

## Strategi Komunikasi Visual Harian Disway Dalam Mengembangkan Berita di Era Digital

<sup>1</sup>Novelia Fitri, <sup>2</sup>Aurellia AgustiningTyas, <sup>3</sup>Moh. Dey Prayogo

<sup>1,2,3</sup>Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya  
[noveliafitri15@gmail.com](mailto:noveliafitri15@gmail.com)

### Abstrak

Perkembangan digital telah merubah bagaimana cara penyebaran informasi berita serta merubah bagaimana cara masyarakat mengonsumsi sebuah berita. Masyarakat cenderung membaca berita melalui internet dan media sosial. Saat ini sudah banyak akun media sosial menggunakan komunikasi visual dalam menyampaikan sebuah berita atau informasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji strategi komunikasi visual yang diterapkan oleh Harian Disway dalam menyampaikan berita melalui Instagram sebagai salah satu bentuk media baru. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara. Berdasarkan hasil wawancara, ditunjukkan bahwa Harian Disway memanfaatkan komunikasi visual sebagai salah satu strategi dalam menyajikan berita di *platform* digital, yaitu gaya desain, ragam bahasa (baku dan gaul), isi konten (isu terkini, *lifestyle*, *sport*, dan hiburan), ragam segmen (DHI, *Insider*, dan *ChengYu*), serta interaksi (*likes* dan komentar). Strategi ini mampu menjangkau audiens dari berbagai usia dan memperkuat identitas Harian Disway sebagai media yang relevan, menarik, dan kompetitif di era digital.

**Kata Kunci:** Komunikasi Visual, Media Sosial, Harian Disway, Strategi Digital, Instagram

### Abstract

Digital developments have changed how news information is disseminated and how people consume news. People tend to read news via the internet and social media. Currently, many social media accounts use visual communication in delivering news or information. This study aims to examine the visual communication strategy implemented by Harian Disway in delivering news via Instagram as a form of new media. The method used is qualitative descriptive with data collection techniques through interviews. Based on the results of the interview, it was shown that Harian Disway utilizes visual communication as one of the strategies in presenting news on digital platforms, namely design style, language variety (standard and slang), content (current issues, lifestyle, sports, and entertainment), variety of segments (DHI, *Insider*, and *ChengYu*), and interaction (*likes* and comments). This strategy is able to reach audiences of various ages and strengthen Harian Disway's identity as a relevant, interesting, and competitive media in the digital era.

**Keywords:** Visual Communication, Social Media, Harian Disway, Digital Strategy, Instagram

### Pendahuluan

Saat ini, perkembangan digital sudah semakin maju dan telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek, salah satunya dalam bidang jurnalistik. Di era ini, perkembangan digital telah merubah bagaimana cara penyebaran informasi berita serta merubah bagaimana cara masyarakat mengonsumsi sebuah berita. Hal ini tentu saja telah menggeser cara tradisional dalam menyebarkan dan menikmati sebuah berita. Pemberitaan melalui media cetak dan media penyiaran televisi dan radio sudah dianggap sebagai media konvensional, sehingga media ini banyak ditinggalkan oleh masyarakat karena masyarakat cenderung untuk membaca berita melalui internet dan media sosial. Internet dan media sosial sendiri merupakan bentuk dari sebuah media baru (*new media*). Hadirnya media baru memberikan alternatif bagi masyarakat dalam mencari dan memanfaatkan sumber informasi untuk memenuhi kebutuhannya.

Media sosial telah menjadi *platform* yang dapat menjembatani produsen berita dengan kebutuhan masyarakat untuk memperoleh sebuah informasi. *Platform* berita memanfaatkan media sosial untuk terus menjaga eksistensi, karena media mainstream sudah mulai ditinggalkan (Indah, Kristanti, Cahyo, & Buntaran, n.d.). Salah satu Platform media sosial seperti Instagram telah menjadi sarana bagi media untuk menjangkau publik dan membangun interaksi. Berdasarkan laporan dari Napoleoncat.com, jumlah pengguna Instagram di Indonesia pada bulan Januari 2024 sekitar 89.891.300 pengguna atau setara dengan 31,6% dari total populasi. Menurut Bowd (2016), saat ini banyak perusahaan media berusaha mengadopsi media sosial ke dalam alur kerja mereka hingga sulit menemukan media yang tidak melakukan hal serupa. *Platform* berita digital di media sosial menjadi pilihan yang menarik terutama untuk pengguna internet yang mayoritas merupakan generasi muda. Dengan adanya berbagai macam aplikasi media sosial, masyarakat dapat memilih dan menikmati *platform* berita yang mereka sukai.

Saat ini sudah banyak akun media sosial menggunakan komunikasi visual dalam menyampaikan sebuah berita atau informasi. Komunikasi visual merupakan kegiatan penyampaian pesan dengan menggunakan simbol-simbol atau gambar (Arfianti Wijaya, 2023). Komunikasi Visual juga dapat dipahami sebagai ilmu yang bertujuan mempelajari konsep-konsep komunikasi serta ungkapan kreatif melalui berbagai media untuk menyampaikan pesan dan gagasan secara visual dengan mengelola elemen-elemen grafis yang berupa bentuk

dan gambar, tatanan huruf, serta komposisi warna serta layout (Sos, Si, & Penerbit :, 2020). Komunikasi visual melibatkan penggunaan unsur-unsur visual seperti gambar, tipografi, warna, dan infografis untuk menyampaikan pesan atau ide.

Komunikasi visual dalam bentuk integrated marketing communication memiliki peranan penting dalam membangun brand dan kepercayaan dari masyarakat kepada berbagai platform berita, mulai dari standarisasi visual hingga pemilihan gaya bahasa (Rehman et al., 2022). Platform berita digital di media sosial menjadi pilihan yang menarik terutama untuk pengguna internet yang mayoritas merupakan generasi muda. Dengan adanya berbagai macam aplikasi media sosial, masyarakat dapat memilih dan menikmati *platform* berita yang mereka sukai, akan tetapi masih banyak *platform* berita yang belum berhasil menjangkau pasar generasi muda (Indah et al., n.d.). Salah satu *platform* berita yang berhasil menjangkau audiens dari berbagai macam usia adalah Harian Disway.

Harian Disway merupakan salah satu media yang beroperasi sejak tahun 2020. Media ini berhasil menyajikan berita secara menarik dengan memanfaatkan komunikasi visual, sehingga berita dapat lebih mudah dipahami oleh para pembaca. Selain itu, Harian Disway juga memiliki gaya visual yang khas seperti logo Harian Disway yang terdiri dari warna putih, putih merah, dan hitam merah. Selain itu Harian Disway juga identik dengan warna merah sebagai *color pallete* nya. Tidak hanya itu, Harian Disway juga memiliki berbagai macam segmen berita yang tidak ada di portal media lain seperti Disway Hari Ini (DHI), *Insider*, dan *ChengYu*.

Memilih untuk meneliti strategi komunikasi visual di Harian Disway, karena harian Disway bisa memanfaatkan berbagai elemen visual untuk penyajian berita atau konten di era digital. Pendekatan yang diambil ialah dengan menarik perhatian pembaca, memperkuat pesan yang disampaikan dan memberikan contoh bagi media lain untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan memenuhi kebutuhan informasi para audiens.

### Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Menurut Bogdan dan Taylor (1975:5, dikutip dalam Moleong 2016:4) Penelitian kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif karena bertujuan untuk memahami bagaimana strategi Harian Disway dalam mengembangkan berita menggunakan komunikasi visual.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dengan narasumber yang merupakan salah satu karyawan Harian Disway yang diposisikan sebagai *Social Media Specialist*. Wawancara ini dilakukan untuk menggali informasi mengenai strategi komunikasi visual yang diterapkan dalam penyajian berita di *platform* digital. Serta observasi data melalui instagram official harian Disway.

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan model interaktif dari Miles dan Huberman (1994), yang meliputi tiga tahapan: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi. Melalui tahapan ini, peneliti dapat menyederhanakan data hasil wawancara untuk mengidentifikasi strategi komunikasi visual, proses kreatif desain, pemilihan gaya bahasa, respon audiens, dan bentuk diferensiasi konten. Proses ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi Harian Disway dalam menyajikan berita menggunakan komunikasi visual di *platform* digital seperti Instagram.

### Hasil Dan Pembahasan

Pada penelitian ini, penulis akan menjelaskan bagaimana Harian Disway memanfaatkan komunikasi visual dalam menyajikan berita di akun instagram mereka. Di era digital seperti ini, media sosial telah menjadi salah satu sumber utama dalam mencari sebuah berita serta berperan penting dalam penyebaran informasi secara cepat kepada masyarakat. Harian Disway merupakan salah satu media massa yang memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk mencari dan menyebarkan berita. Dengan sekali "klik" berita sudah dapat menyebar dengan cepat ke seluruh belahan dunia. Selain itu, Harian Disway juga memanfaatkan fitur *like* dan *comment* untuk membangun interaksi dengan audiens. Tidak hanya dari sisi interaksi, Harian Disway juga memanfaatkan elemen komunikasi visual seperti infografis, *color pallete*, logo, gambar, dan ragam bahasa dalam menyampaikan berita kepada masyarakat. Penggunaan elemen-elemen tersebut dapat menjadi strategi penting untuk menarik dan meningkatkan pemahaman audiens terhadap isi berita yang disajikan.

Harian Disway melakukan sejumlah upaya untuk meningkatkan strategi komunikasi visual dalam mengembangkan berita di era digital. Beberapa upaya yang dilakukan diantaranya, Gaya desain yang sering digunakan oleh Harian Disway meliputi infografis dan kolase foto yang disesuaikan dengan *color pallete* milik Harian Disway. Infografis berperan penting dalam menyajikan sebuah informasi menjadi lebih menarik dengan menggabungkan elemen visual seperti ikon, grafik, dan teks yang ringkas, sehingga mampu menyederhanakan data dan membuat pesan lebih mudah untuk dipahami. Selain itu penggunaan kolase foto memiliki peranan penting untuk membantu mempersingkat informasi tanpa mengurangi maknanya. Menurut Gunawan (2021), penggunaan foto dalam media informasi dapat membantu penyampaian pesan lebih singkat, cepat, dan efektif.

Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu karyawan Harian Disway, saat ini mereka sedang mengeksplorasi beberapa gaya desain baru, seperti penggunaan meme. Meme digunakan sebagai bentuk komunikasi visual baru karena banyak diminati oleh para pembaca Harian Disway. Selain mengeksplorasi penggunaan meme, tim *social media specialist* Harian Disway juga sedang mengeksplorasi penggunaan visual yang minim tulisan dan disesuaikan dengan *color pallete* milik Harian Disway. Penerapan warna sesuai *color pallete* Harian Disway sangat penting agar kesan visual tetap konsisten.

*"kolaborasi erat antara tim desain grafis dan media sosial menjadi kunci untuk membangun visualisasi yang baik, sehingga hal tersebut menjadi salah satu strategi Harian Disway dalam menyajikan konten visual yang menarik. Selain itu, kreativitas tim desain juga didorong oleh sikap kritis dan kebiasaan mencari inspirasi dari berbagai platform seperti instagram dan pinterest, yang membantu menghasilkan visual yang menarik sekaligus informatif."* (wawancara dengan Shafira Alfianur sebagai Staff Harian Disway *Social Media Specialist*).

Bahasa merupakan alat utama yang digunakan dalam menyampaikan sebuah informasi. Pilihan kata yang tepat, penggunaan tata bahasa yang benar, dan struktur kalimat yang logis menjadi elemen penting agar berita dapat diterima dengan baik oleh pembaca (Dhiya Nahar & Khisban, 2024). Selain itu, bahasa juga berperan penting dalam menghindari penyebaran bias dan *hoax*.

Harian disway menggunakan ragam bahasa baku dan gaul dalam menyampaikan sebuah berita. Ragam bahasa tersebut telah disesuaikan dengan para pembaca, mulai dari yang muda hingga yang tua. Bahasa baku atau formal biasanya digunakan dalam penyajian berita seperti berita politik, ekonomi, dan lainnya. Sedangkan bahasa gaul seperti *slang* biasanya digunakan dalam penyajian berita yang ringan seperti *lifestyle*, olahraga, *insider*, dan *caption*. Penggunaan bahasa gaul bertujuan untuk menarik minat seluruh kalangan usia untuk membaca sebuah berita atau informasi. Penggunaan bahasa formal memberikan kesan objektif, serius, dan terstruktur. Sedangkan bahasa gaul memberikan kesan santai dan *to the point*.

Berdasarkan data yang telah kami peroleh, penggunaan bahasa gaul juga membantu meningkatkan *engagement*. *"Penggunaan bahasa gaul banyak diminati oleh para pembaca karena mudah dipahami. Selain itu, postingan yang menggunakan bahasa gaul memiliki jumlah viewers dan like lebih banyak daripada berita dengan bahasa formal. Tetapi, tidak semua konten berbahasa gaul mendapatkan tingkat engagement yang tinggi. Justru, dalam beberapa kasus, konten yang menggunakan bahasa formal menunjukkan peningkatan engagement yang lebih tinggi. Hal ini dipengaruhi oleh algoritma instagram."* (wawancara dengan Shafira Alfianur sebagai Staff Harian Disway *Social Media Specialist*).

Konten adalah sebuah berita yang disajikan di media sosial, pesan yang disampaikan dari sebuah konten harus dipertanggung jawabkan dari berbagai aspek. Konten yang disampaikan di media sosial bisa mempengaruhi minat khalayak dalam menggunakan media sosial, tergantung bagaimana cara suatu media menyajikan sebuah konten. (Maulana Ibrahim & Edi Irawan, 2021).

Harian Disway memiliki berbagai macam isi konten yang mereka sajikan di media sosial. Seperti konten isu terkini yang mengikuti *trending topic* di media sosial, yang nantinya diolah dan menjadi berita yang ringan dan mudah untuk dipahami oleh audiens Harian Disway di media sosial. Selain itu juga ada segmen *lifestyle* dan *entertainment* yang setia dalam memberikan *tips n tricks* kepada audiens, dan selalu memberikan berita *update* di dalam negeri dan luar negeri. Dalam segmen *sport*, Harian Disway juga turut aktif dalam membagikan berita mengenai berita olahraga seperti sepak bola, *motogp*, dan *formula 1*.

Tidak hanya itu, pada segmen *sport*, Harian Disway sangat aktif dalam membagikan berita mengenai Persebaya, seperti jadwal pertandingan, kegiatan latihan, hasil skor pertandingan hingga melakukan *giveaway* tiket gratis nonton persebaya sebagai bentuk dukungan. Nantinya postingan tersebut akan diposting dalam bentuk video *reels* dan postingan *feeds* di Instagram dan Tiktok. *"Segmen yang berhasil menarik banyak audiens itu segmen berita sport dan entertainment. Segmen itu bisa menarik audiens untuk follow atau sekedar meramalkan konten dengan memberikan tanggapannya di setiap konten."* (wawancara dengan Shafira Alfianur sebagai Staff Harian Disway *Social Media Specialist*).

Harian Disway memiliki segmen khusus yang hanya ada di sosial media harian Disway. DHI atau Disway Hari Ini, membahas berita yang sedang trending, mulai dari isu politik hingga entertainment. Konten DHI disajikan secara ringkas menjadi video singkat (*reels*). DHI memiliki ciri khas yang membedakannya dengan segmen lain, yaitu background video DHI berwarna merah sesuai *color pallete* Harian Disway dan terdapat *voice over*.

Selain DHI, Harian Disway juga memiliki segmen lain yang bernama *Insider*. *Insider* sendiri merupakan sebuah konten yang dibuat oleh para mahasiswa magang di Harian Disway. Isi konten *Insider* bisa berupa *funfact*, berita, hingga promosi. *Insider* sendiri juga di sajikan dalam bentuk video singkat *reels*. Tidak hanya DHI dan *Insider*, di Harian Disway terdapat segmen *ChengYu*. Segmen ini hanya ada di Harian Disway saja. *ChengYu* merupakan idiom atau ungkapan yang terdiri dari empat karakter. *ChengYu* sering digunakan untuk menyampaikan makna yang lebih mendalam seperti idiom, peribahasa, atau pepatah. Segmen inilah yang menjadi pembeda antara Harian Disway dan media lainnya. Tokoh-tokoh yang dipilih untuk ditampilkan dalam

*ChengYu* dipilih secara langsung oleh pihak redaksi utama Harian Disway. "Disway Hari Ini (DHI) dan Insider sama saja seperti media lain hanya saja di penamaan segmen aja. Tapi, di harian disway punya segmen khusus yang hanya ada di harian disway yaitu ChengYu yang menjadi pembeda dari media lain dengan Harian Disway." (wawancara dengan Shafira Alfianur sebagai Staff Harian Disway *Social Media Specialist*).

Interaksi dilakukan sebagai bentuk komunikasi atau pertukaran informasi antar individu atau kelompok. Media sosial adalah sebagai media untuk berhubungan antar manusia dan hubungan itu bertujuan untuk mencapai sebuah kualitas kehidupan yang lebih baik atau dalam pemikiran (Simangunsong, 2016). Interaksi di media sosial bisa berupa *like* atau komentar terhadap suatu konten yang diunggah.

Harian Disway secara aktif membangun interaksi dengan para pengikutnya di Instagram. Salah satu strategi yang digunakan adalah dengan menyajikan judul-judul yang menarik, terkadang bersifat *clickbait* untuk mengundang para pengikutnya untuk berkomentar. Komentar-komentar yang muncul sangat beragam, mulai dari positif hingga negatif. Harian Disway juga memposting berita-berita viral untuk mendapatkan jumlah *likes* yang tinggi, sehingga dapat menambah pengikut di media sosial mereka. "Selain berinteraksi lewat konten, Harian Disway sedang berupaya untuk berinteraksi lewat *question box* di *instagram stories* mereka untuk lebih dekat dengan pengikut yang juga diminati oleh pengikutnya dan mengundang pengikut baru." (wawancara dengan Shafira Alfianur sebagai Staff Harian Disway *Social Media Specialist*).

## Penutup

Strategi komunikasi visual Harian Disway dalam mengembangkan berita di era digital terbukti efektif dalam menjangkau audiens. Dengan memanfaatkan elemen komunikasi visual, harian disway telah berhasil menyajikan berita dengan menarik. Beberapa elemen yang digunakan seperti gaya desain, ragam bahasa, isi konten, ragam segmen, dan interaksi. Elemen-elemen komunikasi visual seperti kolase foto dan infografis mampu menyederhanakan sebuah informasi menjadi lebih mudah dipahami. Sedangkan ragam bahasa yang digunakan pun bervariasi, mulai dari bahasa baku hingga bahasa gaul. Selain itu, beragam konten dan segmen yang disajikan oleh Harian Disway menjadi daya tarik tersendiri karena konten dan segmen tersebut tidak ada di akun media lainnya. Kekuatan utama Harian Disway terdapat pada keberadaan segmen khusus milik Harian Disway seperti Disway Hari Ini (DHI), *Insider* dan *ChengYu*. Strategi tersebut mampu memperkuat identitas Harian Disway. Secara keseluruhan, strategi komunikasi visual yang diterapkan oleh Harian Disway mampu memperkuat identitas media mereka, dan menjadikannya lebih menonjol dan kompetitif di antara akun media sosial jurnalistik lainnya.

## Daftar Pustaka

- Arfianti Wijaya, S. G. (2023, December 13). Komunikasi Visual: Pengertian dan Sudut Pandang. [Kompas.Com](https://www.kompas.com/skola/read/2023/12/13/020000169/komunikasi-visual--pengertian-dan-sudut-pandang?page=all), p. 1. Retrieved from <https://www.kompas.com/skola/read/2023/12/13/020000169/komunikasi-visual--pengertian-dan-sudut-pandang?page=all>
- Dhiya Nahar, A., & Khisban, R. (2024). Bahasa dan Komunikasi dalam Dunia Jurnalistik : Menyampaikan Informasi Akurat, (1), 176–183. <https://doi.org/10.62383/kajian.v1i4.158>
- Indah, A., Kristanti, S., Cahyo, L., & Buntaran, K. (n.d.). *Strategi Komunikasi Visual di Media Sosial : Studi Kasus Pada Akun Instagram Tirtoid*. Retrieved from <https://ojs.unikom.ac.id/index.php/visualita/>
- M.A., P. D. L. J. M. (2016). *METODOLOGI PENELITIAN KUALITATIF* (Edisi Revisi). Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Maulana Ibrahim, M., & Edi Irawan, R. (2021). *Pengaruh Konten Media Sosial Terhadap Sumber Informasi Pandemi Covid-19. Jurnal Representamen* (Vol. 7).
- Rehman, S. ul, Gulzar, R., & Aslam, W. (2022). Developing the Integrated Marketing Communication (IMC) through Social Media (SM): The Modern Marketing Communication Approach. *SAGE Open*, 12(2). <https://doi.org/10.1177/21582440221099936>
- Simangunsong, B. A. (2016). Interaksi Antarmanusia melalui Media Sosial Facebook Mengenai Topik Keagamaan. *Jurnal ASPIKOM*, 3(1), 65. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v3i1.99>
- Sos, S., Si, M., & Penerbit : (2020). *SRI WAHYUNINGSIH DESAIN KOMUNIKASI VISUAL*.