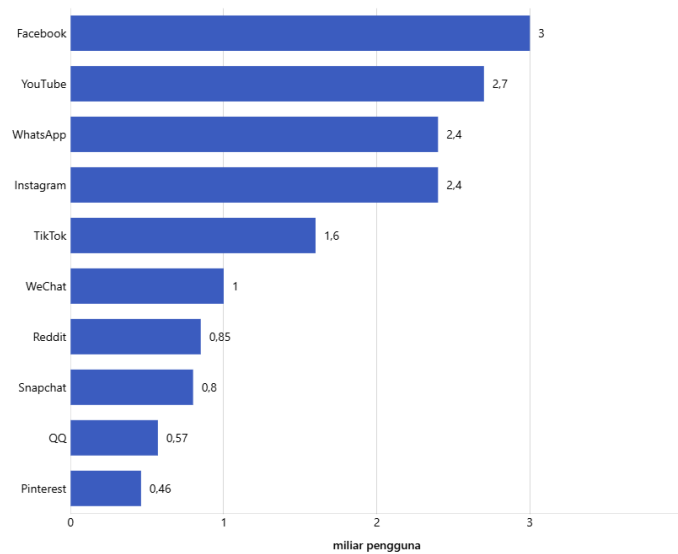


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Moneta.Bev merupakan sebuah *brand* lokal asal Bandung yang didirikan oleh Muhammad Rizki Samsiar sejak 2020 dan berfokus terhadap produk Biji Kopi. Instagram menjadi pilihan Moneta.Bev sebagai sarana penyebaran informasi yang paling efektif di era digital saat ini, terutama bagi *brand* biji kopi. Hal ini disebabkan oleh karakter Instagram yang berbasis visual, sehingga sangat sesuai untuk menampilkan estetika produk kopi melalui foto, video, maupun ilustrasi yang menarik. Dengan jumlah pengguna aktif yang sangat besar, Instagram memungkinkan *brand* biji kopi menjangkau audiens yang luas sekaligus menargetkan konsumen yang tepat melalui algoritma dan fitur promosi. Selain itu, interaktivitas yang ditawarkan melalui fitur dari Instagram, seperti: komentar, *direct message*, polling, hingga fitur *story* membuat komunikasi antara *brand* dan konsumen lebih dekat dan personal. Melalui Instagram pula, *brand* biji kopi dapat membangun citra, memperkuat identitas visual, serta menyebarkan informasi produk, edukasi tentang kopi, maupun aktivitas promosi secara cepat dan mudah diakses oleh konsumen. Dengan demikian, Instagram menjadi media yang strategis menurut Moneta.Bev sebagai *brand* biji kopi untuk menyebarkan informasi.



Gambar 1. 1

10 Media Sosial dengan Jumlah Pengguna Terbanyak di Dunia (2023)

Sumber databoks.katadata.co.id

Berdasarkan sumber dari databoks.katadata.co.id seperti gambar diatas, bisa kita lihat bahwa pemilihan Instagram sebagai media sosial utama oleh Moneta.Bev dapat dikatakan sebagai langkah yang tepat. Hal ini sejalan dengan hasil survei Databoks (2023) yang menunjukkan bahwa Instagram menempati peringkat keempat sebagai platform media sosial dengan jumlah pengguna terbanyak di Indonesia. Fakta tersebut membuktikan bahwa Instagram memiliki daya jangkauan yang luas serta potensi interaksi yang tinggi, sehingga strategi Moneta.Bev dalam memanfaatkan Instagram sebagai sarana komunikasi visual dan media promosi menjadi relevan serta efektif untuk menjangkau target audiens.

Berdasarkan hasil survei Databoks, meskipun YouTube, Facebook, dan WhatsApp menempati urutan pengguna yang lebih tinggi dibanding Instagram, ketiganya dinilai kurang relevan untuk kebutuhan *branding*. YouTube lebih berfokus pada konten video berdurasi panjang, Facebook tidak memiliki format akun dan postingan yang interaktif serta visual sekuat Instagram, sedangkan WhatsApp lebih berfungsi sebagai media komunikasi pribadi,

bukan untuk membangun identitas *brand*. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa Instagram menjadi media sosial yang paling tepat digunakan oleh Moneta.Bev dibandingkan *platform* lain seperti TikTok maupun website, karena memiliki keseimbangan antara fungsi visual, interaksi, dan *branding*.

Dalam pembuatan konten, konsep dari Moneta.Bev mengangkat tentang budaya Indonesia karena ingin memiliki ciri khas yang membedakan Moneta.Bev dengan *brand* lainnya. Unsur budaya Indonesia yang diangkat oleh Moneta.Bev dapat dilihat dari pemilihan nama varian produknya seperti: Gatot Kaca dan Sri Asih yang diambil dari tokoh perwayangan. Akan tetapi didalam konten Instagram tersebut terdapat *Irelevansi* atau ketidaksinambungan dalam penggunaan ilustrasi terhadap isi pesan yang disebarkan. Seperti menggunakan bahasa asing didalam isi konten dan hampir semua konten tidak mengangkat unsur kebudayaan Indonesia.

Tipografi yang digunakan dalam beberapa konten lebih menonjolkan gaya modern dengan nuansa internasional, bahasa asing yang sederhana dan cenderung generik. Pemilihan tipografi tersebut memang memberikan kesan bersih dan minimalis, namun kurang mencerminkan nilai-nilai budaya Indonesia yang sejak awal ingin diangkat sebagai identitas *brand*. Akibatnya, tipografi yang dipilih tidak sepenuhnya mendukung diferensiasi *brand* yang berbasis pada unsur budaya lokal, sehingga menimbulkan kesan kurang relevan antara konsep budaya yang diusung dengan visualisasi konten yang ditampilkan.



Gambar 1. 2

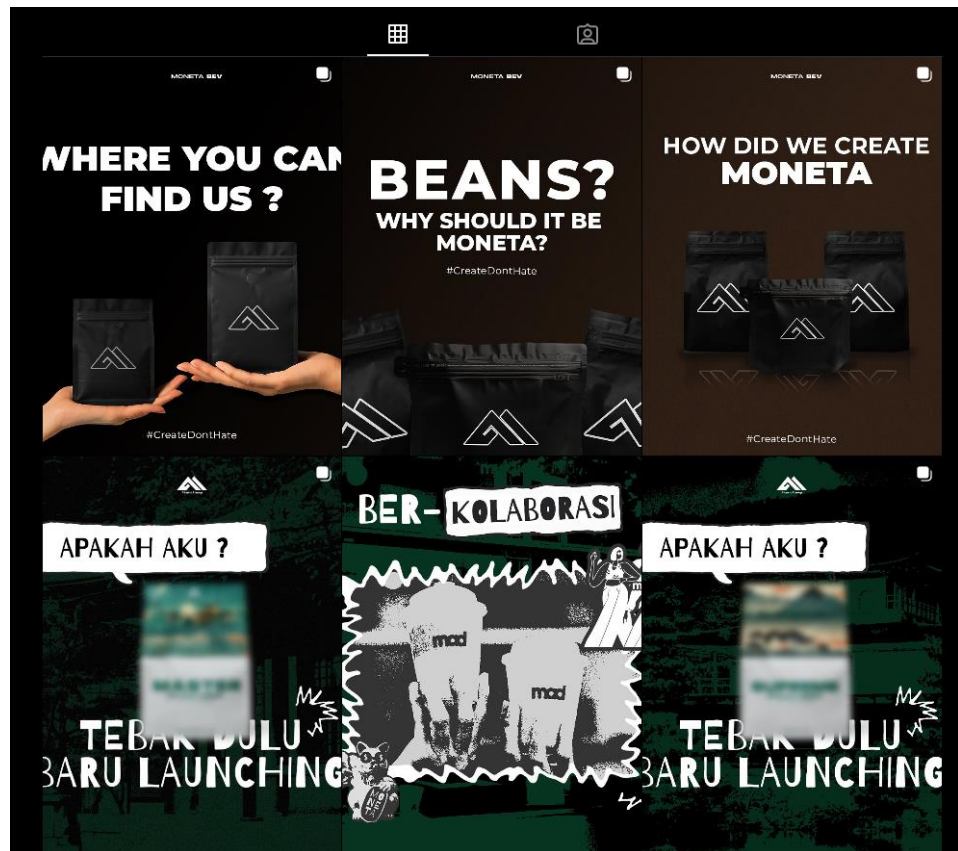
Konten Yang Menggunakan Bahasa Asing

Sumber Gambar : Instagram Moneta.Bev

Pada instagram Moneta.Bev ini terdapat beberapa konten menggunakan ilustrasi yang tidak tepat seperti pada foto diatas. Konten tersebut tidak mengangkat tentang kebudayaan Indonesia seperti konsep yang ditetapkan oleh Moneta.Bev karena isi konten tersebut menggunakan bahasa asing dalam ilustrasi maupun tipografinya, padahal *brand* tersebut mengangkat identitas nusantara melalui produk kopi lokal. Ketidaksesuaian antara identitas *brand* dan elemen visual yang digunakan dapat menimbulkan ketidakselarasan makna atau irelevansi pesan komunikasi visual. Hal ini sejalan dengan pendapat Kusrianto (2007) yang menjelaskan bahwa desain komunikasi visual harus mampu menyampaikan pesan yang selaras dengan identitas dan karakter suatu *brand* agar tercapai komunikasi yang efektif.

Lebih lanjut, tipografi sebagai salah satu elemen penting dalam desain komunikasi visual memiliki peran bukan hanya sebagai teks, tetapi juga sebagai representasi identitas dan citra dari sebuah *brand*. Menurut Sihombing (2001), tipografi tidak hanya berfungsi untuk menyampaikan informasi secara verbal, melainkan juga memiliki makna visual yang dapat memperkuat atau melemahkan pesan yang ingin disampaikan. Jika penggunaan tipografi dan bahasa tidak relevan dengan karakter *brand*, maka komunikasi visual yang dibangun akan berpotensi kurang efektif dalam menarik perhatian dan membangun persepsi audiens. Dengan demikian, penggunaan bahasa asing pada konten Moneta.Bev yang mengangkat unsur nusantara dapat dianggap kurang relevan secara komunikasi visual karena berpotensi melemahkan identitas lokal yang seharusnya menjadi kekuatan utama *brand*.

Adapun *Irelevansi* atau ketidaksinambungan dalam penggunaan ilustrasi yang lain seperti penggunaan warna identitas *brand* yang tidak konsisten. Selain itu, pemilihan warna yang kurang tepat membuat tampilan Instagram terkesan tidak selaras. Ketidakkonsistenan dalam pemilihan warna tersebut juga berpengaruh pada keseluruhan tampilan *feeds* Instagram Moneta.Bev. *Feeds* yang seharusnya mampu mencerminkan identitas *brand* dan menghadirkan visual yang selaras justru terlihat kurang harmonis karena tidak adanya pola warna yang konsisten. Hal ini membuat audiens sulit menangkap citra visual yang kuat dan membedakan Moneta.Bev dari *brand* lainnya. Dengan demikian, penting untuk meninjau kembali bagaimana penyusunan *feeds* Instagram dilakukan, agar selaras dengan konsep budaya yang diusung sekaligus mampu menampilkan identitas visual yang lebih kohesif.



Gambar 1. 3

Konsistensi Pemilihan Warna

Sumber Gambar : Instagram Moneta.Bev

Seperti gambar di atas, bisa kita lihat bahwa terdapat tampilan Instagram Moneta.Bev yang kurang konsisten dalam penggunaan warna. Ketidak konsistenan dalam penggunaan warna pada identitas sebuah *brand* dapat menimbulkan ketidakselarasan visual yang mengganggu, karena warna memiliki peran penting dalam membangun persepsi, emosi, serta asosiasi tertentu di benak konsumen. Ketika *brand* gagal menjaga konsistensi warna, ilustrasi visual yang dihasilkan menjadi kurang enak dilihat, tidak harmonis, dan berpotensi menimbulkan kebingungan dalam menyampaikan pesan merek, sehingga melemahkan daya tarik serta mengurangi kepercayaan audiens terhadap *brand* tersebut.

Dalam konteks komunikasi non-verbal, warna memiliki peranan yang sangat penting sebagai media penyampai pesan dan tujuan. Warna tidak hanya berfungsi sebagai elemen estetis, melainkan juga berperan dalam membentuk identitas, menarik perhatian audiens, serta meningkatkan efektivitas komunikasi visual (DKV Binus University, 2015). Selanjutnya, warna juga dipandang sebagai salah satu metode komunikasi non-verbal yang paling efektif karena mampu memberikan identitas, menyampaikan simbol, mengekspresikan konsep abstrak, serta membangkitkan reaksi emosional dari khalayak (Iskandar, 2021). Selain itu, menurut Kumparan (2021), **warna** memiliki lima fungsi utama dalam desain grafis, yaitu meningkatkan daya tarik visual, menciptakan hierarki visual, memperkuat daya ingat, mendukung penguatan *branding*, serta membangun kesan dan suasana tertentu yang relevan dengan pesan yang ingin disampaikan.

Secara keseluruhan. Ilustrasi disini memiliki beberapa peran didalam konten, yang pertama itu adalah untuk menjadi sebuah penjelas atau memudahkan pembaca dalam memahami suatu konten dan yang kedua itu untuk membantu menarik perhatian dari pembaca. Secara keseluruhan. Menurut penulis, ilustrasi ini memiliki beberapa fungsi termasuk mempermudah komunikasi, bercerita, dampak emosional, *branding*, edukasi, dan peningkatan nilai estetika. Ilustrasi juga dapat menjelaskan mengenai makna sebuah tulisan yang membantu pembaca memahami makna tulisan tersebut (Rohidi, 1984).

Dengan menggunakan pendekatan kualitatif yang dapat membantu mendeskripsikan Relevansi terhadap isi pesan dengan ilustrasi yang digunakan oleh Moneta.Bev dalam konten Instagramnya dan bisa menjelaskan dengan Komperhensif. Dengan ditambah pengumpulan informasi dari proses wawancara, observasi dan diperkuat dengan studi literatur. Penulis mengharapkan melalui penelitian ini dapat memberikan fakta, saran dan bahasan evaluasi kepada pihak terkait yaitu Moneta.Bev terkait pembuatan

konten dan penggunaan ilustrasi yang sesuai dengan isi pesan yang akan disampaikan.

Maka dari itu, penulis tertarik melakukan penelitian terhadap fenomena di atas guna mengetahui bagaimana komunikasi visual melalui penggunaan ilustrasi pada konten Instagram Moneta.Bev dapat memengaruhi daya tarik dan persepsi audiens terhadap *brand*. Hal ini penting diteliti karena meskipun Moneta.Bev masih tergolong *brand* lokal yang berkembang, strategi penggunaan ilustrasi pada media sosial dapat menjadi salah satu kekuatan dalam membangun identitas visual dan meningkatkan *brand awareness*. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan masukan bagi Moneta.Bev mengenai pentingnya konsistensi komunikasi visual dan pemanfaatan ilustrasi yang tepat agar konten yang dipublikasikan lebih menarik, mudah dipahami, serta mampu menciptakan keterikatan emosional dengan audiens. Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, peneliti mengajukan judul dalam penelitian ini adalah **“Analisis Komunikasi Visual Penggunaan Ilustrasi pada Konten Instagram Moneta.Bev.”**

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti memfokuskan dalam penelitian ini mengenai bagaimana komunikasi visual penggunaan ilustrasi pada konten Instagram Moneta.Bev diarahkan untuk mengkaji bagaimana ilustrasi dimanfaatkan sebagai elemen utama komunikasi visual dalam konten Instagram Moneta.Bev. Penelitian ini berusaha menelaah bentuk, gaya, dan karakteristik ilustrasi yang digunakan; menilai relevansi ilustrasi dengan identitas *brand* yang mengangkat nilai kopi nusantara; serta mengukur sejauh mana efektivitas ilustrasi dalam menyampaikan pesan dan membangun citra *brand* di media sosial.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang dipaparkan diatas, pertanyaan yang akan dibahas dalam penelitian ini yakni:

1. Bagaimana nilai estetika ilustrasi pada konten Instagram Moneta.Bev, dilihat dari segi warna, komposisi, tekstur, dan bentuk?
2. Bagaimana Dimensi Fungsional dari ilustrasi pada konten Instagram Moneta.Bev?
3. Bagaimana Dimensi Semiotik dari ilustrasi pada konten Instagram Moneta.Bev?
4. Bagaimana Dimensi Kognitif dari ilustrasi pada konten Instagram Moneta.Bev?
5. Bagaimana Dimensi Emosional dari ilustrasi pada konten Instagram Moneta.Bev?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka penelitian ini disusun dengan tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui nilai estetika ilustrasi pada konten Instagram Moneta.Bev, khususnya dari segi warna, komposisi, tekstur, dan bentuk.
2. Untuk mengetahui sejauh mana ilustrasi pada konten Moneta.Bev berfungsi efektif dalam menyampaikan pesan, memperjelas informasi, serta memperkuat identitas *brand*.
3. Untuk mengetahui dan menggali makna simbol, tanda, atau ikon yang terkandung dalam ilustrasi Moneta.Bev, serta relevansinya dengan konteks sosial-budaya audiens.
4. Untuk mengetahui dan mengukur tingkat kemudahan pemahaman ilustrasi Moneta.Bev melalui keterbacaan bentuk, kejelasan objek, dan penyusunan elemen visual.
5. Untuk mengetahui pengaruh ilustrasi Moneta.Bev terhadap perasaan audiens, khususnya dalam membangkitkan emosi dan menumbuhkan keterikatan emosional terhadap *brand*.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dalam penelitian ini penulis membagi menjadi 2 bagian yaitu, manfaat akademis dan manfaat praktis.

1.5.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian ilmu komunikasi, khususnya dalam bidang komunikasi visual. Melalui analisis penggunaan ilustrasi pada konten Instagram Moneta.Bev, penelitian ini dapat memperkaya teori mengenai bagaimana media sosial berfungsi sebagai sarana penyampaian pesan visual yang efektif. Selain itu, penelitian ini juga memberikan perspektif baru mengenai peran ilustrasi sebagai media komunikasi yang tidak hanya bersifat estetis, tetapi juga fungsional, semiotik, kognitif, dan emosional dalam membentuk pemahaman serta keterikatan audiens terhadap suatu *brand*.

1.5.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Praktisi dan Pengguna Media Sosial

Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi dan acuan bagi individu maupun praktisi yang ingin memanfaatkan media sosial, khususnya Instagram, sebagai sarana komunikasi visual. Penelitian ini memberikan wawasan tentang pentingnya desain grafis, ilustrasi, dan strategi komunikasi visual yang tepat untuk membangun identitas *brand*, menarik perhatian audiens, serta meningkatkan interaksi

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat dijadikan landasan atau rujukan bagi peneliti lain yang memiliki ketertarikan pada kajian komunikasi sosial maupun komunikasi visual di media digital. Dengan adanya penelitian ini, diharapkan peneliti berikutnya dapat mengembangkan penelitian lebih lanjut, baik dengan memperluas objek kajian, memperdalam teori, maupun menggunakan metode penelitian yang berbeda untuk menghasilkan temuan yang lebih komprehensif.