

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri media saat ini telah mengalami perkembangan yang cukup signifikan. Hal tersebut membuat proses produksi berita masa kini harus ikut berubah baik dari segi konten maupun teknologi. Saat ini produksi berita sangat menekankan aspek waktu seperti kecepatan, aktualitas, dan efisiensi dalam persiapan. Hal ini disebabkan oleh tekanan untuk terus memperbarui berita secara daring yang harus bersaing dengan media cetak yang cenderung menyajikan narasi lebih mendalam (Tenenboim-Weinblatt & Neiger, 2018). Tidak hanya mengandalkan tulisan, penggunaan elemen visual kini menjadi bagian penting dalam menyampaikan informasi, sehingga pembaca lebih tertarik untuk membaca berita atau informasi yang di sampaikan.

Perkembangan ini sejalan dengan semakin meluasnya penerapan konsep jurnalisme visual, yang mengutamakan penyajian informasi secara komunikatif, menarik, dan mudah diakses oleh berbagai kalangan namun tetap mempertahankan makna dari beritanya. Salah satu contoh nyata dari penerapan jurnalisme visual ini dapat ditemukan pada media berita digital AyoBandung.

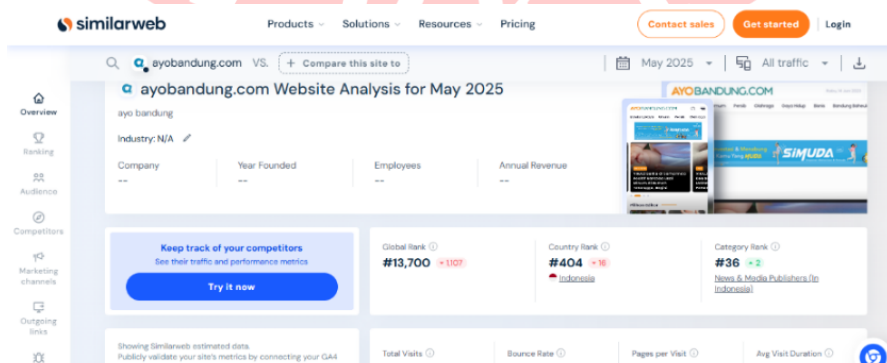
AyoBandung merupakan portal berita digital yang berfokus pada penyampaian informasi lokal seputar Kota Bandung dan wilayah Jawa Barat. AyoBandung hadir sejak 1 Juni 2015, sebagai bagian dari Ayo Media Network yang merupakan sebuah perusahaan multimedia berbasis di Bandung. Media ini secara khusus menyoroti berbagai informasi seputar Kota Bandung, mulai dari sejarah, kebudayaan, gaya hidup, peristiwa lokal, hingga berita penting lainnya yang relevan dengan masyarakat setempat.

AyoBandung mengalami perkembangan yang pesat dalam beberapa tahun ini, hal tersebut tercermin dari capaian page view Ayo Media Network yang meningkat dari 250.247.701 pada tahun 2023 menjadi 429.580.560 pada tahun 2024. Selain itu, Ayo Media Network juga berhasil menjangkau lebih dari 16 juta individu dengan total likes mencapai 4,1 juta dan post views lebih dari 200 juta di berbagai platform media sosial. AyoBandung berkontribusi besar terhadap capaian tersebut.



Gambar 1.1 Page View Ayo Media Network
Sumber: Company Profile Ayo Media Network

Hal tersebut menunjukkan bahwa AyoBandung telah menjadi salah satu media lokal yang relevan dan diminati masyarakat, terutama generasi muda yang aktif menggunakan media sosial. AyoBandung juga berhasil meraih popularitas yang tinggi dan tercatat sebagai salah satu portal berita paling banyak dibaca di Jawa Barat menurut data peringkat dari similarweb.



Gambar 1.2 Peringkat AyoBandung
Sumber: Similarweb

Pada 2016 AyoBandung mulai aktif memanfaatkan Instagram sebagai salah satu platform digital untuk mendistribusikan beritanya. Melalui akun resmi @ayobandung_official, AyoBandung berhasil membangun kedekatan dengan masyarakat Bandung dengan mengusung konsep jurnalisme visual yang komunikatif, inspiratif, dan mudah diakses. Saat ini, akun Instagram @ayobandung_official telah memiliki lebih dari 90.000 pengikut dan lebih dari 9.000 konten yang dipublikasikan.



Gambar 1.3 Instagram @ayobandung_official

Sebagai media lokal yang terbilang baru, Ayo Bandung mampu menunjukkan performa kompetitif yang baik dalam membangun audiens dan menyajikan konten di platform digital, khususnya Instagram. Dalam kurun waktu yang relatif singkat, akun @ayobandung_official berhasil meraih jumlah pengikut dan intensitas unggahan yang sebanding dengan Radar Bandung.



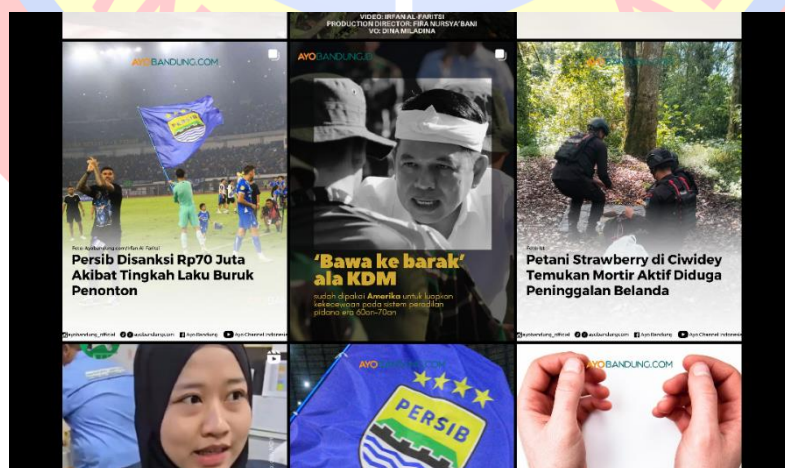
Gambar 1.4 Instagram @radarbandung.id

Radar Bandung sendiri merupakan media yang dikenal luas sebagai salah satu jaringan media terbesar di Indonesia. Radar Bandung pertama kali resmi terbit pada 11 April 2003, sebagai bagian dari perluasan jaringan Jawa Pos Group di wilayah Jawa Barat. Meskipun AyoBandung hadir jauh setelah Radar Bandung berdiri, AyoBandung

mampu mengimbangi eksistensi dari Radar Bandung. Hal ini menunjukkan bahwa keberadaannya tidak sekadar pelengkap dalam ekosistem media lokal, melainkan juga memiliki daya saing yang nyata.

Keaktifan Ayo Bandung dalam mengunggah konten-konten informatif dengan pendekatan visual, seperti carousel, infografik, dan video pendek dengan elemen desain khas mereka menjadi ciri khas yang membedakannya. Gaya penyajian ini tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga menunjukkan adanya usaha untuk menyesuaikan diri dengan kebutuhan konsumsi informasi generasi digital, khususnya kalangan muda yaitu mahasiswa.

Dengan menyajikan berita secara visual dan ringkas melalui fitur carousel dan video pendek, AyoBandung memungkinkan mahasiswa untuk memahami konteks sosial dan budaya Bandung dengan lebih mudah. Dalam konteks ini, AyoBandung merepresentasikan wajah baru media lokal yang tidak hanya aktif secara digital, tetapi juga progresif dalam membangun kedekatan dengan audiens melalui kekuatan visual.



Gambar 1.5 Konten Jurnalisme Visual di Instagram
@ayobandung_official

Menariknya, mahasiswa Universitas Sangga Buana YPKP menunjukkan kecenderungan yang berbeda dibanding mahasiswa dari kampus lain. Jika penelitian terdahulu lebih banyak menyoroti keterlibatan mahasiswa dengan media nasional seperti Tempo.co atau Tirto.id yang dikenal kritis dan mendalam, mahasiswa USB YPKP justru banyak menunjukkan ketertarikan terhadap konten-konten berita yang dipublikasikan oleh AyoBandung, khususnya melalui Instagram.

Hal ini memperlihatkan bahwa media lokal dengan pendekatan jurnalisme visual ternyata mampu membangun kedekatan yang kuat dengan audiens muda. Fenomena ini menjadi alasan penting dipilihnya mahasiswa Universitas Sangga Buana YPKP sebagai subjek penelitian, karena mereka merepresentasikan perubahan preferensi audiens generasi muda yang lebih mengutamakan kedekatan lokalitas dan visualisasi konten berita dibanding sekadar kedalaman teks yang ditawarkan media nasional.

Hal ini mencerminkan keberhasilan penggunaan elemen visual dalam menarik perhatian pembaca. Selain itu, format penyajian yang menggunakan teknik *storytelling* visual membuat berita lebih *engaging* dan menarik untuk dikonsumsi oleh audiens digital yang memiliki rentang perhatian yang lebih pendek (Prasetya et al., 2025).

Mahasiswa, sebagai bagian dari kelompok usia produktif yang akrab dengan penggunaan internet dan perangkat *smartphone*, turut memperlihatkan kecenderungan serupa. Mereka lebih memilih media online dibandingkan media konvensional sebagai sumber utama informasi. Ketergantungan terhadap *smartphone*, ditambah dengan kebutuhan akan akses informasi yang cepat, mendorong mereka untuk mengandalkan media sosial.

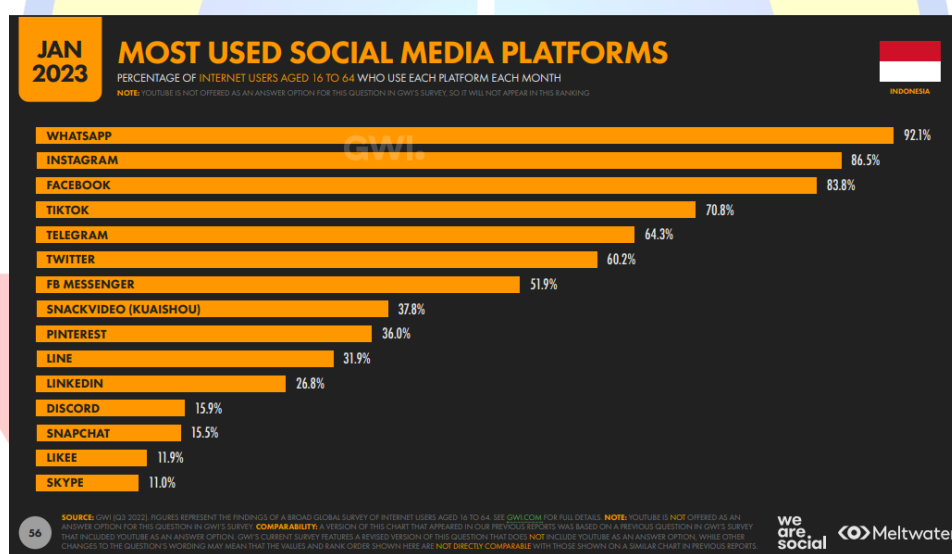
Penggunaan media sosial melalui smartphone membuat generasi muda lebih memilih berita yang cepat dan ringkas (Boczkowski et al., 2018). Popularitas smartphone dan persaingan merebut perhatian publik mendorong media berita untuk mendesain ulang aplikasi dan situs mereka menyerupai media sosial.

Di era digital saat ini, mahasiswa menunjukkan pola konsumsi informasi yang sangat cepat dan dinamis. Berita viral dan kriminal kerap menjadi sorotan mahasiswa karena memuat unsur emosional, kedekatan, serta urgensi yang mampu menarik perhatian dalam waktu singkat. Banyak mahasiswa mengakses berita dengan cara *scrolling* cepat tanpa benar-benar mencerna informasi secara utuh, terutama jika konten disajikan dalam bentuk teks panjang yang monoton.

Di sinilah jurnalisme visual memainkan perannya. Penerapan elemen visual dalam berita dapat mendukung para pembaca untuk menikmati berita yang ada di media sosial. Melalui media sosial para pembaca mendapatkan pengalaman baru dalam membaca berita, karena media sosial memiliki fitur seperti audio visual seperti video yang disertai *subtitle* untuk mempermudah pembacanya. Media sosial juga mampu menyebarkan informasi dalam beragam bentuk seperti teks audio visual, dan video (Baharuddin & Rosli, 2022).

Seiring berkembangnya teknologi, seperti meningkatnya kecepatan internet, kemampuan perangkat keras untuk menghadirkan konten yang lebih interaktifpun semakin besar. Teknologi seperti VR (*Virtual Reality*) dan AR (*Augmented Reality*) juga mulai digunakan untuk menciptakan pengalaman yang lebih imersif, namun jurnalisme visual tetap menjadi pionir dalam menghadirkan berita yang menarik dengan memanfaatkan kemajuan teknologi tersebut.

Instagram menjadi salah satu platform media sosial yang sangat populer di kalangan generasi muda terutama mahasiswa. Instagram menawarkan berbagai fitur yang memungkinkan penerapan jurnalisme visual dengan lengkap. Berita dapat dikemas dalam bentuk gambar, carousel, infografis, video singkat, hingga animasi atau ilustrasi kreatif yang semuanya bertujuan untuk menarik perhatian. Penelitian yang dilakukan oleh Utari et al. (2025) menunjukkan bahwa generasi muda lebih menyukai konten visual yang cepat dan mudah dicerna, seperti video pendek, gambar, dan infografis, dibandingkan teks panjang. Di Indonesia, fenomena ini terlihat jelas dengan tingginya tingkat penggunaan media sosial, khususnya Instagram, yang mencatat lebih dari 99 juta pengguna aktif (We Are Social, 2023).



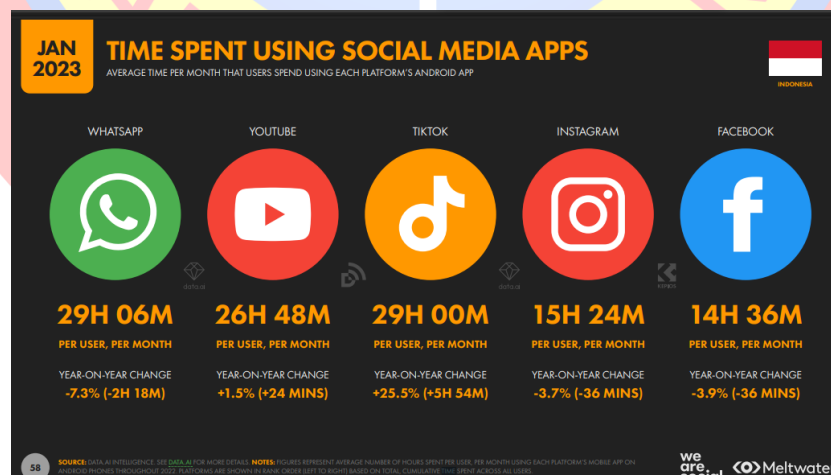
Gambar 1.6 Sosial Media Paling Sering digunakan di Indonesia
 Sumber: We Are Social (2023)

Hal ini mempertegas bagaimana elemen visual memainkan peran penting dalam keberhasilan penyampaian pesan di era digital. Dengan memanfaatkan algoritma Instagram, media kini dapat menyajikan berita terkini secara *real-time* yang memungkinkan audiens untuk tetap mendapatkan informasi terbaru tanpa harus mencari sumber berita dari platform lainnya (Prasetya et al., 2025).

Konsep jurnalisme visual dalam pemberitaan di media sosial tidak hanya memudahkan perusahaan media dalam menyampaikan informasi kepada pembaca, tetapi juga mendorong keterlibatan aktif audiens melalui kolom komentar, *likes*, *share*, *save*, hingga fitur siaran langsung.

Dalam konteks digital, jurnalisme digital bisa dikenali dari beberapa karakter, yakni adanya keterlibatan yang interaktif, kolaborasi antara jurnalis dan pembacanya, ada kesatuan publikasi sebagai implikasi dari multimedia, ada dampak yang lebih terasa dari pola penyebaran konten yang lebih luas, serta jangkauan yang lebih global karena faktor terhubung dengan jaringan internet (Rani Dwi Lestari, 2019).

Data yang dirilis oleh We Are Social (2023) menunjukkan bahwa pengguna internet di Indonesia menghabiskan rata-rata lebih dari 3 jam per hari di media sosial. Fakta ini menunjukkan betapa intensifnya interaksi masyarakat, khususnya generasi muda seperti mahasiswa, dengan konten-konten berbasis visual yang cepat dikonsumsi.



Gambar 1.7 Waktu yang digunakan di sosial media
Sumber: We Are Social (2023)

Perubahan preferensi ini dipengaruhi oleh kebutuhan akan kecepatan dan kemudahan dalam memahami informasi. Dalam dunia serba cepat, mahasiswa membutuhkan konten yang dapat dipahami dalam waktu singkat tanpa mengurangi esensi dari berita tersebut. Kebutuhan ini melahirkan praktik jurnalisme visual, yang menggabungkan kekuatan teks dan visual untuk menciptakan pengalaman membaca yang lebih efektif dan menarik.

Penerapan elemen visual dalam berita di media sosial mendukung pembaca untuk menikmati informasi secara lebih efisien. Media sosial menawarkan pengalaman baru membaca berita melalui kombinasi teks, audio, visual, dan video lengkap dengan subtitle untuk memudahkan pemahaman.

Dalam praktiknya, jurnalisme visual memanfaatkan kekuatan elemen visual untuk memperkuat narasi berita, memungkinkan audiens memahami informasi dengan lebih cepat. Seperti dikemukakan oleh University of Bolton, jurnalisme visual menggunakan gambar, grafik, video, dan elemen visual lainnya untuk mengkomunikasikan berita, menciptakan bahasa universal yang lebih mudah dipahami semua kalangan.

Dalam bukunya, Ritchin (2009) menyebut jurnalisme visual bertujuan untuk memberikan representasi informasi yang lebih kaya dan mendalam melalui medium visual, agar pembaca tidak hanya “membaca” berita, tetapi juga “merasakan” peristiwa yang disampaikan. Pendekatan ini penting karena visual memiliki kemampuan untuk membangun emosi, pemahaman konteks, dan keterlibatan yang lebih kuat dibandingkan teks semata.

Dengan meningkatnya konsumsi media sosial di Indonesia sebagaimana dilaporkan oleh We Are Social (2023), generasi muda terutama mahasiswa, semakin terpapar dengan konten berbasis visual yang cepat dikonsumsi. Ini menguatkan relevansi pendekatan jurnalisme visual di era digital.

Berbagai studi sebelumnya menunjukkan bahwa visualisasi membantu mempercepat pemrosesan informasi di otak manusia. Menurut (Huang, 2023), manusia memahami dan mengingat informasi lebih baik ketika informasi tersebut disajikan melalui kombinasi teks dan gambar dibandingkan hanya teks semata.

Elemen-elemen visual seperti desain tata letak, pemilihan warna, ilustrasi, hingga tipografi bukan sekadar dekorasi, melainkan bagian integral dari pembentukan, penerimaan, dan interpretasi pesan oleh audiens. Menurut Günay (2021), kekuatan jurnalisme visual terletak pada kemampuannya menyampaikan informasi secara menarik dan mudah dipahami, yang berkontribusi signifikan dalam membentuk opini serta pemahaman publik.

Inovasi dalam penyampaian informasi kini bukan lagi menjadi sekadar tren, melainkan sudah menjadi kebutuhan agar media tetap relevan dengan perilaku audiens digital, khususnya mahasiswa. Kreativitas dalam menyajikan konten yang menarik dan interaktif memegang peranan penting dalam menarik perhatian serta membangun keterlibatan yang lebih mendalam. Melalui berbagai format seperti video, infografik, hingga kuis yang bersifat edukatif dan menghibur, media dapat menciptakan pengalaman yang lebih berkesan dan partisipatif bagi audiensnya (Kitsa & Mudra, 2022).

Di tengah arus informasi yang deras dan cepat, industri media, khususnya media berita online, menghadapi tantangan dalam mempertahankan atensi serta keterlibatan pembaca. Media dituntut untuk menciptakan konten yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga mampu mempertahankan minat pembaca (Musliadi et al., 2024).

Jika media tidak mampu menyesuaikan diri dengan preferensi audiens yang mengutamakan visualisasi, maka potensi kehilangan perhatian audiens sangat besar. Oleh karena itu, pemahaman mendalam terhadap prinsip-prinsip dan strategi penerapan elemen visual dalam jurnalisme menjadi kebutuhan yang mendesak agar media tetap kompetitif di era digital ini.

Fenomena tingginya ketertarikan mahasiswa terhadap berita, namun adanya perubahan preferensi dalam cara mengkonsumsinya, perlu menjadi perhatian. Rendahnya ketertarikan pada format bacaan dengan teks panjang, dan adanya kecenderungan pada mahasiswa untuk melakukan *scrolling* cepat, menjadikan penerapan elemen visual dalam penyajian berita sebagai solusi strategis untuk mendorong minat dan keterlibatan pembaca.

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana penerapan jurnalisme visual, khususnya oleh media berita AyoBandung melalui platform Instagram, mampu menarik perhatian, mempertahankan minat, dan mendorong keterlibatan pembaca khususnya mahasiswa terhadap berita yang di sajikan, sekaligus memberikan kontribusi terhadap pengembangan strategi konten media berita di era digital.

1.2 Fokus Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui secara mendalam bagaimana prinsip-prinsip jurnalisme visual diterapkan pada konten berita di Instagram @ayobandung_official dalam menarik minat pembaca khususnya pada mahasiswa.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian dan fokus penelitian yang peneliti paparkan diatas, maka peneliti merumuskan permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Bagaimana proses penerapan prinsip-prinsip jurnalisme visual pada konten berita di Instagram @ayobandung_official dalam upaya menarik minat pembaca?
- b. Mengapa AyoBandung menerapkan jurnalisme visual dalam pembuatan konten berita di Instagram?
- c. Apa saja tantangan dan hambatan yang dihadapi AyoBandung dalam penerapan jurnalisme visual pada konten berita di Instagramnya?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian dan rumusan masalah yang telah disebutkan diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui bagaimana prinsip jurnalisme visual diterapkan pada setiap proses produksi konten berita di Instagram @ayobandung_official dalam upaya menarik minat pembaca.
- b. Untuk mengidentifikasi alasan dan pertimbangan AyoBandung dalam menerapkan jurnalisme visual pada konten beritanya.

- c. Untuk mengetahui tantangan dan hambatan apa saja yang di alami AyoBandung dalam menerapkan jurnalisme visual.

1.5 Kegunaan Penelitian

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi proses perkembangan ilmu, baik secara teoritis maupun praktis sebagai berikut:

- a. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu komunikasi, khususnya dalam bidang jurnalisme visual dan jurnalisme digital. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan informasi serta alternatif pemikiran bagi pengembangan teori-teori jurnalisme visual dalam konteks media sosial, serta memberikan wawasan mendalam mengenai peran elemen visual dalam menarik ketertarikan, dan keterlibatan audiens terhadap konten berita. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan memperkaya literatur ilmiah terkait dinamika penyajian informasi visual di era digital, dengan menekankan pada relevansi, akurasi, dan daya tarik visual dalam penyampaian berita.
- b. Secara praktis, temuan-temuan dalam penelitian ini diharapkan dapat menjadi panduan bagi mahasiswa, khususnya mahasiswa Ilmu Komunikasi, dalam memahami penerapan jurnalisme visual pada media sosial sebagai bagian dari perkembangan praktik jurnalisme. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan wawasan dan pengalaman bagi penulis dalam mendalami praktik jurnalisme visual, yang akan berguna untuk pengembangan kompetensi akademik dan profesional di masa depan. Lebih lanjut, penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi mahasiswa Universitas Sangga Buana YPKP, khususnya mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, dalam melakukan penelitian dengan tema

yang serupa, serta sebagai referensi bagi studi lanjutan di bidang jurnalisme visual dan jurnalisme digital.

1.6 Sistematika Penelitian

Penyusunan penelitian ini menggunakan sistematis pembahasan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN, terdiri dari latar belakang penelitian, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, sistematika penulisan skripsi, lokasi dan waktu penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA terdiri dari rangkuman teori XYZ, kajian/ penelitian terdahulu yang relevan, dan kerangka pemikiran.

BAB III METODE PENELITIAN, terdiri dari pendekatan penelitian, subjek dan objek penelitian, informan kunci, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan teknik keabsahan data.

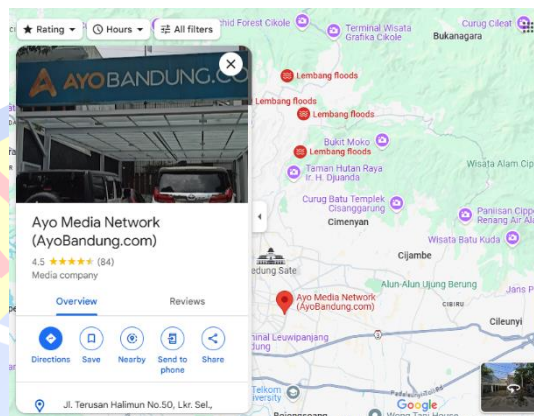
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN, terdiri dari obyek penelitian, hasil penelitian, dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V PENUTUP, terdiri dari simpulan dan rekomendasi.

1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.7.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini terletak di Kantor Ayo Media Network (AyoBandung.com), Jl. Terusan Halimun No.50, Lkr. Sel., Kec. Lengkong, Kota Bandung, Jawa Barat 40264.



Gambar 1.8 Lokasi Penelitian

1.7.2 Waktu Penelitian

Adapun waktu penelitian dilaksanakan terhitung sejak bulan Maret 2025 sampai dengan selesai. Dibawah ini tabel waktu penelitian yang peneliti laksanakan.

Tabel 1.1 Waktu Penelitian

No	Jadwal Aktivitas	2025					
		Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agustus
1.	Pengajuan Judul Penelitian						
2.	Penyusunan Usulan Penelitian						
3.	Sidang Usulan Penelitian						
4.	Pengumpulan Data Penelitian						
5.	Penyusunan Hasil Penelitian						
6.	Sidang Akhir						