

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Media baru atau *new media* sendiri tidak bisa dipisahkan oleh teknologi internet, karena pada umumnya *new media* sendiri menggunakan teknologi internet sebagai sarana dalam pengaksesannya. Internet kian hari kian berkembang jauh ke ranah publik, bukan hanya di kantor atau universitas saja, tetapi sudah masuk hampir setiap rumah penduduk. Hal ini ditunjang dengan data yang dihimpun oleh APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) tahun 2017. Dari total populasi penduduk Indonesia yang berjumlah 262 juta jiwa, 143,26 juta jiwa penduduk Indonesia telah menggunakan internet. Ini menunjukkan bahwa lebih dari separuh penduduk di Indonesia mengakses internet bukan hanya sebagai pemenuh keinginan melainkan sebagai pemenuh kebutuhan bahkan sudah masuk kedalam gaya hidup.

Media sosial termasuk pada kategori *new media* yang sering digunakan dan banyak dipahami oleh masyarakat umum. Media sosial digunakan untuk berkomunikasi dan bersosialisasi dengan orang yang sudah dikenal maupun orang asing. Beberapa media sosial tersebut di antaranya yaitu Facebook, Twitter, dan Instagram. Dari penelitian *Hootsuite 2020*, Youtube menempati peringkat 1 sosial media yang sering diakses oleh masyarakat Indonesia, disusul dengan Whatsapp di peringkat 2, serta Facebook dan Instagram di peringkat 3 dan 4.

Keberadaan media sosial dengan jumlah peminat yang tinggi menjadikan media sosial sebagai sarana promosi dan lahan bisnis yang menjanjikan bagi individu, kelompok, golongan, maupun perusahaan; tak terkecuali Hard Rock FM. PT. Radio Harini Jaya Mandiri menggunakan beberapa media sosial untuk melakukan kegiatan promosi, salah satunya adalah Instagram. Sejak diluncurkan pada tahun 2010, Instagram yang merupakan media sosial asal Amerika Serikat terus memikat banyak orang hingga menghasilkan banyak pengguna. Instagram yang semula hanya dapat digunakan untuk mengunggah foto saja, kerap melakukan perubahan hingga kini dapat digunakan untuk mengunggah konten video yang tidak hanya berada di menu utama (*feeds*) tetapi juga di fitur Instagram Story yang dirilis pada tahun 2016.

Konten berupa grafis maupun audio visual yang diunggah akun Instagram @hardrockfmsby merupakan bentuk interaksi dengan para *followers*. Selain menjadi sarana interaksi dan komunikasi, akun tersebut juga berfungsi sebagai media pemasaran. Mengingat *followers* dari akun Instagram @hardrockfmsby terdiri dari beragam, mulai dari akun pribadi sampai akun bisnis seperti hotel, otomotif, bank, dan lain-lain. Maka konten grafis dan audio visual hendaknya dibuat semenarik mungkin sesuai dengan segmentasi pasar guna menarik minat pelaku bisnis untuk memasarkan produknya lewat Instagram Hard Rock FM Surabaya.

Penulis memilih radio Hard Rock FM Surabaya sebagai tempat kerja praktek dengan melihat jejak rekam radio yang telah mengudara sejak tahun 2002. Selain di Surabaya, Hard Rock FM juga memiliki beberapa stasiun radio di wilayah berbeda yaitu Jakarta, Bali, dan Bandung. Hard Rock FM Surabaya menargetkan segmentasi pendengar usia 20-30 tahun, pria wanita, Status Ekonomi Sosial (SES) A-B+, dengan perilaku pasar yang konsumtif.

Selama kerja praktik, penulis bekerja di divisi *Advertising & Promotion* (A&P). Tugas utama yang dikerjakan penulis pada divisi A&P berkisar pada bidang desain dimana penulis bertugas untuk mendesain layout untuk postingan di Instagram dan juga mendesain *e-flyer* untuk beberapa event yang diadakan oleh Hard Rock FM. Selain dibidang desain, penulis juga diberi tugas dalam bidang videografi dimana penulis bertugas membuat video berjenis *news story editing* untuk keperluan dokumentasi dan juga bentuk promosi secara tidak langsung.

Penulis melaksanakan kerja praktik selama dua bulan, dimulai dari tanggal 27 Januari – 27 Maret 2020. Jam kerja yang diberlakukan dimulai dari pukul 09.00 WIB hingga 18.00 WIB di gedung Graha Pena Surabaya lantai 12 yang merupakan kantor dari radio Hard Rock FM Surabaya.

I.2 Bidang Kerja Praktik

Bidang kerja praktik yang dilaksanakan penulis adalah konsentrasi media dengan topik produksi desain grafis dan audio visual yang diunggah di akun Instagram @hardrockfmsby.

I.3 Tujuan Kerja Praktik

- a. Untuk mengetahui bagaimana lingkungan kerja yang ada di Hard Rock FM Surabaya.
- b. Untuk mencari pengalaman dibidang *Advertising & Promotion* pada sebuah perusahaan media, khususnya radio.

I.4 Manfaat Kerja Praktik

- a. Menambah pemahaman bekerja di perusahaan radio
- b. Menambah pemahaman tentang divisi *Advertising & Promotion* diperusahaan media

I.5 Tinjauan Pustaka

1.5.1 Media Sosial

Media sosial merupakan salah satu media instan yang memiliki fungsi sebagai alat berkomunikasi satu sama lain. Selain itu, media sosial juga menjadi salah satu sarana untuk mendapatkan sebuah informasi. Menurut Phillip Kotler dan Kevin Keller media sosial adalah sarana bagi konsumen untuk berbagi informasi teks, gambar, video, dan audio dengan satu sama lain atau dengan perusahaan dan sebaliknya.

Meski kehadiran media ini belum terlalu lama –jika dibandingkan dengan media cetak atau media elektronik- media baru atau media *online* merupakan jenis media massa yang pertumbuhannya bisa dibilang sangat pesat. Hal ini juga

diimbangi dengan keunggulan media *online* yang telah disebutkan Suryawati (2011:46), yang antara lain :

1. Informasi bersifat *up to date*

Ini terjadi karena media *online* memiliki penyajian informasi yang lebih mudah dan sederhana.

2. Informasi bersifat *real-time*

Media online mampu menyuguhkan segala informasi pada saat itu juga (*live*)

3. Informasi bersifat praktis

Media *online* dapat diakses kapan dan dimana saja selama terhubung dengan koneksi *internet*.

Beberapa situs media sosial yang tengah populer saat ini, di antara lain ada Facebook, Twitter, Instagram dan lain-lain. Antony Mayfield dalam Wicaksono (2017: 7) menjelaskan bahwa media sosial adalah media dimana penggunanya mudah dalam berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan pesan.

Instagram merupakan aplikasi yang digunakan untuk membagi foto dan video. Instagram sendiri masih merupakan bagian dari Facebook yang memungkinkan teman pengguna dalam Facebook juga bisa menjadi teman dalam Instagram. Semakin populernya Instagram membuat banyak penggunanya terjun ke dalam bisnis online yang mempromosikan produknya, menurut Nisrina (2015) dalam Wicaksono (2017: 7)

1.5.2 Desain Grafis

Grafis didefinisikan sebagai aplikasi dari keterampilan seni dan komunikasi untuk kebutuhan bisnis dan industri. Aplikasi ini dapat meliputi periklanan dan penjualan produk, menciptakan identitas visual untuk institusi, produk, dan perusahaan, dan lingkungan grafis, desain informasi, dan secara visual.

Rahmat Supriyono (2010:136) menjelaskan bahwa desain grafis juga memiliki beberapa elemen-elemen dasar sehingga dapat menghasilkan desain yang harmonis, menarik, dan komunikatif. Elemen-elemen dasar tersebut meliputi:

a. Garis

Garis adalah tanda yang dibuat oleh alat untuk menggambar melewati permukaan. Garis dapat juga merupakan potongan di permukaan yang keras yang biasa disebut grafis. Garis juga didefinisikan sebagai titik-titik yang bergerak. Wujud garis sangat bervariasi diantaranya, garis lurus yang mempunyai kesan kaku dan formal. Garis zig-zag terkesan keras dan dinamis. Garis tak beraturan yang mempunyai kesan fleksibel dan tidak formal. Serta garis lengkung yang memberi kesan lembut dan luwes.

b. Bidang

Segala sesuatu yang memiliki dimensi lebar dan tinggi disebut bidang. Bidang dapat berupa bentuk seperti: segitiga, lingkaran, segiempat, elips, dan lain-lain, Bidang geometris terkesan formal sedangkan bidang yang tidak geometris terkesan tidak formal, santai, dan dinamis.

c. Warna

Warna merupakan elemen grafik yang sangat kuat dan provoaktif. Warna juga salah satu elemen visual yang dapat dengan mudah menarik perhatian audience. Dalam penggunaan warna perlu diperhatikan komposisinya agar tidak merusak citra. Warna-warna soft dapat menyampaikan kesan lembut, tenang dan romantik. Warna-warna kuat dan kontras dapat memberi kesan dinamis, cenderung meriah.

d. Gelap Terang

Dalam desain gelap terang dapat digunakan untuk menonjolkan pesan atau informasi, sekaligus menciptakan citra. Penggunaan warna yang kontras menampilkan citra yang dinamis, enerjik, riang dan harmonis, Sedangkan penggunaan warna yang kurang kontras menciptakan kesan kalem, damai, statis, dan tenang.

e. Tekstur

Tekstur merupakan kualitas permukaan atau kualitas papan atau kualitas kertas. Tekstur dikategorikan menjadi dua, yaitu tekstur *tactile* dan tekstur visual. Tekstur *tactile* adalah nyata, yang bisa dirasakan permukaannya. Sedangkan tekstur visual adalah ilusi, tekstur tersebut memberikan impresi yang sederhana dari tekstur yang nyata.

f. Ukuran

Ukuran adalah seberapa besar atau kecil suatu hal. Besar kecilnya ukuran huruf untuk judul, subjudul, dan teks perlu diperhitungkan. Demikian pula dengan foto, perbedaan ukuran, yang proporsional akan membantu dalam memilih informasi yang perlu didahulukan.

1.5.3 Peran Desainer Grafis

Seperti pada penjelasan tentang desain grafis yang sudah dijelaskan di atas, desain grafis memudahkan dalam menyampaikan sebuah informasi dan membuat sebuah informasi menjadi lebih menarik. Hal ini tidak lepas dari peran seorang desainer grafis. Seorang desainer grafis memiliki tanggung jawab mewujudkan komunikasi verbal menjadi komunikasi visual agar semua pesan dapat diterima dengan mudah oleh audiens. Dengan kata lain, seorang desainer grafis adalah *problem solver* untuk kebutuhan komunikasi dalam bentuk visual.

1.5.4 Videografi

Video merupakan alat komunikasi dengan pengaruh yang tak ada bandingannya. Video itu bisa mengubah sejarah, mengilhami pergerakan tertentu, membagi dan memperkuat emosi, serta membangun komunitas (Stockman, 2014). Videografi adalah media untuk merekam suatu momen atau kejadian yang dirangkum dalam sebuah sajian gambar dan suara yang dapat dinikmati di kemudian hari, baik sebagai sebuah kenangan ataupun sebagai bahan kajian untuk mempelajari apa yang sudah atau pernah terjadi.

Prinsip-prinsip yang perlu diperhatikan dalam videografi menurut Purba (2013) yaitu:

1. Angle: merupakan penempatan atau posisi kamera terhadap suatu sudut tertentu. Dalam menentukan besar kecilnya sudut tergantung dari karakter gambar yang dikehendaki. Dengan sudut pengambilan gambar yang menarik, akan dapat dihasilkan suatu shot yang menarik, dengan perspektif yang unik dan menciptakan image tertentu pada gambar yang disajikan.

Angle dapat dibagi menjadi:

- a. Low angle
 - b. Straight angle
 - c. High angle
 - d. Canted angle
 - e. Subjective camera angle
 - f. Objective camera angle
 - g. Bird eye view
 - h. Frog eye
 - i. Point of View / Over Shoulder Shot
2. Framing: merupakan penempatan objek dalam bingkai layar. *Framing* sangat penting untuk mendapatkan gambar yang seimbang serta enak untuk dilihat. Tujuannya untuk mengonsentrasikan perhatian penonton pada subjek utama dan untuk mencapai gambar yang memiliki daya tarik visual.
 3. Shot: merupakan unit dasar bahasa video. Jika shot tidak berhubungan dengan gambar selanjutnya, maka satu shot hanya menyampaikan sangat

sedikit informasi kepada penonton karena shot merupakan unsur terkecil dari sebuah struktur cerita yang utuh.

4. Komposisi: pengorganisasian elemen-elemen visual dalam *frame*. *Frame* merupakan ukuran secara riil bagi penonton dari apa yang dilihat dan didengar melalui media (pesawat televisi, bioskop, layar gawai dan lain-lain).

5. Tata cahaya: tata adalah susunan atau pengetahuan mengenai penyusunan, sedangkan cahaya adalah terang atau sinar dari matahari, bulan dan lampu. Dalam konteks paket produksi audio visual, tata cahaya adalah suatu kegiatan dan merencanakan pengaturan cahaya-cahaya yang berasal dari beberapa sumber-sumber terhadap orang-orang atau suatu dekorasi atau hal-hal yang lain sehingga merupakan satu kesatuan yang mendukung dan memenuhi persyaratan teknis, artistik, dan dramatik.

6. Editing: Menurut Semedhi (2011) editing merupakan salah satu proses tahapan produksi gambar yang sangat menentukan. Pada dasarnya, editing berguna untuk memperpanjang atau memendekkan waktu; mengontrol waktu; memberikan penekanan terhadap shot tertentu; dan membentuk alur cerita. Editing yang baik akan menghasilkan rekaman yang lancar tidak tersendat-sendat (Atmohoetomo, 1981:34).