

# Desain Konten Instagram Denpost Dalam Upaya Meningkatkan Minat Baca Surat Kabar Pada Remaja

TIURIMMANUELLA PANGUNSIANA SIMORANGKIR<sup>1</sup>, I NYOMAN LARRY JULIANTO<sup>2\*)</sup>, I GEDE MUGI RAHARJA<sup>3</sup>

1. Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia Denpasar
2. Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia Denpasar
3. Program Studi Desain Interior, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia Denpasar

Email : [immanuella.yukki@gmail.com](mailto:immanuella.yukki@gmail.com)

Email korespondensi\*) : [larry\\_smartdesign@gmail.com](mailto:larry_smartdesign@gmail.com)

## ABSTRAK

*Sekarang ini informasi semakin mudah di akses oleh berbagai kalangan luas dengan hadirnya sosial media, sedangkan media cetak koran mulai kehilangan ketenaran di era yang maju sekarang ini, seakan tergantikan oleh pesatnya kemajuan teknologi dan informasi media berita online yang sekarang dapat dengan mudah di akses dimana saja dan kapan saja. Hal ini membuat koran seolah-olah sudah kehilangan tempat di kalangan muda. di karenakan kemajuan zaman saat ini membuat seluruh Kalangan menggunakan smartphone yang mana media berita online lebih update di bandingkan media cetak koran yang hanya memuat informasi terbatas pada bagian tertentu saja. Selain itu, informasi yang di sampaikan bersifat kaku dan tidak bisa di update setiap saat jika ada perkembangan terbaru. Meskipun surat kabar masih eksis hingga saat ini, ironisnya hanya di baca oleh kalangan tertentu di karenakan beberapa faktor. Antara lain informasi yang ada pada koran bisa di pertanggungjawabkan kebenarannya, serta tata bahasa yang di gunakan cenderung baku dan mengikuti aturan jurnalistik. Maka dari itu, media penyedia informasi perlu berinovasi dan beradaptasi dengan kemajuan zaman salah satunya dengan berupaya menciptakan konten pada media sosial salah satunya Instagram sebagai perantara untuk meningkatkan minat baca kaum muda.*

**Kata kunci:** Media Sosial, Konten, Surat Kabar.

## ABSTRACT

*Nowadays information is more easily accessed by people with the presence of social media, while newspapers are starting to lose fame in this modern era, as if being replaced by the rapid advancement of technology and information on online news media which can now be easily accessed anywhere and anytime. This makes it seem as if newspapers have lost their place among young people. Due to the advancement of the current era, people use smartphones, where online news media are more updated than newspaper which only contain information that limited to certain sections. In addition, the information submitted is rigid and cannot be updated at any time if there are new*

*informations. Although newspapers still exist today, ironically they are only read by certain people due to several factors. wherefore the information in the newspaper can be justified, and the grammar used tends to be standardized and follows journalistic rules. Therefore, media information providers need to innovate and adapt to the times, one of which is by trying to create content on social media, such as Instagram as an medium to increase young people's reading interest.*

**Keywords:** *Social media, Content, Newspaper.*

## 1. PENDAHULUAN

Dewasa ini seluruh bangsa pada era global sudah berada pada milenium baru. Oleh sebagian orang, milenium baru abad ke-21 diklaim menjadi era globalisasi yg ditandai dengan semakin pesatnya kemajuan global baik secara fisik juga emosional. Dunia sebagai tanpa batas *borderless world*. Batas-batas fisik suatu negara & batas administrasi pemerintahan seolah-olah tidak berarti lagi. Orang bisa berkelana menjelajah dunia virtual & pula dengan adanya telepon pintar *smartphone*. Dunia tanpa batas terwujud lantaran adanya revolusi komunikasi yg diiringi dengan ledakan teknologi liputan. Berkaitan itu maka seluruh pihak perlu menyiapkan diri secara proaktif. Ada banyak sekali hal yg perlu diperhatikan, contohnya tentang ledakan demografi pada banyak sekali di belahan global, komunikasi & revolusi teknologi juga keluarnya revolusi industri baru. Akan semakin krusial bila dikaitkan pada konteks Pembangunan Nasional Indonesia. Media massa menjadi agen pembangunan mempunyai kiprah yg krusial & signifikan pada rangka pembangunan nasional. Media massa-surat kabar, majalah, radio & televisi semakin sering dijadikan menjadi objek studi. Gejala ini seiring menggunakan kian meningkatnya kiprah media massa itu sendiri menjadi suatu insitusi krusial bagi masyarakat untuk memperoleh informasi. Surat kabar tidak hanya sekedar berperan menjadi asal liputan, namun juga sebagai forum sosial yg melakukan kontrol sosial terhadap jalankan pemerintahan & pembangunan. Tetapi seiring menggunakan makin berkembangnya teknologi, khususnya teknologi liputan maka lewat internet bisa diperoleh banyak sekali liputan yg bisa diakses seluruh pihak tanpa terkecuali. Surat Kabar berubah wujud, bukan lagi menjadi media cetak namun pula sudah sebagai surat Kabar elektronik. Di sisi lain bermunculannya media sosial misalnya facebook, twiter, path, instagram & lain-lain, cara lain masyarakat untuk memperoleh liputan hanya lewat media massa konvensional misalnya surat kabar, majalah, televisi, radio & televisi.

Di masa yang maju seperti sekarang ini sudah tersedia majalah digital, radio internet/*podcast* & televisi internet. Hal ini memberikan efek bagi keberadaan surat kabar cetak sebagai media liputan. Penelitian ini memfokuskan perhatian dalam surat kabar cetak yg dikonsumsi atau dibaca masyarakat menjadi asal liputan & hiburan. Salah satu faktor krusial pada pembangunan merupakan asal daya insan yg berkualitas. Ini bisa dicapai menggunakan pendidikan yg baik. Untuk itu maka generasi belia dewasa ini harus sanggup merogoh momentum pada kerangka sebagai pemimpin nasional pada masa depan. Salah satu aspek krusial ialah dengan peningkatan kualitas pendidikan untuk mendorong generasi belia agar mempunyai minat baca yg tinggi supaya memiliki minat tinggi dalam menyerap informasi berupa liputan & ilmu pengetahuan. Bertitik tolak berdasarkan latar belakang kasus maka bisa diketengahkan rumusan kasus penelitian, yaitu: Apakah & bagaimanakah peranan surat kabar dalam menumbuhkan minat baca remaja? Maka dari itu dengan adanya desain konten yang di sebarluaskan melalui media sosial merupakan suatu upaya yang bisa di

lakukan dalam menumbuhkan minat baca surat kabar pada remaja, tujuannya ialah sebagai perantara melalui media sosial sehingga remaja dapat terpengaruh untuk membaca surat kabar, oleh sebab itu di butuhkan inovasi agar dapat memikat generasi muda sehingga tertarik untuk membaca koran/surat kabar.

Hasil yang di temukan kebanyakan remaja sekarang ini kurang memiliki minat dalam membaca koran dikarenakan topiknya yang mengangkat tentang politik dinilai kurang menarik dan di anggap hanya di tujukan untuk orang dewasa saja, setelah di telusuri lebih lanjut di temukan beberapa proyek serupa dalam upaya meningkatkan minat baca surat kabar pada remaja seperti pada jurnal "*Strategi Komunikasi Jawa Pos untuk Meningkatkan Minat Baca Anak Muda Melalui Rubrik Zetizen*" dalam jurnal ini memuat strategi yang di lakukan dalam upaya meningkatkan minat baca anak muda/remaja salah satunya dengan beradaptasi dan berinovasi dengan kemajuan teknologi yang ada saat ini dengan memanfaatkan media online sebagai sarana prasarana dalam upayanya (Fahmi, Indiyati, & Purbathi, 2019). tujuan dari penciptaan desain konten ini ialah agar dapat meningkatkan minat baca surat kabar pada remaja dengan cara menciptakan desain konten yang menarik dan ramah terhadap remaja dengan menggunakan Bahasa yang santai agar bisa "bergaul" dengan pemikiran remaja dan juga bisa menjadi sumber informasi terpercaya di bandingkan dengan konten tidak resmi yang banyak beredar di media sosial yang perlu di pertanyakan kredibelitasnya. Sehingga para remaja dapat bijak bermedia sosial dan tidak mudah menerima hoax, Konten media sosial memiliki pro dan kontra salah satunya kebenaran informasi yang di sebarakan, ironisnya konten tidak resmi bahkan memiliki lebih banyak *viewers* dan pendukung contohnya konten informasi dari "lamb\* turah" yang kebenaran informasinya perlu di pertanyakan yang bukan media berita informasi resmi, di bandingkan dengan konten dalam suatu media resmi salah satu contohnya nya media sosial denpost. tinjauan teori yang berkaitan dengan desain/penelitian yang ditangani.

### **1.1 Kajian Teori Desain Konten Instagram Denpost**

Sebelum melanjutkan pada proses desain, proses awal ialah menentukan landasan teori yang sesuai dengan penelitian yang di angkat. teori *users grand theory* yaitu Di antara berbagai asumsi tentang efek (pengaruh) media massa, salah satu yang masih bertahan dan berkembang pada tahun-tahun belakangan ini, menyatakan bahwa media massa, dengan memperhatikan pada beberapa isu tertentu dan mengabaikan yang lainnya, akan memengaruhi opini publik. Setelah semua data dianalisa dan dibahas secara mendalam, langkah terakhir adalah dengan menyimpulkan hasil penelitian yang didasarkan pada ruang lingkup permasalahan yang dikaji (Pupung, 2013). Dengan menggunakan *teori Uses & Gratification* yang disebut sebagai pendekatan (approach) dalam proposal yang berjudul "*A 'uses and Gratifications' Approach to Understanding The Role of Wiki Technology in Enhancing Teaching And Learning Outcomes*". Masalah yang dikaji adalah motivasi dan dalam kaitannya dengan penggunaan wiki. Variabel penelitiannya adalah motivasi, adopsi teknologi, dan belajar (Karman, 2013). Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan wawancara kepada bagian Jurnalis Media Online Denpost, selain itu menganalisa penelitian yang berkaitan dengan topik yang di angkat, serta dengan data aktual yang di temukan di lapangan. desain konten yang di ciptakan ialah slide pengenalan surat kabar, lalu konten lainnya berupa ucapan hari raya dan komik strip, obyek yang menjadi permasalahan ialah konten media sosial Instagram Denpost yang saat ini masih belum dikelola dengan baik, Denpost/BaliPost Merupakan suatu Kelompok Media Bali Post (disingkat KMB). merupakan perusahaan yang bergerak dalam media informasi massa yang merupakan salah satu mitra MBKM Magang ISI Denpasar.

## 1.2 Minat Baca Surat Kabar di Kalangan Remaja

Seiring dengan perkembangan teknologi maka telah bermunculan media baca bagi masyarakat lewat jaringan internet. Surat kabar digital dewasa ini telah menjadi suatu hal yang lumrah dan telah menjadi salah satu dari gaya hidup manusia modern. Hal ini masih ditambah dengan bermunculannya media sosial seperti facebook, twiter, path, instagram dan lain-lain. Kehadiran media yang baru ini tentunya membawa pengaruh terhadap perkembangan minat baca sebagian besar masyarakat, khususnya di kalangan remaja. "Perkembangan era revolusi industri 4.0 mempengaruhi adanya perubahan perilaku konsumen dalam proses interaksi secara visual terhadap sebuah medium komunikasi. Berdasarkan pemahaman emotional design dan perubahan perilaku konsumen, maka dapat direlasikan bahwa aspek reflective mengalami pergeseran waktu. Media sosial yang menjadi medium untuk mengomunikasikan pesan secara visual, menjadi refleksi jati diri audience saat „berada“ pada posisi „trending topic“nya sebuah pesan” dikutip dari (Julianto, 2019). Remaja telah menjadikan media sosial sebagai bagian yang tak terpisahkan dari kehidupan mereka. Dengan kata lain media sosial telah menjadi kebutuhan mereka. Banyak informasi yang dapat diperoleh lewat berbagai media sosial tersebut. Dengan sendirinya kehadiran media surat kabar sebagai media konvensional mendapat saingan dengan kehadiran media sosial tersebut. Hal ini tidak bisa di pungkiri karena sedari kecil generasi muda sekarang ini sudah dengan mudah di perkenalkan dengan internet, kemajuan zaman tentu berdampak besar bagi minat baca dalam memperoleh informasi oleh kaum muda, yang terkesan lebih di manjakan karena informasi ada dalam “genggaman tangan” dan mudah di akses oleh siapa saja. faktor yang menyebabkan penggunaan internet yang berlebihan adalah faktor demografis, fatologi, gaya hidup, sifat bawaan *personality trait* (Karman, 2013).

## 2. METODE / PROSES KREATIF

Metode penelitian dilakukan dengan menggunakan metode deskriptif melalui pendekatan secara fenomenologis atau dapat dikatakan berkaitan dengan realita yang ada saat ini. Data visual konten media sosial Denpost secara khusus Instagram akan diuraikan secara deskriptif, Adapun menurut (Sugiyono, 2012) pendekatan deskriptif adalah metode yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data atau sampel yang telah terkumpul sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku umum.

## 3. PEMBAHASAN

Media sosial Instagram denpost memiliki jumlah pengikut yang lumayan banyak yaitu sekitar 4.855 postingan dengan jumlah pengikut 8,866. Hal ini dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan jumlah pembaca dengan cara membuat konten yang berkualitas seperti konten media sosial official media penyedia berita lainnya, hal ini tentu perlu di perhatikan karena muatan konten yang ada pada akun resmi denpost merupakan suatu bentuk perwajahan denpost dalam dunia maya. Namun konten media sosial denpost cenderung bersifat kaku dan kurang mendapatkan perhatian rata-rata hanya berisi hasil screenshot berita *Headline* yang di muat pada portal denpost Dan terakhir di update sejak tanggal 11 desember 2021 dengan jarak waktu sekitar 2/3 hari per postingan. Menurut analisis keterlibatan elemen rangsang visual, berupa headline dan ilustrasi sebagai stimulus dalam menghasilkan respon dari informasi yang disampaikan pada media berita online. (Swandi & Julianto, Analisis Ilustrasi dan Headline pada Media Berita Online Terhadap Kesiapan Mental Pasca Pandemi Covid-19 di Bali, 2020). Dan *Teori Uses and Gratifications* dipaparkan ialah pengaruh media massa dalam hal ini surat kabar terhadap masyarakat. Di antara berbagai

asumsi tentang efek (pengaruh) media massa, salah satu yang masih bertahan dan berkembang pada tahun-tahun belakangan ini, menyatakan bahwa media massa, memperhatikan pada beberapa isu tertentu dan mengabaikan yang lainnya, akan memengaruhi opini publik. Orang cenderung mengetahui tentang hal-hal yang disajikan oleh media massa dan menerima susunan prioritas yang ditetapkan media massa terhadap berbagai isu tersebut. Dalam kaitan ini maka teori yang relevan adalah teori Uses and Gratifications. Asumsi teori ini adalah bahwa publik menggunakan media untuk memenuhi berbagai kebutuhannya untuk mencapai apa yang diharapkan. Teori ini menggambarkan pula bagaimana publik menggunakan media untuk memuaskan berbagai kebutuhan. Audiens proaktif dan mencari media yang dapat memenuhi kebutuhannya. Publik memilih apa yang mereka ingin lihat atau baca. Media bersaing untuk memenuhi kebutuhan individu publik. Pengertian Komunikasi Massa ialah Mengartikan komunikasi massa merupakan komunikasi yang menggunakan media massa, tidaklah salah karena komunikasi massa memang memerlukan media massa (Wahyuni, 2013). Untuk berlangsungnya suatu kegiatan komunikasi, minimal diperlukan tiga komponen, yaitu source, message, destination atau komunikator, pesan dan komunikan. Apabila salah satu dari ketiga komponen tersebut tidak ada, maka komunikasi tidak dapat berlangsung.

Proses Komunikasi Massa Pengertian proses komunikasi massa pada hakekatnya merupakan proses pengoperan lambang-lambang berarti, dilakukan terhadap saluran (channel) biasanya dikenal dengan media printed (press), media auditif (radio), media visual (gambar, lukisan) atau media audio visual (televisi dan film). Yang dimaksud dengan media di sini adalah alat yang dapat digunakan untuk mencapai massa (sejumlah orang yang tidak terbatas). Komponen Komunikasi Massa Everret M. Rogers mengatakan bahwa dalam kegiatan komunikasi ada empat elemen yang harus diperhatikan, yaitu source, message, channel dan receiver. Kemudian komponen tersebut dirinci kembali menjadi lima bagian oleh Wilbur Schraman, yaitu: source, (sumber), Encoder (komunikato), signal (sinyal/tanda), decoder (komunikan), destination (tujuan). Kelima komponen tersebut sesuai dengan paradigma Harold D. Lasswell yakni *who-say what-in which channel-to whom-with what-effect*. Komponen-komponen tersebut merupakan suatu syarat yang harus ada dalam suatu proses komunikasi, baik pada komunikasi interpersonal, komunikasi kelompok, maupun komunikasi massa. Surat Kabar Sebagai Media Komunikasi Massa Seperti yang sudah diuraikan di atas bahwa komunikasi massa adalah komunikasi dengan menggunakan media massa, yaitu surat kabar, majalah, radio dan televisi. Penelitian ini menekankan dan berfokus pada surat kabar sebagai media massa yang memiliki multi fungsi.

Denpasar Post (DenPost) adalah surat kabar harian yang terbit di Bali, Indonesia. Surat kabar ini termasuk dalam Kelompok Media Bali Post (KMB). Kantor pusatnya terletak di Geung Bali Post Jl. Kpeundung 67 A, Denpasar Utara. Beredar di seluruh wilayah Bali. Koran ini pertama kali terbit pada 1 Oktober 1998. Harian DenPost diterbitkan oleh Koperasi Tarukan Media Dharma, koperasi karyawan yang tergabung dalam Kelompok Media Bali Post (KMB). Pada tahun pertama, segmen liputan surat kabar DenPost bukanlah kriminal dan keamanan, tetapi politik. Bentuknya pun dalam format tabloid 16 halaman. Pada saat hari-hari pertama penerbitannya, berlangsung Kongres I PDI Perjuangan di Sanur yang menaikkan Megawati Soekarnoputri sebagai ketua umum. Pada tahun kedua DenPost berubah format bentuk dari tabloid ke ukuran koran biasa. Ini karena seretnya perkembangan oplah yang diduga oleh manajemennya, bentuk tabloid kurang begitu memikat pasar. Pada akhir tahun kedua, perkembangan oplah kurang menggembirakan. Demikian juga perkembangan iklan sebagai tulang punggung pemasukan media pers, tak kunjung membaik. Ada dugaan manajemen saat itu bahwa segmen liputan politik kurang mampu mendongkrak iklan dan penjualan

koran. Masuk tahun ketiga, Harian DenPost mengubah segmentasi liputannya menjadi koran kriminal dan keamanan. Namanya pun disingkat jadi Harian DenPost. Pemasaran eceran harian ini digabung satu paket dengan harian Bali Post. Hingga akhir 2005 oplah harian ini mencapai 30.000 eksemplar dengan penyebaran sebagian besar di Denpasar, Badung, Tabanan dan Gianyar, serta kota-kota lain di Bali (Suyadnyana, 2020).

### 3.1 Perwajahan Media sosial Instagram Denpost

Dari Wujud Konten media sosial Instagram Denpost saat ini masih terbatas ditinjau secara langsung melalui akun media sosial denpost yang hanya berisi konten yang memuat berita hasil screenshot yang ada pada portal berita denpost.id, di tinjau dari tanggal 28 september 2021 mulai sering di gunakan konten yang berupa hasil screenshoot saja dengan resolusi yang tidak terlalu baik. Dilihat dari konten yang ada pada akun Instagram denpost memiliki sedikit pengunjung yang berinteraksi terhadap sekian banyak postingan-postingan yang sudah dimuat, selain itu juga bersifat monoton dan kurang kreatif dalam membuat konten agar menarik minat pembaca. Seharusnya antara portal Denpost dan sosial media salah satunya Instagram haruslah memiliki perbedaan konten yang di muat sehingga tidak terkesan sekedarnya saja agar ada postingan konten yang di muat pada akun Instagram resmi denpost, hal ini Dikarenakan pandemi Covid-19, denpost baru mulai merambah ke media sosial dan baru mulai dijalankan sejak 1 Januari 2020, di sebabkan oleh pandemi ini dilakukan pengurangan tenaga kerja sebanyak 75%. Dan di pangkas sedemikian rupa sehingga beberapa pekerja yang sebenarnya tidak pada bidangnya bertanggung jawab pada beberapa tugas yang seharusnya memerlukan SDM khusus yang bisa mengelola suatu platform digital khususnya media sosial denpost yaitu instagram. Di kutip dari ( Swandi & Julianto, MAKNA PESAN VISUAL PADA MEDIA INFORMASI BERBASIS ONLINE TERHADAP PASCA PANDEMI COVID-19 DI BALI, 2020) “pemahaman terhadap tahapan proses berkehidupan pasca pandemi Covid-19, merupakan hasil dari proses organisme atau ‘tahapan belajar’ akibat adanya stimulus yang diterima oleh masyarakat sebagai khalayak pembaca, selama berlangsungnya masa pandemi Covid-19 di Bali”. Sesuai dengan penelitian yang di lakukan dampak yang terjadi akibat Covid-19 dan di temukan di lapangan, Setelah di tinjau lebih lanjut ada alasan tertentu menggunakan screenshoot dari portal Denpost.id sebagai konten pada akun Instagram Denpost, dikarenakan Reposter yang dengan mudahnya mengambil berita jika di link langsung pada portal website denpost. Maka dari itu di perlukan konten yang di olah sedemikian rupa dengan menampilkan *Watermark* Denpost dengan jelas untuk menghindari “Pencurian Konten” .



Gambar 1. Konten Instagram denpost berupa *screenshoot* (Sumber :

[https://www.instagram.com/p/CXDa3Weltt3/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link](https://www.instagram.com/p/CXDa3Weltt3/?utm_source=ig_web_copy_link), 2021)

Pada tanggal 24 september 2021 konten Instagram Denpost sempat menggunakan template dalam selang beberapa minggu saja, namun di tinjau dari desain template yang digunakan dinilai kurang menarik dari segi pemilihan warna antar text dan desain template yang terkesan usang dan kurang menarik bagi kaum remaja, diperlukan pendekatan melalui desain yang dapat menarik bagi kaum muda dengan cara mengikuti perkembangan kekinian dan melakukan improve terhadap konten media sosial Instagram denpost, Yaitu dengan cara mendisain sedemikian rupa konten media sosial instagram sehingga bisa menjadi perantara agar remaja sekarang ini sehingga mau membaca surat kabar, setelah di tinjau template yang di gunakan berkaitan langsung atau terhubung dengan portal Denpost.id, hal ini membuat media sosial Denpost kekurangan konten jika mengandalkan informasi yang di sebar dari portal (DENPOST.id, Kasus Gantung Diri di Jembatan Bangkung, Korban Diduga Anggota TNI, 2021).



**Gambar 2. Konten Instagram denpost terakhir kali menggunakan template (Sumber : [https://www.instagram.com/p/CUM542ihP64/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link](https://www.instagram.com/p/CUM542ihP64/?utm_source=ig_web_copy_link), 2021)**

Berisi berita headline pada Instagram Denpost (DENPOST.id, Polsek Padang Bai Sita Puluhan Kendaraan Tak Berdokumen Lengkap, 2021). Yaitu berupa sepotong berita yang bisa di baca lengkap pada portal denpost. Amlapura, DENPOST.id Jajaran Polsek Perairan Padang Bai, menyita puluhan kendaraan sepeda motor tak berdokumen yang hendak diseberangkan ke Pulau Lombok melalui Pelabuhan Padang Bai, Desa Padang Bai, Kecamatan Manggis, Karangasem. Hal ini terungkap saat dilakukan razia pemeriksaan barang bawaan dari, Senin (20/9/2021) hingga Kamis (23/9/2021). Kapolsek Perairan Padang Bai, Kopol Made Suadnyana, Jumat (24/9/2021) memutarakan 1.3

### **3.2 Komik Strip Sebagai konten Media Sosial Dalam Upaya Meningkatkan Minat baca pada remaja**

Konten Media Sosial berupa komik strip sekarang ini sangat umum dapat dengan mudah di temukan di internet Konten Komik strip di nilai cocok dalam upaya meningkatkan minat baca remaja secara khusus maupun anak-anak, “Komik merupakan media Baca yang di gemari siapa saja, khususnya Remaja” (Zamzami, 2014). berdasarkan hasil penelitian yang di lakukan (Ipriyanto, 2021) “adanya media komik strip dapat menarik minat belajar siswa secara cepat menguasai pelajaran terutama salam kemampuan membaca, Media komik melibatkan banyak indera untuk berinteraksi dengan isi pembelajaran.” Adanya media ini proses pembelajaran jadi sangat menyenangkan dan lebih aktif dalam proses pembelajaran.

menggunakan media komik strip untuk proses belajar mengajar dalam pembelajaran membaca dan terlebih lagi media komik juga dapat membantu guru dalam proses belajar mengajar di kelas. Defisi komik, adalah suatu bentuk kartun yang menungkapkan karakter dan memerankan suatu cerita dalam urutan yang erat dihubungkan dengan gambar untuk memberikan hiburan kepada para pembaca (Sudjono, 2011). Sedangkan, komik strip, ialah sebuah gambar atau rangkaian gambar yang berisi cerita. Biasanya terdiri dari 3 sampai 6 panel atau sekitarnya. Penyajian isi cerita juga dapat berupa humor atau cerita yang serius dan menarik untuk disimak setiap periodenya hingga tamat atau berlangsung selama harian maupun mingguan.

### 3.3 Desain konsep konten Perwajahaan Media Sosial Instagram Denpost

Konsep konten media sosial Instagram denpost ini di ciptakan sebagai *Visual identity*. Konten visual memberikan pengaruh yang signifikan untuk menarik minat pengguna Instagram secara khusus di tujukan pada kaum remaja. Menjadikan konten Instagram sebagai perantara dalam upaya meningkatkan minat baca generasi yang lebih muda. Selain itu juga fungsi desain konten ini sebagai bentuk perwajahan denpost dalam sosial media sehingga memiliki kesan mengikuti kemajuan zaman dengan menerapkan desain yang mudah di pahami dan tidak ketinggalan zaman dengan menggunkan warna-warna yang menampilkan ciri khas Denpost dan juga Desain konten di buat sedemikian rupa agar menarik minat pembaca kekinian. Dengan menampilkan sepotong berita yang di olah sedemikian rupa agar membuat penasaran pembaca dan mau mencari tau lebih lanjut mengenai informasi yang di sampaikan melalui konten, pada slide pertama di tampilkan berita yang menarik dan mengikuti dengan perkembangan terbaru yang terjadi saat ini, lalu di olah menjadi desain yang relavan dengan pemilihan warna yang sesuai dengan *image* Denpost. Dilengkapi dengan keterangan nomor, halaman, serta website denpost pada bagian bawah, sebagai identitas lebih lengkap mengenai postingan konten yang di sebarluaskan. Contoh berita yang sudah di olah menjadi desain konten di ambil dari surat kabar denpost (Denpost/ist, 2021).



Gambar 3. Konsep Desain Konten Instagram dari kutipan surat kabar denpost slide 1 (Sumber : Dokumentasi Penulis, 2021)

Pada slide ke dua bertujuan untuk mempengaruhi atau mengajak dengan menggunakan kata-kata yang bersifat persuasif yaitu berupaya untuk mengajak pembaca agar mau mencari tahu lebih lanjut mengenai berita/informasi yang ada pada slide pertama, sebagai contoh yaitu "Baca selengkapnya pada media cetak Denpost"



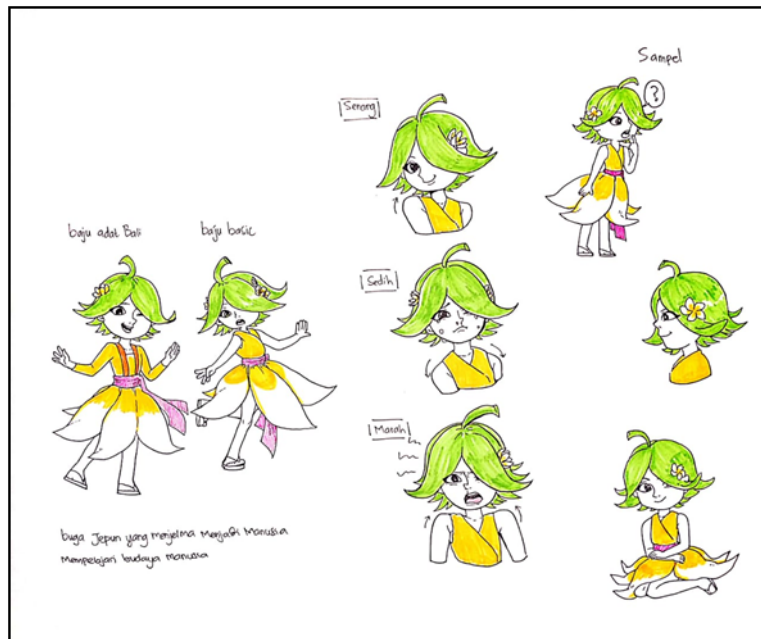


**Gambar 4. Konsep Desain Konten Instagram dari kutipan surat kabar denpost slide 2 (Sumber : Dokumentasi Penulis, 2021)**

Selain itu juga di perlukan konten yang bersifat menarik dan Informatif serta menghibur sebagai contoh berupa infografis, desain ucapan hari Raya besar keagamaan atau libur nasional, serta komik strip, dalam koran denpost sendiri memiliki beberapa perubahan yaitu setelah covid selain pengurangan tenaga kerja di pangkas dan di minimalkan sedemikian rupa juga di lakukan pengurangan halaman koran yang sekarang berisi 4 halaman saja. sebelum pandemi ada halaman khusus yang memuat komik, namun sekarang sudah tidak ada lagi maka dari itu komik bisa menjadi konten pada sosial media denpost tanpa menghilangkan ciri khas komik pada koran, karena media sosial tidak memiliki keterbatasan dalam menambahkan konten, maka media sosial instagram ini lah yang paling cocok digunakan sebagai media alternative dikarenakan pengurangan jumlah halaman surat kabar tersebut. Sehingga tetap eksis hingga keberadaan komik yang ada pada koran tetap ada namun berpindah media saja.

### **3.4 Desain Konsep Karakter Si Jepun**

Konsep desain konten berupa komik strip salah satunya juga dapat menarik minat kaum muda yang kebanyakan menyukai visual yang menarik, maka di rancang suatu karakter bernama Jepun yang merupakan bahasa bali dari bunga kamboja. si jepun merupakan suatu karakter yang muncul dari koran karena keterbatasan halaman si jepun kini di era yang modern menjelajah dunia maya sebagai karakter yang memberikan informasi serta menghibur. Si jepun di desain sedemikian rupa agar tetap menonjolkan budaya bali, terinspirasi dari bunga jepun yang merupakan bunga wajib yang menjadi agenda dalam acara adat istiadat maupun upacara keagamaan hindu bali mencakup kebudayaan bali secara keseluruhan. Bunga ini dapat dengan mudah di temukan di pulau dewata yang kaya akan budaya yang masih terjaga hingga sekarang ini. Selain itu juga menggunakan warna-warna yang cerah, menggambarkan karakter jepun adalah karakter yang ceria dan polos, dan serba ingin tahu.



Gambar 6. Konsep karakter sheet si jepun (Sumber : Dokumentasi Penulis, 2021)

### 3.5 Konten Komik Strip

Perancangan komik strip ini akan menggunakan judul "Si Jepang" dimana didalam cerita mengandung unsur fiksi yaitu menceritakan keseharian Si Jepang setelah keluar dari koran dan merambah ke media sosial, juga berinteraksi dalam kehidupan sekarang yang lebih modern. Unsur yang ada pada komik Si Jepang antara lain :

- A. Isi komik :berupa cerita fiksi ringan, humor yang masih berkaitan dengan realitas saat ini, tentang Keseharian Si Jepang beradaptasi di masa yang modern.
- B. Karakter :Pengenalan Karakter Komik Si Jepang sebagai karakter utama merupakan karakter yang bersifat menghibur agar dapat menarik *audiance* agar tertarik dengan topik yang ringan sehingga penyampaian informasi mudah di cerna, Pengenalan tokoh sampingan di jika ada karakter baru muncul.
- C. Format Komik :*grayscale* seperti pada surat kabar, Komik strip 4 panel, Tipografi Font yang digunakan pada komik ini terdapat dua macam, font untuk dialog dan font untuk sound effect didalam komik. Untuk font dialog dan narasi menggunakan font yang tidak terlalu kaku, yang dipakai yaitu Qarmic Sans sedangkan untuk sound effect menggunakan font Grinched dan Whoopass.



Gambar 5. Konsep Desain Konten Instagram berupa komik (Sumber : Dokumentasi Penulis, 2021)

#### 4. KESIMPULAN

Dapat di simpulkan disebabkan oleh pandemi Covid-19, denpost baru mulai merambah ke media sosial dan baru mulai dijalankan sejak 1 Januari 2020. pandemi ini juga berdampak pada pengurangan tenaga kerja sebanyak 75%. Dan di pangkas sedemikian rupa sehingga beberapa pekerja yang sebenarnya tidak pada bidangnya bertanggung jawab pada beberapa tugas yang seharusnya memerlukan SDM khusus. yang bisa mengelola suatu platform khususnya media sosial denpost yaitu instagram. Nilai kebaruan yang di hasilkan ialah dengan adanya konten yang diolah sedemikian rupa pada media Instagram Denpost, sehingga dapat menjadi suatu pendekatan Denpost dalam upaya meningkatkan minat baca kaum muda. Hal ini di tinjau dari kebiasaan kaum muda yang sekarang ini lebih cenderung dan berminat untuk membaca berita pada sosial media salah satunya Instagram. Hal ini juga merupakan suatu inovasi bahwa Denpost masih mengikuti kemajuan zaman dengan membuat konten sosial media yang lebih kreatif dan menarik dalam upaya menampilkan *image* yang lebih *fresh* dan kebaruan bukan hanya konten yang sekedar di screenshot saja ataupun desain yang bersifat kaku, karena di gunakan berulang sehingga bersifat monoton. Penggunaan sosial media sekarang ini sangat berperan penting maka dari itu berbagai media penyedia informasi berita berlomba-lomba untuk menampilkan konten berita yang menarik minat pembaca, akan sangat ironis jika penyedia berita/informasi resmi kalah dengan akun penyedia berita tidak resmi yang informasinya belum tentu bisa di pertanggungjawabkan. Berdasarkan hasil dari kesimpulan tersebut maka penulis menyarankan agar pengelola media cetak yaitu surat kabar hendaknya menyediakan halaman khusus yang menampilkan berbagai kisah atau perkembangan para remaja dengan prestasi-prestasinya. Disamping itu surat kabar mampu dan kreatif memberikan informasi-informasi yang terkait dengan upaya para remaja agar bisa tampil sebagai generasi muda yang kompeten dan berprestasi mendukung berbagai program pembangunan. Hendaknya surat kabar, dalam hal ini pengelola surat kabar perlu lebih tampil di depan dalam memberikan support atau menjadi sponsor terhadap berbagai kegiatan remaja. Berkolaborasi dengan pemerintah untuk memberikan dukungan bagi pencapaian prestasi para remaja. Mengacu dari beberapa kekurangan dalam kaitan dengan fungsi surat kabar sebagai sarana untuk meningkatkan minat baca/ literasi, maka penulis menyarankan beberapa hal antara lain pengelola media surat kabar menyajikan isi materi yang lebih berpihak kepada kaum remaja salah satu contohnya dengan menyediakan pojok khusus yang menarik minat baca remaja dengan menampilkan berita-berita seputar topik hangat kekinian yang ramah bagi kaum remaja/anak muda sekaligus memperkenalkan penulisan

jurnalistik agar menambah wawasan remaja saat ini, diharapkan dengan bertambahnya konten media sosial Instagram denpost dapat menarik minat baca kaum remaja melalui media sosial Instagram khususnya di Bali.

## 5. UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan Terimakasih penulis ucapkan kepada Denpost, selaku Mitra program MBKM ISI Denpasar dalam menjalankan program magang. Juga kepada seluruh pihak yang membantu dalam perancangan konten Instagram denpost ini, di harapkan kedepannya penulisan ini bisa menjadi inovasi khususnya untuk perusahaan yang bergerak pada Media Massa Denpost, agar kedepannya bisa lebih maju dan menjadi lebih baik lagi dalam mengelola media sosial Denpost sehingga dapat menarik dan interaktif terhadap khalayak ramai khususnya kaum muda.

## 6. DAFTAR RUJUKAN

- Swandi, I. W., & Julianto, I. N. (2020). MAKNA PESAN VISUAL PADA MEDIA INFORMASI BERBASIS ONLINE TERHADAP PASCA PANDEMI COVID-19 DI BALI. *Prosiding SNADES 2020 - Optimisme Desain Untuk Pembangunan Negeri*. Surabaya.
- DENPOST.id. (2021, Desember 4). *Kasus Gantung Diri di Jembatan Bangkung, Korban Diduga Anggota TNI*. Diambil kembali dari Instagram: [https://www.instagram.com/p/CXDa3Weltt3/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link](https://www.instagram.com/p/CXDa3Weltt3/?utm_source=ig_web_copy_link)
- DENPOST.id. (2021, September 24). *Polsek Padang Bai Sita Puluhan Kendaraan Tak Berdokumen Lengkap*. Diambil kembali dari Instagram: [https://www.instagram.com/p/CUM542ihP64/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link](https://www.instagram.com/p/CUM542ihP64/?utm_source=ig_web_copy_link)
- Denpost/ist. (2021). *Anggota Porles Klungkung ingatkan Pengguna Jalan Tetap Disiplin Prokes*. semarapura: Redaksi Denpost.
- Fahmi, M. N., Indiyati, D., & Purbathi, A. (2019). Strategi Komunikasi Jawa Pos untuk Meningkatkan Minat Baca Anak Muda Melalui Rubrik Zetizen. *JCOMMSCI - JOURNAL OF MEDIA AND COMMUNICATION SCIENCE, Vol 2*, 41 - 58. Diambil kembali dari <https://www.jcomm.unram.ac.id/index.php/jcomm/article/download/30/17>
- Ipriyanto, I. (2021). Upaya Meningkatkan Minat Baca Siswa Menggunakan Media Komik Strip. *Pedagogi : Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran*, 24-29.
- Julianto, I. N. (2019). NILAI INTERAKSI VISUAL DALAM PERKEMBANGAN MEDIUM KOMUNIKASI PADA ERA REVOLUSI INDUSTRI 4.0. *Prosiding Seminar Nasional Desain dan Arsitektur (SENADA)*, 26-30.
- Karman. (2013). RISET PENGGUNAAN MEDIA DAN PERKEMBANGANNYA KINI. *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*, 19. doi:<http://dx.doi.org/10.31445/jskm.2013.170106>
- Pupung, A. (2013). Persaingan Tujuh Portal Berita Online Indonesia berdasarkan. *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*, 17. Diambil kembali dari <https://ojs.uajy.ac.id/index.php/jik/article/download/353/401>
- Sudjono, N. d. (2011). *Media Pembelajaran*. Bandung: Sinar Baru Algesindo.
- Sugiyono. (2012). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: ALFABETA.
- Suyadnyana, I. G. (2020). *TENTANG DENPOST.id*. Diambil kembali dari Portal website denpost: <https://www.denpost.id/>
- Swandi, I. W., & Julianto, I. N. (2020). Analisis Ilustrasi dan Headline pada Media Berita Online Terhadap Kesiapan Mental Pasca Pandemi Covid-19 di Bali. *Peran Elemen Komunikasi Visual pada Media Berita Online Terhadap Kesiapan Mental Pasca Pandemi Covid-19 di Bali*, 15.
- Wahyuni, I. N. (2013). *Komunikasi Massa*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Zamzami, M. F. (2014). KOMIK EDUKASI PEWAYANGAN “PUNAKAWAN” SEBAGAI KETELADANAN. *CREATIVITAS*, 3(2), 14. Diambil kembali dari [http://eprints.upnjatim.ac.id/7082/1/Muhammad\\_Faisol\\_Zamzami.pdf](http://eprints.upnjatim.ac.id/7082/1/Muhammad_Faisol_Zamzami.pdf)