

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk (Telkom) adalah BUMN yang beroperasi di Indonesia dalam bidang layanan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) dan jaringan telekomunikasi. Pemerintah Republik Indonesia memegang 52,09% saham Telkom, dengan saham publik 47.91%. Saham Telkom diperdagangkan di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan kode "TLKM" dan New York Stock Exchange (NYSE) dengan kode "TLK". Dalam upaya bertransformasi menjadi digital telecommunication company, TelkomGroup mengimplementasikan strategi bisnis dan operasional perusahaan yang berorientasi kepada pelanggan (customer-oriented). Transformasi tersebut akan membuat organisasi TelkomGroup menjadi lebih lean (ramping) dan agile (lincah) dalam beradaptasi dengan perubahan industri telekomunikasi yang berlangsung sangat cepat. Organisasi yang baru juga diharapkan dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam menciptakan customer experience yang berkualitas. Kegiatan usaha TelkomGroup bertumbuh dan berubah seiring dengan perkembangan teknologi, informasi dan digitalisasi, namun masih dalam koridor industri telekomunikasi dan informasi. Hal ini terlihat dari lini bisnis yang terus berkembang melengkapi legacy yang sudah ada sebelumnya. Telkom mulai saat ini membagi bisnisnya menjadi 3 Digital Business Domain:

1. Digital Connectivity: Fiber to the x (FTTx), 5G, Software Defined Networking (SDN)/ Network Function Virtualization (NFV)/ Satellite
2. Digital Platform: Data Center, Cloud, Internet of Things (IoT), Big Data/ Artificial Intelligence (AI), Cybersecurity
3. Digital Services: Enterprise, Consumer

Untuk menjawab tantangan industri digital, mendukung digitisasi nasional dan untuk menginternalisasi agenda transformasi, maka Telkom telah menajamkan kembali Purpose, Visi, dan Misi nya.

PURPOSE:

Mewujudkan bangsa yang lebih sejahtera dan berdaya saing serta memberikan nilai tambah yang terbaik bagi para pemangku kepentingan. [1]

Perancangan Komunikasi Visual merupakan bidang ilmu yang mempelajari mengenai cara membuat sebuah pesan visual yang efektif untuk kemudian disampaikan kepada audiens.

Berlandaskan dari kebutuhan manusia untuk berkomunikasi dengan cara yang lebih efektif, terutama pada era modern di mana teknologi informasi kian berkembang. Hal ini menjadi sangat penting karena perkembangan teknologi informasi dan internet telah memungkinkan manusia untuk berkomunikasi dengan cara yang lebih kompleks dan luas. Selain itu juga digunakan dalam media sosial dan iklan online untuk menarik perhatian audiens [2]. Innovation Day merupakan sarana belajar, berbagi ilmu, dan berinovasi bersama yang dikelola Direktorat Digital Business Telkom Indonesia dan menghadirkan para ahli di bidangnya sebagai pembicara dengan berbagai topik menarik dapat disaksikan setiap minggunya. Kegiatan Innovation Day memiliki cukup kendala pada desain yang ada, mentor dan supervisor menginginkan peningkatan dari segi visual pada setiap desain yang dibuat, diantaranya desain feeds Instagram, desain cover untuk video reels, dan terutama flyer kegiatan Innovation Day. Setelah memahami kendala tersebut setelah mendengar keluhan dari mentor dan supervisor, berdiskusi lebih lanjut untuk memahami target yang diinginkan. Maka dari itu, pengerjaan desain visual ini dimaksimalkan agar keinginan serta target dapat tercapai.

1.2 Rumusan Masalah

Beberapa contoh rumusan masalah perancangan komunikasi visual yang umum meliputi:

1. Bagaimana membuat desain komunikasi visual yang efektif dalam menyampaikan pesan yang diinginkan kepada target audiens.
2. Bagaimana menciptakan desain yang mudah dikenali dan diingat oleh audiens.

1.3 Tujuan

Perancangan Komunikasi Visual (PKV) adalah sebuah proses merancang dan menciptakan aset visual seperti gambar, grafik, dan simbol untuk menyampaikan pesan kepada audiens yang tentunya memiliki tujuan, diantara lain:

1. Menarik Perhatian, yakni memungkinkan pesan yang disampaikan lebih mudah menarik perhatian target audiens. Desain yang menarik dan kreatif menciptakan pesan lebih mudah dikenali dan diingat oleh audiens.
2. Meningkatkan Kepahaman, yakni memudahkan audiens dalam memahami pesan yang disampaikan. Visual yang jelas dan mudah dipahami dapat membantu audiens untuk mengerti pesan dengan lebih baik.
3. Meningkatkan Efektivitas Komunikasi, yakni dapat meningkatkan efektivitas komunikasi karena pesan yang disampaikan akan lebih mudah dicerna dan diingat oleh audiens.

1.4 Batasan Masalah

Program Innovation Day merupakan program creative yang bergerak di bidang Teknologi Informasi dan Pendidikan, Innovation Day memiliki beberapa program di dalamnya seperti program live streaming sharing knowledge Innovation Day, program podcast INTalks, dan juga support event Telkom Indonesia baik secara online, offline maupun hybrid. Adapun ruang lingkup yang dikerjakan pada Proyek Akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Melakukan editing video cuplikan acara Innovation Day menggunakan CapCut.
2. Mengerjakan editing bumper intro menggunakan Adobe After Effect.
3. Melakukan design flyer dan Lower Third menggunakan Figma.

CapCut menjadi pilihan pertama untuk memaksimalkan kecepatan pengerjaan dalam melakukan editing cuplikan acara. Diantaranya melakukan penyuntingan video yaitu memotong serta memilih video yang cocok untuk dipublikasikan, kemudian dilakukan juga penambahan musik latar yang di ambil dari asset yang tersedia dalam aplikasi CapCut. Menambahkan teks yang assetnya juga sudah ada pada aplikasi CapCut lalu teks tersebut disesuaikan dengan kebutuhan konten. Menambahkan transisi yang tersedia pada aplikasi CapCut dengan tujuan memberikan kesan yang lebih halus ketika perpindahan video seperti efek burst atau kerlap kerlip yang elegan. Beberapa kali juga melakukan pengoreksian pada warna agar sesuai dengan kebutuhan nuansa pada video.

Adobe After Effect digunakan untuk membuat animasi bumper atau intro sebelum video tayangan di mulai. Asset yang digunakan menggunakan pilihan yang tersedia pada website Envato, asset yang dipilih dan di download untuk kemudian dilakukan penyesuaian. Untuk cuplikan Innovation Day sendiri sudah memiliki aturan tertentu ketika melakukan pembuatan *bumper* maupun *intro*.

Figma digunakan untuk membuat design flyer, feeds dan story instagram, begitu juga dengan cover video untuk reels di Instagram. Pada kegiatan Innovation Day sendiri sudah memiliki aturan tertentu agar desain yang dibuat bisa tetap mencerminkan kegiatan Innovation Day, yang membuat tim tetap bisa berkreasi semaksimal mungkin namun tetap ada dalam aturan yang sudah di tentukan dan tidak melenceng dari aturan. Asset yang dikerjakan didapat dari fitur yang disediakan pada aplikasi Figma, kemudian bila memerlukan asset tambahan bisa didapat dari berbagai platform online seperti canva, freepik, dan storyset. Untuk pencarian referensi design, dilakukan dengan melihat konsep desain dari Instagram yaitu akun dari insidetokopedia. Selain itu aplikasi pinterest juga menjadi pilihan untuk mencari referensi dalam pembuatan konsep pada desain.

1.5 Metode Pengerjaan

Adapun metode pelaksanaan yang dilakukan oleh Mahasiswa pada proyek akhir ini antara lain:

1.5.1 Penentuan Tujuan

Tahap ini dilakukan untuk menentukan tujuan yang ingin dicapai melalui desain grafis dan visual. Misalnya, pada bulan Ramadhan, tim Innovation Day memiliki tujuan agar acara tetap bisa memberikan informasi seputar bulan suci Ramadhan. Seperti, topik dibawakan masih bernuansa bulan suci Ramadhan, adanya ahli agama sebagai narasumber, adanya waktu yang menunjukkan kapan waktu berbuka di daerah tertentu dan sebagainya.

1.5.2 Penentuan Konsep

Dilakukan untuk mencari ide-ide konsep yang sesuai. Misalnya, di bulan suci Ramadhan tentunya menggunakan konsep yang memiliki nuansa bulan suci Ramadhan, seperti adanya gambar ketupat, lampu gantung seperti budaya timur tengah, adanya gambar masjid, objek bulan bulan serta bintang, penggunaan warna latar yang hangat dan sebagainya. Dengan tujuan ketika acara dilaksanakan masih erat nuansanya dengan bulan suci Ramadhan.

1.5.3 Pengembangan Desain

Tahap ini melibatkan pembuatan sketsa atau rancangan awal, pengaturan warna, tipografi, layout, dan elemen visual lainnya untuk menciptakan desain yang menarik. Pada tahap ini, mulai dikerjakan dengan After Effect (untuk design grafis dinamis) maupun Figma (untuk design statis lowthird). Sehubungan bulan suci Ramadhan, maka Mahasiswa mencari referensi desain terkait bulan suci Ramadhan.

1.5.4 Quality Check Desain

Dilakukan untuk mengevaluasi desain yang sudah dibuat. Yaitu dengan dilakukannya diskusi bersama dan tim mengenai desain yang sudah ada untuk kemudian mendapatkan kesepakatan bersama lalu digunakan sebagai desain yang tetap selama acara berlangsung.

1.5.5 Implementasi

Tahap ini melibatkan produksi dan distribusi desain grafis. Desain grafis ini kemudian digunakan untuk berbagai keperluan, seperti tampilan visual saat acara ingin dimulai atau berlangsung, design cuplikan acara yang sudah dilaksanakan dan lain sebagainya.

1.5.6 Evaluasi

Tahap ini dilakukan untuk memantau kinerja desain grafis yang sudah diimplementasikan. Dari hasil monitoring, bisa dilakukan perbaikan atau penyesuaian jika diperlukan.

1.6 Jadwal Pengerjaan

Jadwal kerja di Innovation Day DDB Telkom di mulai dari jam 08.00-17.00 WIB dengan waktu *work from office*. Berikut jadwal kegiatan di Innovation Day DDB Telkom:

No	Kegiatan	Bulan																		
		Februari			Maret				April				Mei				Juni			
		2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Live Streaming Innovation Day																			
2	Podcast Intalks																			
3	Support Event Telkom Indonesia																			
4	Video Reels dan Tiktok																			
5	Feeds dan Story Instagram																			

Tabel 1. 1 Jadwal Pengerjaan