

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital dan media sosial telah membawa perubahan signifikan dalam cara individu dan komunitas berinteraksi, berbagi informasi, dan memperoleh hiburan. Salah satu platform yang mengalami pertumbuhan pesat adalah Instagram, kesuksesan *Instagram* sebagai platform media sosial dapat kita rasakan. Ketika komunikasi yang kita lakukan sehari-hari menggunakan *Instagram* sudah menjadi sebuah kebiasaan. Kelebihan Instagram dibandingkan dengan platform yang lain terletak pada kontennya yang berupa foto maupun video (Yogantari & Ariesta, 2021). Dengan fitur-fitur seperti feed, story, IGTV, dan reels, Instagram tidak hanya menjadi tempat berbagi momen pribadi, tetapi juga menjadi sarana promosi, dan edukasi.

Menurut (Iqbal & Sembiring, 2024) Instagram reels yaitu video pendek yang dapat menghubungkan komunitas melalui video yang menginspirasi untuk bergabung. Hal ini merupakan cara terbaik bagi kreator untuk menemukan komunitas yang sangat terlibat dan selaras dengan minat mereka. Reels merupakan fitur berbagi video dengan durasi 90 detik yang dimiliki Instagram agar pengguna dapat mengunggah video pendek yang dapat diedit dan direkam langsung pada aplikasi Instagram sehingga pengguna dapat berbagi video kepada sesama pengguna. Namun, sebelum pengguna menonton reels secara utuh, hal pertama yang mereka lihat adalah thumbnail, gambar pratinjau yang muncul di feed atau halaman profil.

Thumbnail berfungsi sebagai pratinjau untuk video yang akan diputar. Ini seperti sampul pada buku, dan seperti sampul buku, itu harus menarik calon penonton untuk ingin melihat lebih banyak. Thumbnail pertama kali digunakan sebagai versi lebih kecil dari gambar digital penuh yang dapat dengan mudah dilihat saat menjelajahi sejumlah gambar di internet. Karena pada masa awal implementasi, jaringan internet yang tidak mampu untuk menampilkan gambar dengan ukuran besar secara langsung. Thumbnail Reels memainkan peran penting dalam menarik perhatian pengguna instagram, karena thumbnail adalah elemen

pertama yang dilihat pengguna sebelum memutuskan untuk menonton video (Ananda et al., 2023). Maka dari itu desain visual thumbnail perlu dirancang secara strategis agar mampu mengomunikasikan isi konten secara singkat, menarik, dan efektif.

Komunikasi visual pada dasarnya memadukan berbagai unsur grafis, estetika, kreatifitas guna menciptakan sebuah media komunikasi yang dapat berfungsi secara efektif sebagai wadah dalam penyampaian sebuah pesan (Micheal kroeger, 2008). Dalam konteks ini, komunikasi visual menjadi elemen utama. Strategi komunikasi visual mencakup bagaimana berbagai elemen seperti warna, tipografi, ilustrasi, teks, dan layout dikombinasikan untuk menyampaikan pesan secara visual. Konten yang memiliki identitas visual kuat cenderung lebih mudah dikenali dan menarik perhatian pengguna.

Akun Instagram @selingkarforum merupakan salah satu contoh yang menggunakan Instagram sebagai media untuk menarik minat dengan pelanggan. Akun Instagram @selingkarforum merupakan akun media sosial dari perusahaan PT Selingkar Literasi Sayang keluarga yang bergerak dibidang Pendidikan. Perusahaan ini menyediakan materi pembelajaran berbasis storytelling dengan pendekatan Bahasa, menghadirkan konteks menarik dibalik setiap bidang ilmu, seperti matematika, sains, budaya, dan teknologi. Perusahaan ini lahir dari keprihatinan terhadap endahnya literasi anak di Indonesia. Dimuali dengan kelas menulis daring mingguan, dan kini mereka menawarkan beragam program seperti kelas Literasi Dasar, Menulis kreatif, Menggambar, dan kelas liburan, yang tersedia secara online maupun offline untuk mendukung literasi dan kreatifitas anak.



gambar 1. 1 Postingan akun @selingkarforum sebelum dan sesudah covid-19

Sumber: akun @selingkarforum

PT Selingkar sejak tahun 2022 memfokuskan program kelas belajar dan promosi produk melalui online dikarenakan terdampak oleh covid 19. maka dari itu perusahaan ini memanfaatkan media sosial berupa Instagram sebagai media untuk promosi dan berbisnis. Akun Instagram @selingkarforum merupakan akun bisnis yang mengunggah postingan-postingan yang berkaitan dengan Pendidikan literasi anak yang dikemas dalam visual yang menarik. Akun ini mengunggah postingan feed dan video reels guna untuk mempromosikan bahwa mereka menyediakan produk pembelajaran interaktif untuk anak yang membuat anak menjadi pembelajar mandiri, yaitu berupa buku pembelajaran, kelas pembelajaran, serta tips agar anak senang dan tertarik untuk belajar. Konten dalam akun ini menggunakan gambar dan visual yang dapat menarik perhatian followers maupun pengguna Instagram lainnya. Akun tersebut membagikan foto maupun video produk pembelajaran interaktif yang mereka miliki, telah mengadopsi Instagram Reels sebagai salah satu metode utama untuk berinteraksi dengan followers mereka, yang terdiri dari individu berusia 25-40 tahun dengan latar belakang sebagai orang tua.

Strategi visual yang diterapkan oleh @selingkarforum pada thumbnail reels patut diteliti karena mencerminkan bagaimana media sosial bisa dimanfaatkan secara efektif sebagai media promosi melalui pendekatan visual. Konsistensi dalam desain, pemilihan elemen visual yang sesuai dengan pedoman PT selingkar dan karakter audiens orang tua muda. Berdasarkan latar belakang diatas peneliti tertarik

untuk melakukan penelitian dengan judul “Strategi Komunikasi Visual Dalam Thumbnail Reels Instagram Sebagai Media Promosi (Studi Kualitatif Pada Akun @selingkarforum)”

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang Masalah di atas, maka rumusan masalahnya yaitu, Bagaimana strategi komunikasi visual diterapkan dalam thumbnail reels pada akun @selingkarforum sebagai media promosi?

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian lebih terfokus dan tidak meluas dari pembahasan yang dimaksudkan maka skripsi ini membataskan ruang lingkup penelitian sebagai berikut:

1. Data diambil dari penyajian thumbnail reels pada bulan februari sampai dengan juni 2023.
2. Fokus penelitian hanya pada Instagram khususnya fitur Reels, dan tidak mencakup platform media social lainnya atau fitur Instagram lainnya.
3. Hanya thumbnail Reels dari akun Instagram @SelingkarForum yang akan diteliti.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan penelitiannya yaitu untuk Mengidentifikasi strategi komunikasi visual dalam desain thumbnail reels.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang ingin dicapai dari hasil penelitian ini terbagi menjadi dua bagian, yaitu:

Manfaat Teoritis:

Memberikan wawasan tentang penerapan teori komunikasi visual dalam desain media digital.

Manfaat Praktis:

Memberikan panduan bagi kreator dalam mendesain thumbnail yang efektif untuk promosi.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika yang diajukan dalam skripsi ini adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini menerangkan tentang Latar Belakang, Rumusan, Batasan Permasalahan, Tujuan, Manfaat, dan Sistematika Penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini akan menjabarkan landasan teori yang berhubungan dengan judul skripsi serta tinjauan Pustaka terhadap penelitian terdahulu sebagai penunjang untuk mengelola dan menganalisis data yang sudah diperoleh baik secara langsung maupun tidak langsung.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini akan mengemukakan secara singkat tentang metode penelitian yang akan digunakan dalam menyelesaikan penelitian.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan menjabarkan mengenai hasil dari penelitian. Untuk mendapatkan jawaban dari rumusan masalah yang telah disusun, penelitian ini akan dijabarkan berdasarkan hasil wawancara.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini berisi kesimpulan dan saran setelah ditemukannya hasil dan pembahasan dalam penelitian ini.