

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

Komunitas LGBTQ di Indonesia masih merupakan hal yang tabu dan sulit diterima oleh masyarakat. Orientasi seksual yang mendominasi masyarakat adalah heteroseksual, sedangkan masyarakat masih menganggap orientasi seksual selain heteroseksual adalah suatu penyimpangan (Akbar, 2011: 3). Menjadi LGBTQ adalah upaya yang tidak mudah dan tanpa masalah. Banyak persoalan serta stigma yang menempel, seperti perilaku seks, merokok, pemakaian narkoba, moralitas, serta masalah psikologi seperti depresi atau bunuh diri (Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak, 2015: 1).

Menurut data yang disajikan oleh Permata (2017), korban stigma, diskriminasi, dan pelanggaran HAM terbanyak diterima oleh transgender sebanyak 73,86% dengan bentuk stigma bahwa LGBTQ adalah perilaku menyimpang (28%) yang kemudian diiringi oleh bertentangan dengan agama (26%). Stigma-stigma ini muncul karena ketidaktahuan dan keapatisan publik akan isu keberagaman gender dan seksualitas. LGBTQ hanya dipandang sebagai isu atau jargon dengan beribu makna negatif, tanpa pernah dilihat sebagai manusia.

Diskriminasi terhadap LGBTQ pada tahun 2018 juga semakin meningkat karena memasuki tahun politik. Berdasarkan data dari tirto.id (2018), mulai bulan Januari, Bambang Soesatyo secara jelas menolak legalisasi LGBTQ dengan alasan moral. Pada bulan Februari, Ketua Kwartir Nasional Gerakan Pramuka Indonesia Adhyaksa Dault menyampaikan tidak memberikan toleransi bagi LGBTQ untuk masuk ke dalam pramuka dengan dalih agama dan adat istiadat. Hampir setiap bulan pada 2018 muncul kasus diskriminasi terhadap LGBTQ, antara lain penggerebekan pasangan gay di Palmerah, Jakarta Barat (Maret), dukungan Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI) untuk mendesak pemerintah dan DPR menetapkan sanksi bagi LGBTQ (April), hukuman cambuk bagi pasangan Gay (Juli), pembubaran sesi lomba pocky challenge di Magelang karena desakan ormas yang mencurigai unsur LGBTQ dan pembubaran Grand Final Mister dan Miss Gaya Dewata 2018 karena dianggap bernuansa LGBTQ (Oktober), serta penganiayaan tanpa sebab terhadap dua transpuan di Bekasi (November).

Berry (dalam Pratama, 2018) menyebutkan Indonesia memiliki tiga sikap masyarakat dalam merespon fenomena LGBTQ, yaitu pro, kontra, dan tidak peduli. Kelompok pro menganggap harus menghargai setiap hak asasi manusia dan menyuarakan kebebasan manusia dalam menentukan hidupnya. Kontra menganggap bahwa LGBTQ adalah virus yang melanggar norma sosial dan agama. Sedangkan bagi yang tidak peduli, mereka memilih untuk bersikap biasa saja.

Banyaknya diskriminasi dan stigma yang muncul bagi komunitas LGBTQ, diperlukan sebuah langkah guna mengedukasi masyarakat bahwa komunitas ini bukan serta merta sesuatu yang selalu dipandang negatif, bahkan dihilangkan sisi manusianya. Media sosial merupakan salah satu alat yang dapat digunakan untuk mengedukasi masyarakat terkait komunitas LGBTQ dari sudut pandang lain.

We are Social menunjukkan data bahwa sebanyak 59% atau 160 juta dari 272,1 juta penduduk di Indonesia pada tahun 2020 adalah pengguna aktif media sosial. Dari banyaknya media sosial yang ada di Indonesia, data yang dirilis oleh Napoleon Cat pada tahun 2020 dalam laman goodnewsfromindonesia.com menunjukkan bahwa pengguna Instagram mencapai 69,2 juta pengguna pada periode Januari hingga Mei 2020 ini. Melalui data ini, nampak bahwa Instagram merupakan *platform* yang pas sebagai media edukasi terkait apa dan bagaimana komunitas LGBTQ yang akan dibuat menjadi konten kreatif.

Dalam proses pembuatan konten edukasi, haruslah dibuat menjadi konten yang semenarik mungkin secara visual dan tentunya pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh audiens. Demi mencapai konten kreatif yang secara visual nampak menarik serta penyampaian pesan yang baik, dibutuhkan seorang desainer grafis. Seorang desainer grafis dituntut untuk memahami sebuah konsep dan harus mengikuti rencana yang dibuat oleh *content writer* (Sudiro, 2018: 4).

Helfand (dalam Widya & Darmawan, 2016: 9) mendefinisikan desain grafis sebagai kombinasi kompleks kata-kata dan gambar, angka-angka dan grafik, serta

foto-foto dan ilustrasi yang membutuhkan pemikiran khusus dari seorang individu yang bisa menggabungkan elemen-elemen ini sehingga mereka menghasilkan sesuatu yang khusus, sangat berguna, mengejutkan, subversive, atau sesuatu yang mudah diingat.

Konten yang digunakan nantinya akan berupa konten visual dan audio-visual. Konten ini akan digunakan sebagai media edukasi untuk memberi kemudahan, memperlancar, dan efisiensi dalam memahami komunitas LGBTQ. Media komunikasi visual dan audio-visual akan lebih mudah dipahami karena memiliki karakteristik yang lengkap dan menyenangkan (Apriliany, 2020: 1).

Media komunikasi visual merupakan salah satu aspek penting dalam edukasi karena dapat memberikan pengalaman visual yang nyata (Jatmika, 2005: 95). Lewat media komunikasi visual ini, audiens diharapkan dapat memahami pesan yang disampaikan karena bukan hanya tulisan, desain grafis menyajikan unsur-unsur lainnya guna memperindah karya. Guna mewujudkan tampilan karya visual yang menarik, dibutuhkan beberapa unsur lainnya, yaitu titik, garis, bidang, ruang, warna, tekstur (Kusrianto, 2007: 30).

Selain media komunikasi visual, media komunikasi audio-visual juga dapat mempermudah dalam penyampaian pesan terutama dalam konteks edukasi. Media audio-visual merupakan media kombinasi antara audio dan visual yang mempunyai unsur suara yang dapat didengar dan gambar yang dapat dilihat (Sanjaya, 2010: 172). Dalam prosesnya, media komunikasi audio-visual dalam penyampaian pesan akan lebih memperjelas pesan agar tidak terlalu bersifat

verbalistis (dalam bentuk kata, tertulis, atau lisan) serta tidak terbatas dalam adanya ruang, waktu, dan daya indra.

Dalam pembuatan media audio-visual dibutuhkan seorang *video editor* guna merealisasikan rencana dan konsep yang dibuat oleh *content writer*. *Video editor* bertugas untuk menyunting klip-klip video hasil proses shooting kemudian digabungkan menjadi video yang utuh sehingga menghasilkan pesan yang siap diterima oleh audiens (Khoir, 2014: 7). Yusufhadi (dalam Sarasaptiasa, 2014: 2) menyebutkan media video menggunakan lima bentuk informasi, yaitu garis, simbol, suara, dan gerakan.

Berdasarkan fenomena yang telah dijelaskan, penulis memutuskan untuk membuat konten edukasi dengan bidang kerja praktik *graphic designer* dan *video editor*. Tugas penulis nantinya akan bertanggung jawab dalam pembuatan konten kreatif dengan media visual dan audio-visual yang akan diunggah di Instagram sebagai platform yang dipilih oleh penulis.

I.2 Bidang Kerja Praktik

Bidang kerja praktik yang dipilih oleh penulis dalam *project* ini adalah *graphic designer* dan *video editor* pada konten kreatif bertema *LGBT Awareness*. Penulis akan merealisasikan konsep konten kreatif yang dirancang oleh *partner* sebagai *content writer*.

I.3 Tujuan Kerja Praktik

Kerja praktik ini dilaksanakan agar mahasiswa dapat menerapkan serta mengembangkan ilmu yang telah diterima dan dipelajari selama perkuliahan di mata kuliah Desain Grafis dan Penyuntingan Video Digital. Selain itu, mahasiswa juga akan mendapatkan wawasan lebih banyak secara nyata dalam proses pengerjaan kerja praktik dalam bidang memproduksi karya visual dan audio-visual.

I.4 Manfaat Kerja Praktik

Kerja praktik ini memberikan pengalaman bagi mahasiswa dalam memproduksi karya visual dan audio-visual yang sebelumnya telah diajarkan pada mata kuliah Desain Grafis dan Penyuntingan Video Digital. Mahasiswa juga dapat memaksimalkan potensi yang dimiliki mahasiswa dalam proses pembuatan *project* kerja praktik.

I.5 Tinjauan Pustaka

1.5.1 Peran *Graphic Designer*

Desain grafis didefinisikan oleh Suyanto (dalam Widya & Darmawan, 2016: 9) sebagai pengaplikasian dari keterampilan seni dan komunikasi untuk kebutuhan bisnis dan industri secara visual guna menyempurnakan pesan dalam publikasi. Senada dengan Suyanto, Jessica (dalam Widya & Darmawan, 2016: 9) juga mendefinisikan desain grafis sebagai kombinasi kompleks dari kata-kata dan gambar, angka-angka dan grafik, serta foto-foto dan ilustrasi yang membutuhkan

pemikiran khusus dari seorang individu yang dapat menggabungkan elemen-elemen sehingga dapat menghasilkan sesuatu yang mudah diingat.

Desain grafis dikategorikan menjadi beberapa kategori, yaitu yang pertama adalah percetakan yang memuat desain buku, majalah, poster, dan publikasi lainnya. Kedua, web design untuk halaman web dan desain interaktif. Kategori ketiga, film, termasuk TV komersial, animasi, dan multimedia interaktif. Keempat, identifikasi seperti logo dan alat *branding* lainnya. Kelima dan yang terakhir adalah desain produk, kemasan, *merchandise*, dan sebagainya (Widya & Darmawan, 2016: 10-11).

Desainer grafis pada dasarnya bertugas untuk mengatur dan mengkomunikasikan pesan untuk menempatkan sebuah produk atau ide di benak sasaran, memberikan kesan baik, serta memberitahukan dan mempublikasikan suatu informasi dengan cara yang efektif (Widya & Darmawan, 2016: 13). Agar pesan dapat dipahami dan diterima secara efektif, perlu diperhatikan hal-hal sebagai berikut (Widya & Darmawan, 2016: 16-20):

1. **Komunikatif.** Terdapat beberapa cara untuk membuat karya visual menjadi komunikatif bagi audiens. Pertama, visualisasi pendukung agar mudah diterima oleh sasaran. Kedua, pelajari pesan yang akan disampaikan. Ketiga, pelajari kebiasaan dan hal-hal yang diminati atau disukai sasaran. Keempat, olah pesan verbal menjadi pesan visual dengan memperhatikan tanda-tanda pesan visual yang mudah dipahami publik dan nyaman dilihat. Kelima, buatlah menjadi sederhana dan menarik.

2. **Kreatif.** Visualisasi diharapkan disajikan secara unik dan tidak klise, agar menarik perhatian. Rancangan elemen desain grafis (objek, warna, huruf, dan layout) dibuat secara baru. Penjelasan pesan disusun secara sistematis untuk kemudahan alur. Kemudahan informasi didukung oleh susunan tata letak yang luwes tanpa meninggalkan kaidah komunikasi dan keindahan.
3. **Sederhana.** Visualisasi tidak rumit supaya kejelasan isi pesan mudah diterima dan diingat. Pengembangan yang kompleks dapat menimbulkan ciri yang khas terhadap suatu elemen visual. Hal itu akan lebih cepat menimbulkan kebosanan visual. Prinsip generalisasi diperlukan untuk menyederhanakan elemen visual menjadi elemen yang paling mendasar sehingga menimbulkan persepsi yang lebih luas dan lebih berumur panjang.
4. **Kesatuan.** Penggunaan bahasa visual yang harmonis dan senada agar materi pesan dipersepsi secara utuh yang menyatu dan harmonis di dalam sebuah karya grafis. Hal ini menjadi sebuah upaya yang bertujuan memudahkan pengamat desain menangkap sebuah nuansa visual yang tematik dan mempermudah proses penerimaan informasi.
5. **Pemilihan warna yang sesuai.** Penggunaan paduan warna yang selaras akan membuat harmoni yang indah serta nuansa yang berbeda walaupun menggunakan warna yang sama.
6. **Tipografi.** Untuk memvisualkan bahasa verbal agar mendukung isi pesan, baik secara fungsi keterbacaan maupun fungsi psikologisnya, digunakan tipografi secara kreatif sesuai dengan keperluan dan tidak berlebihan.

7. **Tata letak.** Tata letak atau *layout* adalah usaha untuk membentuk dan menata unsur grafis menjadi media komunikasi yang efektif. Peletakan dan susunan unsur-unsur visual harus terkendali dengan baik agar memperjelas tingkatan perhatian sasaran terhadap semua unsur yang ditampilkan.

1.5.2 Peran *Video Editor*

Latief dan Utud (2015: 155-156) menyebutkan pengertian *editing* sebagai proses penyuntingan, pemotongan, penyambung, merangkai pemotongan gambar secara runtut dan utuh dari bagian-bagian dari hasil rekaman gambar dan suara. Sedangkan orang yang melakukan pekerjaan editing seperti memotong gambar, menggabungkan gambar, memasukkan efek, memberi suara adalah *editor*. *Editor* menjadi benteng terakhir dalam proses pembuatan karya audio-visual serta bertanggung jawab dengan pekerjaannya untuk mendapatkan hasil yang maksimal.

Zettl (dalam Abdulghani, 2018:42-43) mengungkapkan terdapat tiga fungsi dasar *editing*, antara lain:

1. *Combine*, yaitu menyatukan *shot to shot*, sehingga tercapai suatu cerita yang logis dan selaras.
2. *Trim*, yaitu memotong bahan atau *footage* yang ada untuk menyesuaikan cerita dan menghilangkan bagian yang tidak dianggap penting atau mengganggu.

3. *Build*, yaitu merancang sebuah cerita atau ide. *Video editor* tidak boleh asal memilih beberapa shot serta menggabungkannya dalam sequence, tapi harus mengambil beberapa shot dan transisi yang efektif untuk merancang atau membuat alur yang lebih utuh.

1.5.3 Konten Kreatif pada Media Sosial Instagram

Rudiantara selaku Menteri Komunikasi dan Informatika dalam laman kominfo.go.id menyebutkan bahwa konten kreatif merupakan definisi yang sangat luas. Bukan hanya sebatas data, melainkan data dan informasi yang dikemas sedemikian rupa sehingga bisa memberikan nilai tambah kepada si penerima. Kreatif konten biasanya berisi tulisan, gambar, atau video yang dibuat dan dikemas sekreatif mungkin bagi audiens. Konten kreatif yang dimaksudkan dalam kerja praktik ini adalah konten yang digambarkan secara visual dan audio visual.

Media sosial memiliki kekuatan dimana konten dihasilkan oleh pengguna, bukan oleh editor sebagaimana di instansi media massa. Pada intinya, dengan sosial media dapat dilakukan berbagai aktifitas dua arah dalam berbagai bentuk pertukaran, kolaborasi, dan saling berkenalan dalam bentuk tulisan, visual maupun audio-visual. Media sosial ialah platform media yang fokus pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi penggunaanya dalam beraktifitas atau berkolaborasi (Nasrullah, 2017: 8). Media sosial ini bisa dilihat sebagai media online yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus digunakan sebagai ikatan sosial. Meike dan Young (dalam Nasrullah, 2017: 11) juga mengutarakan bahwa media sosial sebagai konvergensi antara

komunikasi personal dan media publik untuk berbagi pada siapapun tanpa ada kekhususan.