

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Globalisasi terus terjadi setiap harinya dan membawa banyak dampak bagi masyarakat luas dalam berbagai bidang. Salah satu dampak dari adanya globalisasi adalah munculnya internet. Keberadaan internet membawa perubahan besar bagi masyarakat dan dapat dimanfaatkan dalam berbagai kegiatan di kehidupan sehari-hari mulai dari pendidikan, bisnis, budaya, dan aspek-aspek lainnya.

Nugroho (2006) menjelaskan bahwa puluhan hingga ribuan jaringan komputer yang memiliki koneksi antara satu dan yang lainnya di berbagai belahan dunia yang membentuk internet. Menurut Supriyanto (2009), internet memiliki banyak fungsi, yang pertama sebagai media komunikasi. Tidak dapat dipungkiri bahwa internet membawa beribu kemudahan dalam setiap pribadi melakukan komunikasi satu sama lain. Kehadiran internet membuat setiap orang tidak lagi memerlukan tenaga, waktu, atau bahkan biaya yang banyak untuk dapat berkomunikasi dengan orang lain di seluruh dunia.

Komunikasi yang dilakukan melalui internet juga sangat praktis, dapat melalui berbagai fitur salah satunya adalah fitur *chat*. Lebih lanjut Supriyanto (2009) menjelaskan bahwa fungsi kedua dari internet adalah sebagai media informasi. Kini, setiap pribadi yang mengakses internet dapat dengan mudah menemukan berbagai informasi yang sedang dibutuhkan, bahkan kini membaca buku ataupun majalah dapat dilakukan melalui internet, yaitu berbentuk *e-book*.

Fungsi ketiga dari internet adalah memudahkan dalam melakukan akses terhadap berita. Informasi kini telah menjadi kebutuhan pokok setiap manusia, dan adanya internet memudahkan setiap manusia untuk mengetahui berita terkini yang dapat diakses tanpa terbatas ruang dan waktu, dan berbagai fungsi lainnya (Supriyanto, 2009).

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang didukung oleh adanya internet juga membuat banyak adaptasi baru, salah satunya adalah munculnya *new media* atau media baru di kalangan masyarakat. Media ini mulai menggeser penggunaan media konvensional yaitu televisi, koran, majalah, dan lain sebagainya. Media baru menjadi media mayoritas yang digunakan oleh berbagai kalangan masyarakat.

*New media* didefinisikan sebagai bermacam teknologi komunikasi yang telah mendapatkan pengaruh digitalisasi. Media ini memanfaatkan internet dalam proses penggunaannya yaitu *media online*, sehingga lebih bersifat fleksibel dan dapat

dimanfaatkan secara privat maupun massal (Mondry, 2008). Salah satu bentuk nyata media baru yang banyak digunakan oleh masyarakat sebagai media informasi adalah *website*.

Yuhfizar (2016) mendefinisikan *website* sebagai kumpulan halaman web yang saling berhubungan dan disatukan dalam satu domain yang berisikan informasi di dalamnya. *Website* juga didefinisikan sebagai kumpulan halaman yang mengandung informasi digital dalam bentuk teks, gambar, video, hingga audio atau bentuk animasi lainnya yang dapat diakses apabila terhubung dengan internet (Abdullah, et al., 2016).

Berdasarkan data yang dikeluarkan oleh Internet Live Stats dalam Kompas.com, jumlah *website* pada tahun 2021 sebanyak 1,89 miliar domain dan tentunya terus berkembang hingga saat ini. Banyaknya jumlah *website* dan bertambahnya jumlah *website* setiap harinya membuat tim dibalik sebuah *website* harus memerhatikan berbagai faktor yang ada pada *website* agar tetap menarik untuk diakses oleh audiens dibandingkan dengan *website* lain. Beberapa faktor yang menjadi pertimbangan audiens untuk mengakses sebuah *website* adalah kenyamanan, desain *website*, sifat informatif, keamanan pengguna, dan kemudahan komunikasi (Rahadi, 2013).

Sebagai salah satu mahasiswa Ilmu Komunikasi yang berfokus pada peminatan Jurnalistik, saya dan tim memutuskan untuk melaksanakan Tugas Akhir (TA) berupa manajemen media *online* yaitu pembuatan *website*. Berdasarkan riset yang kami lakukan kepada 100 responden melalui *Google Form*, sebanyak 52% responden sering melakukan pencarian informasi mengenai berita kuliner. Hal itu juga dipengaruhi oleh fakta bahwa pangan merupakan salah satu kebutuhan biologis manusia dan salah satu unsur dari budaya yang menunjukkan adanya hubungan sosial.

Kembali membicarakan kuliner, hasil riset kami juga menyatakan bahwa banyak faktor yang memegang peranan penting dalam pemilihan kuliner. Salah satunya adalah pemilihan kondimen pendukung dalam sebuah cita rasa. Oleh karena itu, kami memutuskan untuk membuat *website* yang berisikan informasi berupa ulasan mengenai *food journalism* yang juga dipadukan dengan informasi seputar perkembangan dunia kuliner. Berbeda dengan *website* lain, *food journalism* yang kami sajikan kami khususkan pada kuliner Malang Raya yang tak luput dengan nilai-nilai budaya (Gastronomi).

*Website* atau portal berita kami bernama “kanekabe” dengan domain [www.kanekabe.com](http://www.kanekabe.com). Nama ini didapatkan dari bahasa *walikan* Malang, yang makna aslinya adalah *enak kabeh* atau enak semua. Tentunya portal berita yang kami sajikan menyesuaikan target audiens kami yaitu generasi milenial dengan rentangan umur 17-25 tahun sebagai segmentasi utama, disertai pengemasan berita dan visual yang menarik agar

para pembaca tidak bosan dengan berita yang kami sajikan. Kami menggunakan dua portal media sebagai penunjang *insight website* kami yaitu melalui media sosial Instagram dan Tiktok.

Kami harap hadirnya *kanekabe* dapat memudahkan para pecinta kuliner khususnya di Malang Raya dalam mencari informasi yang relevan mengenai dunia kuliner dengan pengemasan berita secara informatif, *to the point*, dan visual yang menarik. Tidak sampai situ saja, *kanekabe* juga hadir untuk berpartisipasi memberikan edukasi seputar *food journalism* yang sebagian besar berada di wilayah Malang Raya, Jawa Timur.

Salah satu karakteristik *website* yang kami perhatikan adalah mengenai desain grafis yang ada pada *website* *kanekabe*. Sejak awal terbentuknya tim *kanekabe*, pimpinan redaksi langsung mengadakan rapat redaksi untuk melakukan pembagian tugas. Saya, Arkananta Raksa Baruna bertugas sebagai editor grafis dalam *website* *kanekabe* yang bertanggung jawab pada seluruh tampilan atau visual *website* *kanekabe*, begitupun dengan media sosial *kanekabe*. Pemilihan tugas ini didapatkan dari rapat redaksi dengan sistem mempertimbangkan kemampuan masing-masing anggota tim *kanekabe*. Saya memiliki cukup pengalaman dan ketertarikan yang kuat di bidang desain grafis, sehingga saya dipercaya untuk menjadi editor grafis pada *website* ini.

Kembali kepada karakteristik *website* yang dijelaskan oleh Rahadi (2013), desain *website* menjadi salah satu faktor paling penting untuk membuat sebuah *website* menarik untuk diakses oleh audiens. Desain yang menarik dapat meningkatkan “nilai jual” dari sebuah *website*. Lebih lanjut dijelaskan bahwa terdapat beberapa indikator desain *website* yang dapat menjadi acuan, yaitu menarik secara visual, memiliki visual yang profesional (desain yang bersifat HD), mudah dipahami, dan memiliki desain yang konsisten dan saling berhubungan.

Tidak sampai situ saja, menurut penelitian yang dilakukan oleh Monica (2010), ada beberapa hal dalam desain grafis *website* yang harus diperhatikan karena dapat memengaruhi keberhasilan sebuah *website*, yaitu warna, tipografi, dan *layout*. Monica (2010) menjelaskan bahwa warna menjadi salah satu aspek desain yang sangat penting, karena warna menjadi salah satu komponen yang dilihat pertama kali oleh audiens. Oleh karena itu, teori dasar dari sebuah warna harus terus diperhatikan oleh seorang editor grafis. Pemilihan warna pada desain sebuah *website* dapat memengaruhi “kenyamanan” audiens pada saat mengakses sebuah *website*. Bahkan, beberapa warna dapat bersifat “adiktif” atau ketergantungan.

Selanjutnya adalah tipografi, pemilihan tipografi pada sebuah *website* juga harus terus diperhatikan. Pemilihan jenis *font*, tebal tipis, hingga ukuran *font* harus diperhatikan lebih dalam dan dibedakan sesuai kebutuhan seperti pada judul, sub judul, atau isi informasi (Monica, 2010).

Komponen terakhir dalam desain *website* yang paling penting untuk diperhatikan adalah *layout*. Tata letak komponen-komponen desain dalam sebuah media yang dapat memberikan dukungan pada penyampaian pesan disebut dengan *layout*. Tidak terlepas pada penggunaan garis saja, penataan layout desain grafis pada sebuah *website* harus memerhatikan banyak aspek seperti peletakkan menu, peletakkan *section* berita, penempatan logo, hingga *balance* (keseimbangan) antara komponen satu dan komponen lainnya (Monica, 2010).

Penulis menggunakan Adobe Illustrator sebagai media pembuatan desain grafis kanekabe. Laporan ini akan berfokus pada penjelasan deskriptif implementasi komunikasi visual melalui desain grafis pada portal berita kanekabe.com.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Dengan penjelasan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah yang dapat disimpulkan sebagai berikut: Bagaimana implementasi komunikasi visual melalui desain grafis pada portal berita kanekabe.com?

## **1.3 Tujuan Produksi Pesan Media**

Laporan ini dibuat untuk menjawab rumusan masalah yaitu untuk mengetahui pelaksanaan atau perencanaan apa saja yang dilakukan oleh editor grafis dalam komunikasi visual sehingga menciptakan grafis pada portal berita kanekabe.com. Tak hanya itu, juga menjabarkan secara detail seberapa besar peran dari editor grafis bagi portal berita kanekabe.com dalam produksi pesan media melalui desain grafis.

## **1.4 Manfaat Produksi Pesan Media**

Penulis berharap dengan adanya produksi pesan media ini dapat dijadikan representasi kepada mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang yang nantinya akan menjalankan portal berita *online*. Diharapkan juga dapat membantu baik dalam kekurangan, hambatan, maupun keunggulan dari portal berita kanekabe.com. Penulis berharap laporan ini mampu memberikan wawasan mendalam tentang bagaimana implementasi komunikasi visual melalui desain grafis pada portal berita kanekabe.com.