



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pada hakikatnya, manusia pasti membutuhkan informasi. Hal tersebut merupakan hak yang fundamental dalam kehidupan manusia. Oleh karena itu, media massa membutuhkan berita atau informasi untuk publikasi kepentingan media itu sendiri, dan manusia membutuhkan adanya pemberitaan atau kepentingan-kepentingan tertentu. Media massa adalah sarana persuasi yang efektif dan efisien karena dapat menjangkau khalayak dengan waktu yang relatif singkat.

Media konvensional seperti televisi, radio dan media cetak juga dimanfaatkan masyarakat tidak sekedar untuk mengakses berita terkini tetapi ikut juga berpartisipasi dalam membagikan informasi. Namun, seiring perkembangannya zaman, muncullah media baru atau *new media* dimana internet telah memudahkan manusia dalam mengakses informasi, mendapatkan edukasi serta mencari hiburan. Sedangkan pengertian media baru itu sendiri, Denis McQuail (2011, p. 148), yakni berbagai perangkat teknologi komunikasi yang berbagi ciri yang sama, dimana selain baru, yang dimungkinkan dengan digitalisasi dan ketersediaannya yang luas untuk penggunaan pribadi sebagai alat komunikasi.

Denis McQuail (2011, p. 43), mengatakan ciri utama dari media baru yang paling utama adalah kesalinghubungan, aksesnya terhadap khalayak individu sebagai penerima maupun pengirim pesan, interaktivitasnya, kegunaannya yang beragam sebagai karakter yang terbuka dan sifatnya yang ada 'di mana-mana'.

Contoh dari media yang mempresentasikan media baru adalah internet. Teknologi informasi dan komunikasi pun kian berkembang pesat seiring dengan maraknya internet dan penggunaan media sosial seperti facebook, twitter, blog, instagram dan sebagainya.

Nasrullah (2016, p. 11), mengatakan internet menghasilkan media sosial dimana pengguna dapat berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dan membentuk ikatan sosial secara virtual.

Dalam hasil penelitian Internet World Stats (2017), Indonesia memperoleh peringkat kelima pengguna internet di dunia. Itu menandakan bahwa semakin beragamnya fitur yang di hadirkan di internet menyebabkan meningkatnya pengguna internet tiap tahunnya.

Sebagaimana survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) (2017, p. 6), penetrasi pengguna internet telah mencapai 143,26 juta. Itu berarti 54,68 persen penduduk Indonesia sudah memakai internet dari total populasi 262 juta jiwa.

Begitupun dalam mengakses informasi, saat ini kebanyakan masyarakat Indonesia sudah menggunakan *smartphone* sebagai alat komunikasi yang

multi-fungsi yakni 44,16 persen atau sekitar 63,2 juta orang di Indonesia, dan sebanyak 87,13 persen atau sekitar 124,82 juta orang di Indonesia mengakses media sosial (APJII, 2017, p. 28).

Dengan adanya perangkat (*gadget*) yang tersambung oleh internet serta akses informasi yang serba instan, minat baca buku masyarakat Indonesia pun kian menurun. UNESCO (*United Nasional Educational, Scientific, and Cultural Organization*) mengungkapkan bahwa minat baca masyarakat Indonesia hanya 0,001 persen, yang artinya dari 1000 orang Indonesia hanya satu yang rajin membaca. Oleh karena itu, Indonesia berada di peringkat ke-60 dari 61 negara (Indra, 2017, para. 3).

Kemudian, Badan Pusat Statistik menyatakan sebanyak 91,58 persen penduduk Indonesia yang berusia 10 tahun ke atas lebih suka menonton televisi sedangkan hanya sekitar 17,58 persen saja penduduk yang gemar membaca buku, surat kabar atau majalah (Munir, 2016 para. 1). Tahun 2015, Perpustakaan Nasional juga melakukan kajian. Hasilnya minat baca masyarakat juga menunjukkan angka 25,1 persen atau masuk ke dalam kategori rendah (Munir, 2016, para. 3). Hal itu menandakan bahwa visual yang dihadirkan oleh televisi membuat masyarakat tertarik untuk menonton televisi (Munir, 2016, para. 1).

Seiring berkembangnya teknologi serta banyaknya media platform yang telah melakukan inovasi, tidak hanya menampilkan informasi melalui teks saja, berbagai media platform pun kini juga berangsur-angsur memanfaatkan

jurnalistik visual dalam pengemasannya. Karknu (2015), Jurnalistik Visual adalah sebuah tampilan visual yang menampilkan berbagai jenis multimedia yaitu penggabungan suatu gambar, video, teks, dan konten digital lainnya. Tipografi, desain grafis, foto jurnalistik, film dan perkembangan televisi dan teknologi informasi memiliki pengaruh pada perkembangan jurnalistik visual. Jurnalistik visual pun memanfaatkan data jurnalistik seperti tabel, peta dan grafis digunakan sebagai salah satu sumber informasi.

Infografis berasal dari kata *Infographics* dalam Bahasa Inggris yang merupakan singkatan dari *Information and Graphics*. Jason, L., Josh, R., & Ross, C. (2012, p. 20) infografis adalah suatu bentuk informasi yang disajikan dengan format yang unik, memiliki karakter tersendiri di setiap ilustrasi, terdapat tipografi, dan dapat menimbulkan sudut pandang atau pemaknaan yang bermacam-macam dalam setiap informasi.

Perkembangan infografis sangat luar biasa. Perkembangan ini terjadi karena infografis sering kali dapat menjelaskan cerita yang terlalu membosankan jika dijelaskan melalui kata-kata dan tidak lengkap jika dijelaskan melalui foto saja (Saptodewo, 2014, p. 194). (Dur, 2014, dikutip dalam Yuvaraj, 2017, p. 6), manusia dapat lebih cepat memahami informasi visual dibandingkan dengan informasi lisan atau tertulis.

Media *online* merupakan pilihan alternatif bagi khalayak yang memiliki keterbatasan waktu dalam mencari informasi. Dipilihnya media *online* dalam

mencari informasi karena dianggap dapat diakses kapanpun, dimanapun dengan tampilan yang lebih menarik (Riyantini & Triarosdianan, 2015, p. 52).

Salah satu media *online* di Indonesia, yaitu Tirto.id melakukan pengemasan berita secara visual dengan menggunakan infografis. Tirto.id memanfaatkan data berwujud foto, kutipan, rekaman peristiwa, data statistik yang ditampilkan secara langsung atau artikel, infografik dan video infografik melalui *website* dan media sosial (facebook, instagram, twitter dan youtube) (Tirto, 2016, para. 7). Tirto.id menduduki peringkat ke 36 sebagai *website* berita yang sering dikunjungi di Indonesia (Alexa.com, 2018).

Jika dibandingkan dengan akun instagram portal berita yang mengung-
gah infografis dan keduanya masih terbilang media *online* yang baru di Indonesia, seperti Beritagar.id 12.000 *followers*, sedangkan Tirto.id unggul sebanyak 309.000 *followers* dengan tanda verifikasi (centang biru). Dalam (Syarat Mendapatkan Centang Biru, 2018, para. 5) tanda verifikasi (centang biru) menandakan akun itu sudah terverifikasi dan sudah diperiksa, bahwa akun tersebut benar adanya dan mencegah penipuan yang biasanya dilakukan oleh akun palsu. Selain itu akun yang sudah terverifikasi ini adalah akun yang sudah dikenal banyak orang dengan memiliki banyak pengikut (*followers*) (Syarat Mendapatkan Centang Biru, 2018, para. 6).

Untuk konten infografisnya, dalam waktu sebulan, Beritagar hanya mengunggah infografis sebanyak tiga sampai enam kali, sedangkan Tirto.id dalam sebulan mengunggah hingga 129 infografis di Instagram resmi nya.

Tabel 1.1 Jumlah Infografis di Instagram Tirto.id dan Beritagar.id (Data diambil dari Januari – Februari 2018)

	Januari	Februari
Tirto.id	129	108
Beritagar.id	6	3

Sumber: Observasi Mandiri, 2018

Meskipun di Indonesia Instagram merupakan media sosial yang paling sering digunakan keempat setelah Youtube, Facebook, dan Whatsapp, namun Menurut survei WeAreSocial yang bekerja sama dengan Hootsuite, Indonesia mendapati peringkat ketiga pengguna Instagram mencapai 53 juta orang dan memiliki pengguna sebanyak 800 juta pengguna pada Januari 2018 (Berapa Jumlah Pengguna Instagram?, Katadata, 2018).

Dalam hal ini peneliti menggunakan media sosial instagram Tirto.id sebagai penelitian. Instagram merupakan *platform* media sosial yang tepat untuk mencuri perhatian dari penggunanya yang lebih responsif terhadap konten-konten visual. 40% orang di seluruh dunia akan lebih responsif terhadap konten visual ketimbang teks (Magdalena, 2015, p. 82).

1.2. Rumusan Masalah

Di era digital seperti sekarang ini, penyampaian berita bisa dibuat semenarik mungkin untuk mendapatkan perhatian dari masyarakat. Jurnalisme data pun sudah mulai bermunculan. Tirto.id merupakan salah satu media online berbasis

data (Tirto, 2016, para. 7) yang banyak menyampaikan berita melalui infografis dan diunggah di beberapa media sosialnya.

Perkembangan teknologi melahirkan sosial media yang mendunia, salah satunya adalah Instagram. Tirto.id merupakan salah satu media *online* yang memiliki akun Instagram, bukan hanya sekedar menyajikan informasi, tapi juga memberikan keleluasaan kepada netizen untuk memberikan masukan dan komentar. Karena, orang tidak lagi sebagai konsumen informasi, tapi juga sebagai produsen informasi (Hamid, 2014, p. 202).

Pada era digital, berita bisa tampil dalam banyak kemungkinan, salah satunya dengan memadukan berita dengan beragam alat multimedia seperti infografik (Wendratama, 2017, p. 38). Saat ini infografis tidak hanya ada dalam koran atau televisi, media sosial juga menjadi tempat infografis dalam menyebarkan informasi.

Berdasarkan latar belakang di atas, generasi millennial mendominasi dalam pengguna sosial media, dan mereka cenderung menyukai Instagram, Twitter, dan Path (Ali & Purwadi, 2017, p. 74). Mencari informasi menjadi salah satu alasan generasi milenial menggunakan media sosial.

1.3. Pertanyaan Penelitian

Oleh karena itu peneliti merangkum pertanyaan penelitian menjadi:

- a. Bagaimana Infografis - *Information Representation* Tirto.id dalam menyampaikan berita yang dipublikasikan melalui Instagram?

- b. Bagaimana Infografis - *On the Basis of Nature of Content* Tirto.id dalam menyampaikan berita yang dipublikasikan melalui Instagram?
- c. Bagaimana Infografis - *On the Basic of Characteristics* Tirto.id dalam menyampaikan berita yang dipublikasikan melalui Instagram?

1.4. Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui penggunaan Infografis *Information Representation* Tirto.id dalam menyampaikan berita yang di publikasikan melalui Instagram.
- b. Untuk mengetahui Infografis *On the Basis of Nature of Content* Tirto.id dalam menyampaikan berita yang di publikasikan melalui Instagram.
- c. Untuk mengetahui Infografis *On the Basic of Characteristics* Tirto.id dalam menyampaikan berita yang di publikasikan melalui Instagram.

1.5. Kegunaan Penelitian

Dengan pokok permasalahan diatas, maka penelitian ini dapat memberikan manfaat secara akademis maupun praktis yang dirumuskan sebagai berikut:

a. Kegunaan Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan kajian dan informasi pendahuluan bagi penelitian di masa mendatang yang berkaitan dengan penelitian ini dan memberikan kontribusi dalam memperkaya kajian mengenai infografis di keseluruhan media sosial Tirto.id mengingat

peneliti hanya meneliti satu *channel* media sosial Tirto.id saja yaitu Instagram.

b. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan untuk meningkatkan penggunaan sosial media sebagai sumber informasi. Selain itu penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan memacu kreatifitas dalam penyajian infografis atau jurnalisme visual dalam menyampaikan informasi atau pemberitaan.

c. Kegunaan Sosial

Penelitian ini diharapkan dapat membantu masyarakat dalam memahami tujuan dan kegunaan media sosial yang dimiliki oleh media *online*, khususnya mengenai pencarian informasi dan penggunaan informasi melalui infografis.

1.6. Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menyadari masih ada keterbatasan. Keterbatasan peneliti yakni peneliti hanya meneliti pada infografis yang di publikasikan di akun instagram Tirto.id.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A