

PEMILIHAN INFOGRAFIS PADA DESAIN LAYOUT COVER KORAN HARIAN METROPOLITAN

Ahmad Jiddan¹, Agustini², Undang Suryatana³

Program Studi Sains Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas

Djuanda, Jl. Tol Ciawi No.1 Kotak Pos 35 Bogor 1672

Email : ahmdjiddan@gmail.com +627825323731

ABSTRAK

Desain koran menunjukkan karakter, kesan dan khasnya masing – masing bagi Perusahaan media cetak, juga dijadikan alat untuk berkomunikasi. Koran sangat membutuhkan perancangan untuk pengutaraan tampilan yang tujuannya adalah menjadi perhatian, dan menciptakan pesan, sehingga jika seseorang melihat sekejap akan mempunyai ketertarikan membaca. Persis dengan Koran Harian Metropolitan yang ada di Kota Bogor yang memiliki personalitas baik itu dalam konten berita maupun tampilan di halaman cover (depan).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui proses pemilihan infografis yang digunakan cover koran Harian Metropolitan. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif yang berdasarkan pada filsafat postpositivisme, dengan Teknik pengumpulan data yang dilakukan secara triangulasi (gabungan). Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemilihan infografis merupakan pesan komunikasi visual pada cover koran Harian Metropolitan bisa mempengaruhi daya tarik untuk pembaca. Infografis pada cover koran Harian Metropolitan terdapat pada proses pembuatan layout cover koran yang memiliki elemen-elemen komunikasi visual. Kesimpulan penelitian ini menunjukkan bahwa infografis desain Layout Koran Harian Metropolitan masih menimbulkan daya tarik bagi masyarakat. Pada era serba digital saat ini, banyak media yang memanfaatkan kemajuan teknologi dengan melakukan proses pemberitaan, yang tidak lagi menggunakan media cetak. Terdapatnya cara pandang seperti itu dilandasi atas teknologi yang semakin berkembang pesat.

Kata Kunci: Infografis; Layout; Cover Koran

PENDAHULUAN

Press digunakan sebagai alat penyaluran mengenai pemberitaan umum dari berbagai hal. Press memiliki kapabilitas dan kompetensi sebagaimana lembaga

melakukan penataan opini publik. Media bisa berprogres menjadi sebuah pengapit atas suatu ide hingga berbagai keperluan atau suatu imaji yang dijabarkan media untuk disimpan pada lingkup kehidupan observasional. Karena khalayak tidak hanya menggubris sebuah berita atau informasi yang dibuat media, tetapi tersusun dalam sebuah realita. Media berhak menjabarkan isu yang eskalasi sehingga bisa menjadikan berita aktual. Dengan ini, media sebagai pelaku perancang berita mampu menjabarkan suatu keadaan berdasarkan bahasa jurnalis. (Jumroni, 2016)

Desain Komunikasi Visual bisa diyakini menjadi ilmu yang mempunyai arah mempertimbangkan gagasan komunikasi dan ekspresi imajinatif melintasi berbagai media untuk menyuarakan pesan serta ide pokok secara pengelihatan juga mengemas elemen desain yang berupa warna, bentuk, ilustrasi, font, serta layout. Dengan begitu, ide pokok bisa diperoleh bagi individu atau kelompok yang jadi tujuan penerima pesan. Dengan begitu, tujuan Desain Komunikasi Visual adalah komunikasinya. (Sri Wahyuni: 2022).

Desain Koran menonjolkan gaya, karakter, kesan dan ciri khas eksklusif bagi publisher, dan menjadi media komunikasi. Koran perlu perancangan dalam penyajian visualnya, oleh sebab itu mendapatkan tujuan utamanya dengan menarik perhatian, dan membuat pesan, sehingga seseorang saat melihat sepintas langsung memiliki ketertarikan membaca. Persis dengan koran lokal Harian Metropolitan yang memiliki karakteristik baik itu dari berita maupun desain cover visual pada halaman cover (depan). Perusahaan media dituntut untuk memperlihatkan cover koran atau desain visual yang memiliki daya tarik, sebab saat ini tuntutan pembaca koran selain isi konten berita yang sesuai fakta, juga desain cover yang menarik.

Infografis memiliki sebagai teks dalam yang di buat sedemikian rupa hingga menjadi gambar. Hal ini karena kemampuan gambar yang sanggup menjabarkan arti

makna yang lebih jauh dari pada kata, terutama jika gambar itu di desain untuk menjabarkan gagasan. Dari gambar, bahkan orang yang mengidap tuna aksara, bisa memperoleh informasi dengan lebih efisien. Infografis memperlihatkan energi gambar lebih efisien, untuk memperlihatkan lebih jelas gambar yang ditawarkan. (Hartanto, D. D. 2021).

METODE PENELITIAN

Menurut (Sugiyono, 2019 : 9) metode kualitatif merupakan metode dasar penelitian yang utuh dari filsafat postpositivisme, dipakai untuk melakukan penelitian saat kondisi obyek alami, dimana peneliti merupakan instrument kunci, teknik pengumpulan data ini dilaksanakan secara gabungan (trianggulasi), interpretasi dari data mempunyai karakteristik kualitatif atau induktif dan merupakan penelitian kualitatif lebih mempresentasikan arti dari pada generalisasi.

TEORI YANG RELEVAN

Pesan Komunikasi Visual

Proses komunikasi memiliki kandungan pesan komunikasi. Yang mana pesan menjadi bagian komunikasi utama yang ada, agar komunikasi dapat berjalan dengan baik, arti lain, saat mekanisme komunikasi yang berjalan memiliki kandungan atau kandungan dari komunikasi. Pesan merupakan dimensi kandungan komunikasi yaitu seperti apa yang dikatakan. Meskipun, pesan komunikasi tidak kecuali apa yang dimuat secara verbal, bisa juga terkait apa yang disajikan dalam kemasan non-verbal. (Nurhadi, Z. F., & Kurniawan, A. W. 2018). Dimensi isi menjurus kepada pesan komunikasi. Pesan komunikasi memiliki korelasi dengan seperti apa mekanisme atau bagaimana penyampaian pesan. Yang artinya terdapat korelasi pesan atau isi

komunikasi dengan memiliki komponen lain seperti frekuensi dan media komunikasi.

Komunikasi Visual

Komunikasi Visual bisa dicermati sebagai ilmu yang menjurus untuk mengamini konsep komunikasi, juga ungkapan ekspresif melewati berbagai media untuk mengutarakan gagasan dan pesan berupa visual yang menggodok elemen grafis yang meliputi warna, bentuk, ilustrasi, tipografi dan juga layout. Dengan ini, suatu gagasan dapat cerna oleh individu atau kelompok yang merupakan tujuan penerimaan pesan. Dengan ini, hal utama dari desain komunikasi visual adalah komunikasi (Wahyuni, 2022).

Desain Komunikasi Visual

Desain komunikasi visual bisa dicermati sebagai ilmu yang dapat dipelajari dari konsep komunikasi dan pengutaraan imajinatif melalui berbagai macam media dalam menyebarkan ide pokok dan pesan secara visual dengan memangku elemen desain grafis berupa warna, bentuk, ilustrasi, tipografi, dan layout. Bersamaan dengan ini, gagasan dapat dicerna oleh individu atau sekumpulan orang tertentu yang menjadi tujuan penerima pesan. (Wahyuni: 2022).

Infografis

Infografis adalah kata singkat dari Information Graphics. Infografis meliputi visualisasi data, keterangan, gagasan dan pembelajaran melalui grafis, jadwal, bagan, dan lainnya agar data, keterangan, gagasan dan pembelajaran dapat disampaikan tidak hanya berupa naskah dan mempunyai pengaruh visualisasi yang kuat dan menarik. Dengan ini akan menambah

minat baca untuk memahami data, keterangan, gagasan dan pembelajaran lebih tangkas dan akurat.

Tujuan dibuatnya infografis ialah:

1. Menginformasikan pesan yang rumit menjadi ringkas .
2. Bisa menjabarkan informasi yang lebih tangkas dan akurat.
3. Menjelaskan data lebih ringan.
4. Dapat mengawasi secara runtut setiap spesifikasi peralihan.

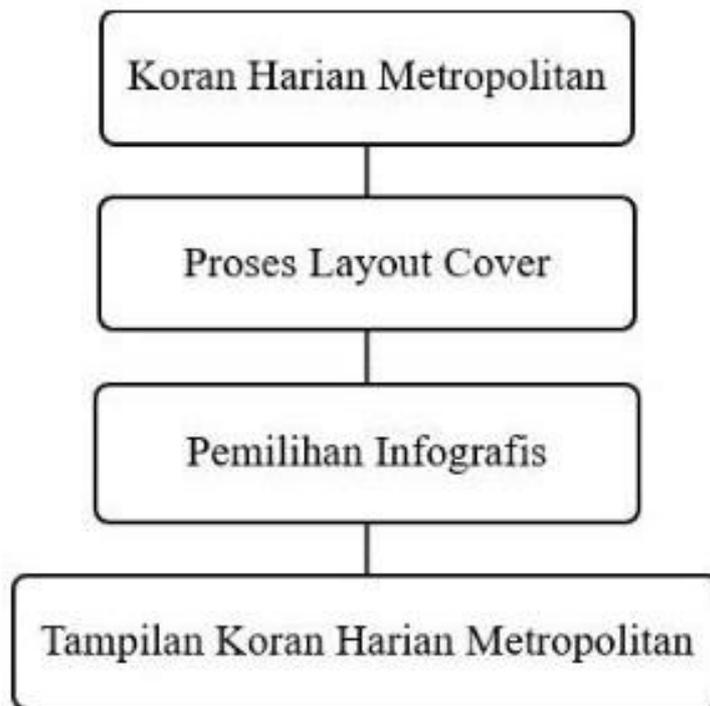
Menurut Krum, infografis memiliki tujuan yang persis seperti public speaking. Tujuan infografis terbagi tiga kategori yakni menyebarluaskan, mengalihkan dan mengajak audience, sehingga dapat menjadi perhatian untuk membaca, menyempatkan agar membaca, merumuskan dan melaksanakan sesuai sesuai isi infografis (Krum, 2013)

Kerangka Konseptual

Deskriptif

Infografis desain pesan komunikasi visual ini menjadi acuan untuk penampilan layout cover koran Harian Metropolitan, dimana suatu produk cover koran mencakup beberapa indikator seperti warna, bentuk, ilustrasi, typografi, infografis. Indikator tersebut bagian dari penyatuan yang dikemas dalam layout supaya tampilan cover koran dapat menarik perhatian, seperti yang terlihat pada bagan berikut dibawah ini.

Bagan Kerangka Konseptual



Bagan 1. Kerangka Konseptual Pemilihan Infografis Pada Desain Layout Cover Koran Harian Metropolitan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menghasilkan pembahasan terkait hasil dari pembuatan infografis dalam proses layout pada halaman cover koran Harian Metropolitan, semua elemen disesuaikan terlebih dahulu melalui proses *Dummy*. Berawal dari pemilihan pola berdasarkan referensi yang dimuat, dilanjut penyesuaian warna yang cocok, font yang sudah sesuai dengan ketentuannya, dan ilustrasi data infografisnya dibuat sedemikian rupa yang bertujuan menampilkan hasil layout cover koran yang menarik bagi pembaca.

Dalam penelitian ini telah menguraikan bagaimana hasil dan analisis data mengenai proses pembuatan infografis layout cover koran di Harian Metropolitan yang meliputi proses pemilihan warna, bentuk, ilustrasi, tipografi, dan layout. Berkenaan dengan hal tersebut ditemukan temuan yang menunjukkan bahwa daya tarik desain cover koran di Harian Metropolitan melewati proses terakhir, dengan melalui daya tarik layout.

Hasil dari pembahasan, penelitian ini menguraikan proses pembuatan layout cover koran Harian Metropolitan, yang dimana semua elemen infografis yang disesuaikan untuk kebutuhan pembuatan layout cover koran melalui proses “dummy” hingga cover koran memiliki daya tarik

KESIMPULAN

Berdasarkan pada hasil penelitian, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah bagaimana proses desain layout koran Harian Metropolitan masih menimbulkan daya tarik bagi masyarakat. Pada era serba digital saat ini, banyak media yang memanfaatkan kemajuan teknologi dengan melakukan proses pemberitaan, yang tidak lagi menggunakan media cetak. Terdapatnya cara pandang seperti itu dilandasi atas berkembangnya teknologi yang kian hari kian berkembang pesat.

REFERENSI

Buku

- Liliweri, A. (2018). *Prasangka, konflik, dan komunikasi antarbudaya*. Prenada Media.
- Martha, E., & Kresno, S. (2016). *Metodologi penelitian kualitatif*.
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar metodologi penelitian*. literasi media publishing.
- WAHYUNINGSIH, S., & Sos, S. (2022). *KOMUNIKASI VISUAL*.

Jurnal

- Febi, P. (2021). Peran komunikasi visual pada sosial media bisnis pangan dan kuliner di tengah pandemi covid 19. *Ars: Jurnal Seni Rupa dan Desain*, 24(2), 123-128.
- Hartanto, D. D. (2001). Penggunaan Ilustrasi sebagai daya tarik pada iklan media cetak. *Nirmana*, 3(1).
- Jumroni, D. (2011). KEBIJAKAN REDAKSIONAL SURAT KABAR MEDIA INDONESIA DALAM PENULISAN EDITORIAL.
- Listya, A. (2019). Konsep dan penggunaan warna dalam infografis. *Jurnal Desain*, 6(01), 10-19.
- Morissan, M. (2017). The influence of politicians on television content in post-authoritarian indonesia. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 20(3), 204-220.
- Nurhadi, Z. F., & Kurniawan, A. W. (2018). Kajian tentang efektivitas pesan dalam

komunikasi. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran dan Penelitian*, 3(1), 90-95.

Purwati, E. D., Utami, T., & Arifianto, P. F. (2023). ANALISIS VISUAL DESAIN POSTER FILM SQUID GAME 2021.

Sugiyono, S., & Lestari, P. (2021). Metode penelitian komunikasi (Kuantitatif, kualitatif, dan cara mudah menulis artikel pada jurnal internasional).

Sukirno, Z. L. (2020). Etika komunikasi visual influencer pariwisata. *Journal of Tourism and Creativity*, 4(2), 127-138.

Skripsi

Muslim, M. (2018). Varian-Varian Paradigma, Pendekatan, Metode, Dan Jenis Penelitian Dalam Ilmu Komunikasi. *Media Bahasa, Sastra, Dan Budaya Wahana*, 1(10).

Rahmatika, D. (2021). Makna Cover Majalah Tempo "Untung-Buntung Pandemi" Edisi 7-13 September 2020. *Skripsi: Universitas Semarang*.

Ratnawati, M. (2020). ANALISIS LAYOUT DESAIN POSTER SOLO INTERNATIONAL PERFORMING ARTS (SIPA) TAHUN 2009-2018 (Doctoral dissertation, Institut Seni Indonesia (ISI) Surakarta).

TAURAT, N. (2007). *DAYA TARIK UNSUR VISUAL KEMASAN PERDANA ESIA DENGAN MINAT BELI KONSUMEN (Survey Warga RW 05 Kompleks Taman Alfa Indah 31 Mei 2007 sampai dengan 4 Juni 2007)* (Doctoral dissertation, Universitas Mercu Buana Jakarta).

Zahar, I. (2020). Penerapan Model Desain Lima Langkah dalam Tugas Akhir Desain Komunikasi Visual: Evaluasi Kritis. *Jurnal VISUAL*, 15(2).