

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital telah membawa dampak besar dalam hampir seluruh aspek kehidupan, termasuk cara perusahaan berkomunikasi dan membangun hubungan dengan publik. Dalam era komunikasi digital saat ini, penyampaian informasi tidak hanya mengandalkan kekuatan teks, melainkan juga sangat bergantung pada kekuatan visual yang mampu menarik perhatian instan. Oleh karena itu, desain grafis menjadi salah satu elemen penting dalam strategi komunikasi modern.

Dalam peranya, desain grafis berfungsi sebagai alat utama untuk menerjemahkan pesan yang kompleks menjadi bentuk visual yang menarik dan mudah dimengerti. Infografis, ilustrasi data, visualisasi narasi, hingga desain *carousel* yang edukatif menjadi sarana efektif dalam menjembatani informasi dari media ke audiens eksternal (Saputri & Jumino, 2025). Visualisasi juga mampu membentuk persepsi publik, membangun citra profesional perusahaan pers, dan meningkatkan keterlibatan (*engagement*) audiens melalui media digital seperti Instagram. Desain grafis dalam komunikasi digital berfungsi sebagai alat strategi yang kontennya harus dirancang secara tepat agar dapat menyampaikan pesan utama media dalam waktu singkat dan berdampak kuat.

Salah satu media yang bergerak di bidang visual dan desain untuk mendukung penyebaran informasi adalah Harian Disway. Harian Disway dikenal

sebagai media yang didirikan oleh tokoh jurnalis senior Dahlan Iskan, dengan nama yang merupakan akronim dari Dahlan Iskan Way. Media ini mulai terbit sebagai media cetak pada 4 Juli 2020 dan berkantor di Jl. Wali kota Mustajab No.76, Surabaya. Harian Disway memiliki beberapa *platform* dalam menyajikan berita terkini yaitu *platform* digital seperti situs web (harian.disway.id), sosial media Instagram, X, TikTok (@harian.disway), dan YouTube (Harian Disway). Selain itu Harian Disway juga menyediakan produk *e-paper* khusus bagi pelanggan melalui WhatsApp.

Dalam kompleksitas narasi berita yang dihasilkan oleh media cetak dan online memerlukan media komunikasi yang tidak hanya informatif, tetapi juga komunikatif dan mudah dipahami oleh masyarakat luas di platform digital (Saputri & Jumino, 2025). Dalam konteks ini, profesional desain grafis dituntut untuk tidak hanya menguasai aspek visual, tetapi juga memahami strategi komunikasi, segmentasi audiens Instagram, dan akurasi narasi berita.

Melalui kerja praktik ini, penulis ingin mempelajari secara langsung bagaimana peran desain grafis dalam proses produksi konten instagram media Harian Disway khususnya dalam menyampaikan informasi berita di lingkungan Harian Disway. Kerja praktik ini diharapkan dapat menjadi sarana pengembangan keterampilan profesional serta pemahaman mendalam mengenai peran desain grafis dalam proses produksi konten instagram.

1.2 Bidang Praktik

Bidang kerja praktik yang dipilih adalah Desain Grafis Konten Media Sosial pada divisi desain Harian Disway. Penulis akan memfokuskan kegiatan praktik pada proses kreatif dan teknis pembuatan konten visual yang akan digunakan untuk mendukung penyebaran informasi berita melalui *platform* Instagram Harian Disway, termasuk desain infografis, *carousel*, dan reels berita harian.

1.3 Tujuan Kerja Praktik

Tujuan yang ingin dicapai dari adanya kerja praktik ini adalah bagaimana peran Desain Grafis Dalam Proses Produksi Konten Instagram Media Harian Disway.

1.4 Manfaat Kerja Praktik

1.4.1 Manfaat Teoritis

Kerja praktik ini diharapkan dapat memperluas pemahaman akademik penulis dalam kajian komunikasi visual dan jurnalisme visual, khususnya pembahasan mengenai peran desain grafis dalam memvisualisasikan berita di media sosial instagram Harian Disway.

1.4.2 Manfaat Praktis

Memperbaiki kemampuan membuat konten visual yang efektif dan komunikatif, yang menjadi kompetensi penting dalam dunia media sosial dan pemasaran konten terutama pembuatan konten infografis dan ilustrasi untuk instagram Harian Disway.

1.5 Tinjauan Pustaka

1.5.1 Peran Desain Grafis

Desain grafis didefinisikan sebagai pekerjaan dalam bidang komunikasi visual yang memiliki kaitan dengan media cetak atau bidang dua dimensi yang bersifat statis. Desain grafis merupakan keahlian dalam menyusun dan merancang berbagai elemen visual menjadi sebuah informasi yang dapat dipahami dengan baik oleh masyarakat. Menurut (Rachmah, 2021), desain grafis mengembangkan visualisasi informasi yang mampu menyederhanakan pesan yang kompleks agar pesan dapat diterima dan dipahami oleh Masyarakat.

Secara praktis, desain grafis bertugas menangani konsep komunikasi grafis, seperti merancang dan menyelaraskan elemen-elemen visual termasuk huruf, gambar, dan warna sesuai dengan tujuan komunikasi yang ingin dicapai, serta melakukan pengawasan terhadap proses produksi (Widya & Darmawan, 2016). Desain grafis bertujuan untuk mengembangkan bahasa visual untuk mencapai tujuan informasi dan komunikasi dari penyampai pesan. Pesan visual ini dapat berupa gagasan, produk, atau jasa yang disampaikan secara persuasif dan komunikatif melalui berbagai media informasi, seperti koran, televisi, situs web, majalah, dan media sosial. Untuk memastikan bahwa pesan tersebut dapat diterima dan dipahami secara tepat dan efektif oleh audiens sasaran, seorang desainer grafis perlu berpegangan pada serangkaian prinsip penting, yakni

1. Komunikatif

Hal paling mendasar adalah memastikan karya visual yang dihasilkan itu komunikatif. Ini berarti desainer harus menggunakan visualisasi yang sifatnya membantu audiens dalam mencerna informasi. Penting bagi desainer untuk benar-benar memahami inti pesan yang akan disampaikan sebelum mulai memvisualisasikannya. Selain itu, desainer yang baik juga perlu memahami preferensi visual, seperti ikon atau gambar apa yang sedang disukai target audiens. Intinya, desainer harus terampil menerjemahkan pesan verbal menjadi visual, menggunakan tanda-tanda yang mudah, cepat, dan nyaman untuk dilihat serta dibaca. Desain harus disajikan secara sederhana, namun memikat.

2. Kreatif

Visualisasi harus memiliki elemen keunikan dan tidak terkesan pasaran, inilah kunci untuk menarik atensi audiens. Pengaturan elemen desain grafis mulai dari objek, pemilihan warna, jenis huruf, hingga tata letak perlu ditata secara terstruktur. Penyusunan pesan yang sistematis akan sangat memudahkan audiens dalam menyerap informasi. Kemudahan ini sering kali didukung oleh penggunaan ikon dan tata letak yang luwes, tanpa melupakan aspek komunikasi dan nilai estetikanya.

3. Sederhana

Sebuah visualisasi yang sederhana justru mempermudah khalayak untuk memahami dan mengingat pesan secara ringkas. Visual yang terlalu rumit hanya akan memicu kebosanan mata. Di sinilah prinsip generalisasi diperlukan;

menyederhanakan elemen visual menjadi bentuk yang paling esensial, sehingga kejenuhan visual dapat dihindari.

4. Kesatuan

Agar pesan dapat dipahami secara utuh dan terintegrasi, bahasa visual yang digunakan harus harmonis, terpadu, dan senada. Tujuan dari kesatuan ini adalah agar audiens lebih mudah menangkap nuansa desain secara keseluruhan, yang kemudian mempermudah mereka dalam menyusun peta informasi pesan yang disampaikan.

5. Penggambaran Objek dalam Bentuk Image yang Presentatif.

Penggunaan gambar, baik itu sebagai latar belakang desain atau objek utama, merupakan cara yang efektif untuk memperjelas informasi. Gambar ini bisa berbentuk fotografi, visualisasi data (seperti tabel atau diagram), bahkan gambar bergerak (animasi).

6. Pemilihan Warna

Menggunakan warna atau paduan warna harus berdasarkan teori warna yang bertujuan menciptakan keselarasan. Perpaduan warna yang tepat tidak hanya memunculkan nuansa emosional yang berbeda, tetapi juga berfungsi memperjelas informasi itu sendiri.

7. Tipografi

Sebagaimana diungkapkan William Caslon, tipografi adalah tentang keseimbangan dalam kalimat, bentuk halaman, dan ekspresi visual yang membantu

pembaca memahami pesan. Penggunaan jenis huruf haruslah kreatif tapi tidak berlebihan, mendukung pesan verbal secara fungsi keterbacaan maupun daya tarik psikologisnya.

8. Tata Letak

Tata letak adalah proses merangkai elemen grafis teks dan gambar menjadi media komunikasi yang benar-benar efektif. Penempatan elemen visual harus tepat, mengikuti perhatian audiens, sehingga semua elemen terlihat sesuai dengan bobot kepentingannya.

9. Navigasi (*icon*)

Ikon atau navigasi adalah elemen penting lainnya. Ikon berfungsi sebagai penanda untuk mengeksekusi arah atau tujuan yang dikehendaki. Ikon yang baik harus dirancang sederhana, berkarakter, dan menarik, karena fungsinya tidak hanya sebagai pemandu tetapi juga pengganti pesan tulisan.

1.5.2 Proses Produksi Desain Grafis

Desain grafis dalam komunikasi digital tidak hanya bertujuan memperindah tampilan, tetapi juga sebagai instrumen utama dalam menyampaikan pesan secara efektif. Merancang konten visual yang akan disampaikan kepada audiens sangat penting dalam menggunakan Instagram sebagai alat komunikasi media. Proses rancangan konten desain grafis sebaiknya dilakukan secara bertahap dan berurutan, di mana setiap tahap harus diselesaikan sebelum melanjutkan ke tahap berikutnya. Menurut (Fachruddin, 2017), siklus produksi konten visual dapat dibagi menjadi

tiga tahap, yaitu: Pra-produksi (Visual Planning), Produksi (Visual Execution), dan Pasca-produksi (Publishing & Evaluation).

1. Pra-produksi

Tahap ini merupakan fase perencanaan fundamental dan strategis yang menjadi pondasi utama sebelum eksekusi visual dilakukan. Kegiatan yang tercakup dalam fase ini meliputi penentuan ide, perumusan tujuan komunikasi visual, dan analisis mendalam terhadap karakter target audiens. Pra-produksi berfungsi memastikan bahwa konsep desain grafis yang akan dikembangkan relevan, memiliki landasan yang kuat, dan selaras dengan strategi komunikasi digital secara keseluruhan (Rachmah, 2021).

2. Produksi

Tahap produksi adalah fase realisasi teknis dari konsep yang telah ditetapkan pada tahap pra-produksi. Dalam konteks desain grafis untuk Instagram, tahap ini melibatkan pengumpulan dan pengolahan data, penggunaan perangkat lunak desain untuk melakukan *layout* visual, serta eksekusi elemen grafis seperti infografis data atau visualisasi narasi lainnya. Tujuan utama tahap ini adalah menghasilkan konten visual yang matang, menarik, dan siap untuk disebarluaskan (Saputri & Jumino, 2025).

3. Pasca-produksi

Tahap ini merupakan fase final yang meliputi proses penyuntingan, koreksi (revisi), konversi format akhir yang sesuai untuk platform Instagram, serta distribusi konten. Selain itu, tahap pasca-produksi berperan sebagai instrumen kontrol kualitas untuk menjaga konsistensi pesan dan identitas visual

suatu institusi. Hal ini relevan dalam konteks Harian Disway, yang di mana setiap konten harus memastikan akurasi informasi, kejelasan visual, serta kesesuaian dengan standar editorial sebelum dipublikasikan (Rachmah, 2021).

1.5.3 Media Sosial

Menurut (Kartika & Anggraini, 2023) bahwa media sosial telah menjadi platform utama dalam strategi komunikasi digital, khususnya karena sifatnya yang visual dan interaktif. Perusahaan memanfaatkan media seperti Instagram, Tiktok, dan YouTube untuk menyampaikan narasi visual secara rutin. Oleh karena itu, desain grafis harus disesuaikan dengan karakteristik media tersebut agar pesan dapat tersampaikan secara optimal. Visual yang dirancang dengan baik mampu menarik perhatian dalam waktu singkat, meningkatkan keterlibatan, serta mendorong partisipasi publik terhadap program perusahaan seperti edukasi teknologi, kampanye keberlanjutan, atau promosi layanan.

1.5.4 Mobile Journalism Sosial Media

Adaptasi Mobile Journalism (MoJo) dalam ekosistem media digital merepresentasikan suatu praktik jurnalistik, di mana perangkat seluler dimanfaatkan secara komprehensif untuk seluruh tahapan, mulai dari peliputan, pengeditan, hingga distribusi konten berita. Integrasi prinsip MoJo dengan platform sosial media, khususnya Instagram, memungkinkan perusahaan pers seperti Harian Disway untuk menghadirkan informasi secara *real-time* dengan tingkat fleksibilitas yang tinggi.

Dalam konteks penyajian berita melalui media digital, desain grafis memegang peranan esensial. Desain grafis berfungsi sebagai instrumen visualisasi yang mengolah narasi berita MoJo yang padat menjadi format yang menarik dan mudah dicerna, seperti infografis data atau *carousel* edukatif (Saputri & Jumino, 2025). Pemanfaatan media digital sebagai sarana utama komunikasi media korporat menuntut agar konten visual yang dipublikasikan mampu meningkatkan *engagement* audiens secara signifikan (Rachmah, 2021). Dengan demikian, keberhasilan *mobile journalism* di media sosial tidak hanya ditentukan oleh kecepatan penyampaian, tetapi juga oleh kemampuan desain grafis untuk memastikan pesan utama berita tersampaikan secara efektif dan berdampak.