

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Di era kemajuan teknologi sekarang ini, pemanfaatan *new media* menjadi salah satu perantara penting dalam penyampaian informasi bagi khalayak. Flew dalam (Watie, 2011, p. 69) menjelaskan *new media* sebagai media yang menawarkan digitalisasi, konvergensi, interaktivitas, serta pengembangan jaringan. Konsep sentral dari *new media* ini terletak pada interaktivitas yang terjadi di dalamnya. Istilah *new media* atau media baru ini merupakan penyebutan untuk menggambarkan perbedaan karakteristik media yang berbeda dari yang telah ada selama ini, seperti televisi, radio, majalah, dan surat kabar. Salah satu bentuk dari *new media* adalah media sosial.

Media sosial merupakan media digital yang kerap kali dimanfaatkan oleh komunikator dalam menyampaikan informasi kepada khalayak. Media sosial juga dimanfaatkan sebagai sarana untuk melakukan interaksi serta membangun dan memperluas jaringan melalui media komunikasi *online*. Menurut Brogan dalam (Fitriyani, 2017, p. 149) menjelaskan bahwa media sosial merupakan satu rangkaian set komunikasi dan alat kolaborasi yang memungkinkan terjalannya banyak interaksi yang sebelumnya tidak tersedia. Menurut Purnama dalam (Fitriyani, 2017, p. 149) menyebutkan bahwa media sosial memiliki beragam karakteristik, yakni: jangkauan (*reach*), aksesibilitas (*accessibility*), penggunaan (*usability*), aktualitas (*immediacy*), ketetapan (*permanence*).

Media sosial dirancang untuk memudahkan interaksi sosial yang mengubah pola penyebaran informasi yang sifatnya dari satu ke banyak khalayak, menjadi khalayak ke khalayak. Komposisi media sosial pun memiliki keberagaman, antara lain jejaring sosial seperti Facebook dan Instagram, lalu platform *microblogging* seperti Twitter, dan juga jejaring berbagi video seperti YouTube dan lain sebagainya. Menurut McQuail dalam (Sari & Basit, 2020, p. 26) terdapat empat tujuan berbeda dalam menggunakan media, seperti mencari informasi, hiburan, interaksi, serta identitas pribadi.

Berdasarkan data We Are Social, terdapat 191 juta orang yang aktif menggunakan media sosial di Indonesia pada tahun 2022, yang mana jumlah itu sudah mengalami peningkatan sebanyak 12,35% dibandingkan tahun sebelumnya. Whatsapp menempati urutan pertama sebagai media sosial yang paling banyak digunakan dengan persentase sebesar 88,7% kemudian disusul oleh Instagram (84,8%) dan (81,3%). Berdasarkan data di atas dapat terlihat bahwa Instagram dapat menjadi *platform* yang bisa dimanfaatkan dalam penyebaran informasi yaitu berita jurnalistik. Adanya kemajuan teknologi mendorong perusahaan untuk melakukan konvergensi di mana perusahaan media cetak juga memerlukan media digital, yaitu media sosial dalam menerbitkan produk yang berupa berita.

Salah satu fungsi media sosial yakni untuk mencari berita, informasi dan pengetahuan yang mana bisa kita dapatkan lebih cepat daripada di media-media konvensional seperti televisi dan surat kabar. Berita yang diunggah di media sosial tentunya perlu dikemas dengan baik sehingga dapat menarik khalayak untuk membaca konten berita tersebut.

Harian Disway merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang media jurnalistik. Harian Disway memiliki beberapa *platform* sebagai media pemberitaan seperti situs web (harian.disway.id) dan juga sosial media Instagram, X dan TikTok (@harian.disway), serta YouTube (Harian Disway) yang dapat diakses oleh para audiens untuk mengetahui berita-berita terkini. Selain itu, Harian Disway juga memproduksi berita dalam bentuk *e-paper* dikhususkan untuk para pelanggan yang dikirim melalui WhatsApp.

Berita-berita yang bersifat genting lebih banyak diunggah ke media sosial Instagram, sedangkan untuk TikTok lebih berfokus kepada berita-berita seputar *entertainment*, *K-Wave*, dan juga *insider*. Pada kerja praktik ini, penulis berfokus pada media sosial Instagram karena jika dibandingkan dengan media sosial X dan TikTok, media sosial Instagram lebih aktif dalam mengunggah konten-konten berita, memiliki *engagement* dan *followers* yang lebih tinggi dibandingkan dengan dua media sosial yang lain. Media sosial Instagram milik Harian Disway memiliki *followers* sejumlah 49,3k.

Konten-konten berita yang disajikan di media sosial Instagram memiliki bentuk yang bermacam-macam, yakni dapat berupa *feeds*, *story* maupun *reels*. Dalam menyajikan pemberitaan di media sosial Instagram, tentunya Harian Disway perlu mengemas konten beritanya dengan visual yang menarik dan enak dibaca, serta sesuai dengan target audiensnya. Gambar I.1 di bawah ini adalah *feeds* Instagram Harian Disway di bulan Januari 2023. Dari gambar tersebut dapat dilihat bahwa penataan dan tema *feeds*-nya masih belum terlalu konsisten, sehingga terbilang cukup berantakan.

Gambar I. 1
Feeds Instagram Harian Disway



(Sumber: Instagram @harian.disway)

Maka dari itu dalam hal ini, peran desainer grafis diperlukan untuk menata kembali dan memvisualisasikan *brief* berita menjadi sebuah konten grafis yang konsisten dan tentunya sesuai dengan khalayak Harian Disway. Dalam praktiknya, Harian Disway menyadari pentingnya peran desainer grafis terbukti dengan adanya divisi desain grafis dalam perusahaan tersebut. Konsep desain grafis yang menjadi acuan dalam pembuatan konten-konten grafis Harian Disway di media sosial Instagram adalah sederhana, yakni hanya menonjolkan teks dan juga visual (foto), *font* yang digunakan berjenis *font* sans serif, yang kesannya tegas, serta warna-warna yang tidak terlalu cerah. Hal ini disesuaikan dengan *followers* Harian Disway yang banyak didominasi jenis kelamin laki-laki berusia 25 tahun ke atas.

Dalam upaya mengoptimalkan konten di media sosial, peran desainer grafis sangatlah penting. Menurut Widya & Darmawan, desain grafis didefinisikan sebagai pekerjaan dalam bidang komunikasi visual yang memiliki hubungan dengan cetakan atau bidang dua dimensi, serta statis. Desain grafis berkaitan dengan keahlian menyusun dan merancang elemen-elemen visual menjadi suatu informasi yang dapat dipahami oleh khalayak.

Dalam praktiknya, desain grafis menangani konsep komunikasi grafis seperti merancang dan menyelaraskan elemen-elemen seperti huruf, gambar, serta warna sesuai dengan tujuan komunikasi, dan mengawasi produksi (cetak) (Widya & Darmawan, 2016). Secara sederhana dapat disimpulkan bahwa desain grafis merupakan keahlian menyusun dan merancang elemen visual menjadi suatu informasi yang dapat dipahami oleh publik dengan mudah.

Desain grafis mengembangkan bahasa visual dengan tujuan informasi dan komunikasi dari penyampai pesan. Pesan visual yang disampaikan kepada khalayak dapat berupa informasi jasa, produk atau gagasan kepada khalayak secara persuasif dan komunikatif melalui media informasi, seperti koran, televisi, situs web, majalah, dan sosial media. Dalam menyampaikan pesan, seorang desainer grafis perlu memperhatikan beberapa hal penting agar pesan yang disampaikan dapat diterima oleh khalayak dengan tepat. Seorang desainer grafis menorehkan ide serta gagasannya melalui sebuah proses kreatif yang sangat dinamis, dimana proses tersebut didasari oleh latar belakang kondisi politik, ekonomi, target khalayak, kondisi sosial dan budaya dimana desainer grafis tersebut berada. (Migotuwio, 2020, p. 6).

Adapun hal-hal yang perlu diperhatikan, yakni: komunikatif, kreatif, sederhana, kesatuan (*unity*), penggambaran objek yang presentatif, pemilihan warna yang sesuai, tipografi, tata letak, unsur visual bergerak, serta navigasi (ikon). Bidang desainer grafis ini sendiri termasuk kegiatan penunjang dalam kegiatan penerbitan, media massa cetak (koran dan majalah). Di samping itu, desain grafis juga mendukung industri nonkomunikasi seperti lembaga pemerintahan/swasta, pariwisata, pabrik, hotel, serta usaha dagang.

I.2 Bidang Kerja Praktik

Bidang kerja praktik yang dipilih oleh penulis dalam kegiatan kerja praktik ini adalah desainer grafis. Penulis akan memvisualisasikan rancangan konsep konten (*brief*) yang sudah disiapkan oleh *social media specialist* di media sosial Instagram @harian.disway.

I.3 Tujuan Kerja Praktik

I.3.1 Tujuan Umum

1. Penulis ingin menambah ilmu dan pengalaman dalam bidang desain grafis di perusahaan yang bergerak di bidang jurnalistik agar ilmu dan pengalaman tersebut dapat bermanfaat di masa depan penulis
2. Penulis dapat menambah wawasan dan pengalaman di dunia kerja yang sebenarnya
3. Penulis dapat menerapkan dan mengembangkan ilmu yang sudah diajarkan selama perkuliahan

4. Penulis ingin membantu perusahaan yang membutuhkan desainer grafis dalam pembuatan konten-konten grafis di media sosial

I.3.2 Tujuan Khusus

Penulis ingin mendapatkan pengalaman dan juga pengetahuan bagaimana bekerja di perusahaan yang bergerak dalam bidang jurnalistik media, dan menerapkan serta mengembangkan ilmu yang sebelumnya sudah diajarkan di perkuliahan, yaitu pada mata kuliah Desain Grafis. Di samping itu, penulis ingin terlibat langsung dalam proses produksi konten media sosial yang sesungguhnya.

I.4 Manfaat Kerja Praktik

I.4.1 Manfaat Akademis

Laporan kerja praktik ini dapat menjadi referensi untuk para pembaca yang nantinya akan bekerja di bidang desain grafis.

I.4.2 Manfaat Teoritis

Kerja praktik ini dapat menambah pengetahuan mengenai desain grafis di perusahaan media jurnalistik, serta mengimplementasikan ilmu-ilmu dari mata kuliah desain grafis yang sebelumnya telah diajarkan.

I.4.3 Manfaat Praktis

Kerja praktik ini memberikan kontribusi untuk Harian Disway khususnya dalam pengelolaan konten grafis pada media sosial Instagram @harian.disway

I.5 Tinjauan Pustaka

I.5.1 Peran Desainer Grafis

Menurut Widya & Darmawan, desain grafis didefinisikan sebagai pekerjaan dalam bidang komunikasi visual yang memiliki hubungan dengan cetakan atau bidang dua dimensi, serta statis. Desain grafis berkaitan dengan keahlian menyusun dan merancang elemen-elemen visual menjadi suatu informasi yang dapat dipahami oleh khalayak. Dalam praktiknya, desain grafis menangani konsep komunikasi grafis seperti merancang dan menyelaraskan elemen-elemen seperti huruf, gambar, serta warna sesuai dengan tujuan komunikasi, dan mengawasi produksi (cetak) (Widya & Darmawan, 2016). Secara sederhana dapat disimpulkan bahwa desain grafis merupakan keahlian menyusun dan merancang elemen visual menjadi suatu informasi yang dapat dipahami oleh publik dengan mudah.

Desain grafis mengembangkan bahasa visual dengan tujuan informasi dan komunikasi dari penyampai pesan. Pesan visual yang disampaikan kepada khalayak dapat berupa informasi jasa, produk atau gagasan kepada khalayak secara persuasif dan komunikatif melalui media informasi, seperti koran, televisi, website, majalah, dan sosial media. Dalam menyampaikan pesan, seorang desainer grafis perlu memperhatikan beberapa hal penting agar pesan yang disampaikan dapat diterima

oleh khalayak dengan tepat. Agar pesan dapat diterima dan dipahami oleh khalayak dengan efektif, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan oleh desainer grafis, yakni:

1. Komunikatif

Hal pertama yang perlu diperhatikan oleh desainer grafis adalah karya visual yang komunikatif. Hal tersebut dapat dicapai dengan penggunaan visualisasi pendukung agar memudahkan khalayak dalam mencerna pesan yang disampaikan. Desainer grafis perlu mempelajari pesan yang akan disampaikan secara mendalam sebelum memvisualisasikannya. Selain itu, desainer grafis perlu mempelajari kebiasaan dan hal-hal yang diminati/disukai oleh khalayak yang berkaitan dengan hal visual (ikon, gambar dan elemen visual lain). Desainer grafis perlu terampil dalam mengolah pesan (verbal) menjadi pesan visual, dengan memperhatikan tanda-tanda pesan visual yang dipahami khalayak, mudah, gampang, dan nyaman dilihat/dibaca. Desain yang dibuat dengan sederhana dan menarik.

2. Kreatif

Visualisasi yang disajikan diharapkan unik dan tidak umum agar menarik perhatian khalayak. Elemen-elemen desain grafis seperti objek, warna, huruf dan tata letak ditata dengan teratur. Pesan disusun secara sistematis agar memudahkan khalayak dalam membaca pesan yang ingin disampaikan. Kemudahan informasi didukung dengan adanya ikon dengan susunan tata letak yang luwes tanpa mengabaikan komunikasi dan estetika.

3. Sederhana

Visualisasi yang sederhana memudahkan para khalayak dalam memahami dan mengingat isi pesan dengan jelas. Pengembangan visualisasi yang rumit dapat mengakibatkan kebosanan visual. Disini prinsip generalisasi diperlukan untuk menyederhanakan elemen visual menjadi elemen yang paling mendasar sehingga kebosanan visual itu tidak timbul.

4. Kesatuan (*Unity*)

Agar materi pesan dapat dipahami secara utuh dan komprehensif diperlukan penggunaan bahasa visual yang harmonis, utuh, dan juga senada. Hal ini bertujuan untuk memudahkan khalayak dalam menangkap nuansi visual dan mempermudah proses pembentukan pemetaan informasi yang hendak disampaikan.

5. Penggambaran Objek dalam Bentuk Gambar yang Presentatif

Penggunaan gambar baik itu sebagai gambar latar belakang desain atau gambar objek dapat memperjelas pesan/informasi yang ingin disampaikan. Gambar dapat berupa berbagai macam seperti gambar fotografi, gambar informasi (tabel/diagram), serta gambar bergerak (animasi).

6. Pemilihan Warna yang Sesuai

Penggunaan warna atau panduan warna berdasarkan teori warna untuk menciptakan warna-warna yang selaras. Perpaduan warna yang tepat dapat memunculkan nuansa yang berbeda dan juga dapat memperjelas informasi yang ingin disampaikan.

7. Tipografi

Menurut William Caslon, tipografi merupakan permainan keseimbangan dari suatu kalimat, bentuk halaman, juga sebuah ungkapan visual yang membantu pembaca memahami pesan yang terkandung dalam isi sebuah halaman. Penggunaan tipografi yang kreatif sesuai dengan keperluan dan tidak berlebihan untuk memvisualisasikan bahasa verbal dapat mendukung isi pesan, baik secara fungsi keterbacaan maupun fungsi psikologisnya.

8. Tata Letak (*Layout*)

Tata letak atau *layout* ialah usaha untuk membentuk dan menata elemen-elemen grafis seperti teks dan gambar menjadi media komunikasi yang efektif. Penyusunan elemen-elemen visual harus tepat dan sesuai dengan hirarki/tingkatan perhatian sasaran sehingga semua elemen-elemen visual dapat terlihat sesuai dengan porsinya.

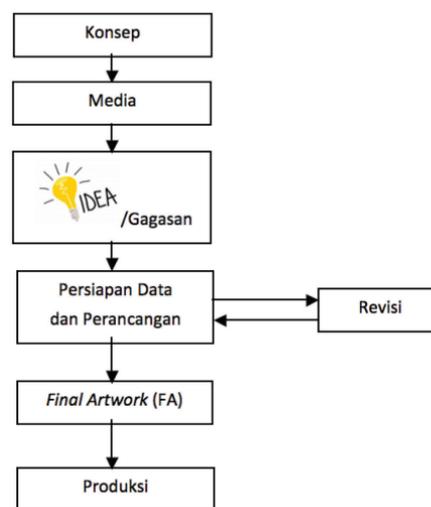
9. Navigasi (*Icon*)

Penggunaan ikon atau navigasi juga merupakan hal yang penting yang perlu diperhatikan oleh desainer grafis. Fungsi ikon sebagai tanda adalah untuk mengeksekusi arah/tujuan yang dikehendaki. Ikon dirancang sederhana, berkarakter, dan menarik karena fungsinya selain menjadi pemandu, bisa juga sebagai pengganti pesan verbal (tulisan). Misal, tulisan “motor” bisa digantikan dengan ikon motor dalam infografis.

I.5.2 Proses Rancangan Desain Grafis

Diagram dibawah ini merupakan alur dari perancangan grafis secara umum. Dimulai dari konsep, media, gagasan, persiapan data dan perancangan, revisi, *final artwork* (FA), lalu produksi.

Gambar I. 2
Diagram Alur Rancangan Grafis



(Sumber: Widya & Darmawan, 2016, p. 45)

a). Konsep: Hasil kerja berupa pemikiran (*brainstorming*) yang menentukan tujuan, kelayakan, dan sasaran yang dituju. Konsep bisa didapatkan dari pihak nongrafis, antara lain ekonomi, politik, hukum, budaya, dan sebagainya, yang kemudian diterjemahkan ke dalam visual (bentuk, warna, tipografi, dan seterusnya).

b). Media: Media dapat berupa cetak, elektronik, luar ruangan dan lain-lain. Media digunakan agar pesan/informasi yang ingin disampaikan dapat dengan tepat tertuju kepada khalayak yang dituju.

c). Ide/Gagasan: Dalam mencari ide kreatif ada beberapa hal yang bisa dilakukan misalkan dengan cara membaca literatur, berdiskusi, wawancara, mencari referensi di beberapa situs web desain, maupun akun-akun media sosial lain yang bisa dijadikan referensi agar desain bisa efektif diterima sasaran dan membangkitkan kesan tertentu yang sulit dilupakan.

d). Persiapan Data dan Perancangan: Data dapat berupa teks atau gambar yang harus dipilah terlebih dahulu oleh desainer grafis. Ada dua data yaitu, data informatif dan juga data estetis. Data informatif berupa foto atau teks dan judul. Sedangkan data estetis bisa berupa *background*, *pattern*, dan elemen-elemen lain yang sifatnya hanya sebagai pendukung saja. Peran desainer grafis yakni menggabungkan data informatif dan data estetis menjadi satu kesatuan yang utuh, untuk mengkomunikasikan karya secara visual.

e). Revisi: Revisi dilakukan apabila tidak adanya kesesuaian dari apa yang sudah direncanakan dan atau ada perubahan lainnya. Dalam melalui proses revisi ini, sikap dan mentalitas seorang desainer grafis sangat menentukan keberhasilan proses. Hal ini tentunya terkait dengan sejauh mana desainer dapat melihat dari sudut pandang klien terhadap permintaan solusi visual mereka.

f). *Final Artwork* (FA): Materi desain final yang sudah disetujui oleh klien untuk kemudian dilanjutkan ke bagian produksi. Jika desain yang diminta berupa desain dalam bentuk cetak maka harus memerhatikan ukuran *artwork*, mode warna, format file dan lain sebagainya.

g). Produksi: Setelah desain selesai, terlebih dahulu dilakukan *proofing* untuk memastikan apakah desain sudah sesuai. Jika ditemukan ketidaksesuaian maka dilakukan revisi. Jika tidak ditemukan kesalahan apapun dan sudah sesuai, maka desain sudah siap untuk diproduksi.

I.5.3 Media Sosial

Media sosial adalah media digital yang kerap kali dimanfaatkan oleh komunikator dalam menyampaikan informasi kepada khalayak. Media sosial juga dimanfaatkan sebagai sarana untuk melakukan interaksi serta membangun dan memperluas jaringan melalui media komunikasi online. Menurut Brogan dalam (Fitriyani, 2017) menjelaskan bahwa media sosial merupakan satu rangkaian set komunikasi dan alat kolaborasi yang memungkinkan terjalinnya banyak interaksi yang sebelumnya tidak tersedia.

Menurut Purnama (2011) sosial media mempunyai beberapa karakteristik khusus diantaranya :

a. Jangkauan (*reach*): Jangkauan sosial media sangatlah luas yakni dari skala kecil hingga khalayak global.

- b. Aksesibilitas (*accessibility*): Aksesibilitas sosial media lebih mudah diakses oleh publik dengan biaya yang terjangkau.
- c. Penggunaan (*usability*): Sosial media relatif mudah digunakan karena tidak memerlukan keterampilan dan pelatihan khusus.
- d. Aktualitas (*immediacy*) Sosial media dapat memancing respon khalayak lebih cepat dibandingkan dengan media konvensional.
- e. Tetap (*permanence*): Sosial media dapat menggantikan komentar secara instan atau mudah melakukan proses pengeditan.

Media sosial dirancang untuk memudahkan interaksi sosial yang mengubah pola penyebaran informasi yang sifatnya dari satu ke banyak khalayak, menjadi khalayak ke khalayak. Komposisi media sosial pun memiliki keberagaman, antara lain jejaring sosial seperti Facebook dan Instagram, lalu *platform microblogging* seperti Twitter, dan juga jejaring berbagi video seperti YouTube dan lain sebagainya. Menurut McQuail dalam (Sari & Basit, 2020, p. 26) terdapat empat tujuan berbeda dalam menggunakan media, seperti mencari informasi, hiburan, interaksi, serta identitas pribadi.