

SKRIPSI
SKEMA MAGANG (INTERNSHIP)
STRATEGI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL RADIO MQFM
JOGJA DALAM MENARIK MINAT PENDENGAR

Diajukan sebagai syarat Salah Satu Syarat dalam Mencapai Gelar
Sarjana Strata Satu (S1) pada program Studi Ilmu Komunikasi

Universitas Amikom Yogyakarta



Oleh :

Farras Ariq Attaullah 19.96.1049

Dosen Pembimbing:

Wiwid Adiyanto, S.I.Kom., M.I.Kom

PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA

2022

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI
SKEMA MAGANG**

**STRATEGI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL RADIO MQFM JOGJA
DALAM MENARIK MINAT PENDENGAR**

Diajukan sebagai syarat Salah Satu Syarat dalam Mencapai Gelar
Sarjana Strata Satu (S1) pada program Studi Ilmu Komunikasi

Universitas Amikom Yogyakarta

Diajukan oleh:
Farras Ariq Attaullah
19.96.1049

Menyetujui,
Dosen Pembimbing



Wiwid Adiyanto, S.I.Kom., M.I.Kom
(NIK. 190302522)

**Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial
Komunikasi**



Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom
NIK. 190302125

Ketua Program Studi Ilmu



Erik Hadi Saputra, S.Kom., M.Eng
NIK. 190302107

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Farras Ariq Attaullah

NIM : 19.96.1049

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ekonomi dan Sosial

Universitas : Universitas Amikom Yogyakarta

Menyatakan bahwa skripsi ini merupakan karya ilmiah asli, bukan plagiasi dari karya orang lain. Apabila pernyataan ini tidak benar dan ditemukan plagiasi pada karya lain maka saya bersedia menerima sanksi yang telah ditentukan oleh Universitas.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya untuk dapat dipertanggungjawabkan sepenuhnya.

Yogyakarta, 06 Desember 2022

Yang Memberikan Pernyataan



Farras Ariq Attaullah

NIM. 19.96.1049

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur Alhamdulillah, kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada kita semua sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) di program studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.

Penyusunan skripsi ini berfungsi sebagai bukti bahwa peneliti melakukan dan menyelesaikan penelitian skripsi. Penulisan skripsi ini menerima banyak bantuan dari berbagai pihak selama penyusunannya. Oleh karena itu kami mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. (Rektor Universitas Amikom Yogyakarta).
2. Emha Taufiq Luthfi, S.T.,M.Kom. (Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta)
3. Erik Hadi Saputra, S.Kom, M.Eng (Kaprodi, Universitas Amikom Yogyakarta)
4. Wiwid Adiyanto, S.I.Kom., M.I.Kom (Pembimbing)
5. Stara Asrita, S.I.Kom., M.A (Dosen Wali)
6. Bapak Sutono dan Ibu Mila Hanum (Orangtua)
7. Rahmi Arifiana Dewi (Manager Radio MQFM Jogja)
8. Rofi Fitri Anisa (Sosial Media & Humas Radio MQFM Jogja)
9. Rangga Viantoni Parisya (Desain Grafis Radio MQFM Jogja)
10. Annisa Nadia (Karyawan Radio MQFM Jogja)

Yogyakarta, 06 Desember 2022



Farras Ariq Attaullah

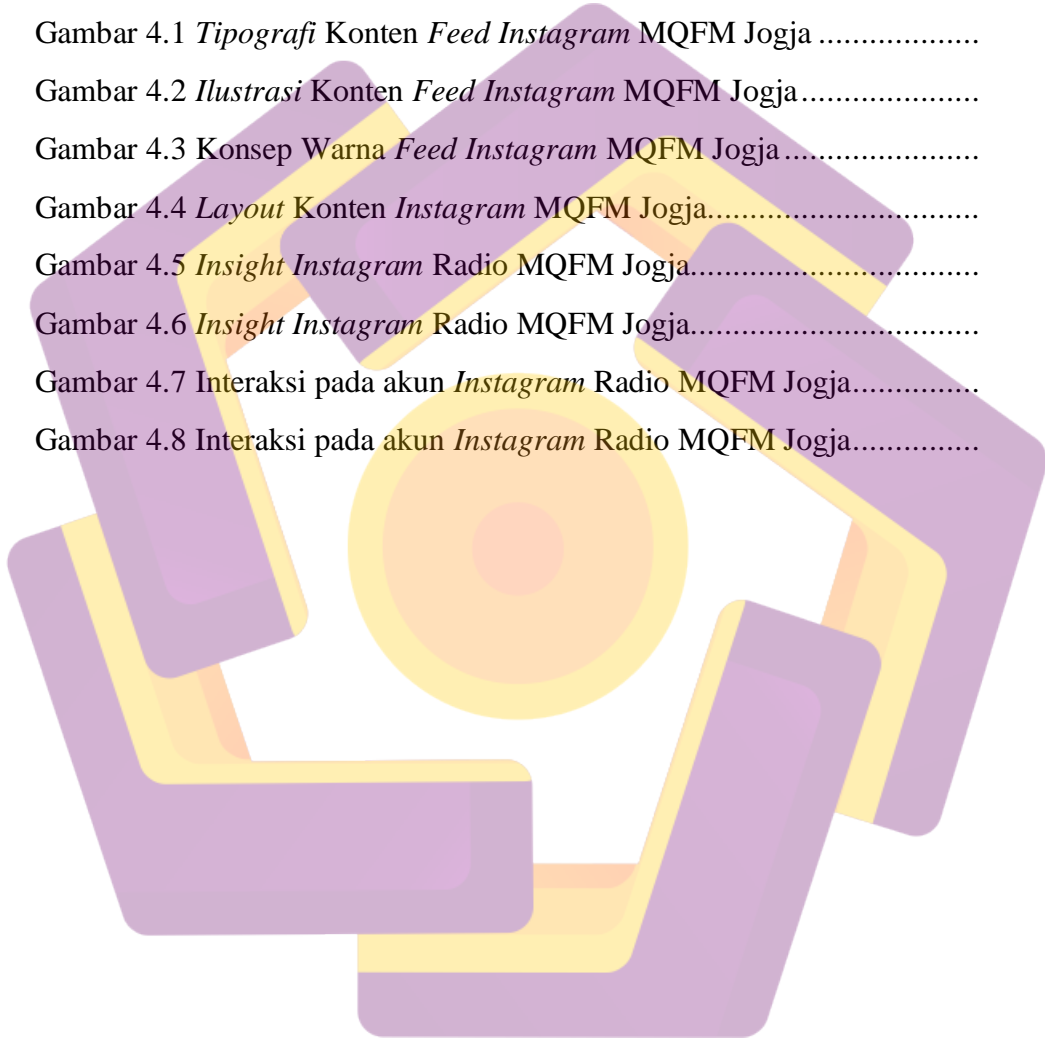
DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL	viii
ABSTRAK	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Masalah dan Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Masalah	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Strategi	17
2.3 Strategi Komunikasi	18
2.3.1 Pengertian Strategi Komunikasi	18
2.3.1 Tujuan Strategi Komunikasi	22
2.4 Desain Komunikasi Visual	22
2.4.1 Pengertian Desain Komunikasi Visual	22
2.4.2 Strategi Desain Komunikasi Visual	23
2.4.3 Komponen Desain Komunikasi Visual	24
2.4.5 Prinsip-Prinsip Desain Komunikasi Visual	26
2.5 Radio Era Digital	26
2.6 Teori Media Baru Mark Poster	28
2.8 Pendengar Radio	29
2.9 Kerangka Pemikiran	30

BAB III METODOLOGI	31
3.1 Pendekatan Penelitian	31
3.2 Metode Penelitian	32
3.2 Teknik Pengambilan Data	32
3.4 Teknik Analisis Data	34
3.5 Profil Institusi Magang	35
BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN	38
4.1 Temuan Penelitian	38
4.1.1 Strategi Desain Komunikasi Visual di Radio MQFM Jogja ...	38
4.1.2 Penerapan Komponen Desain Komunikasi Visual	43
4.1.3 Pemanfaatan Media Baru	49
4.2 Pembahasan	54
4.2.2 Strategi Desain Komunikasi Visual di Radio MQFM Jogja ...	54
4.2.2 Penerapan Komponen Desain Komunikasi Visual	61
4.2.3 Analisis Hasil Temuan dengan Teori Media Baru	65
BAB V PENUTUP	68
5.1 Kesimpulan	68
5.2 Saran	69
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN	73

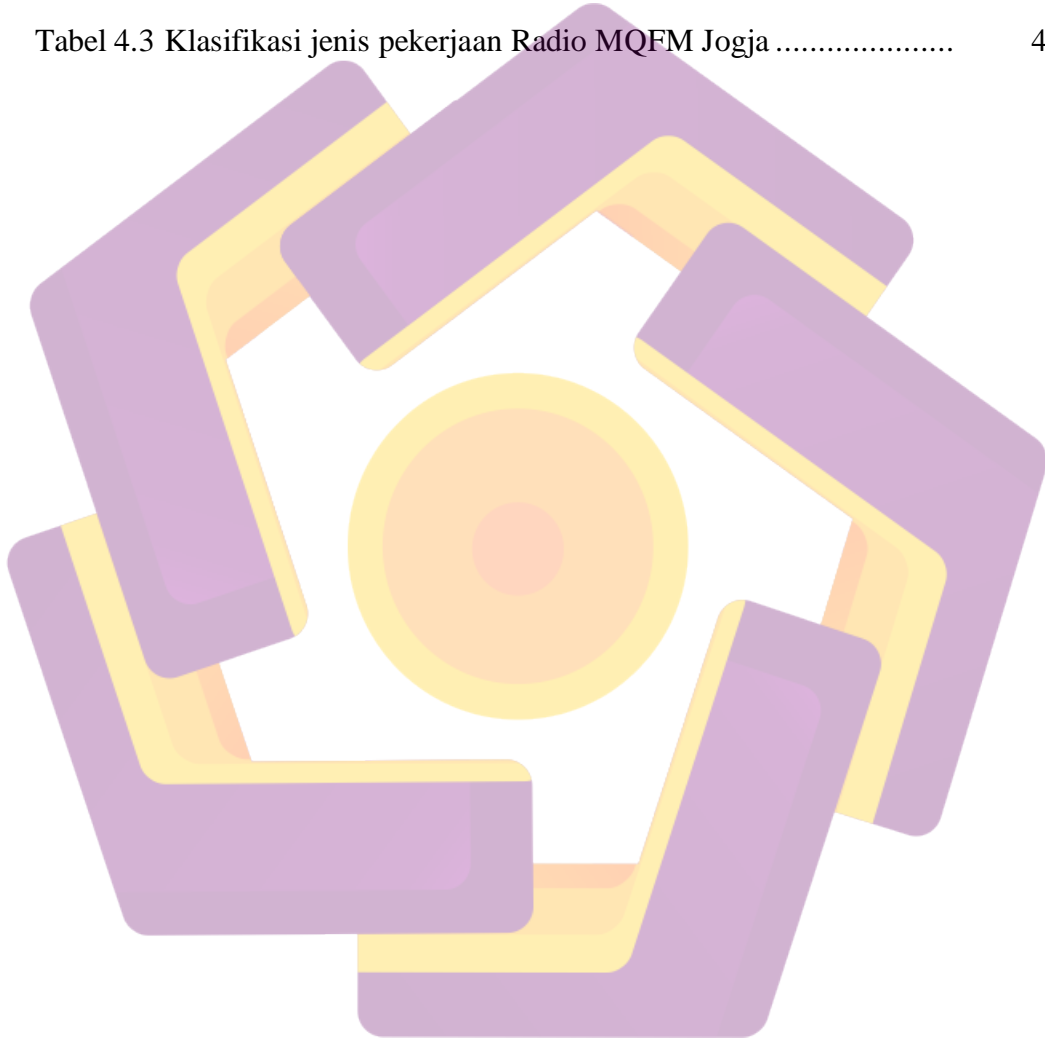
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Digital 2021 Indonesia	2
Gambar 1.2 Survei Media Sumber Informasi Masyarakat.....	3
Gambar 3.1 Logo Radio MQFM Jogja	36
Gambar 3.2 Struktur Organisasi Radio MQFM Jogja	37
Gambar 4.1 <i>Tipografi</i> Konten <i>Feed Instagram</i> MQFM Jogja	44
Gambar 4.2 <i>Ilustrasi</i> Konten <i>Feed Instagram</i> MQFM Jogja.....	45
Gambar 4.3 Konsep Warna <i>Feed Instagram</i> MQFM Jogja.....	47
Gambar 4.4 <i>Layout</i> Konten <i>Instagram</i> MQFM Jogja.....	48
Gambar 4.5 <i>Insight Instagram</i> Radio MQFM Jogja.....	50
Gambar 4.6 <i>Insight Instagram</i> Radio MQFM Jogja.....	51
Gambar 4.7 Interaksi pada akun <i>Instagram</i> Radio MQFM Jogja.....	52
Gambar 4.8 Interaksi pada akun <i>Instagram</i> Radio MQFM Jogja.....	53



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	13
Tabel 4.1 Klasifikasi Menurut Usia Radio 92,3 MQFM	40
Tabel 4.2 Klasifikasi Tingkat Pendidikan Radio MQFM Jogja	40
Tabel 4.3 Klasifikasi jenis pekerjaan Radio MQFM Jogja	40



ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi memicu persaingan antar media baru dengan media konvensional salah satunya yaitu radio. Stasiun radio bersaing dengan menghadirkan program-program yang mampu bersaing dengan media lain untuk menarik dan mempertahankan pendengarnya. Hadirnya media baru menjadi peluang bagi radio melakukan transformasi dengan konsep baru. Radio bukan lagi sekedar media yang hanya mengandalkan kemampuan suara saja, namun kini radio telah memanfaatkan media sosial sebagai upaya untuk menarik minat pendengar. Menyajikan sebuah konten di media sosial memerlukan tampilan visual menarik dan atraktif, maka radio harus memperhatikan strategi desain komunikasi visual yang baik agar pesan yang disampaikan lebih mudah ditangkap, diolah, dan dipahami.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjawab bagaimana strategi desain komunikasi visual Radio MQFM Jogja dalam memanfaatkan media sosial untuk menarik minat pendengar. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif dengan menggunakan teori media baru mark poster. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan strategi desain komunikasi visual Radio MQFM Jogja dalam menarik partisipasi pendengar, yaitu dengan mengenal khalayak, menyusun pesan visual, menetapkan metode pesan visual, dan pemilihan media. Kemudian didukung dengan elemen komponen desain visual yang terkonsep dengan baik yaitu *tipografi*, *ilustrasi*, warna, dan *layout*. Transformasi media baru yang dilakukan memunculkan karakter yang semakin interaktif dan membentuk komunitas sehingga mampu meningkatkan pendengar Radio MQFM Jogja.

Kata Kunci: Radio, Desain Komunikasi Visual, Media Baru, Minat Pendengar

ABSTRACT

The development of information technology triggers competition between new media and conventional media, one of which is radio. Radio stations compete by presenting programs that can compete with other media to attract and retain listeners. The presence of new media is an opportunity for radio to transform with a new concept. Radio is no longer just a medium that only relies on voice capabilities, but now radio has utilized social media as an effort to attract listeners' interest. Presenting content on social media requires an attractive and attractive visual appearance, so radio must pay attention to good visual communication design strategies so that the message conveyed is easier to capture, process and understand.

This study aims to find out and answer how the visual communication design strategy of Radio MQFM Jogja uses social media to attract listeners. This research uses a type of descriptive qualitative research using the new media theory mark poster. Data collection techniques are carried out by observation, interviews, and documentation.

The results of the research show that MQFM Jogja Radio's visual communication design strategy in attracting listener participation, namely by getting to know the audience, composing visual messages, establishing visual message methods, and selecting media. Then it is supported by well-conceptual visual design component elements, namely typography, illustrations, colors, and layout. The new media transformation that has been carried out has created an increasingly interactive character and forms a community so that it can increase the listenership of MQFM Jogja Radio.

Keywords: *Radio, Visual Communication Design, New Media, Listener's Interest*