

PERWAJAHAN MEDIA DI ERA COVID-19 PADA HARIAN UMUM PIKIRAN RAKYAT

Ahmad Nada Kusnendar
Universitas Langlangbuana, Jl. Karapitan No.116, 40261, Bandung, Jawa Barat,
(022) 4215717
abahnada@gmail.com

ABSTRAK

Koran melakukan reka bentuk untuk memperbaiki perwajahannya agar lebih menarik jika tidak ingin ditinggalkan pembacanya. Mulai dari perubahan desain, layout hingga penyesuaian rubrikasi yang relevan dengan tuntutan perubahan dan diterima khalayak. Tujuan penelitian untuk mengetahui perwajahan media Koran Pikiran Rakyat ("PR") di era Covid-19. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Hasil penelitian, Koran "PR" mengubah perwajahan media karena faktor perkembangan teknologi informasi, internet, perubahan budaya baca dan tekanan masa pandemi Covid-19. Penerapan Desain, "PR" mengubah judul berita lebih singkat, ukuran foto besar dan terkait berita, serta memperbanyak infografis. Iklan dan promosi, mengacu stylebook iklan perusahaan. "PR" memilih warna-warna lembut dan hitam-putih. Untuk gaya desain, tampil simpel, namun elegan. Penerapan Layout, "PR" menyajikan halaman khusus pandemi Covid-19 bernama "Ubah Laku". Inside pages, terjadi perubahan rubrikasi karena halaman berkurang dari 16 menjadi 12. "PR" memperbanyak ruang kosong, perubahan elemen garis dan perubahan kode wartawan. "PR" juga membuat variasi penempatan "Indeks" dan ragam layout halaman.

Kata kunci: Reka Bentuk, Perwajahan Media, Desain Koran, Layout Koran, Infografis

MEDIA APPEARANCE IN THE ERA OF COVID-19 ON THE PIKIRAN RAKYAT NEWSPAPER

ABSTRACT

Newspapers make designs to improve their appearance to make them more attractive if they don't want to be abandoned by readers. Starting from changes in design, layout to adjustment of rubrics that are relevant to changing demands and accepted by the audience. The purpose of the study was to determine media appearance of the Pikiran Rakyat Newspaper ("PR") in the Covid-19 era. This study uses a qualitative research method with a case study approach. The results of the study, the "PR" newspaper changed the face of the media due to the development of information technology, the internet, changes in reading culture and the pressures of the Covid-19 pandemic. Implemented Design, "PR" changes news headlines to be shorter, photo sizes large and related to news, and increase infographics. Advertising and promotion, referring to the company's advertising stylebook. "PR" chooses soft colors and black-and-white. For the design style, look simple, but elegant. Implementation of Layout, "PR" presents a special page for the Covid-19 pandemic called "Change Behavior". Inside pages, there was a rubrication change because the page was reduced from 16 to 12. "PR" increased empty space, changed line elements and journalist code change. "PR" also varies the placement of "Index" and various page layouts.

Keywords: Design, Media Appearance, Newspaper Design, Newspaper Layout, Infographics

PENDAHULUAN

Meskipun saat ini peranan koran masih dirasakan penting di Indonesia, belakangan industri pers nasional berada pada kondisi di titik nadir. Hal ini disebabkan semakin bergesernya tren periklanan yang selama ini menjadi penopang utama pendapatan media cetak. Akibat pandemi Covid-19, situasi semakin memburuk, pengiklan mengurangi belanja (investasi iklan). Namun demikian, banyak pihak masih menyatakan penting dan relevannya keberadaan koran, terutama karena jenis jurnalisme yang diusungnya.

Saat pandemi, media cetak menjadi panduan ketika dalam keadaan sulit menentukan tingkat kebenaran suatu informasi. Saat platform digital lebih mengutamakan aktualitas, media cetak mengutamakan faktualisa.

Kini, koran dalam menyiarkan informasi tidak cukup dengan tulisan-tulisan serta foto saja, kemajuan teknologi menuntut media cetak memberikan informasi dengan tampilan visual yang lebih menarik sehingga informasi yang terkandung di dalamnya mampu diserap dengan efektif dan efisien oleh para pembacanya.

Koran melakukan reka bentuk dan memperbaiki perwajahnya (desain dan

layout) agar lebih menarik jika tidak ingin ditinggalkan pembacanya.

Reka bentuk surat kabar bukan hanya sebagai pembungkus sebuah produk tetapi sebagai produk itu sendiri. Reka bentuk menunjukkan karakter, gaya, ciri khas dan kesan tersendiri surat kabar tersebut. Reka bentuk media cetak bertujuan menghasilkan desain komunikasi visual yang kreatif dan komunikatif sehingga mampu meningkatkan daya tarik pembaca terhadap visualisasi media (Hardiansyah, Arifin, dan Aswar, 2017).

Perwajahan media merupakan salah satu bagian dari proses reka bentuk (design) surat kabar. Perwajahan dimaknai sebagai proses menghias dan mempercantik halaman media cetak agar tampak menarik dan berdaya pikat (Darsono dan Muhaemin, 2013: 6).

Kehadiran perwajahan sebenarnya bukan sekadar tindakan kreatif penggabungan antara kecendikiaan dan keterampilan artistik dan tidak hanya dimaksudkan untuk memasukkan berita, foto, ilustrasi, dan iklan semata, tetapi ada tugas yang lebih berat, yaitu bagaimana perwajahan dapat menambah daya serap penerimaan pesan di dalamnya.

Perwajahan yang baik memiliki peranan untuk menarik minat pembaca. Hal ini diperkuat hasil penelitian kuantitatif

oleh Arham, Koagouw, dan Onsu (2018) tentang pengaruh desain komunikasi visual surat kabar Manado Post terhadap keputusan membaca mahasiswa Unsrat. Hasil penelitiannya menunjukkan terdapat korelasi yang kuat antara desain komunikasi visual dalam hal ini perwajahan dengan keputusan untuk membaca surat kabar.

Oleh sebab itu, perwajahan media memiliki arti penting. Misalnya buku, pernah diteliti Mahdomy (2015) terhadap buku Promosi City Branding Kabupaten/Kota di Indonesia. Hasilnya ditemukan bahwa pembuatan perwajahan tersebut dimaksudkan untuk menarik minat, diterima kalangan muda dan masyarakat umum.

Lebih jauh, berkaitan dengan perubahan perwajahan media, Padmasari (2018) melakukan penelitian terhadap perubahan perwajahan koran Kompas sejak 1965-2015. Hasil penelitiannya berupa pemaparan perkembangan surat kabar harian Kompas dari tahun 1965-2015 dengan menjelaskan alasan di balik perubahan tersebut yang terkait dengan reka bentuk dari surat kabar tersebut.

Abdul Kholik (2018) dalam penelitiannya mengenai Penerapan Reka Bentuk Halaman Muka Surat Kabar menerangkan bahwa koran Pikiran Rakyat

melakukan reka bentuk berorientasi pada hasil analisis survei khalayak yang dalam hal ini termasuk *extramedia level*. Strategi ini tentu memberi kekuatan bagi Pikiran Rakyat untuk terus mengikuti tren pembacanya.

Menurut Harrower (1998), persepsi pembaca terhadap desain dan layout koran (*newspaper*) ditentukan oleh atribut-atribut *Headlines* dan *type, Photos, Graphics* dan *artwork, Special page designs, Inside page, The basic fixtures, Volume* dan *variety, Ads* dan *self promotion, User friendliness, dan Personality*. Konsep perwajahan media dalam penelitian ini menggunakan atribut-atribut dari Harrower yang terdiri dari atribut-atribut desain (*typography, photo, graphics & artwork, adv & self promotion, personality*) dan atribut-atribut layout (*special pages design, inside pages, the basic pixture, user friendliness*) dalam halaman surat kabar. Oleh karena itu, efektivitas reka bentuk media dapat diukur dengan menilai seberapa hebat kekuatan media tersebut dalam menyusun unsur desain dan layout dalam perwajahannya.

Perubahan perwajahan saat ini dilakukan oleh Harian Umum (HU) Pikiran Rakyat/koran "PR". Meski sudah melakukan transformasi digital dan konvergensi media dengan memiliki platform Radio PRFM, koran "PR"

elektronik (*e-paper*), dan media digital Pikiran Rakyat Online, keberadaan edisi cetak tetap diperlukan. Koran hadir untuk mempertahankan eksistensi originalisme dan autentisitas jurnalisme yang sejatinya juga menjadi kewajiban bagi pelaku usaha media massa.

Menurut Mario Garcia (2005), CEO Gracia Media dan pakar perwajahan media yang melakukan redesign dan reformat koran Kompas, wajah ini tidak cuma masalah perubahan jenis huruf dan warna belaka. Wajah ini melibatkan reorganisasi isi yang menyeluruh, tambahan-tambahan topik baru, serta sebuah tampilan navigasi yang membuat para pembaca dapat bergerak ke seluruh surat kabar secara lebih cepat (Garcia, 2005).

Perwajahan media tidak dapat dipisahkan dari rangkaian proses jurnalisme dan merupakan terminal akhir dari rangkaian proses jurnalisme. Contohnya, bagaimana terkait panjang atau pendeknya penyajian berita mempengaruhi wartawan dan redaktur dalam menulis dan mengedit berita untuk dimuat di halaman surat kabar.

Pada konteks inilah, bagaimana redaksi HU Pikiran Rakyat menyikapi tekanan di era pandemi Covid-19 dengan mengubah perwajahan korannya, mulai dari desain, layout hingga penyesuaian

rubrikasi untuk mendukung hadirnya perwajahan yang relevan dengan tuntutan perubahan dan dapat diterima khalayak secara bisnis di masa pandemi saat ini.

Berdasarkan pemaparan di atas, maka yang menjadi fokus penelitian ini adalah “Bagaimana Perwajahan Media di Era Covid-19 Pada Harian Umum Pikiran Rakyat”.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif bertujuan memperoleh gambaran seutuhnya mengenai suatu hal menurut pandangan manusia yang diteliti. Penelitian kualitatif berhubungan dengan ide, persepsi, pendapat, atau kepercayaan orang yang diteliti; kesemuanya tidak dapat diukur dengan angka (Sulistyo-Basuki, 2006:78).

Dari pendapat di atas, maka dapat diketahui bahwa penelitian kualitatif merupakan penelitian yang digunakan apabila faktor penelitian tidak dapat dikuantifikasikan atau tidak dapat dihitung sehingga variabel tidak dapat diungkapkan dengan angka seperti persepsi, pendapat, anggapan dan sebagainya. Menurut teori penelitian kualitatif, agar penelitiannya dapat benar-benar berkualitas maka data

yang dikumpulkan harus lengkap, yaitu data primer dan data sekunder.

Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus. Studi kasus adalah salah satu metode penelitian dalam ilmu sosial. Dalam riset yang menggunakan metode ini, dilakukan pemeriksaan longitudinal yang mendalam terhadap suatu keadaan atau kejadian yang disebut sebagai kasus dengan menggunakan cara-cara yang sistematis dalam melakukan pengamatan, pengumpulan data, analisis informasi, dan pelaporan hasilnya. Sebagai hasilnya, akan diperoleh pemahaman yang mendalam tentang mengapa sesuatu terjadi dan dapat menjadi dasar bagi riset selanjutnya.

Robert K. Yin dalam buku “Studi Kasus: Desain & Metode” mengatakan bahwa studi kasus merupakan strategi yang lebih cocok bila pokok pertanyaan suatu penelitian berkenaan dengan *how* (bagaimana) atau *why* (mengapa). Bila peneliti hanya memiliki sedikit peluang untuk mengontrol peristiwa-peristiwa yang akan diselidiki, dan bilamana fokus penelitiannya terletak pada fenomena kontemporer (masa kini) di dalam konteks kehidupan nyata. (Yin, 2015: 1)

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma konstruktivis. Paradigma konstruktivis, yaitu paradigma yang hampir merupakan

antitesis dari paham yang meletakkan pengamatan dan objektivitas dalam menemukan suatu realitas atau ilmu pengetahuan. Paradigma ini memandang ilmu sosial sebagai analisis sistematis terhadap *socially meaningful action* melalui pengamatan langsung dan terperinci terhadap pelaku sosial yang bersangkutan menciptakan dan memelihara/mengelola dunia sosial mereka (Hidayat, 2003:3).

Penulis menggunakan paradigma konstruktivis untuk mengetahui pengalaman yang didapat oleh jajaran Redaksi Pikiran Rakyat dalam melakukan perwajahan media pada masa pandemi Covid-19 berlangsung.

Menurut Moleong (2011:157), kata-kata tindakan orang-orang yang diamati atau diwawancarai merupakan sumber data utama. Sumber data utama dicatat melalui catatan tertulis atau melalui perekaman video/audio tapes, pengambilan foto dan sebagainya.

Penulis mendapatkan data-data primer yang diperlukan melalui wawancara mendalam, dan untuk data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari buku literatur, dokumen, gambar-gambar mengenai perwajahan media di era Covid-19 di koran Pikiran Rakyat, pangkalan data Pikiran Rakyat, dan hasil studi terkait serta penelusuran melalui internet. Seperti

diungkapkan Lofland (Moleong, 2011: 157-162) sumber utama dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata, dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen, dan lain-lain.

Proses diawali dengan observasi awal penelitian di lingkungan kantor PT. Pikiran Rakyat Bandung pada kurun waktu bulan Juli-Agustus 2021.

Data primer dalam penelitian ini didapatkan melalui wawancara mendalam yang dilakukan peneliti secara langsung terhadap 2 (dua) orang key informant inti, dan 1 (satu) orang informan pendukung pada kurun waktu bulan September-Oktober 2021.

Penentuan informan pada penelitian ini dilakukan dengan teknik *purposive sampling*, di mana pemilihan dilakukan secara sengaja berdasarkan kriteria yang telah ditentukan dan ditetapkan berdasarkan tujuan penelitian. *Key informant* adalah orang yang dianggap memiliki kredibilitas, kapabilitas serta memahami dan dapat menjelaskan tentang berbagai hal mengenai perwajahan media pada era pandemi Covid-19 di Pikiran Rakyat (“PR”).

Key informant inti adalah jajaran tinggi manajemen redaksi HU Pikiran Rakyat, yaitu (1) Hazmirullah - Pemimpin Redaksi II Pikiran Rakyat, terpilih sebagai

informan karena beliau adalah penanggungjawab keseluruhan konten koran “PR”, (2) Agus Hurliana - Kepala Desk Desain Pikiran Rakyat, terpilih karena bertanggung jawab terhadap perwajahan koran “PR”, dan sebagai informan pendukung, (3) Raden Taufiq Muhammad Ganjar - Perwakilan pembaca dan pelanggan, yang sudah berlangganan “PR” lebih dari 10 tahun.

Objek adalah apa yang akan diselidiki dalam kegiatan penelitian. Berdiri sejak 24 Maret 1966, Harian Umum Pikiran Rakyat (“PR”) merupakan salah satu media massa yang paling lama bertahan di Jawa Barat, paling populer dan memiliki kredibilitas tinggi bagi para pembacanya. Wilayah Penelitian dilakukan di Kota Bandung, yaitu Kantor Pusat Harian Umum Pikiran Rakyat, Jln. Asia Afrika No.77 Kota Bandung.

Teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, metode observasi, studi dokumentasi, studi kepustakaan dan metode penelusuran online.

Teknik analisis data menggunakan model interaktif Miles dan Huberman yang menggunakan tiga jalur analisis data kualitatif, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Keabsahan data diperiksa dengan teknik triangulasi (*check dan recheck*) dan

triangulasi yang dianggap relevan untuk menguji keabsahan data penelitian ini adalah dengan melakukan triangulasi sumber dan teknik. Triangulasi merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu (Moleong, 2009:330).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Faktor yang Mempengaruhi Perubahan Perwajahan Media Koran “PR”

Salah satu yang menjadi tantangan bagi industri koran saat ini adalah melesatnya peran teknologi informasi, terutama internet, sebagai sarana pemenuhan kebutuhan informasi bagi masyarakat. Melalui internet, masyarakat bisa lebih mudah mengakses informasi dan berita yang diinginkan, tanpa ada batasan ruang dan waktu. Hal ini ditandai dengan surutnya era surat kabar di berbagai penjuru dunia, yang ditandai dengan surutnya pendapatan iklan dan jumlah pelanggan, terlebih lagi dari kalangan muda.

Perkembangan teknologi informasi, internet dan juga perubahan budaya membaca pada masyarakat, khususnya anak muda membuat bisnis media cetak turun dan tersendat. Generasi muda yang juga dikenal sebagai generasi digital lebih

menyukai peralatan gawai (*gadget*) untuk mendapatkan informasi. Mereka lebih senang *browsing* di internet, bermain media sosial, menonton *YouTube* dibandingkan membaca koran.

Selain itu, terjadi penurunan jumlah dan nilai iklan. Hal ini disebabkan oleh semakin bergesernya tren periklanan yang selama ini menjadi penopang utama pendapatan media cetak, khususnya koran. Orang-orang mulai beralih memasang iklan di media digital karena dipandang lebih murah dan bisa tayang lebih lama. Belum lagi, keuntungan lain yang didapat, selain teks, dapat menayangkan konten audio-visual.

Di balik itu, pihak pemasang iklan pun saat ini sudah mulai memiliki media online/digital dan media sosial sendiri sehingga dapat melakukan promosi mandiri melalui website, channel YouTube, Instagram, Facebook, Twitter dan yang lainnya. Sementara itu, para pemasang iklan, baik perseorangan, perusahaan/pihak swasta maupun pemerintahan, yang masih percaya dan mengandalkan media cetak, mulai mengurangi belanja iklan (investasi iklan).

Hal ini diperburuk dengan munculnya pandemi Covid-19 yang menghantam segala aspek kehidupan di berbagai bidang di seluruh dunia.

Pengurangan iklan paling terlihat pada era pandemi di koran “PR” terjadi pada iklan mini baris yang pemuatannya hanya mencapai setengah halaman saja. Sebelum pandemi, meski sudah berkurang jika dibandingkan dekade sebelumnya, iklan mini baris masih bisa tampil 2 halaman.

Selain mini baris, berbagai jenis iklan lain, seperti display, advertorial, iklan kreatif, dan duka cita juga mengalami penurunan drastis dan semakin memperburuk bisnis media.

Akibatnya, untuk menghemat biaya produksi, “PR” melakukan pengurangan jumlah oplah cetak dan mengurangi jumlah halaman dari 16 menjadi 12 yang dimulai pada tanggal 1 Oktober 2020.

Pada konteks inilah, bagaimana Redaksi HU Pikiran Rakyat menyikapi tekanan di era pandemi Covid-19 dengan mengubah perwajahan korannya, mulai dari perubahan desain, layout hingga penyesuaian rubrikasi yang dipandang bisa semakin mendukung hadirnya konten dan desain koran yang relevan dengan tuntutan perubahan dan dapat diterima khalayak secara bisnis di era pandemi saat ini.

Berdasarkan temuan penelitian atau hasil wawancara dengan para informan, faktor penyebab Harian Umum Pikiran Rakyat melakukan perubahan perwajahan

media adalah perkembangan teknologi informasi, internet, perubahan budaya baca pada masyarakat, perubahan tren periklanan dan munculnya pandemi Covid-19 yang semakin memperburuk bisnis media.

Penerapan Desain pada Perwajahan Media koran “PR”

Harian Umum Pikiran Rakyat (“PR”) memiliki ciri khas dalam penerapan elemen-elemen/atribut desain pada tampilan halamannya. Ketika akan menerapkan desain perwajahan media yang baru, selalu dilandasi survei dan analisis khalayak. Artinya, pembaca memiliki nilai penting sebagai dasar perancangan perwajahan bagi “PR”.

Untuk membuat desain perwajahan koran “PR” yang tampil cantik, menarik, profesional, konsisten dan taat azas, diatur penerapannya dalam sebuah *stylebook design* (pedoman desain) yang telah disepakati bersama manajemen Redaksi “PR”.

Untuk tetap menjaga pembaca setia dan memikat pembaca baru, “PR” melakukan perubahan desain perwajahan media dengan menerapkannya pada elemen-elemen desain pada perwajahan koran, yaitu huruf (*typography*), foto (*photo*), infografis (*graphics & artwork*),

iklan dan promosi (*adv & self promotion*), warna dan gaya desain (*personality*).

Penerapan Huruf (*Typography*) dalam desain perwajahan media selama era pandemi Covid-19, koran “PR” melakukan sedikit perubahan dengan membuat judul-judul berita (*Headlines dan type*) yang lebih singkat agar ukuran menjadi lebih besar dan menarik perhatian pembaca. Selain itu, jumlah kata dalam kalimat judul lebih singkat.

“PR” hingga kini tetap mempertahankan ciri khas pemakaian tipografi yang digunakan sejak redesign pada tahun 2006. Huruf yang digunakan “PR” saat ini masih dianggap relevan dengan tren desain dan keinginan pembaca. Pikiran Rakyat masih mengombinasikan 2 tipe dasar huruf, yaitu *sans-serif* (modern, huruf tanpa kait) yang diwakili huruf FranklinGothic dan UniverCondence dan *serif* (klasik, huruf yang ujungnya berkait) yang menjadi ciri khas koran ini dengan menggunakan huruf Bodoni dan Georgia.

Dalam pemilihan tipografi, “PR” selalu mempertimbangkan tingkat keterbacaan pada konten teks, sehingga teks menjadi lebih mudah dan cepat terbaca (*readability*).

Mengutip dari *stylebook design* “PR” terbaru tahun 2020, tipografi yang digunakan untuk perwajahan media “PR”

adalah sebagai berikut: Judul Headline: Bodoni Bold (min 48pt), Sub Headline: FranklinGothic (min 22pt), isi berita (content text): Georgia Regular and Family (9pt leading 10pt), keterangan foto (captions photos): Georgia (*italic*) and Family (9pt leading 10 pt *italic*, name fotographer 5pt), Kicker (alis-janggut): FranklinGothic 12-18pt, Text Teaser/skybox: 16pt, Straight news: text justified alignment, Features/pop news: text left alignment dan Rubrik Tunggu Dulu: 9pt leading 10pt, text left alignment Georgia (*italic*).

Pada penerapan Foto (*Photo*), koran “PR” menyajikan foto yang terkait langsung atau berhubungan dengan materi berita. Jika sulit mendapatkannya, foto dapat diganti dengan infografis. Foto selama pandemi Covid-19 cukup dominan tayang. Hanya saja, dalam 6 hari terbit (Senin-Sabtu), HL (headline) halaman 1 tidak selalu membahas pandemi, tapi juga ada hal-hal ringan yang diangkat, khususnya koran edisi hari Sabtu.

Ukuran foto yang tampil saat ini relatif lebih besar, khususnya untuk Halaman 1 (cover) karena hanya terdiri dari 2-3 berita saja. Penerapan ukuran foto disesuaikan dengan kebutuhan estetis pada tiap-tiap halaman. Agar lebih menarik, beberapa foto dilakukan pengolahan digital

(*blurring, cropping*, dan lain-lain) untuk meningkatkan kualitas dan nilai artistik halaman.

Tampilan visual saat ini menjadi salah-satu andalan surat kabar untuk menarik minat khalayak untuk membaca, khususnya menjangkau kaum muda. Mereka biasanya lebih menyukai berita yang dilengkapi tampilan visual menarik dari foto, grafis, ilustrasi, sketsa, peta dan tabel. Di dalam perwajahan koran, terdapat infografis (*Graphics dan artwork*) yang digunakan untuk melengkapi berita atau tulisan yang dibuat wartawan agar berita tersebut menjadi lebih bermakna dan dapat dipahami oleh pembaca.

Koran “PR” selama era pandemi Covid-19, memperbanyak menerapkan Infografis (*graphics & artwork*) dalam desain perwajahannya. Infografis diperbanyak tidak hanya di halaman cover, tapi juga di halaman khusus pandemi yang bekerja sama dengan Satgas Penanganan Covid-19. Bahkan, infografis sering menjadi pilihan utama untuk tampil dominan menghiasi halaman. Infografis menjadi karakter artistik baru pada tampilan setiap rubrikasi dan berita yang memiliki data-data yang mendalam untuk divisualisasikan.

Menurut Pemimpin Redaksi Pikiran Rakyat Hazmirullah, infografis dirancang

sedemikian rupa dengan tujuan memudahkan pembaca memahami fenomena/peristiwa yang sedang terjadi. (Wawancara peneliti, 12 September 2021)

Infografis sering disebut sebagai ilustrasi informasi (Glasgow, 1994:7). Informasi dalam konteks ini mengacu pada informasi atau berita dalam media massa cetak. Oleh karena itu istilah “infografis” kerap dipakai dalam majalah atau surat kabar. Tabel maupun diagram yang sering juga dipakai dalam penelitian-penelitian ilmiah termasuk dalam bentuk infografis ini, meskipun istilah “infografis” lebih menitikberatkan pada tampilan data atau fakta yang dipadupadankan dengan visual yang estetik.

Menurut Wicandra (2006: 45-46), secara umum infografis terbagi menjadi dua jenis, yaitu grafis informatif dan grafis visual. Grafis informatif adalah grafis yang memaparkan kejadian, proses, hasil penelitian maupun fakta secara artistik. Sedangkan grafis visual adalah grafis yang bersifat sebagai ilustrasi dari seluruh isi berita maupun opini yang digambarkan secara analogi, simbol dan metafora dengan artistik. Grafis visual tidak terdapat ulasan maupun teks pendukung yang mendampingi gambar.

Pada era pandemi Covid-19 sekarang ini, bidang iklan dan promosi

merupakan bagian di media massa yang tidak berjalan dengan semestinya. Banyak media mengalami penurunan penjualan iklan dan kegiatan promosi yang berjalan kurang maksimal seperti sebelumnya.

Penerapan Iklan dan Promosi (*ads & self promotions*) mengacu kepada *stylebook* perwajahan iklan yang sudah ditetapkan. Secara umum, tampilannya sudah cukup bagus. Berdasarkan buku panduan Deskripsi Perwajahan & Stylebook Iklan Harian Umum Pikiran Rakyat (2017), materi-materi iklan di koran “PR ditempatkan sebagai berikut:

1. Dalam batas-batas tertentu iklan dapat ditempatkan di semua halaman kecuali halaman “Opini”.
2. Di halaman 1, volume yang direkomendasikan tidak melebihi 30% dari volume lahan keseluruhan (jika halaman normal). Sedangkan di halaman dalam lainnya maksimal 60%, kecuali untuk iklan-iklan tunggal yang ukurannya melampaui ketentuan tersebut.
3. Halaman-halaman khusus juga disediakan untuk menempatkan materi iklan mini baris dan mini kolom.
4. Halaman-halaman khusus lain juga disediakan untuk menempatkan

materi iklan lowongan kerja (setiap Sabtu).

5. Di dalam penempatannya “PR” menerapkan pola yang disebut “pola piramida”.
6. Selain itu “PR” juga merekomendasikan pemuatan iklan khusus yakni “iklan kuping” (di halaman 1) dan “iklan pulau” (di halaman dalam), “iklan jaket”, “iklan lidah” dan iklan-iklan kreatif lainnya di semua halaman

Penerapan Warna dan Gaya Desain (*personality*), Koran “PR” selama masa pandemi memilih menggunakan warna-warna lembut (*soft*) dengan nuansa dingin (warna biru dan turunannya) dan *soft* dengan nuansa hangat (warna kuning muda). Warna-warna ini dipilih dan digunakan koran “PR” karena elegan, lembut, dan cocok diperuntukkan bagi kalangan menengah ke atas sebagai segmen pembaca dan pemasaran koran “PR”. Dengan segmentasi itu, “PR” menghindari tampilan warna-warna yang “genjreng” dan “menor”. Kadang, tampilan “PR” terkesan minimalis, cukup tampil hitam-putih (black white/BW).

Penerapan gaya desain (*design style*), diarahkan untuk kalangan menengah

ke atas, gaya desain yang minimalis, simpel, namun elegan.

Penerapan Layout pada Perwajahan Media koran “PR”

Koran yang bagus secara estetika adalah koran yang enak dipandang mata, artistik, tampil cantik, dan menarik serta konten isinya mudah dimengerti saat dibaca khalayak.

Margareth Van Hakereen (2005, 1) dalam jurnalnya berjudul *Navigating The News Site: The Impact Of Page Design On Story Preference* mengatakan bahwa desain layout sebuah surat kabar merupakan kunci terhadap tingkat keterbacaan untuk pembaca. Pada media massa penataan layout yang baik sangat diperlukan untuk mengarahkan susunan teks serta gambar agar tingkat keterbacaannya tinggi oleh pembaca, layout juga dapat digunakan sebagai identitas suatu media massa khususnya cetak sehingga pembaca dapat mengenali media cetak tersebut melalui design layout-nya.

Penggunaan dan penerapan atribut-atribut layout yaitu rubrikasi & halaman khusus (*special pages design*), tampilan halaman dalam (*inside pages*), elemen dasar layout (*the basic pictures*), dan tampilan informasi penerbitan, index (*user friendliness*) pada perwajahan media HU

Pikiran Rakyat pada dasarnya selalu mengacu kepada *stylebook design* yang telah dibuat tim redaksi dan selalu *update* mengikuti perkembangan zaman.

Penerapan Rubrikasi & Halaman Khusus (*special pages design*), koran “PR” menyajikan rubrikasi dan halaman khusus baru yang disediakan untuk menyajikan berita-berita tentang pandemi Covid-19 bernama “Ubah Laku”. Halaman ini terbit setiap hari (kecuali Sabtu) di halaman 2. Desain halaman lebih dinamis dan rubrikasi baru yang dibuat bukan sekadar berita, namun juga berbentuk infografis, kartun dan komik.

Sudah sejak lama “PR” selalu menampilkan *special page design* saat terjadi peristiwa atau event-event penting. Seperti Tsunami Aceh, Olimpiade, Asean Games, Sea Game, Pon, Piala Dunia dan Ramadan. Halaman khusus itu menjadi ciri khas tersendiri koran “PR” dan hal ini sudah sejak lama mampu menarik minat pembaca dari berbagai kalangan dan secara umum tampilan desainnya menarik dan artistik.

Harian Umum Pikiran Rakyat membuat halaman dan rubrik baru yang membahas seputar Covid-19. Era pandemi Covid-19 saat ini, membuat para wartawan, jurnalis dan organisasi media memiliki peranan penting dalam mengikuti

perkembangan informasi yang dapat diandalkan dan memeriksa fakta dari informasi, agar tetap dapat dijadikan sebagai sumber berita terpercaya oleh masyarakat.

Penerapan Halaman Dalam (*inside pages*), koran “PR” melakukan beberapa perubahan, baik penambahan maupun pengurangan rubrikasi. *Inside pages* yang sudah ada sejak lama, dari aspek tataletak tidak mengalami banyak perubahan, hanya menyesuaikan dengan kebutuhan rubrikasi baru yang dibuat. Perubahan halaman karena “PR” mengurangi jumlah halaman dari 16 menjadi 12.

Halaman baru yang terdapat di halaman dalam “PR” adalah “Ubah Laku” sebuah halaman khusus yang membahas seputar pandemi Covid-19. Meski demikian, berita-berita yang berkaitan dengan pandemi Covid-19 tidak hanya berada di halaman “Ubah Laku” tapi juga menyebar di halaman kewilayahan.

Penerapan Elemen Dasar Layout (*the basic pictures*), Koran “PR” melakukan penambahan ruang kosong (*white space*), perubahan elemen garis dan perubahan penulisan kode wartawan.

Perwajahan media koran “PR” memberikan ruang kosong di beberapa tempat agar tampilan halaman koran tidak “sesak”. Penggunaan ruang kosong (*white*

space) ini berfungsi untuk mengistirahatkan mata para pembaca agar tidak lelah melihat tumpukan teks dan image yang memenuhi halaman. Kemudian, perubahan elemen pada garis atas halaman yang semula berwarna dengan garis tebal, sekarang menjadi warna hitam 0,5 point sama dengan garis batas bidang yang biasa dipakai untuk membatasi berita dan iklan. Sedangkan untuk kode wartawan, sekarang untuk penulisan berita tidak memakai lagi kode wartawan, tapi langsung menggunakan nama wartawan yang ditulis di akhir berita untuk menjaga kredibilitas tulisan.

Elemen dasar layout (*the basic fixtures*) merupakan perlengkapan dasar dalam layout koran yang terdiri dari penulisan kutipan, penggunaan margin dan spasi, garis, bingkai (*frame*), lahan atau bidang, *drop caps*, penggunaan header, logo, *art dummy*, baris dan kolom, *grid system layout* dan penggunaan *byline* dan *jumpline* kode penulis atau wartawan. Elemen-elemen ini penerapannya masih mengikuti pedoman dalam stylebook design perwajahan “PR”.

Penerapan Keramahan Penggunaan (*user friendliness*), koran “PR” melakukan perubahan penempatan “Indeks” atau navigasi halaman. Indeks berita halaman dalam yang sebelumnya ada di atas berita

headline, pindah ke samping kanan bawah di atas rubrik “Tunggu Dulu”. Hanya saja, penempatan indeks tetap kondisional, mengikuti desain secara keseluruhan.

Indeks ditempatkan di halaman 1 memandu pembaca untuk turut membaca berita-berita “unggulan” yang dimuat di halaman dalam. Peran Indeks pada masa pandemi Covid-19 ini cukup penting, karena jika ada berita-berita terkini tentang Covid-19 di berbagai daerah, bakal dicantumkan di salah satu indeks.

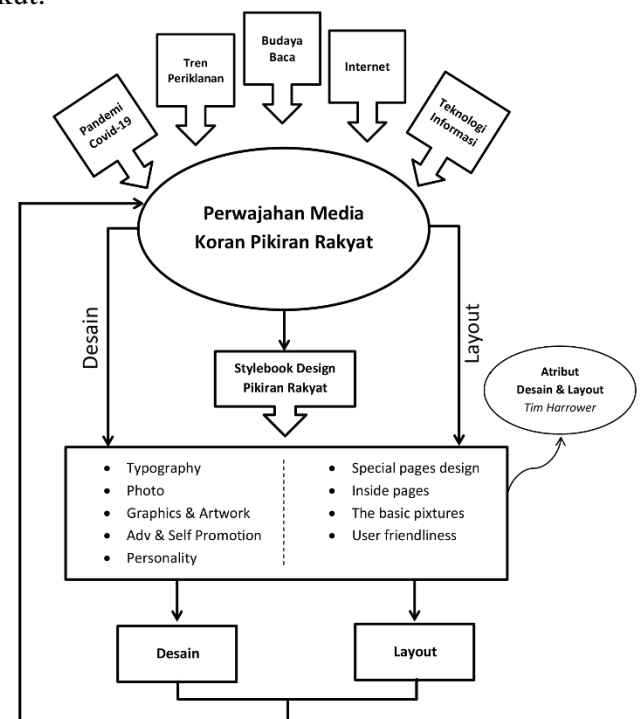
Penerapan elemen layout berupa keramahan penggunaan (*user friendliness*) di dalam pengukuran layout koran digunakan untuk mengetahui apakah layout dari koran tersebut telah mencakup kelengkapan informasi penerbitan, navigasi dan indeks halaman dalam yang memudahkan pembaca untuk mengetahui isi koran.

Penerapan keanekaragaman layout (*variety*), koran “PR” tampil lebih bervariasi, baik dari aspek konten maupun desain terutama di halaman cover muka. Halaman utama tidak hanya dihiasi oleh foto, tapi juga ilustrasi, grafis, tabel, peta, sketsa, infografis sehingga terlihat lebih beragam.

Tampilan visual desain cover halaman muka lebih leluasa karena saat ini di halaman depan hanya memuat 2-3 berita

sehingga konten pelengkap berita seperti foto dan grafis bisa tampil lebih besar. Hal ini bisa dilakukan karena halaman muka tidak seperti beberapa tahun ke belakang yang masih menempatkan 4-5 berita. Oleh sebab itu, tampilannya mencolok, *eyes catching* dan menarik minat para pembaca.

Dari hasil temuan, analisis dan pembahasan tentang Perwajahan Media Harian Umum Pikiran Rakyat di Era Covid-19, didapatkan sebuah model sebagai berikut:



Sumber: Rancangan Peneliti, 2021
Gambar 1. Model Perwajahan Media “PR”

Berdasarkan model tersebut di atas, peneliti berpendapat bahwa perkembangan teknologi informasi, internet, perubahan budaya baca pada masyarakat, perubahan tren periklanan dan munculnya pandemi

Covid-19 yang semakin memperburuk bisnis media menjadi faktor penyebab Pikiran Rakyat melakukan perubahan perwajahan di era Covid-19.

Tekanan dan beragam masukan untuk mengubah perwajahan media koran “PR” akan selalu diselaraskan dan dipadupadankan dengan *stylebook design* yang telah dibuat dan disepakati bersama sebagai acuan artistik oleh jajaran redaksi “PR” dan menjadi panduan wajib manajemen redaksi dan para disainer Pikiran Rakyat. Panduan artistik tersebut di dalamnya terdapat “benang merah” desain perwajahan “PR” yang menjadi ciri khas, karakter dan tidak boleh hilang dari benak para pembacanya, seperti unsur warna, tipografi, gaya desain dan lainnya.

Panduan artistik, teori dan konsep desain, benang merah sejarah desain “PR” dan berbagai masukan dan tekanan, kemudian diolah menjadi dua bidang perwajahan, yaitu desain dan layout. Atribut-atribut dalam desain dan layout inilah yang akan membentuk perwajahan baru koran Pikiran Rakyat.

SIMPULAN

Simpulan dari penelitian mengenai Perwajahan Media di Era Covid-19 pada Harian Umum Pikiran Rakyat adalah sebagai berikut:

1. Faktor yang mempengaruhi HU Pikiran Rakyat melakukan perubahan perwajahan media di era Covid-19 adalah faktor perkembangan teknologi informasi, internet, perubahan budaya membaca pada masyarakat, perubahan tren periklanan dan munculnya pandemi Covid-19 yang semakin memperburuk bisnis media.
2. Penerapan Desain pada perwajahan media HU Pikiran Rakyat di era Covid-19, “PR” melakukan perubahan dengan menerapkannya pada elemen-elemen/atribut desain pada perwajahan koran, yaitu huruf (*typography*), foto (*photo*), infografis (*graphics & artwork*), iklan dan promosi (*adv & self promotion*), warna dan gaya desain (*personality*). Penerapan Huruf, koran “PR” melakukan perubahan dengan membuat judul berita lebih singkat agar ukuran menjadi lebih besar dan menarik perhatian pembaca. Penerapan Foto, “PR” menyajikan foto yang terkait langsung pada materi berita dengan ukuran besar. Koran “PR” memperbanyak Infografis di semua halaman, mulai dari halaman muka hingga halaman dalam. Infografis menjadi salah satu karakter artistik baru pada tampilan halaman di era Covid-19. Penerapan Iklan dan

Promosi koran “PR” mengacu kepada stylebook perwajahan iklan perusahaan, berupa buku panduan Deskripsi Perwajahan & Stylebook Iklan HU Pikiran Rakyat. Penerapan atribut *personality* (Warna dan Gaya Desain), koran “PR” memilih menggunakan warna-warna lembut dengan nuansa dingin, nuansa hangat dan tampil minimalis hitam-putih (black-white/BW), Untuk gaya desain menggunakan desain yang minimalis, simpel, namun elegan.

3. Penerapan layout pada perwajahan media HU Pikiran Rakyat di era Covid-19, “PR” melakukan perubahan dengan menerapkannya pada elemen-elemen/atribut layout yaitu rubrikasi & halaman khusus (*special pages design*), tampilan halaman dalam (*inside pages*), elemen dasar layout (*the basic pictures*), dan tampilan informasi penerbitan, index (*user friendliness*) dengan mengacu kepada *stylebook design* yang telah dibuat tim redaksi dan selalu *update* mengikuti tuntutan dan perkembangan zaman, Penerapan Rubrikasi & Halaman Khusus, koran “PR” menyajikan rubrikasi dan halaman khusus baru yang menyajikan berita-berita tentang pandemi Covid-19 bernama “Ubah

Laku”. Penerapan Halaman Dalam, koran “PR” melakukan perubahan rubrikasi dan halaman karena jumlah halaman berkurang dari 16 menjadi 12. Penerapan Elemen Dasar Layout, Koran “PR” memperbanyak ruang kosong (*white space*), perubahan elemen garis dan perubahan penulisan kode wartawan. Penerapan Keramahan Penggunaan, koran “PR” melakukan variasi penempatan “Indeks” atau navigasi halaman. Penempatan indeks kondisional, tergantung kebutuhan. Pada keanekaragaman layout, “PR” tampil lebih bervariasi, baik dari aspek konten maupun desain, terutama di halaman cover muka dengan variasi foto, ilustrasi, grafis, tabel, peta, sketsa, dan infografis.

Sebagai saran, penelitian ini belum mencakup pada wilayah penelitian yang lebih luas lagi, di antaranya adalah reformat surat kabar, konten isi, kepuasan pengguna dan dari aspek teknologi *hardware* dan *software*. Oleh karena itu, pada masa mendatang perlu kiranya diselenggarakan penelitian mengenai hal tersebut. Secara praktis, perubahan desain dan layout pada perwajahan Pikiran Rakyat jangan meninggalkan ciri khas dan karakter dasar perwajahan yang sudah melekat pada koran

“PR” untuk menjaga pembaca dan pelanggan setia tetap nyaman dengan perubahan tersebut. Peningkatan kualitas perwajahan “PR” perlu didukung sumber daya manusia (SDM) mumpuni di bidang artistik, kelengkapan perangkat *hardware-software* desain dan layout, kualitas bahan produk yang baik (kertas, tinta, dan *plate*), dan mesin cetak berkualitas. Dan, kepada para pemilik (*owners*), peneliti menyarankan untuk lebih memperhatikan dan mendukung keberlangsungan bisnis media cetak dengan mengeluarkan kebijakan-kebijakan teknis, regulasi, investasi dan aturan yang membantu pengembangan Harian Umum Pikiran Rakyat dan model bisnisnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Arham., Koagouw, F.V.I.A., & Onsu, R. 2018. Pengaruh Desain Komunikasi Visual Surat Kabar Manado Post terhadap Keputusan Membaca Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi. *Jurnal Acta Diurna Komunikasi*, 7(2), 1-11. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/actadiurnakomunikasi/issue/view/1956/showToc>
- Basuki, Sulistyono. 2006. *Metode Penelitian*. Jakarta: Wedatama Widya Sastra dan Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya Universitas Indonesia
- Darsono, D., & Muhaemin, E. 2013. *Reka Bentuk Media Cetak Antara Perwajahan dan Tata Letak*. Bandung: Mimbar Pustaka.
- Dedy N. Hidayat. 2003. *Paradigma dan Metodologi Penelitian Sosial Empirik Klasik*. Jakarta: Departemen Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Indonesia, hlm. 3
- Garcia, Mario R. 2005. Desain untuk Pembaca Era Digital dalam Kompas 28 Juni.
- Glasgow, Dale. 1994. *Information Illustration*, Addison-Wesley Publishing Company.
- Hardiansyah., Arifin, I., & Aswar. 2017. Desain dan Perwajahan Majalah Kurva Desain Komunikasi Visual. *Jurnal Imajinasi, Seni dan Pendidikan Seni*, 1(2). <https://ojs.unm.ac.id/imaginasi/issue/view/823>.
- Harrower, Tim. 2013. *The Newspaper Designer's Handbook Seventh Edition*. Blacklick USA : McGraw-Hill Companies.
- Kholik, A. 2018. Penerapan Reka Bentuk Halaman Muka Surat Kabar. *Jurnal Communicology: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 16(2). 35-53. DOI: <http://dx.doi.org/10.21009/Communicology.0602.03>
- Mahdamy, Aisyah. 2015. Perancangan Visualisasi Perwajahan dan Media Promosi Buku City Branding untuk Kota/Kabupaten di Indonesia. Tugas Akhir, Jurusan Desain Komunikasi Visual, Universitas Negeri Solo.
- Moleong, Lexy J. 2007. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Pikiran Rakyat. 2017. Deskripsi Perwajahan & Stylebook Iklan Harian Umum Pikiran Rakyat. Bandung: PR
- Pikiran Rakyat. 2020. Stylebook Perwajahan Redaksi Harian Umum Pikiran Rakyat. Bandung: PR
- Van Heekeren, Margareth. 2005. Navi ga ting The News Site: The Impact Of Page Design On Story Preference: School Of Communications Charles Sturt University Bahturst.

- Wicandra, Obed Bima, 2006. Peran Info grafis pada Media Massa Cetak. Nirmana: Jurnal Desain komunikasi Visual, Vol.8, No. 1, Januari 2006: 44-50, 16(2). DOI: <https://doi.org/10.9744/nirmana.8.1>.
- Yin, Robert K. 2015. Studi Kasus; Desain dan Metode. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.