

BAB II

KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Penelitian Terdahulu

Sejumlah penelitian telah dilakukan untuk mendalami topik terkait infografik di bidang jurnalistik. Namun, penelitian-penelitian tersebut masih memiliki celah dalam pembahasan visualisasi dalam infografik, salah satunya adalah topik terkait elemen infografik. Penelitian-penelitian tersebut, beserta posisinya terhadap penelitian ini, dibahas sebagai berikut.

1. Penelitian terdahulu pertama

Topik terkait produksi infografik di perusahaan media telah diteliti Weber dan Rall (2012) dengan menaruh perhatian pada identifikasi faktor kesuksesan infografik dan implikasi penggunaan visualisasi data terhadap praktik jurnalistik (p. 350).

Penelitian terdahulu pertama ini menjadi penting karena pada saat dilakukan, tidak ada penjelasan ilmiah terkait produksi jurnalisme data dan visualisasinya. Untuk menjawab pertanyaan penelitian, dilakukan metode wawancara kualitatif terhadap desainer infografik, editor grafis, pengarah seni dan desain, naraprogram (*programmer*), dan jurnalis dari delapan perusahaan media (lima perusahaan dari Jerman, dua dari Swiss, dan satu dari Amerika

Serikat) yang secara rutin memproduksi infografik interaktif. Wawancara dilakukan dengan protokol yang dikembangkan dari pertanyaan penelitian, seputar aspek pendidikan, kompetensi, alat, agenda, peran, alur kerja, dan tanggung jawab informan. Teknik analisis dilakukan berdasarkan metode kualitatif *grounded theory*, sehingga hipotesis baru ditemukan dari pengembangan hasil penelitian. Secara teknis, *coding* dilakukan untuk menganalisis data wawancara, yakni dengan membandingkan hasil wawancara, mengidentifikasi, dan mengintegrasikan kesamaan pola yang ditemukan dari masing-masing perusahaan media (Weber & Rall, 2012, p. 350).

Hasil penelitian menunjukkan pola yang terdiri dari sikap, metode, waktu, kompetensi, kolaborasi, dan peran. Sikap menjadi kategori inti yang saling berkaitan dengan kategori lainnya dan membentuk fondasi hipotesis. Kolaborasi antarprofesi, seperti jurnalis, desainer, dan naraprogram, menjadi syarat penting dalam memproduksi visualisasi data. Kolaborasi ini tak hanya memerlukan pengetahuan dan kemampuan masing-masing profesi, tetapi juga perubahan sikap setiap profesi yang terlibat untuk melihat dirinya sebagai jurnalis, karena tak lepas dari pekerjaannya untuk memproduksi visualisasi data sebagai produk jurnalistik. Oleh karenanya, standar dan etika jurnalisisme, seperti integritas, akurasi, kredibilitas, dan kejelasan, tidak dapat dinomorduakan dan menjadi

konsekuensi utama dari proses visualisasi data. Dengan kata lain, prinsip jurnalisme adalah prioritas utama ketimbang aspek kecepatan dan estetika. Selain itu, hasil penelitian juga menemukan bahwa metode visual, seperti sketsa dan *storyboard*, menjadi strategi komunikasi dalam tim untuk mencapai hasil visualisasi data, meski metode ini tak lazim bagi jurnalis untuk memproduksi berita (Weber & Rall, 2012, pp. 350-352).

New York Times menjadi contoh terbaik dan panutan dalam pembuatan infografik interaktif pada penelitian ini, sedangkan perusahaan media Jerman dan Swiss masih terjebak pada pertentangan antara verbal dan visual. Dalam produksi infografiknya, redaksi *New York Times* mengedepankan akurasi dan faktualitas, tetapi tetap menyeimbangkannya dengan visual yang menarik dan menghibur. Kolaborasi yang diteliti memunculkan simpulan bahwa dibutuhkan sumber daya manusia yang memiliki kemampuan lintas disiplin, sehingga perlu program pendidikan yang dapat menjembatani disiplin desain, komputer, dan jurnalisme. Penelitian lebih lanjut dengan jenis kuantitatif didorong untuk memverifikasi hasil penelitian ini yang hanya berbasis data kualitatif (Weber & Rall, 2012, pp. 354-355).

Penelitian terdahulu pertama ini merupakan salah satu penelitian rujukan untuk mengetahui proses produksi infografik atau visualisasi data. Dari sini, peneliti dapat mengetahui bahwa

infografik tercipta berkat kolaborasi sejumlah profesi dalam sebuah perusahaan media. Argumen bahwa prinsip jurnalistik perlu diprioritaskan dari aspek kecepatan dan estetika menjadi dasar yang digunakan peneliti untuk memahami infografik sebagai produk jurnalistik berbentuk visual. Melalui argumentasi tersebut, peneliti meyakini bahwa penggunaan elemen infografik sebagai penerjemahan informasi ke dalam bentuk visual perlu dilakukan secara hati-hati, sehingga tidak hanya fokus pada kecepatan unggah berita dan estetika semata.

Namun, pertanyaan penelitian terdahulu pertama ini masih berdasar pada faktor kesuksesan dan implikasi infografik dari sudut pandang manajerial media. Hal ini dapat dilihat dari penekanan sikap, kolaborasi, dan strategi komunikasi dalam proses produksi, serta implikasi terkait perlunya pengembangan sumber daya manusia di bidang jurnalisme. Belum ada penjelasan dari sudut pandang konten dalam memproduksi infografik yang baik, khususnya dalam menerjemahkan informasi ke dalam bentuk visual. Untuk itu, peneliti berusaha melengkapi penelitian terdahulu pertama ini dari sudut pandang konten infografik, dengan menggali penerapan elemen visual sebagai penerjemahan informasi pada infografik.

2. Penelitian terdahulu kedua

Penelitian yang mendalami produk visual jurnalistik dilakukan kembali oleh Weber dan Rall (2016) dengan menaruh perhatian pada bagaimana pemaknaan dilakukan dari sebuah produk yang bersifat *multimodal* (p. 314).

Penelitian terdahulu kedua ini mengangkat konsep *multimodal* untuk merumuskan pertanyaan penelitian. Konsep ini sendiri diambil karena era konvergensi membuat komunikasi dapat dilakukan dengan menggunakan beragam bentuk (*mode*) sebagai medium semiotika. Dengan demikian, konsep *multimodal* digunakan sebagai dasar untuk mendalami makna yang muncul dari bentuk-bentuk yang digunakan desainer dan jurnalis dalam membuat suatu produk jurnalistik, seperti teks, gambar, tata letak, warna, dan lainnya. Metode studi kasus digunakan dalam penelitian terdahulu kedua ini, dengan laporan khusus “Der Grosse Krieg – a feature on the World War I” dari media Swiss *Neue Zürcher Zeitung* sebagai kasus (*case*). Kasus ini diambil karena memenangkan Penghargaan Koran Eropa 2014 sehingga dapat menjadi contoh yang mewakilkan tren desain koran saat itu (Weber & Rall, 2016, pp. 314-315).

Pertanyaan penelitian pertama merupakan pengembangan dari metafungsi ide/representasi dalam konsep *multimodal*. Dari pertanyaan ini, didapatkan bahwa konten yang ditampilkan merupakan peristiwa Perang Dunia I. Segala aspek peristiwa tersebut digambarkan melalui ilustrasi dan visualisasi data yang

tidak didominasi teks, serta terlihat modern dan menarik dalam penggunaan warna. Desain yang disajikan tidak menggambarkan suasana perang saat itu, yang ditunjukkan dengan nihilnya penggunaan foto-foto Perang Dunia I (Weber & Rall, 2016, p. 315).

Pertanyaan penelitian kedua membahas metafungsi interaktif/antarpribadi antara media dengan audiens. Hasil penelitian menyatakan bahwa tujuan laporan khusus tersebut adalah menginformasikan dan menjelaskan, menyajikan fakta dan angka, dan memberikan informasi latar, sehingga sajian yang minim teks lebih tepat dibuat. Selain itu, konten juga disajikan kepada audiens dengan penggabungan aspek objektivitas dan subjektivitas. Ilustrasi mewakili aspek subjektivitas untuk memunculkan efek dramatis dan kemanusiaan, sedangkan tata letak, visualisasi data, dan teks mewakili aspek objektivitas untuk memunculkan nilai faktualitas (Weber & Rall, 2016, pp. 315-316).

Pertanyaan penelitian ketiga menggambarkan metafungsi tekstual/komposisi. Untuk membuat keterpaduan konten, alat visual yang digunakan untuk menunjukkan hubungan adalah garis, batas, spasi, dan warna. Konten diawali dengan ilustrasi yang menarik, yang kemudian dituntun dengan elemen *timeline* sepanjang penceritaan, sehingga audiens diajak mengeksplorasi. Tak hanya itu, tipografi berupa hierarki digunakan untuk menampilkan susunan judul, teras, subjudul, hingga teks (Weber & Rall, 2016, p. 316).

Terakhir, beberapa implikasi terkait tantangan dan kesempatan muncul dari perubahan bentuk komunikasi ke arah visual dalam dunia jurnalisme. Salah satu tantangan yang muncul adalah menyeimbangkan standar etika jurnalistik seperti kebenaran, kredibilitas, keberimbangan, dan objektivitas dengan prinsip desain seperti estetika, kreativitas, orisinalitas, inovasi, dan hiburan. Bagaimana pun, standar etika jurnalistik yang diterapkan jurnalis harus diaplikasikan pula oleh desainer saat mereka menjadi bagian dari tim produksi berita. Tantangan lainnya adalah transparansi terkait elemen visual yang digunakan, sehingga tetap tampil autentik dan terpercaya. Proses produksi dan koordinasi antara jurnalis, desainer, dan ilustrator pun beralih menggunakan metode visual dengan penggunaan sketsa dan *storyboard*. Dari penelitian ini, disimpulkan bahwa perlunya pemahaman mutual terkait perbendaharaan, alat, metode, dan alur berpikir antara jurnalis dan desainer. Penelitian lebih lanjut dapat dilakukan untuk melengkapi temuan ini, dengan menjembatani dialog antara desainer dan jurnalis dalam menemukan cara terefektif yang memenuhi kebutuhan informasi mendatang (Weber & Rall, 2016, pp. 316-317).

Dengan demikian, penelitian yang dilakukan peneliti menjadi pelengkap dan lanjutan dari penelitian terdahulu kedua ini, dengan menjembatani desainer dan jurnalis dalam memetakan elemen infografik. Penelitian terdahulu kedua ini sudah membahas aspek

konten infografik itu sendiri, khususnya bagaimana desain digunakan pada produk jurnalistik dalam merepresentasikan informasi, yang dapat dianalisis melalui konsep *multimodal*, dan bagaimana implikasinya terhadap nilai dan praktik jurnalistik. Penelitian terdahulu kedua ini menjadi dasar peneliti untuk memahami bahwa desain harus tetap autentik dan dapat dipercaya sebagai representasi informasi, selaras dengan prinsip jurnalistik.

Akan tetapi, penelitian terdahulu kedua ini masih membahas secara umum bagaimana desain digunakan dalam sebuah produk visual jurnalistik, seperti aspek tipografi, warna, tata letak, spasi, garis, hingga elemen visual lainnya, sehingga belum membahas secara spesifik pemetaan dan ketepatan penggunaan elemen infografik seperti *chart*, diagram, dan peta. Pendalaman terkait penerapan elemen visual infografik di bidang jurnalistik dapat melengkapi hasil temuan penelitian terdahulu kedua ini yang belum membahasnya.

3. Penelitian terdahulu ketiga

Dua penelitian terdahulu sebelumnya mendalami implikasi infografik terhadap proses produksi dan praktik jurnalistik di tingkat redaksi, sedangkan penelitian yang dilakukan Sjafie et al. (2018) berusaha mendalami infografik dari segi implikasi perkembangan teknologi terhadap budaya jurnalisme (p. 374).

Pertanyaan penelitian terdahulu ketiga ini berasal dari kenyataan bahwa jurnalis yang sebelumnya menulis berita dengan narasi teks kini juga membuat infografik, sehingga perlu diketahui bagaimana perubahan teknologi di balik munculnya infografik turut berdampak pada budaya jurnalisme. Maksud dari budaya tersebut dapat dilihat dari tiga nilai jurnalisme, yakni faktualitas, kelengkapan, dan akurasi dari infografik. Untuk menjawab pertanyaan penelitian tersebut, studi kasus dan kualitatif dipilih sebagai metode dan jenis penelitian. Harian *SuaraMerdeka* dipilih sebagai kasus dengan pertimbangan salah satu koran yang sudah beredar lama di Indonesia dan dianugerahi sejumlah penghargaan. Untuk mendapatkan data penelitian, teknik wawancara mendalam dilakukan terhadap 12 informan yang merupakan pemimpin redaksi, jurnalis, dan desainer grafis. Selain itu, dilakukan pula pengumpulan dokumen berupa cetakan harian *SuaraMerdeka* terbitan awal 1950-an hingga waktu penelitian terdahulu ketiga ini dilakukan. Triangulasi kemudian dilakukan untuk mencocokkan hasil wawancara dengan dokumen berita yang dilengkapi infografik (Sjafiie et al., 2018, pp. 374-375).

Hasil penelitian menunjukkan semua pemimpin redaksi sependapat terhadap penggunaan infografik untuk membantu audiens memahami berita dan demi estetika halaman. Disesuaikan dengan perkembangan teknologi, infografik yang tadinya digunakan

sebagai dekorasi semata, kini menjadi bagian tak terpisahkan dari berita itu sendiri. Munculnya infografik pada media cetak ini juga merupakan persaingan terhadap produk visual yang diterbitkan media daring. Selain itu, infografik selalu ditekankan dalam rapat redaksi, sehingga baik jurnalis maupun editor akan mengusulkan pembuatan infografik (Sjafiie et al., 2018, pp. 376).

Sejak tahun 1980-an, *SuaraMerdeka* telah menggunakan teknologi komputer sehingga mampu menampilkan grafik seperti tabel sederhana. Sementara itu, perubahan bentuk ilustrasi dari gambaran tangan dan semikarikatur menjadi olah digital baru terjadi pada tahun 1990-an. Perubahan besar terjadi pada tahun 2000-an disertai dengan tampilan halaman yang lebih ringkas, sehingga mendorong jurnalis untuk mengumpulkan data berupa peta, peta yang lebih detail, kronologi, tabel, dan poin-poin kunci. Dengan demikian, jurnalis mendapat beban kerja tambahan untuk mengumpulkan data-data yang akan divisualisasikan, sebagai bagian dari verifikasi dan akuntabilitas berita (Sjafiie et al., 2018, pp. 377-378).

Pada praktik yang dilaksanakan jurnalis, sejumlah perubahan implementasi dan persepsi nilai berita terjadi pada jurnalis. Hal ini dapat dilihat pada kebiasaan jurnalis *SuaraMerdeka* yang mulai mengumpulkan dan membandingkan data secara daring maupun luring, untuk membangun kelengkapan berita yang kemudian

disajikan dalam bentuk infografik. Sebelumnya, jurnalis media ini cukup melakukan observasi dan wawancara lapangan untuk membangun kelengkapan suatu berita. Jurnalis lalu mulai mengimajinasikan dan memilih visualisasi yang tepat, seperti bentuk kronologi, peta, tabel data, atau lainnya. Akurasi juga tetap diterapkan, seperti penggambaran lokasi, warna, dan data-data pendukung yang sesuai dengan peristiwa di lapangan. Selanjutnya, visualisasi dilakukan desainer grafis dengan pemahaman nilai berita untuk menghindari misinterpretasi. Dengan demikian, proses pencarian informasi dari berbagai sumber untuk menyusun infografik, menjadi bentuk implementasi nilai kelengkapan dan akurasi berita, sedangkan proses pengecekan ulang data infografik menjadi bentuk implementasi nilai-nilai faktualitas, akurasi, dan pembuktian (Sjafiie et al., 2018, pp. 380-382).

Penelitian terdahulu ketiga ini membantu peneliti untuk memahami bahwa infografik memiliki pengimplementasian nilai beritanya tersendiri. Temuan dari penelitian terdahulu ketiga ini meyakinkan peneliti bahwa infografik beserta proses produksinya memiliki keterkaitan dengan prinsip jurnalistik, salah satunya akurasi. Dengan temuan tersebut, peneliti mendapati bahwa informasi harus disajikan melalui elemen dan data yang akurat, sehingga tidak menimbulkan misrepresentasi informasi.

Beberapa elemen infografik pun disebutkan dalam penelitian terdahulu ketiga ini terkait dengan jenis data, tetapi tidak digambarkan secara penuh. Untuk itu, penelitian yang dilakukan peneliti dapat menjadi pelengkap penelitian terdahulu ketiga ini dalam memberikan gambaran elemen infografik yang digunakan oleh media.

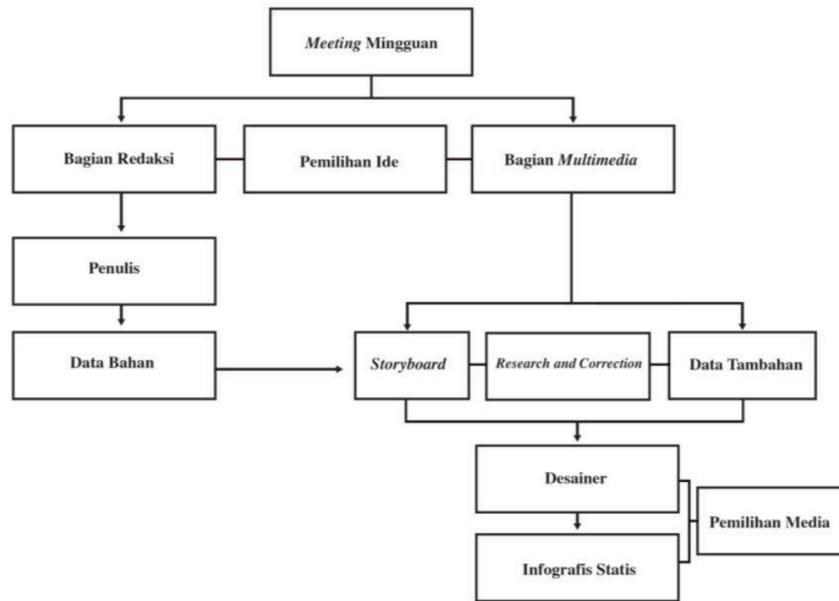
4. Penelitian terdahulu keempat

Pendekatan berbeda dilakukan A. Ramadhan (2018) dengan meneliti proses produksi infografik di *Tirto.id* untuk mengetahui penerapan elemen jurnalisme multimedia (p. 12-13).

Berangkat dari tujuan untuk mendalami proses produksi infografik statis yang dilakukan media daring *Tirto.id*, penelitian terdahulu keempat ini menggunakan konsep media daring, media sosial, jurnalisme multimedia, infografik, dan proses produksi infografik. Konsep proses produksi infografik yang terdiri dari tiga tahap menjadi dasar pertanyaan penelitian. Desain penelitian terdahulu ketiga ini dirancang dengan paradigma *postpositivism*, jenis kualitatif, dan sifat deskriptif. Metode yang digunakan adalah studi kasus, dengan teknik pengumpulan data berupa observasi langsung, dokumentasi, dan wawancara yang dilakukan terhadap kepala *desk* multimedia dan editor *Tirto.id*. Teknik validitas konstruk dipakai keabsahan data, sedangkan penjadohan pola

menjadi teknik analisis data yang dilakukan (A. Ramadhan, 2018, pp. 39-46).

Bagan 2.1 Proses Pembuatan Infografik Statis di *Tirto.id*



Sumber: A. Ramadhan, 2018, p. 77

Pada Bagan 2.1, hasil penelitian menunjukkan tahapan yang menyerupai konsep proses produksi infografik, yakni pemilihan ide; *research and correction*; dan pemilihan media. Proses pemilihan ide ini dilakukan dengan melihat kejadian atau isu yang sedang ramai dibicarakan atau berdampak luas, dengan ide diputuskan oleh bagian redaksi dan multimedia melalui rapat mingguan untuk kemudian penulis dari bagian redaksi melakukan riset untuk mengumpulkan data bahan, yang kemudian dicek kelengkapannya oleh divisi *storyboard* dari bagian multimedia. Proses riset dan koreksi kemudian dilakukan oleh kedua bagian untuk meminimalisasi penggunaan data yang tidak akurat. Pengecekan dan penambahan

data dilakukan oleh divisi *storyboard* sebagai bagian dari proses riset dan koreksi, seperti pencocokan data dan sumber yang dicantumkan dan pencarian/penambahan data dari berbagai sumber. Pemilihan media sebagai proses terakhir menitikberatkan penggunaan media dengan sasaran audiens yang tepat dan penerapan *multiplatform* pada hasil infografik, sehingga dapat diakses pada berbagai macam media. Penyesuaian ukuran infografik statis pun dilakukan dengan ukuran 9:16 untuk situs web dan 1:1 untuk media sosial, sehingga infografik statis disesuaikan dengan media tempat disebarkannya (A. Ramadhan, 2018, pp. 71-74).

Selain itu, hasil penelitian juga menemukan bahwa *Tirto.id* mengalami kekurangan ilmuwan data (*data scientist*) dalam merangkum data untuk pembuatan infografik. Selama ini, perangkuman data dilakukan oleh bagian multimedia dengan mencoba berbagai bentuk perangkuman data, secara spesifik dengan memisahkan data sesuai dengan kategorinya: tabel, *chart*, dan *timeline*. Setelahnya, data tersebut dipilih sesuai dengan kebutuhan agar pesan tersampaikan melalui infografik (A. Ramadhan, 2018, pp. 79-81).

Penelitian lebih lanjut terkait penjelasan lebih jelas, lengkap, dan detail terkait proses produksi infografik didorong peneliti terdahulu keempat ini. Selain itu, penelitian tentang pendalaman

aspek jurnalisme multimedia dalam infografik statis, bergerak, dan interaktif juga disarankan (A. Ramadhan, 2018, p. 86).

Penelitian terdahulu keempat ini menjadi dasar bagi peneliti untuk memahami proses produksi infografik secara keseluruhan. Dengan memahami proses tersebut secara utuh, peneliti dapat mendalami penerjemahan informasi ke dalam bentuk visual, seperti elemen infografik, sebagai bagian dari proses pembuatan infografik. Selain itu, temuan bahwa *Tirto.id* menerapkan pemisahan data sesuai kategori (tabel, *chart*, dan *timeline*), memperkuat konsep elemen infografik bahwa tiap elemen merepresentasikan informasi dengan kategori/sifat tertentu. Berdasar saran akademis penelitian terdahulu keempat tersebut, penelitian yang dilakukan peneliti dapat menjadi pelengkap dalam memberikan penjelasan yang lebih detail tentang pembuatan infografik jurnalistik, khususnya terkait penyajian elemen visual.

5. Penelitian terdahulu kelima

Sebelumnya, penelitian terdahulu keempat menemukan hambatan berupa kekurangan ilmuwan data yang memaksa bagian multimedia *Tirto.id* untuk mencoba berbagai bentuk perangkuman data, seperti pemisahan untuk *timeline*, tabel, dan *chart*. Permasalahan berupa nihilnya strategi grafis infografik dipaparkan Smit et al. (2014a, p. 348).

Penelitian ini mengangkat latar meningkatnya visualisasi informasi serta konvergensi di bidang jurnalisme daring, sehingga muncul integrasi jurnalisme dengan desain visual dalam produksi berita. Namun, permasalahan terjadi saat belum ditemukan cara terbaik untuk memaksimalkan penggunaan kedua disiplin, yakni desain dan jurnalisme, dalam pembuatan berita. Untuk itu, pendalaman dilakukan terhadap proses produksi visualisasi informasi dan tantangan yang menghambat proses tersebut (Smit et al., 2014a, pp. 344-345).

Konsep tingkatan organisasi media, dari tingkat individu, kelompok, dan organisasi digunakan untuk memahami kemampuan individu, pola pikir dalam kelompok, dan manajerial di tingkat organisasi media terkait produksi visualisasi informasi. Pendekatan kualitatif dan studi kasus menjadi jenis dan metode yang dipakai. Teknik wawancara dilakukan terhadap desainer visualisasi dari sejumlah organisasi media terpendang di Belanda. Media ini dipilih atas pertimbangan visualisasi informasi yang merupakan produk utama bisnisnya. Desain penelitian kemudian dilanjutkan dengan pendalaman terhadap proses serupa di dua organisasi dengan disiplin yang berbeda. Untuk mendapatkan data, teknik studi dokumen, wawancara, dan observasi dilakukan. Studi dokumen dilakukan dengan mengamati dokumen tertulis seperti prosedur, pedoman, dan hasil rapat untuk mendalami konteks di dalam organisasi dan proyek

yang dikerjakan, sementara observasi dilakukan dengan menghadiri sejumlah rapat proses produksi dan terlibat dalam percakapan informal dengan orang-orang di redaksi. Wawancara terstruktur juga dilaksanakan dengan beberapa wawancara semi-terstruktur (Smit et al., 2014a, pp. 345-347).

Hasil penelitian menunjukkan tantangan utama desainer dan jurnalis, sebagai individu dalam redaksi, adalah penerjemahan konten jurnalistik ke dalam wujud visual, khususnya jurnalis yang tidak memiliki pengalaman akan pedoman desain, dan desainer yang kesulitan mengadaptasi prinsip jurnalistik ke dalam karyanya. Tantangan lainnya termasuk belum adanya strategi grafis pembuatan visualisasi untuk berita dalam redaksi itu sendiri (Smit et al., 2014a, p. 348).

Di tingkat kelompok, jurnalis dan desainer berada di struktur hierarki yang berbeda sehingga menghambat kolaborasi, dan keduanya sama-sama memiliki ekspektasi yang berbeda akan hal yang perlu diraih bersama, sehingga dapat menjadi masalah yang lebih besar jika tidak ada kesepakatan bersama. Selain itu, desainer dan jurnalis sama-sama memiliki prioritas berbeda, seperti jurnalis yang mementingkan tenggat waktu dan estetika, sedangkan desainer lebih memerhatikan visualisasi yang tepat dalam menyampaikan pesan. Desainer pun seringkali tidak disertakan dalam proses produksi berita, sehingga hasil visualisasi pun menjadi seadanya

karena harus mengikuti rutinitas kecepatan media (Smit et al., 2014a, pp. 348-349).

Di tingkat organisasional, rutinitas media yang menekankan kecepatan produksi berita tidak seimbang dengan keinginan untuk menghasilkan visualisasi informasi yang maksimal. Proses visualisasi informasi ini perlu memiliki standar khusus, membutuhkan lebih banyak waktu, dan *trial and error* untuk dapat mencapai solusi yang optimal. Desainer pun hanya dijadikan sebagai eksekutor akhir, sehingga tidak dilibatkan dalam inisiasi diskusi dan *brainstorming*. Namun, hasil visualisasi yang baik tetap tercipta dari ranah jurnalisme olahraga. Selain itu, ditemukan kecenderungan bahwa organisasi media yang besar cenderung memiliki departemen grafis tersendiri, sedangkan organisasi media yang lebih kecil lebih mengandalkan kemampuan jurnalis yang *multiskill* (Smit et al., 2014a, p. 350).

Perbedaan proses produksi infografik di media dan sektor lainnya dapat dilihat dari prioritas kecepatan unggah berita yang tidak memberi ruang untuk proses diskusi mendalam tentang visualisasi yang hendak dilakukan, serta audiens infografik media yang tidak diketahui atau masih terlalu luas. Tantangan-tantangan tersebut seharusnya tidak menjadi hambatan, dan media perlu meninjau fungsi visualisasi informasi itu sendiri dalam melaporkan berita yang komprehensif. Dengan demikian, tak hanya bentuk kerja

sama baru antara jurnalis dan desainer yang dapat ditemukan, tetapi juga fungsi dari jurnalisme itu sendiri (Smit et al., 2014a, p. 352).

Dengan penelitian terdahulu kelima ini, peneliti dapat mengetahui tantangan proses produksi infografik dari tingkat individu, kelompok, hingga organisasi. Temuan bahwa tidak adanya strategi grafis sebagai pedoman pembuatan visualisasi informasi di redaksi media pun menjadi dasar bagi peneliti untuk melakukan penelitian terkait penerapan elemen infografik. Selain itu, simpulan bahwa perlunya pemahaman konkrit akan tujuan visualisasi informasi, menguatkan argumen peneliti bahwa infografik memiliki aspek visualisasi yang harus dilakukan secara tepat dan optimal, sehingga dapat mencerminkan fungsi jurnalisme infografik itu sendiri. Setelah dibuktikan penerapannya di media, konsep model elemen infografik yang digunakan peneliti ini diharapkan dapat menjadi salah satu strategi grafis yang dapat digunakan media dalam memproduksi infografik.

Masing-masing penelitian terdahulu telah dikontekstualisasikan dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti pada tiap akhir penjelasan. Secara keseluruhan, peneliti memosisikan penelitian ini sebagai pelengkap penelitian-penelitian sebelumnya. Penelitian serupa yang terkait dengan elemen infografik belum pernah dilakukan di bidang jurnalistik, sehingga peneliti tidak dapat memvalidasi temuan apa pun.

Tabel 2.1 Rangkuman Penelitian Terdahulu

Aspek yang Diulas	Penelitian I Weber & Rall (2012)	Penelitian II Weber & Rall (2016)	Penelitian III Sjafiie et al. (2018)	Penelitian IV A. Ramadhan (2018)	Penelitian V Smit et al. (2014a)
Judul	<i>Data visualization in online journalism and its implications for the production process</i>	<i>Design and journalism – challenges and opportunities: A dialogue between two cultures</i>	<i>Graphic visualization in printed media: How does the use of technology influence journalism culture</i>	Penerapan Elemen <i>Multimedia Journalism</i> di Media <i>Online</i> : Studi Kasus Proses Pembuatan Infografis Statis di <i>Tirto.id</i>	<i>Visualizing news: Make it work</i>
Rumusan masalah	Bagaimana perubahan alur kerja, tantangan, cara terbaik, atau faktor sukses dalam proses produksi visualisasi data pada jurnalisme daring?	Bagaimana desain dapat membentuk makna dari sebuah berita?	Bagaimana perkembangan teknologi mengubah nilai dan praktik jurnalisme, khususnya dalam visualisasi grafis?	Bagaimana proses produksi infografis statis yang ada di dalam media <i>online Tirto.id</i> ?	Apa saja faktor mutlak di balik visualisasi informasi yang sukses untuk orang-orang berbeda yang terlibat?
Teori dan konsep yang digunakan	Visualisasi data; desain informasi	<i>Multimodal</i> ; desain sebagai bentuk semiotika	Budaya jurnalisme; infografik; komunikasi visual	Media daring; media sosial; jurnalisme multimedia; infografik; proses produksi infografik	Visualisasi informasi; keahlian visualisasi data; kolaborasi redaksi; struktur organisasi media

Metode	Kualitatif – studi kasus (wawancara)	Kualitatif – studi kasus	Kualitatif – studi kasus (wawancara, studi dokumen)	Kualitatif – studi kasus (observasi, wawancara, studi dokumen)	Kualitatif – studi kasus (observasi, wawancara, studi kasus)
Hasil	Penulis, desainer informasi, naraprogram dan setiap profesi yang terlibat dalam produksi visualisasi data jurnalistik harus bersikap untuk “bekerja sebagai jurnalis”. Redaksi <i>New York Times</i> menjadi panutan dalam infografik interaktif karena mengutamakan integritas jurnalistik daripada aspek estetika semata.	Dalam kasus laporan khusus media Swiss, konten yang disajikan adalah Perang Dunia I. Konten disajikan melalui berbagai elemen visual, teks, dan ilustrasi komik, serta ditata dengan bentuk tertentu untuk membangun koherensi visual. Selaras prinsip jurnalistik, interpretasi visual harus otentik dan terpercaya dalam mewakili informasi.	Infografik, yang dibuat melalui kerja sama jurnalis, editor, dan desainer, mengikuti perkembangan teknologi media. Nilai faktualitas, komprehensif, dan akurasi juga berubah seiring dengan penerapan komunikasi visual dalam praktik jurnalisme.	Proses pembuatan infografis di <i>Tirto.id</i> melibatkan bagian redaksi dan multimedia, dengan tahapan: pemilihan ide, riset dan koreksi, dan pemilihan media. <i>Tirto.id</i> mengalami kekurangan ilmuwan data dalam perangkuman data, yang ditanggulangi dengan mencoba memisahkan data sesuai kategori: tabel, bagan, dan lini masa.	Tantangan produksi visualisasi informasi meliputi: kurangnya keahlian tertentu di tingkat individu, pola pikir kurang kolaboratif antara jurnalis-desainer di tingkat kelompok, dan alur kerja organisasi yang tidak melihat visualisasi sebagai konsep berita. Dibanding sektor lainnya, media memiliki hambatan tambahan: prioritas aspek kecepatan, kurangnya pelibatan nonjurnalis, dan sasaran audiens visualisasi yang tidak jelas.

<p>Relevansi dengan penelitian</p>	<p>Menjadi penelitian rujukan untuk memahami proses produksi infografik di media, khususnya terkait sumber daya manusia dan terkait prinsip jurnalistik sebagai prioritas utama ketimbang aspek kecepatan dan estetika. Untuk melengkapinya, peneliti mendalami dari segi konten, khususnya penerapan elemen infografik jurnalistik.</p>	<p>Menjadi dasar untuk memahami bahwa desain harus tetap otentik dan dapat dipercaya dalam membangun makna dari sebuah informasi berita. Peneliti melengkapi dengan melakukan penelitian yang mendalami topik terkait pemetaan elemen infografik di bidang jurnalistik.</p>	<p>Membantu peneliti untuk memahami bahwa jurnalis menerapkan nilai faktualitas, komprehensif, dan akurasi dalam produksi infografik dengan cara berbeda, khususnya nilai akurasi yang dihadirkan melalui penyajian data dan elemen yang tepat untuk menghindari misrepresentasi informasi.</p>	<p>Menjadi penelitian rujukan untuk memahami keseluruhan proses produksi infografik di media. Temuan bahwa <i>Tirto.id</i> menerapkan pemisahan data sesuai kategori (tabel, bagan, dan lini masa), memperkuat konsep bahwa tiap elemen infografik merepresentasikan informasi dengan kategori tertentu.</p>	<p>Membantu peneliti untuk memahami tantangan proses produksi infografik jurnalistik di tingkat individu, kelompok, dan organisasi. Selain itu, setelah dibuktikan penerapannya di media, konsep model elemen infografik yang digunakan peneliti, dapat menjadi jawaban awal sebagai strategi grafis yang dapat digunakan media.</p>
---	--	---	---	--	--

2.2 Konsep yang Digunakan

2.2.1 Jurnalisme Visual

Jurnalisme visual adalah istilah untuk merujuk aspek desain platform dalam dunia jurnalisme, termasuk aliran desain dan elemen-elemen desain yang lebih spesifik. Elemen-elemen jurnalisme visual, seperti foto dan video, kartun dan animasi, visualisasi data, penyajian multimedia, dan grafik, dapat disajikan sebagai hasil akhir proses jurnalistik yang kompleks, sehingga menjadi produk penceritaan (*storytelling*) yang dapat dilihat atau disaksikan. Tujuan dasarnya pun tak jauh dari memengaruhi opini dan perilaku audiens melalui visual yang menarik sehingga audiens dapat lebih tertarik pada berita. Karena menyampaikan pesan menggunakan beragam tanda yang saling berhubungan, jurnalisme visual juga dapat dilihat dari sudut pandang semiotika (Gynnild, 2019, p. 1).

Elemen visual yang disusun dan dirancang dalam koran, majalah, dalam halaman web, tablet, ponsel pintar, atau televisi, berkontribusi penting terhadap pesan yang disampaikan. Produk-produk visual, selain jurnalisme foto, seringkali dianggap sebagai aksesoris atau pelengkap berita semata, padahal esensinya merupakan pembentuk ide, konsep, dan sikap yang berusaha dikomunikasikan. Dengan kata lain, penyajian visual suatu berita memengaruhi bagaimana berita dimaknai dan bagaimana media memosisikan diri kepada audiens. Oleh karenanya,

informasi dalam produk jurnalistik tak hanya dilihat dari bagaimana penyajiannya secara visual, tetapi juga bagaimana “disadari” secara visual. Jurnalisme visual juga harus dipahami sebagai imbas dari perkembangan teknologi, sehingga akan terus menerus berkembang (Machin & Polzer, 2015, pp. 1-2).

Diperkenalkannya percetakan *offset* sebagai teknologi baru pada tahun 1950-an memberikan kesempatan bagi organisasi media untuk menyajikan fitur-fitur koran yang belum pernah ada sebelumnya, di antaranya foto berwarna dan tata letak *grid*. Koran-koran pun semakin berlomba-lomba untuk menyajikan konten dengan desain visual, seperti foto, ilustrasi, peta, bagan, dan warna, yang tak lagi dipandang sebagai “elemen kebetulan” dalam tata letak koran. Elemen-elemen tersebut menjadi fondasi dasar, tak hanya dalam desain visual, tetapi juga jurnalisme visual (Gynnild, 2019, p. 5).

Salah satu organisasi penting dalam sejarah jurnalisme visual, Perhimpunan Desain Koran Amerika (SND), memasukkan infografik sebagai materi pembelajaran. Infografik, berita grafis, dan visualisasi data merupakan sajian jurnalisme data, yang merupakan implementasi metode penelitian sosial pada jurnalisme (Gynnild, 2019, p. 5).

Di era modern, jurnalisme visual tak lepas dari faktor globalisasi yang membawa nilai dan praktik jurnalisme ke seluruh dunia. Pandangan ini berangkat dari bagaimana majalah-majalah lokal mengadaptasi dan memodifikasi aspek desain seperti jenis teks, warna,

gambar, dan komposisi dari majalah internasional. Para desainer visual pun seringkali berada di lingkungan kerja tingkat internasional, dengan prinsip dan tujuan desain yang memiliki kesamaan dari pasar berbagai negara (Gynnild, 2019, pp. 7-8).

Dengan demikian, infografik, beserta elemen visual di dalamnya, seperti peta, diagram, dan bagan, merupakan bagian dari sejarah dan aspek jurnalisme visual. Konsep jurnalisme visual mengakomodasi peneliti dalam memahami infografik beserta elemen visualnya sebagai pengembangan jurnalisme visual. Konsep ini memandang bahwa produk visual tak hanya sebagai aksesoris berita. Pandangan ini memiliki keterkaitan dengan argumen yang telah dipaparkan sebelumnya, bahwa infografik sebagai produk visual kini lebih dari sekadar suplemen artikel berita.

Pandangan terkait globalisasi dan jurnalisme visual, terutama kesamaan prinsip dan tujuan desain produk jurnalisme di berbagai pasar negara, juga membantu peneliti memahami bagaimana infografik dan elemen visual di suatu negara cenderung memiliki kesamaan dengan produk-produk serta aspek infografik di negara-negara lain. Dengan demikian, kesalahan-kesalahan aspek visual yang ditemukan pada infografik di dunia Barat, memiliki kecenderungan untuk ditemukan pula pada lanskap infografik di dalam negeri. Untuk itu, secara garis besar, konsep ini menawarkan pemahaman mendalam akan bagaimana

infografik sebagai produk visual sekaligus jurnalistik disajikan agar dapat menyampaikan pesan yang dapat dipahami audiens.

2.2.2 Proses Produksi Infografik Jurnalistik

Bagian penting dari desain informasi adalah visualisasi dan grafik informasi. Costa (1998) mendefinisikan visualisasi sebagai suatu penyajian yang membuat fenomena tertentu dan bagian dari realitas menjadi sesuatu yang kelihatan dan dapat dipahami, apalagi banyak fenomena yang tak dapat diamati melalui mata telanjang atau secara alamiah bukan sesuatu yang memiliki wujud visual (p. 14).

Infografik disajikan untuk menyelesaikan agenda intelektual tertentu, sehingga hal inilah yang membedakannya dengan seni murni. Visualisasi atau infografik mengutamakan objektivitas, akurasi, fungsi, dan juga estetika, sehingga bukan merupakan wadah seorang seniman untuk menumpahkan ekspresinya (Cairo, 2013, *Forms and Functions: Visualization as a Technology section*, para. 1).

Untuk membuat infografik, pendekatan yang dapat dilakukan oleh seorang jurnalis adalah dengan memulai dari fokus yang kuat, melakukan riset sebanyak mungkin, mengorganisasikannya, menyimpulkan, dan menyajikan hasilnya secara terstruktur dan berwujud menarik. Rangkaian proses produksi infografik di bidang jurnalistik terdiri dari tahap:

1. Mendefinisikan fokus grafik yang akan dibuat, berita yang ingin disampaikan, dan poin-poin kunci yang akan disajikan, termasuk bagaimana infografik dapat berguna dan dicerna oleh audiens;
2. Mengumpulkan informasi sebanyak-banyaknya terkait topik yang diangkat, yakni dengan wawancara narasumber, mencari data, dan menulis atau merancang *storyboard*;
3. Memilih bentuk grafik yang paling tepat dengan tujuan penyajian data, yakni diagram, peta, atau *chart*;
4. Menyelesaikan riset dan menyempurnakan *storyboard*;
5. Memikirkan gaya visual infografik, khususnya dalam aspek tipografi, warna, dan lainnya;
6. Memindahkan sketsa ke dalam format digital jika didesain manual, dan menyelesaikan proses desain menggunakan aplikasi yang sesuai (Cairo, 2013, *Creating Information Graphics* section, para. 1-2).

Secara tradisional, infografik diproses di dalam departemen seni suatu koran atau majalah. Direktur infografik pun berada di bawah kepemimpinan direktur seni, yang biasanya dipimpin seorang desainer grafis, sehingga infografik seringkali dilabeli sebagai karya seni. Hal ini dilanggengi dengan banyaknya jurnalis konvensional yang memandang infografik sebagai ornamen agar sajian koran/majalah

lebih menarik bagi audiens yang mulai jenuh dengan artikel berita. Akibatnya, infografik hanya dipandang sebagai dekorasi, bukan sebagai alat untuk memperluas persepsi dan pengetahuan audiens (Cairo, 2013, The partnership of presentation and exploration section, para. 19-20).

Dari tahapan proses tersebut, disebutkan tahap ketiga yakni pemilihan bentuk grafik yang paling tepat di antara diagram, peta, dan *chart*. Konsep proses ini, khususnya pada tahap ketiga, menekankan pemilihan dan penggunaan elemen infografik yang tepat dalam merepresentasikan suatu data dari banyak bentuk yang dapat dipilih. Keseluruhan proses ini juga membantu peneliti untuk memahami konteks pemilihan dan penggunaan elemen infografik secara utuh di dalam rangkaian proses yang dilaksanakan. Berangkat dari konsep ini, kesalahan pemilihan grafik lebih jauh akan mengacaukan proses yang ada, karena keterkaitan tahap ketiga dan tahap pertama yang menekankan pentingnya infografik yang berguna dan dapat dicerna audiens. Penyebutan bentuk grafik seperti peta, diagram, dan *chart* menguatkan konsep elemen infografik Rajamanickam yang juga terdiri dari tiga bentuk tersebut.

Selain itu, konsep ini juga menjabarkan tentang hal teknis berkaitan manajerial organisasi dan SDM media dalam pembuatan infografik. Pandangan ini setidaknya memberikan gambaran desain

penelitian untuk menentukan informan di antara jurnalis dan desainer, yang juga diperkuat dengan penelitian lain yang serupa.

2.2.3 Elemen Infografik

Untuk membuat infografik yang sukses, terdapat tiga tantangan besar:

1. Memahami dengan jelas tipe informasi apa yang berusaha disampaikan, baik spasial, kronologis, kuantitatif, atau bahkan kombinasi ketiganya;
2. Menyusun representasi yang tepat dalam menggambarkan informasi tersebut hingga menjadi sebuah infografik yang terpadu – keseluruhan infografik bukan semata elemen diagram, peta, dan *chart* yang digabung-gabung;
3. Memilih medium yang sesuai untuk menyajikannya: infografik statis untuk media cetak atau layar digital, infografik bergerak dengan bentuk animasi atau video, atau infografik interaktif untuk situs web atau perangkat elektronik lainnya (Rajamanickam, 2005, pp. 8-9).

Dari tantangan-tantangan tersebut, lahirlah kerangka kerja dalam mendesain infografik. Salah satu kerangka kerja tersebut adalah elemen infografik, sebagai alat atau perangkat yang digunakan dalam melambangkan informasi yang ingin disampaikan kepada audiens

(Rajamanickam, 2005, p. 9). Model elemen infografik tersebut dapat dilihat secara lengkap pada Bagan 2.2.

Bagan 2.2 Model Elemen Infografik

ELEMEN INFOGRAFIK		
Diagram (<i>Diagrams</i>)	Peta (<i>Maps</i>)	Bagan (<i>Charts</i>)
<ul style="list-style-type: none"> • Ikona: Menampilkan realitas yang disederhanakan secara visual • Urutan (<i>sequence</i>): Menampilkan rentetan suatu kejadian, tindakan, dan hubungan kausalitas • Proses: Menampilkan interaksi langkah demi langkah lintas waktu dan ruang • Lini masa (<i>timeline</i>): Menampilkan perkembangan secara kronologis • Eksposisi: Menampilkan detail atau sudut pandang yang biasanya tak dapat ditangkap mata manusia, seperti potongan (<i>cutaways</i>), perspektif aksionometrik, dll. 	<ul style="list-style-type: none"> • Penanda lokasi (<i>Locator</i>): Menampilkan lokasi/posisi sesuatu terkait sesuatu lainnya • Data: Menampilkan informasi kuantitatif yang berhubungan dengan lokasi geografis • Skematis: Menampilkan representasi abstrak dari geografi, proses, atau urutan 	<ul style="list-style-type: none"> • Garis (<i>flow</i>): Menampilkan perubahan ukuran atau besarnya sesuatu dari waktu ke waktu • Batang: Menampilkan perbandingan ukuran secara proporsional • Pai (<i>pie</i>): Menampilkan distribusi bagian-bagian dari satu hal utuh • Organisasi: Menampilkan bagian-bagian dalam suatu struktur dan hubungannya satu sama lain

Sumber: Rajamanickam, 2005, p. 9

Konsep model ini menjadi alat untuk memahami penerapan elemen infografik di media *Katadata.co.id*, dengan pertanyaan penelitian dan proposisi teoretis dalam desain penelitian yang bertumpu pada konsep model ini. Model ini diambil sebagai pisau analisis karena merupakan satu-satunya model yang ditemukan peneliti dan dapat

memetakan elemen-elemen infografik ke dalam tiga jenis: diagram, peta, dan *chart*. Model ini dapat mengakomodasi elemen-elemen untuk informasi kualitatif maupun kuantitatif, berbeda dengan varian-varian visualisasi data yang lebih condong kuantitatif. Selain itu, dari masing-masing tiga jenis tersebut, terdapat variasi penyajian per jenis sesuai dengan tujuan visualisasi, sehingga menjadi model yang komprehensif.

Pembentukan model ini berangkat dari tantangan representasi infografik lintas disiplin ilmu, baik dalam bidang jurnalistik, pendidikan, ekonomi, dan lainnya. Selain menggunakan contoh-contoh infografik di bidang lain, Rajamanickam juga menggunakan infografik yang diproduksi media berita sebagai contoh dan dasar pengembangan dalam literturnya, sehingga dapat mengakomodasi pemahaman elemen infografik dari segala disiplin, termasuk jurnalisme. Untuk itu, pemahaman elemen infografik secara khusus di bidang jurnalistik, yang belum tersentuh riset akademik, akan dibahas oleh peneliti.

Selain itu, kerangka model ini juga memiliki pandangan bahwa elemen-elemen diagram, peta, dan *chart* dapat dikombinasi dan dipadukan dalam satu infografik, seperti yang disebutkan dalam poin kedua tantangan besar desain infografik. Hal ini sesuai dengan kenyataan di lapangan, dengan elemen-elemen infografik berbeda seringkali dipadukan dalam menyajikan informasi kuantitatif atau kualitatif yang memiliki berbagai sudut pandang. Oleh karenanya, dengan kerangka model ini, peneliti menggunakan kata “elemen” untuk

merujuk penggunaan diagram, peta, dan *chart* pada infografik sebagai elemen yang dapat disajikan tersendiri atau pun dipadupadankan satu sama lain.

2.3 Alur Penelitian

Penelitian ini berdasar pada fenomena kontemporer penyajian infografik sebagai visualisasi informasi. Infografik, dalam perkembangannya, menjadi salah satu produk jurnalistik yang diproduksi media lewat konsep jurnalisme visual. Dalam perkembangannya, permasalahan praktik pun muncul saat visualisasi minim dan bahkan tidak digunakan secara tepat, sehingga menghilangkan esensi infografik sebagai produk yang berprinsip jurnalistik dan berbasis visual. Permasalahan tersebut pun dapat ditelisik dari tidak adanya strategi grafis dalam pembuatan infografik di organisasi media. Hal ini memantik permasalahan akademis berupa kekosongan ranah penelitian terkait pemetaan elemen infografik di bidang jurnalisme.

Untuk memecahkan permasalahan praktik dan akademik tersebut, penelitian dilakukan dengan menggunakan paradigma *post-positivism*. Paradigma tersebut digunakan sebagai kaca mata penelitian karena peneliti memandang realitas tunggal, sehingga model elemen infografik secara umum yang disusun Rajamanickam juga dapat diaplikasikan pada bidang jurnalisme. Oleh karenanya, peneliti menggunakan konsep model elemen infografik yang disusun Rajamanickam untuk mengetahui penerapan model elemen infografik

di media *Katadata.co.id*, yang terdiri dari tiga kategori besar: diagram, peta, dan *chart*. Hasil penelitian didapatkan melalui metode studi kasus dengan memilih media *Katadata.co.id* sebagai kasus (*case*). Konsep model elemen infografik tersebut kemudian dijadikan landasan pertanyaan penelitian dan proposisi teoretis dalam desain studi kasus yang dilaksanakan. Dengan demikian, hasil penelitian ini kemudian dianalisis dengan melakukan penjadohan pola antara konsep yang digunakan sebagai prediksi dengan temuan terkait penerapan model elemen infografik di media *Katadata.co.id*.

Bagan 2.3 Kerangka Pemikiran

