

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Desain Komunikasi Visual adalah sebuah proses kreatif untuk menyampaikan ide atau pesan dengan menggabungkan seni dan teknologi. Terdapat tiga makna yang saling berhubungan dalam nama Desain Komunikasi Visual, yaitu Desain, Komunikasi, Visual. Desain yang berkaitan dengan proses merancang, keindahan, kreativitas, serta cita rasa. Kemudian Komunikasi yang menjadi tujuannya yaitu menyampaikan pesan. Dan Visual yang berarti dapat dilihat (Putra R. W., 2020). Selain itu desain komunikasi visual dapat diartikan sebagai bidang yang mendalami rancangan komunikasi dan penerapan kreativitas, dengan memadukan elemen desain grafis seperti gambar, huruf, warna, dan komposisi yang diimplementasikan dalam berbagai media. Semua hal tersebut dilakukan agar target komunikasi yang dituju bisa menerima pesan yang disampaikan secara visual, audio, dan audio visual (Tinarbuko, 2015). Desain komunikasi visual berperan sebagai penyampai pesan kepada komunikan dengan unsur-unsur visual seperti tipografi, ilustrasi, warna, garis, layout, dan lain-lainnya serta menggunakan bantuan teknologi dalam pembuatannya. Desain komunikasi visual juga sering disebut sebagai desain grafis namun istilah DKV lebih luas dalam menggunakan unsur-unsur grafis (Supriyono, 2010). Dengan demikian desain komunikasi visual adalah sebuah proses perancangan yang menggunakan kreativitas, keindahan, dan juga cita rasa dengan tujuan mengkomunikasikan sebuah pesan melalui media visual atau kasat mata dengan menggunakan unsur-unsur grafis berupa ilustrasi (gambar), tulisan (typografi), warna, garis, tata letak (layout), dan lain-lainnya.

Terdapat beberapa teori dalam desain komunikasi visual, contohnya seperti teori prinsip desain komunikasi visual dan teori unsur desain komunikasi visual. Teori prinsip desain komunikasi visual sama halnya dengan tata Bahasa dalam penyusunan kalimat, atau dapat diartikan dengan rules atau kaidah-

kaidah visual untuk mencapai komposisi yang harmonis (Supriyono, 2010). Prinsip-prinsip tersebut adalah keseimbangan (balance), penekanan (emphasis), irama (rhythm), dan kesatuan (unity). Sedangkan teori unsur desain komunikasi visual adalah unsur atau elemen dasar yang ada dalam DKV. Penggabungan elemen-elemen tersebut dapat menghasilkan desain yang harmonis, komunikatif, dan menyenangkan pembaca. Elemen desain tersebut antara lain garis (line), bidang (shape), warna (color), gelap-terang (value), tekstur (texture), ukuran (size) (Supriyono, 2010). Sebelum membuat sebuah karya desain komunikasi visual hendaknya mempelajari teori-teori tersebut agar dapat mencapai komunikasi yang efektif melalui karya tersebut.

Thumbnail video merupakan istilah yang digunakan untuk gambar diam yang berfungsi sebagai pratinjau untuk video. Gambar tersebut berfungsi seperti halnya sampul buku yang harus dibuat menarik agar dapat menarik perhatian audience dan menonton video tersebut (Camara, 2023). *Thumbnail* Video ialah sebuah gambar atau ilustrasi yang digunakan sebagai pratinjau pada video yang akan di putar, *thumbnail* menjadi bagian penting karena memiliki peran menarik perhatian audience (Ananda, Dewi, & Trinawindu, 2023). Dari pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa *thumbnail* atau sampul dari video youtube juga memiliki peran dalam pemasaran dari konten video karena bisa menarik audience untuk menonton video dengan melihat *thumbnailnya* saja. Untuk memaksimalkan penyampaian pesan, diperlukan implementasi desain komunikasi visual dalam *thumbnail* atau sampul video youtube.



Gambar 1 Contoh thumbnail atau sampul video

Sumber: <https://www.youtube.com/@NarasaiNewsroom/videos>

Radio MQFM Jogja memanfaatkan media sosial yang dikelola oleh *content creator* sebagai media penarik minat *audience* atau pendengar untuk mendengarkan radio MQFM Jogja dengan strategi mengenal *audience*, mengolah pesan yang akan disampaikan, kemudian menetapkan metode pesan dan pemilihan media yang akan digunakan untuk menyebarluaskan konten (Attaullah, 2022). Konten kreator dibutuhkan oleh Radio MQFM Jogja untuk mempromosikan serta menarik minat masyarakat untuk mendengarkan radio tersebut. Selain itu, konten kreator juga upaya Radio MQFM Jogja untuk identitas mereka dengan kontennya yang memiliki ciri khas tertentu. Salah satu media sosial Radio MQFM Jogja yang aktif adalah *platform Youtube* sebagai upaya menghadapi digitalisasi media. Konten yang diunggah di media *Youtube* pada awalnya hanya sebuah kutipan dan cuplikan ceramah agama islam. Seiring berjalannya waktu, konten yang diproduksi berbagai macam, mulai dari motivasi yang diambil dari pembicaraan narasumber di siaran langsung hingga pandangan atau pendapat narasumber yang dibuat berdasarkan berita yang sedang hangat. Dari kebutuhan konten tersebut diperlukan adanya thumbnail atau sampul video yang diunggah agar terlihat menarik serta menarik *audience* untuk menonton video tersebut. Konten yang menggunakan thumbnail lebih menarik daripada video yang tidak menggunakan *thumbnail* atau sampul seperti contoh dibawah ini.



Gambar 2 Contoh video yang tidak memakai *thumbnail* atau sampul (kiri) dan video yang memakai *thumbnail* (kanan)

Sumber: <https://www.youtube.com/@MQFMJogja/videos>

Salah satu program andalan di Radio MQFM Jogja adalah “Bincang Sudut Pandang”. Program tersebut ialah hard news dengan mengangkat isu-isu terbaru yang berfokus pada politik, ekonomi, sosial budaya, pertahanan dan keamanan (Parisya, 2022). Dari program tersebut kemudian muncul konten baru yang berdasarkan pandangan atau pendapat dari narasumber yang ada di program tersebut terkait isu-isu yang sedang hangat. Konten tersebut dibuat karena pada program “Bincang Sudut Pandang” bisa menghadirkan narasumber yang hebat dengan pandangan atau pendapat mereka yang bagus dan bisa dibuat konten tentang berita atau fenomena yang sedang terjadi. Konten tersebut berupa audio-visual (video) yang kemudian di upload di Youtube MQFM Jogja dengan unggahan konten tersebut pada bulan agustus tahun 2023. Untuk membuat audience tertarik dan mengklik video tersebut maka diperlukan sebuah *thumbnail* video. Berdasarkan kepentingan dan kebutuhan Radio MQFM Jogja tersebut maka penulis melakukan pembuatan karya berupa *thumbnail* atau sampul video dengan implementasi desain komunikasi visual.

1.2. Fokus Permasalahan dan Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang penulis tuliskan di atas, maka ditemukan fokus rumusan masalah yaitu “Bagaimana implementasi teori prinsip desain komunikasi visual pada *Thumbnail Video Youtube Radio MQFM Jogja?*”

1.3 Tujuan

Tujuan penelitian ini untuk implementasi desain komunikasi visual pada *thumbnail video Youtube Radio MQFM Jogja*, maka tujuan yang akan dicapai sebagai berikut:

1. Pembuatan karya visual yang akan digunakan sebagai *thumbnail* video youtube Radio MQFM Jogja.
2. Mengimplementasikan teori prinsip desain komunikasi visual pada karya visual yang akan dijadikan *thumbnail* video *Youtube Radio MQFM Jogja* agar lebih menarik *audience* untuk menonton video tersebut dan membangun branding pada Radio MQFM Jogja.

1.4 Manfaat

1.4.1 Manfaat Teoritis

Pembuatan karya ini diharapkan mampu memberikan gambaran tentang bagaimana implementasi teori prinsip desain komunikasi visual terhadap sebuah media visual yang bisa digunakan dalam membantu pemasaran pada sebuah usaha.

1.4.2 Manfaat Praktis

Pembuatan karya ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya di bidang ilmu komunikasi terkait topik implementasi teori prinsip desain komunikasi visual.

