada Pembimbing Lapangan pada akhir periode magang.
- 5) Melaksanakan pelaksanaan kerja magang sebagai *Graphic Designer* sesuai isi kontrak, yaitu 10 Februari 2025 sampai dengan 30 Mei 2025

D. Proses Pembuatan Laporan Praktik Kerja Magang

- 1) Pembuatan laporan praktik kerja magang dibimbing oleh bapak Heryadi Silvianto selaku Dosen Pembimbing melalui pertemuan secara *onsite* dan *google meet*.
- 2) Laporan praktik kerja magang diserahkan dan menunggu persetujuan dari Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
- 3) Laporan praktik kerja magang yang telah disetujui diajukan untuk selanjutnya melalui proses sidang.