



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

Teknologi sudah semakin berkembang seiring berjalannya waktu. Informasi yang dulunya sulit untuk didapatkan, sekarang bisa dengan mudah diakses. Banyak cara sebuah informasi atau laporan berita bisa tersalurkan. Berdasarkan medianya, informasi tersebar melalui bentuk cetak dan juga daring (*online*). Bentuk cetak sering kali ditemukan dalam wujud surat kabar, majalah, dan tabloid. Sedangkan *online* bisa ditemukan melalui media sosial, situs berita dan aplikasi yang diunduh ke dalam gawai.

Pada dasarnya, berita terpercaya tidak didasarkan dari medium yang digunakan untuk menyampaikan informasi. Dikutip dari *Trust Project*, konsorsium internasional organisasi berita, salah satu indikator dari informasi terpercaya yakni disusun oleh data dengan sumber yang jelas (“Frequently Asked Questions: What is a Trust Indicator?,” n.d., para. 10). Para kolaborator *Trust Project* menjelaskan bahwa sumber dari setiap kutipan dan referensi harus dapat diketahui sumber dan memungkinkan untuk diakses.

Namun seperangkat data yang diperoleh berisikan banyak tulisan dan angka. Data mentah tersebut sangat membosankan dan tidak menarik di mata khalayak jika ditampilkan demikian. Oleh karena itu data disajikan dengan tampilan gambar dan warna. Mackinlay selaku direktur analisis visual untuk perangkat lunak *Tableau*

menjelaskan bahwa penyajian data akan lebih mudah dipahami jika dibuat dalam bentuk visual (“Why Does Visualizing Data Matter?,” n.d.). Menurutnya, manusia memiliki sistem visual yang sangat kuat sehingga mampu memproses semua visual dalam waktu cepat. Mackinlay menyatakan, “alasan mengapa visualisasi itu penting, karena sangat mudah bagi orang-orang memahami data ketika mereka melihatnya secara visual. Dan akan lebih sulit ketika melihatnya hanya dalam tabel berisikan angka” (“Why Does Visualizing Data Matter?,” n.d.).

Visualisasi terhadap data ini kemudian diadopsi ke dalam praktik jurnalisme yang dikenal dengan nama jurnalisme data. Tim Berners-Lee sebagai pendiri *world wide web* mengatakan bahwa jurnalisme data adalah suatu bentuk masa depan (dikutip dalam Gray, Bounegru, & Chambers, 2012, p. 6). Tidak hanya semata berbincang/mewawancarai narasumber saja, tetapi juga perlu kemampuan untuk meneliti data yang ada, menganalisis, dan memilih bagian mana saja yang penting dan menarik untuk diketahui.

Dalam prosesnya, visualisasi menurut Gray, et al., (2012, p. 3) merupakan tahapan terakhir dalam jurnalisme data setelah sebelumnya telah mengumpulkan dan menyaring data. Menurut Berinato (2016, p.12) komunikasi dalam bentuk visual memiliki sebutan yang beragam, mulai dari *visualization*, *data visualization*, *dataviz*, *information visualization*, *infoviz*, *charts*, *graphs*, *information graphics*, hingga *infographics*. Demikian bisa dikatakan infografis adalah bagian dari jurnalisme data.

Setiap orang menjelaskan bahwa infografis merupakan poin penting dari masa depan media. Hal ini diutarakan oleh Yosep Suprayogi, Redaktur Infografik

Tempo, bahwa penyajian informasi dalam bentuk infografis merupakan sebuah kebutuhan di era digitalisasi (dikutip dalam Kurniawan, 2018, para. 7). Manusia membutuhkan informasi dalam bentuk verbal dan visual seperti yang dapat diwujudkan oleh infografis.

Tempo juga mengatakan sudah bukan saatnya lagi berita disajikan dalam bentuk teks dan foto. Informasi bisa diramu dalam bentuk infografis. Selain menjadi bentuk baru, infografis juga menjadi pilihan masyarakat dalam mendapatkan informasi. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa manusia lebih menyukai informasi dalam bentuk visual ketimbang bentuk yang lain (Jurnalistik Dasar: Resep dari Dapur Tempo, 2017, p. 243)

Dewasa ini, infografis semakin banyak bermunculan dan turut diadopsi oleh banyak media dikarenakan adanya perubahan perilaku pembaca di era digital. Menurut Zen Rahmat Sugito selaku *editor-at-large* Tirto, masyarakat tumbuh dalam budaya media sosial di mana semua akan lebih mudah jika disajikan dalam bentuk visual (“Zen Rs: Kami Ingin Membangun Kultur Riset Di Media,” 2017, para. 11). Sugito sadar bahwa tiap pembaca memiliki waktu membaca yang berbeda. “Infografis bisa membantu pembaca yang tidak punya banyak waktu luang tetapi tetap bisa mendapatkan informasi” (“Zen Rs: Kami Ingin Membangun Kultur Riset Di Media,” 2017, para. 10).

Sebagai masyarakat yang memiliki perilaku berbeda, Sugito memaparkan bahwa media di era digital membutuhkan intervensi khusus agar hasil tulisan liputannya mampu dibaca orang-orang. “Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa tidak semua isu yang bagus akan dibaca orang” (“Zen Rs: Kami Ingin Membangun

Kultur Riset Di Media,” 2017, para. 25). Hal ini juga diutarakan oleh César Viana selaku praktisi jurnalisme data dari University of Goiás, bahwa kehadiran teknologi digital baru berdampak pada munculnya cara baru dalam memproduksi dan menyebarluaskan informasi (dikutip dalam Gray, et al., 2012, p.10). Media-media beradaptasi dan merespon perubahan tersebut dengan mempraktikkan jurnalisme data yang memiliki penyampaian cerita berbeda dan memungkinkan pembaca untuk berpartisipasi dalam cerita.

Infografis sendiri juga memiliki sejumlah keunggulan jika dibandingkan dengan penyampaian informasi berbentuk teks. Menurut Suprayogi, kebanyakan manusia hanya bisa mengingat 20 persen isi dari artikel biasa tanpa adanya gambar (dikutip dalam Kurniawan, 2018, para. 4). Sedangkan menurut Suprayogi informasi yang disajikan dalam tampilan visual seperti infografis membuat pembaca bisa mengingat isi hingga 80 persen dan juga meningkatkan minat baca (dikutip dalam Kurniawan, 2018, para. 5). Hal ini selaras dengan pernyataan Smiciklas (2012, p.7), bahwa sekitar 50 persen bagian dari otak manusia ditujukan kepada fungsi visual. Demikian infografis mampu menarik perhatian pembaca dan meningkatkan minat baca.

Lebih lanjut menurut Smiciklas (2012, p.7), keunggulan mencerna visual dalam otak manusia tentu akan membuat infografis lebih mudah dicerna ketimbang tulisan teks. Banyak infografis digunakan sebagai jalan alternatif untuk menyampaikan informasi dengan cara yang lebih mudah. Suprayogi dalam *Kompas.com* menyatakan, “infografis ini banyak manfaatnya. Selain bisa menjelaskan sebuah informasi rumit seperti bahasa kedokteran, infografis juga bisa

menyampaikan informasi yang memuat data/angka, penjelasan yang bersifat teknis, sebuah tragedi kecelakaan yang kompleks, berita kontroversial, sampai berita yang berkaitan dengan lokasi” (dikutip dalam Kurniawan, 2018, para. 8).

Tempo juga mengatakan bahwa infografis berfungsi sebagai media untuk melawan efek banjir informasi di zaman teknologi komunikasi yang maju. Banyak informasi menarik yang tidak dibaca atas keterbatasan kemampuan setiap orang dalam menangkap informasi. Infografis dapat dijadikan alternatif penyampaian informasi agar informasi yang dibagikan tidak terbuang sia-sia (Jurnalistik Dasar: Resep dari Dapur Tempo, 2017, p. 243)

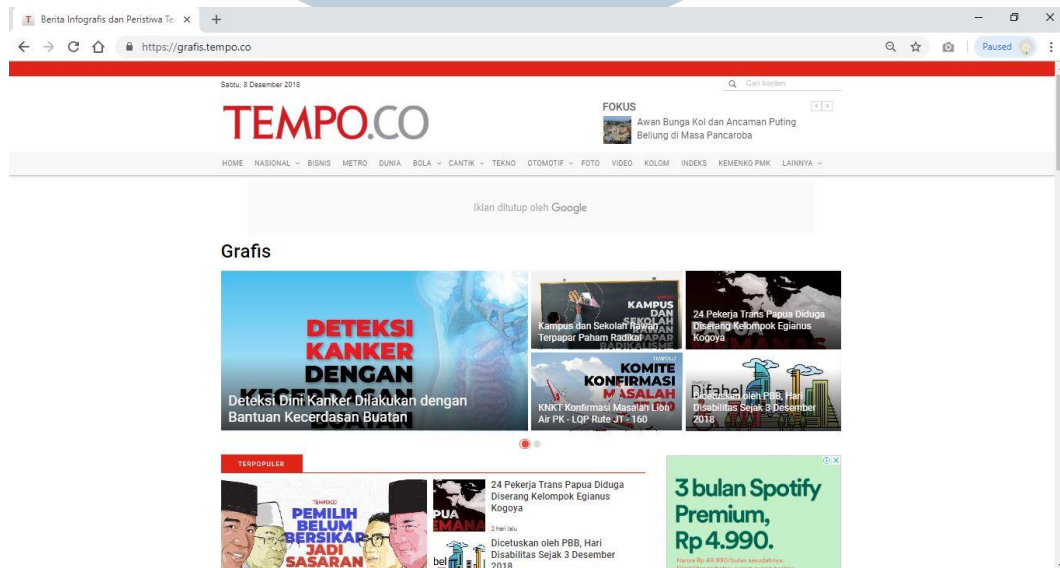
Menurut survei *The European Journalism Centre* beberapa media besar seperti *the Guardian*, *The New York Times*, *the Texas Tribune*, dan *Die Zeit* sudah mulai mengembangkan konsep jurnalisme data (dikutip dalam Gray, et al., 2012, p.7). Tren jurnalisme data menurut Sugito sudah lama terlihat dan pada dasarnya sudah dilakukan oleh media di Indonesia sejak lama (“Zen Rs: Kami Ingin Membangun Kultur Riset Di Media,” 2017, para. 34). Media besar di Indonesia pun turut menerapkan jurnalisme serupa, salah satunya *Tempo* yang menurut Sugito memiliki Pusat Data dan Analisis Tempo (PDAT) dalam mengumpulkan arsip-arsip lampau (“Zen Rs: Kami Ingin Membangun Kultur Riset Di Media,” 2017, para. 34). Dengan memiliki pusat data tersebut, *Tempo* secara tidak langsung sudah mempraktikkan tahap awal dari jurnalisme data yang menurut Gray et al. (2010, p.110) dimulai dengan tahap pengumpulan data atau *gathering*.

Tempo yang sudah berdiri sejak tahun 1971 mampu mempertahankan kualitas jurnalistik medianya hingga hari ini. Sejumlah penghargaan bergengsi berhasil

didapatkan oleh para jurnalis *Tempo* lewat tulisan investigasi yang dibuat. Beberapa di antaranya adalah *Penghargaan Anugerah Adiwarta Sampoerna* (2011), *Penghargaan Anugerah Jurnalistik Adinegoro* (2012), maupun *World Association of Newspapers and News Publishers* (2013) (“Penghargaan Tempo Media Group,” n.d.).

Secara spesifik peneliti memilih versi *online* dari *Tempo* yaitu *Tempo.co* dikarenakan situs tersebut memiliki fokus khusus pada produk infografis dalam kanal yang dinamakan *grafis* (*grafis.tempo.co*). Infografis yang dibuat *Tempo* selalu berpegang pada empat hal yaitu jelas, simpel, akurat, dan menarik (Jurnalistik Dasar: Resep dari Dapur Tempo, 2017).

Gambar 1.1 Kanal Grafis Tempo.co



Sumber: *grafis.tempo.co*, 2018

Situs *Tempo.co* juga sering dikunjungi *warganet* sebagai portal berita *online* pilihan. Hal ini ditunjukkan lewat data *alexa.com* yang menampilkan *Tempo.co* masuk ke dalam 50 situs paling banyak dikunjungi di Indonesia dengan peringkat ke-30 (“Top Sites in Indonesia,” n.d.).

Penyajian berita dalam bentuk visual menjadi hal menarik untuk diteliti lebih lanjut karena infografis merupakan salah satu inovasi terbaru dari jurnalisme. Sama halnya dengan produk jurnalistik lain, Suprayogi selaku Redaktur Infografik *Tempo* menjelaskan bahwa infografis juga turut menerapkan kaidah-kaidah jurnalistik seperti judul, kata pengantar (*lead*), pencantuman sumber yang jelas, dan sebagainya (Kurniawan, 2018, para. 16).

Demikian aspek yang diukur dalam penelitian ini juga masih berkaitan dengan kaidah jurnalistik seperti nilai berita, bentuk berita, topik berita, dan sumber data. Selain kaidah dalam jurnalistik, aspek yang diukur berupa cerita yang dibentuk dari visualisasi data, fungsi dari visualisasi data, dan bentuk dari infografis yang dibuat.

Model dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) sendiri adalah sebuah “pola (contoh, acuan, ragam, dan sebagainya) dari sesuatu yang akan dibuat atau dihasilkan” (“Model,” n.d.). Model infografis dalam penelitian ini diartikan sebagai pemetaan infografis berdasarkan indikator berupa nilai berita hingga bentuk infografis.

Jangka waktu satu tahun dijadikan periode penelitian karena peneliti ingin mengetahui cara *Tempo.co* sebagai media *online* menyajikan informasi berbentuk infografis terhadap peristiwa yang terjadi selama setahun. Sementara tahun 2018 dipilih karena jangka waktu satu tahun terdekat adalah tahun 2018, sehingga data yang dijadikan bahan penelitian ini masih segar diteliti.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana keberagaman model infografis di media *Tempo.co*?

1.3 Pertanyaan Penelitian

1. Bagaimana variasi nilai berita yang terkandung dalam infografis *Tempo.co* sepanjang tahun 2018?
2. Bagaimana variasi bentuk berita yang terkandung dalam infografis *Tempo.co* sepanjang tahun 2018?
3. Bagaimana variasi topik berita yang terkandung dalam infografis *Tempo.co* sepanjang tahun 2018?
4. Bagaimana variasi sumber data yang terkandung dalam infografis *Tempo.co* sepanjang tahun 2018?
5. Bagaimana variasi bentuk visualisasi data yang terkandung dalam infografis *Tempo.co* sepanjang tahun 2018?
6. Bagaimana variasi cerita visualisasi data yang terkandung dalam infografis *Tempo.co* sepanjang tahun 2018?
7. Bagaimana variasi fungsi visualisasi data yang terkandung dalam infografis *Tempo.co* sepanjang tahun 2018?
8. Bagaimana variasi bentuk infografis yang terkandung dalam infografis *Tempo.co* sepanjang tahun 2018?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui nilai berita yang terkandung dalam infografis *Tempo.co* sepanjang tahun 2018.

2. Mengetahui variasi bentuk berita yang terkandung dalam infografis *Tempo.co* sepanjang tahun 2018.

3. Mengetahui variasi topik berita yang terkandung dalam infografis *Tempo.co* sepanjang tahun 2018.

4. Mengetahui variasi sumber data yang terkandung dalam infografis *Tempo.co* sepanjang tahun 2018.

5. Mengetahui variasi bentuk visualisasi data yang terkandung dalam infografis *Tempo.co* sepanjang tahun 2018.

6. Mengetahui variasi cerita visualisaasi data yang terkandung dalam infografis *Tempo.co* sepanjang tahun 2018.

7. Mengetahui variasi fungsi visualisasi data yang terkandung dalam infografis *Tempo.co* sepanjang tahun 2018.

8. Mengetahui variasi bentuk infografis yang terkandung dalam infografis *Tempo.co* sepanjang tahun 2018.

1.5 Kegunaan Penelitian

a. Kegunaan Akademis

Penelitian ini memiliki kegunaan akademis yaitu menggambarkan keberagaman model infografis di media *online*. Tentunya penggambaran dari beragamnya model infografis diharapkan dapat memperkaya kajian mengenai studi jurnalisme data, secara spesifik mengenai infografis. Bagi perguruan tinggi, hasil

penelitian ini diharapkan bisa menjadi acuan dan referensi bagi penelitian yang akan datang dengan topik serupa.

b. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan bisa memperlihatkan bagaimana kualitas dari variasi perkembangan jurnalistik di Indonesia yang dalam konteks ini berupa infografis. Penelitian ini juga diharapkan mampu menunjukkan bahwa produk jurnalistik yang dihasilkan oleh media bisa menjadi bahan kajian baru.

c. Kegunaan Sosial

Untuk kegunaan sosial, penelitian ini diharapkan bisa membukakan pikiran masyarakat bahwa kemajuan teknologi komunikasi dan digital dapat mengubah cara dalam melakukan suatu hal yang dalam konteks ini adalah menyajikan informasi.

d. Keterbatasan Penelitian

Adapun keterbatasan yang dimiliki penelitian ini. Dikarenakan penelitian ini bersifat deskriptif artinya peneliti hanya sebatas mendeskripsikan saja. Penelitian ini tidak dapat menjelaskan alasan di balik semua data yang didapatkan.

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