

# BAB I

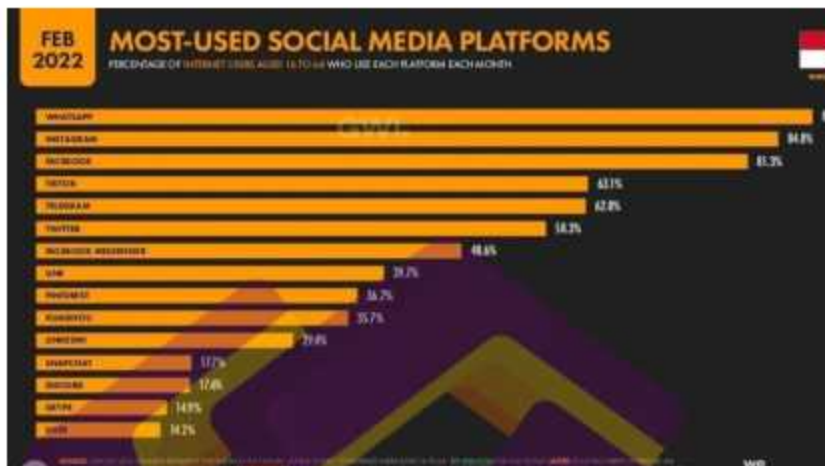
## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Program acara “Bincang Sudut Pandang” merupakan program *hard news* yang mengangkat isu-isu terupdate seputar politik ekonomi sosial budaya pertahanan dan keamanan yang disertai dengan ulasan dari narasumber-narasumber yang berkompeten di dalam isu-isu yang tengah dibahas. Program acara ini, salah satu program Radio MQFM Jogja yang tayang pada pukul 6:30 WIB hingga pukul 8:00 WIB.

Radio MQFM Jogja adalah penyiaran swasta, yang awalnya diposisikan sebagai stasiun radio rumah Muslim, telah menjadi inspirasi bagi keluarga Indonesia sejak 2012, menyiarkan program-program Islam kontemporer yang dimaksudkan untuk menghadirkan Islam yang indah/damai, yaitu *rahmatan lil'alamin*, dan Islam yang membangun profesionalisme umat Islam.

Dalam mempromosikan program acara “Bincang Sudut Pandang”, Radio MQFM Jogja memanfaatkan media sosial seperti *Instagram*, *Youtube*, dan juga *Facebook*. Pada penelitian ini, peneliti memfokuskan pada media sosial *Instagram* yang merupakan platform media sosial yang memiliki fungsi untuk membagikan foto, video dan cerita kepada masyarakat di media sosial. Dengan *Instagram*, foto dan video dapat dibagikan untuk diposkan ke media sosial lain seperti *Facebook*, *Twitter*, *Flicker*, dan *Youtube* (Qashmal, 2015). *Instagram* saat ini memiliki jumlah pengguna di Indonesia hingga 85 Juta dibawah media sosial lain yaitu *Facebook* dengan 140 juta dan *Youtube* 107 Juta pengguna yang berada di Indonesia.



Gambar 1.1 Data pengguna media sosial di Indonesia.

(Sumber: <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022>)

Platform media sosial *Instagram* lebih mementingkan konten visual daripada teks. Hal ini dikarenakan visual mampu mengekspresikan diri dan membuat manajemen kesan daripada berupa teks (Savitri, 2019). Dengan begitu program acara “Bincang Sudut Pandang” membuat poster promo yang akan dipublikasikan pada media sosial *Instagram*.

Poster promo ditujukan sebagai pemberitahuan, peringatan, atau penggugah selera yang berisi gambar-gambar dimana gambar tersebut mengkombinasikan unsur-unsur visual seperti garis, gambar, warna, dan kata-kata dengan maksud mengkomunikasikan pesan secara singkat. Dengan begitu, dalam melakukan pembuatan poster promo dibutuhkan desain komunikasi visual yang guna menarik perhatian orang yang melihatnya (Sumartono & Hani, 2018).

Desain komunikasi visual diaplikasikan dalam berbagai media komunikasi visual yang mempelajari konsep komunikasi dan ungkapan daya kreatif berupa elemen desain grafis. Dimana elemen desain grafis tersebut terdiri dari gambar (ilustrasi), huruf, warna, komposisi, dan juga layout (Rahajeng, 2021).

Dari hasil observasi selama magang di Radio MQFM Jogja peneliti menemukan sebuah permasalahan dimana kurangnya sumber daya manusia di bidang desainer grafis yang membuat desain poster Bincang Sudut Pandang sebelumnya belum mencerminkan tema yang akan dibawakan sehingga poster promo bincang sudut pandang hanya menggunakan desain template atau desain yang sama hanya berganti tema dan narasumber. “Bincang Sudut Pandang” merupakan program pemberitaan yang terdapat pada radio MQFM Jogja dan menurut Rahmi Arifiana Dewi S.Si selaku Direktur MQFM Jogja, “Program pemberitaan merupakan sesuatu yang aktual sehingga aktualitas dan dinamisasi harus terlihat dari setiap desain”.



Gambar 1.2 Poster Bincang Sudut Pandang Edisi “25 Februari 2021” & edisi “26 Februari 2021”

(Sumber: *Instagram @MQFMJogja*)

Maka dari itu peneliti akan menganalisis tanda makna dari salah satu poster program Bincang Sudut Pandang yang sudah melakukan perubahan pada tampilan desainnya dengan menyesuaikan tema yang dibawakan. Pemilihan poster berdasarkan kasus dan *like* terbanyak di *Instagram* Radio MQFM Jogja periode Maret 2021 - Januari 2022 sehingga terpilih poster Bincang Sudut Pandang Edisi “19 Januari 2022” dengan *like* 82 yaitu “Serangan Balik Pelaporan Gibran-Kaesang” yang melibatkan dua orang anak

dari Presiden Jokowi yang merupakan orang terpandang di Indonesia, yaitu Gibran dan Kaesang dimana dua orang tersebut menjadi karakter utama didalam desain posternya.



Gambar 1.3 Poster Bincang Sudut Pandang Edisi “19 Januari 2022”

(Sumber: *Instagram @MQFMJogja*)

Dalam penelitian ini untuk proses analisis tanda pada poster Bincang Sudut Pandang Edisi “19 Januari 2022” peneliti akan menganalisa dengan cara menemukan tanda melalui bagian yang ada pada poster yaitu unsur desain komunikasi visual seperti ilustrasi, warna, dan tipografi. Bagian-bagian tersebut akan dianalisis menggunakan teori semiotika Charles Sanders Peirce yang terdiri dari (*Represent, Object, Interpret*). Dengan menggunakan teori semiotika Charles Sanders Peirce yang juga sering kali disebut sebagai “*Grand Theory*” dalam semiotika, dimana teori ini lebih menekankan pada logika dan filosofi dari tanda yang ada pada masyarakat (Mudjiyanto & Nur, 2013). Peneliti menganggap teori ini cukup relevan dengan penelitian yang akan dilakukan dan menggunakan teori semiotika ini dapat mengetahui bahwa makna yang terkandung dalam poster Bincang Sudut Pandang sudah menyesuaikan tema yang akan dibawakan. Lalu menurut Krisyantono (dalam Rahajeng, 2021) juga menyebutkan didalam bukunya “Teknik Praktis Riset

Komunikasi” bahwa teori semiotika Charles Sanders Peirce dapat mengetahui konstruksi karakteristik desain visual dan makna dalam tanda pada komunikasi visual poster.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terkait “Desain Komunikasi Visual Pada Program Bincang Sudut Pandang Edisi 19 Januari 2022 Di Instagram Radio MQFM Jogja”.

### **1.2 Rumusan Masalah**

Setelah memaparkan latar belakang yang telah penulis uraikan di atas, berikut rumusan masalahnya adalah:

Bagaimana desain komunikasi visual yang ditampilkan oleh program acara Bincang Sudut Pandang Edisi “19 Januari 2022” di *Instagram* Radio MQFM Jogja?

### **1.3 Batas Penelitian**

Pembatasan suatu masalah digunakan untuk menghindari adanya penyimpangan maupun pelebaran pokok masalah agar penelitian tersebut lebih terarah dan memudahkan dalam pembahasan sehingga tujuan penelitian akan tercapai. Beberapa batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Objek dalam penelitian ini adalah poster Bincang Sudut Pandang edisi 19 Januari 2022.
2. Media sosial yang digunakan adalah Instagram.
3. Analisis yang dipakai untuk mengetahui desain komunikasi visual dalam program acara Bincang Sudut Pandang edisi 19 Januari 2022 adalah semiotika Charles Sanders Peirce dengan mencari tanda, objek, dan interpretan.
4. Unsur desain komunikasi visual yang diteliti adalah ilustrasi, warna, dan tipografi.

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Terkait dalam pemilihan judul penelitian dan paparan diatas, maka penelitian ini bermaksud untuk mengetahui :

Menjelaskan desain komunikasi visual yang ditampilkan oleh program acara Bincang Sudut Pandang Edisi “19 Januari 2022” di *Instagram* Radio MQFM Jogja?

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan banyak manfaat antara lain.

##### **1.5.1 Manfaat Teoritis**

- a. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai salah satu kontribusi dalam bidang ilmu Komunikasi khususnya Komunikasi Massa dan Desain Komunikasi Visual.
- b. Memberikan manfaat bagi para peneliti lain yang tertarik untuk melakukan riset dengan tema yang sama atau dalam bidang komunikasi visual.

##### **1.5.2 Manfaat Praktis**

- a. Untuk memaparkan hasil dari penelitian mengenai desain komunikasi visual pada program acara Bincang Sudut Pandang Edisi “19 Januari 2022” di *Instagram* Radio MQFM Jogja.
- b. Untuk menyampaikan pesan-pesan komunikasi kepada publik atau masyarakat melalui manfaat desain komunikasi yang berguna dalam segala bidang.