

**DESAIN KOMUNIKASI VISUAL PADA PROGRAM BINCANG SUDUT
PANDANG EDISI “19 JANUARI 2022” DI INSTAGRAM RADIO MQFM**

JOGJA

SKRIPSI



disusun oleh:

Rangga Viantoni Parisya

18.96.0403

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2022**

**DESAIN KOMUNIKASI VISUAL PADA PROGRAM BINCANG SUDUT
PANDANG EDISI “19 JANUARI 2022” DI INSTAGRAM RADIO MQFM
JOGJA**

SKRIPSI

Untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai gelar Sarjana
pada Program Studi Ilmu Komunikasi



disusun oleh:

Rangga Viantoni Parisya

18.96.0403

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2022**

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**DESAIN KOMUNIKASI VISUAL PADA PROGRAM BINCANG SUDUT
PANDANG EDISI “19 JANUARI 2022” DI INSTAGRAM RADIO MQFM
JOGJA**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Rangga Viantoni Parisya

18.96.0403

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 04 November 2022

Dosen Pembimbing,



Alvia Alrasid Ajiulloh, S.Ikom., M.I.Kom

NIK. 190302486

PENGESAHAN

SKRIPSI

**DESAIN KOMUNIKASI VISUAL PADA PROGRAM BINCANG SUDUT
PANDANG EDISI “19 JANUARI 2022” DI INSTAGRAM RADIO MQFM
JOGJA**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Rangga Viantoni Parisya

18.96.0403

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 21 November 2022

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

- 1. Alvian Alrasid Ajibulloh, S.Ikom., M.I.Kom
NIK : 190302486**
- 2. Sheila Lestari Giza Pudrianisa, M.I.Kom
NIK : 190302437**
- 3. Zahrotus Saidah, S.I.Kom., M.A
NIK : 190302448**

Tanda Tangan



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
Tanggal 22 Desember 2022

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL

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

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan dibawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Yogyakarta, 04 November 2022



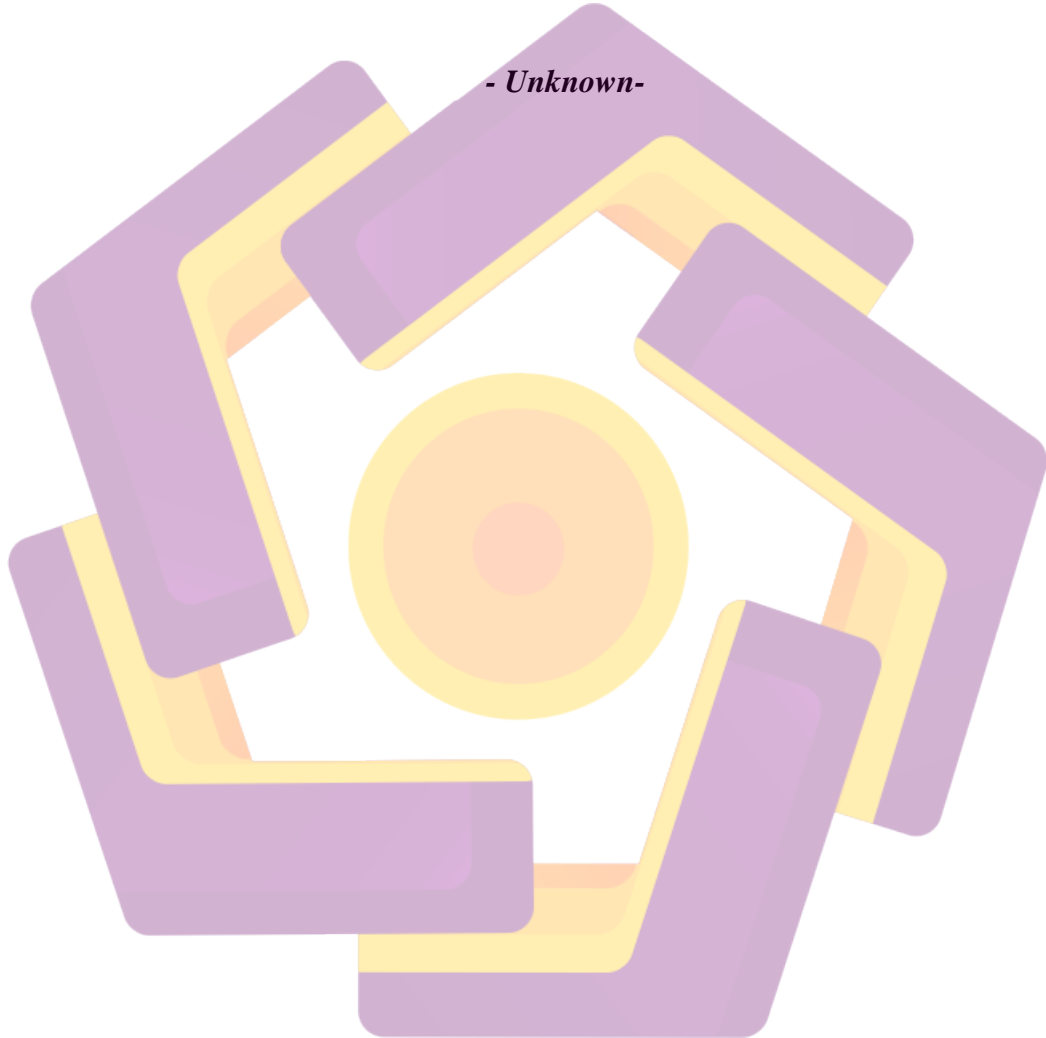
Rangga Viantoni Parisya

18.96.0403

MOTTO

“If You Belive, You Can Do It”

- Unknown -



PERSEMBAHAN

Puji syukur kepada kehadiran Allah Swt, dengan penelitian ini penulis persembahkan untuk:

1. Kedua orang tua saya, terima kasih atas segala doa, motivasi, semangat, nasihat, hingga pengorbanan serta kasih sayang yang tidak pernah henti sampai saat ini.
2. Saudara dan keluarga yang memberikan semangat dan dukungan kepada saya.
3. Sahabat maupun teman yang selalu membantu dan memberikan motivasi untuk menyelesaikan penelitian ini.
4. Bapak Alvian Alrasid Ajibulloh, S.Ikom., M.I.Kom, terimakasih telah membimbing dengan sabar dan selalu membantu saya dalam menyelesaikan penelitian ini.
5. Kepada seluruh pihak yang turut membantu selama penyelesaian penelitian ini.

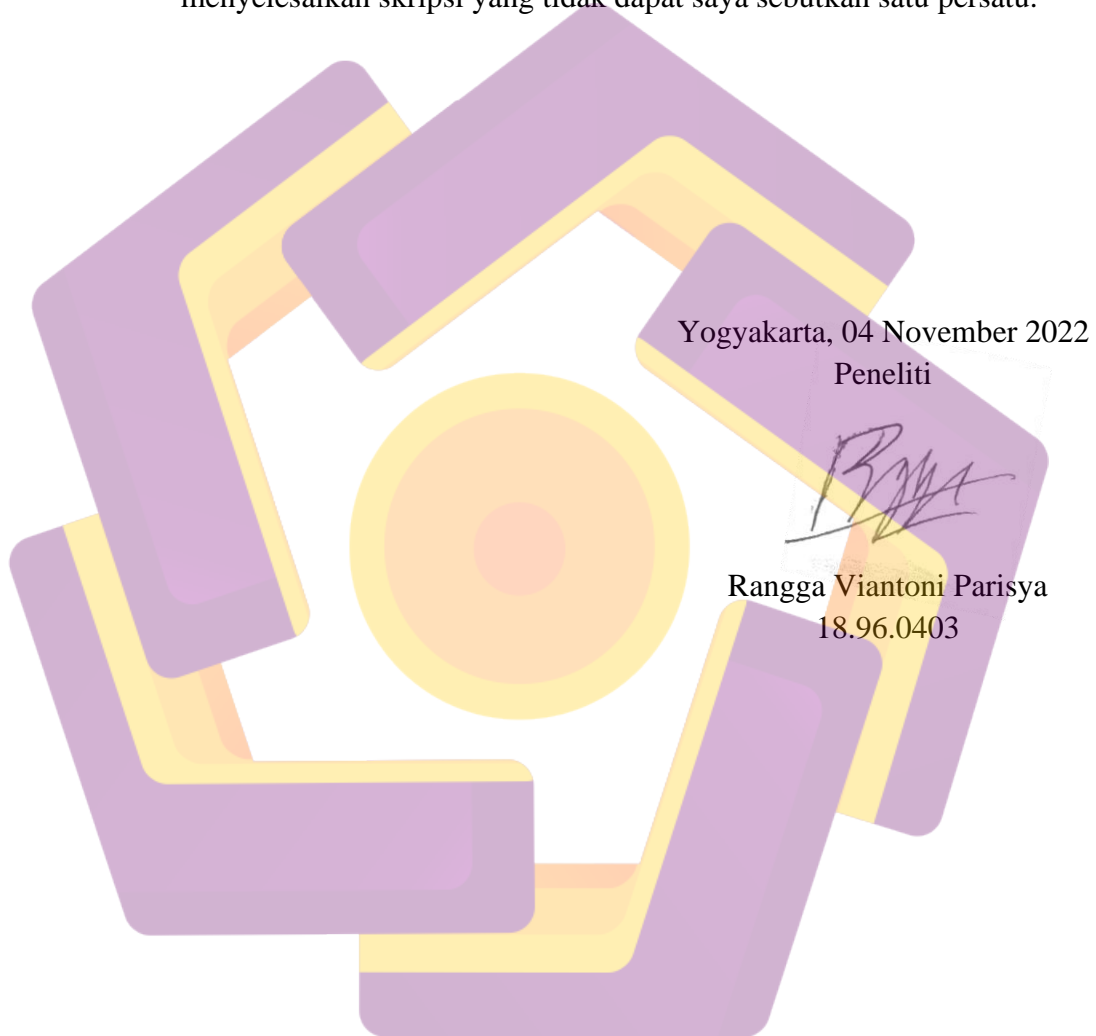
KATA PENGANTAR

Puji syukur, Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karuniaNya kepada kita semua sehingga kami dapat menyelesaikan skripsi yang diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) di program studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.

Adapun penyusunan skripsi ini digunakan sebagai bukti bahwa penyusun telah melaksanakan dan menyelesaikan penelitian Skripsi. Dalam proses penyusunan laporan ini penyusun mendapatkan banyak bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu kami mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. (Rektor Universitas Amikom Yogyakarta).
2. Erik Hadi Saputra, S.Kom, M.Eng. (Kaprosdi Ilmu Komunikasi, Universitas Amikom Yogyakarta)
3. Ibu Rivga Agusta, S. IP., M.A (Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas AMIKOM Yogyakarta).
4. Alvian Alrasid Ajibulloh, S.Ikom., M.I.Kom. (Dosen Pembimbing)
Terima kasih, bapak dosen pembimbing atas bimbingan pengerjaan skripsi ini hingga selesai.
5. Seluruh dosen prodi ilmu komunikasi yang telah memberikan ilmu selama saya kuliah di Universitas Amikom Yogyakarta, terima kasih.
6. Rahmi Arifiana Dewi S.Si (Manager Radio MQFM Jogja), terima kasih sudah memberikan banyak hal terutama dalam pengalaman karir sehingga membuat saya dapat belajar lebih mengenai profesi yang saya tekuni saat ini.
7. Terima kasih untuk kedua orang tua saya, Octo Octavianto dan Laila Kurnilawaty yang selama ini selalu mendoakan saya, memberikan kasih sayang dan selalu mendukung apapun yang saya lakukan.
8. Terima kasih untuk abang dan adik saya, Rakha dan Raissa atas doanya dan selalu memberikan semangat selama saya berkuliah.

9. Mayang Oktaviranti, terima kasih atas semua doa, dukungan dan juga telah menemani saya dalam mengerjakan skripsi.
10. Teman-teman “Otewe Ngontrak” Aldi, Raffly, Daffa, Dimas, Arya, Ibam.
11. Semua pihak yang telah membantu saya selama berkuliah hingga menyelesaikan skripsi yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.



Yogyakarta, 04 November 2022
Peneliti

Rangga Viantoni Parisya
18.96.0403

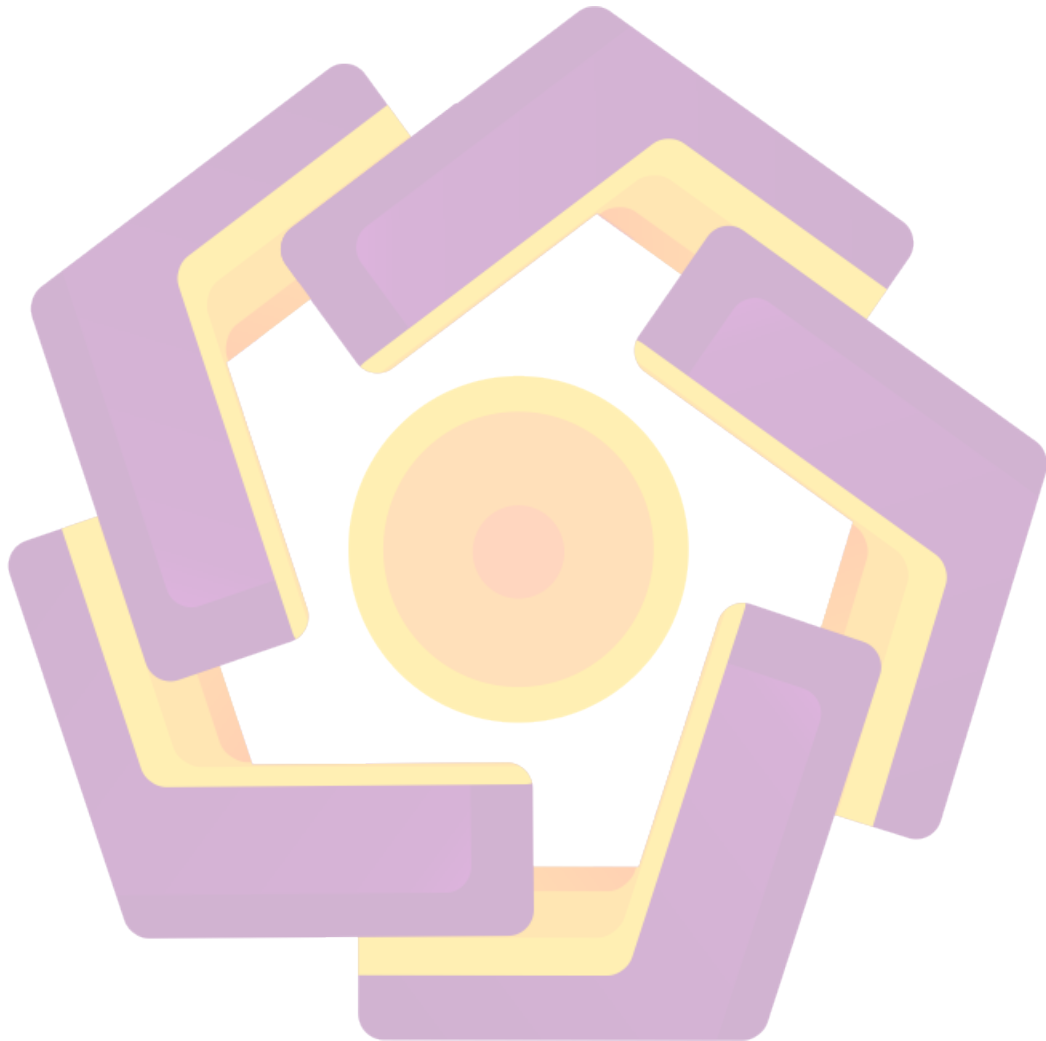
DAFTAR ISI

PERSETUJUAN	i
PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR BAGAN	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xiii
INTISARI	xiv
ABSTRACT	xv
BAB I	
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Batas Penelitian.....	5
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Manfaat Penelitian	6
1.5.1 Manfaat Teoritis	6
1.5.2 Manfaat Praktis	6
BAB II	
TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.2 Landasan Teori.....	10
2.2.1 Desain Komunikasi Visual.....	10
2.2.2 Teori Charles Sanders Peirce	18
2.2.3 Media Sosial (<i>Instagram</i>).....	21
2.3 Kerangka Berpikir	22

BAB III	
METODOLOGI PENELITIAN	24
3.1 Desain Penelitian.....	24
3.1.1 Pendekatan Kualitatif	24
3.1.2 Paradigma.....	25
3.2 Objek Penelitian	25
3.3 Subjek Penelitian.....	26
3.3.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	26
3.4 Sumber Data.....	28
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	28
3.6 Teknik Analisis Data.....	29
3.7 Teknik Pemeriksaan Kepercayaan	32
BAB IV	
HASIL DAN PEMBAHASAN	33
4.1 Hasil Penelitian	33
4.1.1 Analisis Ilustrasi.....	34
4.1.2 Analisis Warna.....	46
4.1.3 Analisis Tipografi	48
4.2 Pembahasan.....	55
4.2.1 Desain Komunikasi Visual.....	55
BAB V	
PENUTUP.....	64
5.1 Kesimpulan	64
5.2 Saran.....	64
DAFTAR PUSTAKA.....	66
LAMPIRAN.....	70

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.3 Kerangka Berpikir.....	23
----------------------------------	----



DAFTAR GAMBAR

BAB I

Gambar 1.1 Data pengguna media sosial di Indonesia.	2
Gambar 1.2 Poster Bincang Sudut Pandang Edisi “25 Februari 2021” & edisi “26 Februari 2021”	3
Gambar 1.3 Poster Bincang Sudut Pandang Edisi “19 Januari 2022”	4

BAB II

Gambar 2.1 Model triadic Charles Sanders Peirce (<i>Triangle Meaning</i>).....	31
--	----

BAB III

Gambar 3.1 Poster Bincang Sudut Pandang Edisi 19 Januari 2022.....	26
Gambar 3.2 Logo MQFM Jogja.....	26
Gambar 3.3 Model triadic Charles Sanders Peirce (<i>Triangle Meaning</i>).....	31

BAB IV

Gambar 4.1 Poster Bincang Sudut Pandang Edisi “19 Januari 2022”	33
Gambar 4.2 Ilustrasi Kaesang Pangarep.	34
Gambar 4.3 Ilustrasi Gibran Rakabuming.....	37
Gambar 4.4 Ilustrasi Senjata Tombak.	39
Gambar 4.5 Ilustrasi Pelindung Perisai.....	41
Gambar 4.6 Logo Radio MQFM Jogja	43
Gambar 4.7 Logo Media Sosial.	45
Gambar 4.8 <i>Background</i> Poster	47
Gambar 4.9 Kalimat “Serangan Balik Pelaporan Gibran-Kaesang”	49
Gambar 4.10 Kalimat “Bincang Sudut Pandang”	51
Gambar 4.11 Kalimat “Kamis, 19 Januari 2022, 06:30 - 08:00 WIB”	52
Gambar 4.12 Kalimat “Hanya di MQFM 92,3”	54

Gambar 4.13 Desain Ilustrasi dari Poster Bincang Sudut Pandang Edisi “19 Januari 2022” 57

Gambar 4.14 Gambar Logo MQFM dan Gambar Beberapa Media Sosial dari Poster Bincang Sudut Pandang Edisi “19 Januari 2022” 59

Gambar 4.15 Warna dari Poster Bincang Sudut Pandang Edisi “19 Januari 2022”. 60

Gambar 4.16 Tipografi dari Poster Bincang Sudut Pandang Edisi “19 Januari 2022” 61



DAFTAR TABEL

BAB I

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	7
Tabel 2.2 Tabel Skema Warna	14

BAB IV

Tabel 4.1 Ilustrasi Kaesang Pangarep.	34
Tabel 4.2 Ilustrasi Gibran Rakabuming.	37
Tabel 4.3 Ilustrasi Senjata Tombak.	39
Tabel 4.4 Ilustrasi Pelindung Perisai.	41
Tabel 4.5 Logo Radio MQFM Jogja.	43
Tabel 4.6 Logo Media Sosial.	45
Tabel 4.7 <i>Background</i> poster.	47
Tabel 4.8 Kalimat “Serangan Balik Pelaporan Gibran-Kaesang”	49
Tabel 4.9 Kalimat “Bincang Sudut Pandang”	51
Tabel 4.10 Kalimat “Kamis, 19 Januari 2022, 06:30 - 08:00 WIB”	52
Tabel 4.11 Kalimat “Hanya di MQFM 92,3”	54

INTISARI

Di era digital saat ini desain komunikasi visual menjadi sangat penting diaplikasikan dalam berbagai media salah satunya media sosial *Instagram*. Media sosial *Instagram* yang lebih mementingkan konten visual daripada berupa teks dikarenakan visual mampu untuk mengekspresikan diri dan membuat manajemen kesan daripada teks. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimana tampilan desain komunikasi visual pada program acara Bincang Sudut Pandang edisi “19 Januari 2022” di *Instagram* Radio MQFM Jogja.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Paradigma yang akan digunakan adalah paradigma konstruktivisme. Teknik dalam melakukan penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dan juga dokumentasi. Analisis data yang digunakan adalah “*Triangle Meanings*” dari teori semiotik Charles Sanders Peirce untuk mengetahui makna tanda.

Hasil dari penelitian yang diperoleh adalah desain komunikasi visual yang ditampilkan berupa ilustrasi, warna, tipografi dan memiliki pesan yang mencerminkan materi atau tema yang akan dibawakan yaitu “Serangan Balik Pelaporan Gibran-Kaesang”.

Kata kunci: desain komunikasi visual, radio, poster, charles sanders peirce, instagram

ABSTRACT

In the current digital era, visual communication design is very important to be applied in various media, one of which is Instagram social media. Instagram social media is more concerned with visual content than text because visuals are able to express themselves and make impression management rather than text. This study has a purpose to find out how the visual communication design looks at the "19 January 2022" edition of the Talking Angle of View program on Instagram Radio MQFM Jogja. The method used in this study is descriptive with a qualitative approach.

The paradigm that will be used is the constructivism paradigm. in conducting this research using data collection techniques in the form of observation, interviews, and also documentation. The data analysis used is "Triangle Meanings" from Charles Sanders Peirce's semiotic theory to determine the meaning of signs.

The results of the research obtained are visual communication designs that are displayed in the form of illustrations , colors, typography and has a message that reflects the material or theme that will be delivered, namely "The Gibran-Kaesang Reporting Attack".

Keywords: *visual communication design, radio, poster, charles sanders peirce, instagra*