

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Berita dalam bahasa inggris berarti *news* yang merupakan singkatan dari *North*: Utara, *East*: Timur, *West*: Barat dan *South*: Selatan. Beria adalah laporan dari keempat penjuru angin atau dari berbagai tempat di dunia (Hikmat, 2018, p. 147). Setiap harinya masyarakat dapat dengan bebas memilih berita sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya yang disediakan secara gratis oleh internet. Dengan hadirnya internet mampu membawa perubahan yang besar di segala aspek kehidupan masyarakat.

Di era yang serba digital seperti sekarang, berita dapat datang kapan pun dan dikonsumsi melalui media *online*. Media *online* dapat diartikan sebagai media yang tersaji secara *online* pada situs *website* internet (Romli, 2012, p. 34). Dari segi isi (konten) yang disajikan media *online* dapat dikelompokkan ke dalam beberapa kategori atau rubrik tertentu, misalnya kategori berita nasional, ekonomi, olahraga, politik, tekno, sains, dan masih banyak lagi. Pengelompokkan isi berita dilakukan agar dapat memudahkan pembaca dalam memilih dan membaca berita yang sesuai dengan keinginannya.

Penelitian ini akan spesifik membahas mengenai berita ekonomi. Alasan dipilihnya berita ekonomi karena erat kaitannya dalam menjalani kehidupan sehari-hari, pembaca tidak bisa terlepas dari permasalahan atau persoalan ekonomi yang tidak sedikit menampilkan angka-angka yang banyak dan rumit selain itu pemakaian bahasa ekonomi yang sulit dimengerti oleh pembaca pada umum. Berita ekonomi merupakan konten berita atau informasi yang memiliki ketertarikan tersendiri, tetapi tidak sedikit pembaca yang kesulitan memahaminya (Arigia, 2017, p. 122). Hal ini dibuktikan dari sebuah riset SKK Ganto edisi 193 terkait eksistensi berita *online* bagi pembaca, hanya 3,99% mahasiswa yang memilih berita ekonomi untuk dibaca (Putri, 2019).

Melihat kecilnya persentase pembaca berita ekonomi membuat media harus mengubah cara penyampaian berita ekonomi agar dapat menarik lebih banyak lagi perhatian pembaca untuk membacanya, yaitu infografik. Infografik adalah bentuk dari visualisasi data yang mampu menyampaikan informasi secara kompleks kepada pembacanya agar dapat dipahami dengan lebih mudah dan cepat (Smiciklas, 2012, p. 6). Terlebih lagi agar dapat meningkatkan daya tarik pembaca untuk membaca suatu berita maka harus diikuti dengan penyajian informasi yang menarik. Istimewanya dalam pembuatan sebuah infografik karena dapat mengubah data-data mentah yang sangat banyak, membosankan dan tidak menarik yang telah diperoleh harus disaring terlebih dahulu ke dalam bentuk infografik agar mudah untuk dipahami oleh pembaca.

Infografik banyak disukai karena manusia lebih suka berkomunikasi dan bercerita menggunakan gambar selain itu juga dapat dengan mudah direspon ke dalam otak (Krum, 2013, p. 1). Pada dasarnya otak manusia sangatlah tertarik dengan bentuk visual, terutama yang disajikan dalam bentuk infografik. Sehingga infografik dapat membantu pembaca untuk memahami konsep-konsep atau informasi yang kompleks dengan lebih mudah dan cepat karena penyampaiannya dalam bentuk visual. Dengan visualisasi grafis data yang menarik, pesan-pesan yang ingin disampaikan diharapkan lebih mudah untuk mendapatkan perhatian dari publik. Oleh karena itu infografik dapat menjadi salah satu cara efisien untuk menyampaikan berita ekonomi kepada pembaca yang khususnya hanya sedikit atau kurang mengetahui (*non-experts*) dibidang ekonomi. Tidak sedikit media di Indonesia yang mengubah cara penyampaian berita menggunakan infografik, salah satunya *Databoks*.

*Databoks* merupakan portal data statistik ekonomi dan bisnis yang tak hanya dikemas dalam bentuk teks, melainkan juga bentuk visual infografik yang menarik. Tujuannya dibuat *Databoks* untuk memudahkan perusahaan, pelaku bisnis, pelajar, pemerintah dan siapapun itu untuk mencari dan mengolah data ekonomi dan bisnis secara cepat. Setiap harinya *Databoks* selalu mengunggah dan memberikan data-data ekonomi yang terbaru karena isu ekonomi selalu berubah sehingga harus bisa menyesuaikan kondisi yang terjadi saat ini. Dipilihnya *Databoks* sebagai subjek penelitian karena peneliti tertarik meneliti mengenai cara penyampaian atau penyajian isi berita

terutama dalam bentuk visualisasi infografik pada berita ekonomi, di mana tidak sedikit khalayak yang merasa bingung dan sulit untuk memahami mengenai berita ekonomi sendiri.

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti memilih mahasiswa atau mahasiswi yang pernah menggunakan *Databoks* sebagai populasi yang dipilih. Selain itu juga karena dari penelitian terdahulu yang sudah ada lebih meneliti terhadap medianya. Dengan penyampaian berita ekonomi dalam bentuk visualisasi infografik yang menarik, sehingga penelitian ini bermaksud ingin mengetahui apakah mahasiswa merasa puas dalam membaca berita ekonomi yang dikemas dalam bentuk infografik yang disediakan oleh *Databoks*.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan paparan latar belakang, peneliti merumuskan masalah yang akan diteliti adalah apakah mahasiswa merasa puas dalam membaca berita ekonomi yang dikemas dalam bentuk infografik pada *Databoks*?

## **1.3 Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan, maka pertanyaan penelitiannya sebagai berikut.

1. Apakah mahasiswa merasa puas dalam membaca berita ekonomi yang dikemas dalam bentuk infografik pada *Databoks*?

## **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pertanyaan penelitian tersebut, maka tujuan dilakukannya penelitian ini sebagai berikut.

1. Ingin melihat tingkat kepuasan dalam membaca infografik berita ekonomi *Databoks*.

## **1.5 Kegunaan Penelitian**

### **1.5.1 Kegunaan Akademis**

Hasilnya dapat menjadi kontribusi dan referensi untuk penelitian yang akan datang, terutama yang meneliti mengenai kepuasan yang menggunakan variabel GS dan GO dalam hal penyajian konten oleh sebuah media. Selain itu juga menambah bidang kajian pada perkembangan jurnalistik terutama yang ingin berfokus pada berita ekonomi.

### **1.5.2 Kegunaan Praktis**

Penelitian ini dapat menjadi sumber acuan atau rujukan bagi media di Indonesia yang tertarik untuk mencoba mengubah penyampaian isi atau konten berita yang lebih mudah dipahami agar dapat menarik perhatian pembacanya.

## 1.6 Keterbatasan Penelitian

Dalam melakukan penelitian mengenai tingkat kepuasan khalayak dalam membaca infografik berita ekonomi pada *Databoks*, peneliti pun memiliki keterbatasan. Pertama, peneliti tidak mengetahui jumlah pasti mahasiswa yang menggunakan *Databoks*, akibatnya data yang didapatkan tidak bisa digeneralisasikan. Kedua, karena menyebar kuesioner secara *online* sehingga dalam mendapatkan responden mungkin tidak sesuai dengan yang diharapkan seperti responden bukanlah mahasiswa, responden tidak pernah menggunakan *Databoks*, dan peneliti tidak dapat mengetahui apakah responden menjawab dengan jujur. Ketiga, peneliti pun juga sulit untuk menemukan penelitian yang membahas mengenai berita ekonomi yang dikemas dalam bentuk infografik untuk dijadikan rujukan penelitian.