

BAB II

KERANGKA TEORI/KERANGKA KONSEP

2.1 Penelitian Terdahulu

Berbagai penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa penggunaan visualisasi data dalam berita dapat membantu audiens dalam memahami informasi terutama data dengan lebih baik dibandingkan ketika berita hanya disajikan dalam bentuk teks. Visualisasi data juga dapat memberikan konteks visual yang memudahkan audiens untuk memahami isi atau inti informasi yang sedang disampaikan (Jia & Sundar, 2023; Sánchez-Holgado et al., 2023; Indah & Hasanah, 2022; Engebrestsen, 2020; Hahn & Berkers, 2020).

Selain itu, visualisasi data dapat meningkatkan keterlibatan, sikap, perhatian, memengaruhi minat dan persepsi audiens. Jia & Sundar (2023) meneliti bagaimana visualisasi data interaktif dalam memengaruhi persepsi, menangkalkan bias dan sikap pribadi terhadap isu-isu sosial (perubahan iklim dan legalisasi pernikahan sesama jenis). Hasilnya menunjukkan bahwa visualisasi data interaktif secara signifikan meningkatkan kejelasan dan keterlibatan informasi yang kaya akan data dibandingkan dengan visualisasi statis dan deskripsi visual. Visualisasi data juga membuat keterlibatan dan kejelasan yang lebih tinggi sehingga menghasilkan ingatan informasi yang lebih baik dan sikap yang lebih akurat & terinformasi (Jia & Sundar, 2023). Sejalan dengan hasil ini, visualisasi data dan animasi dalam berita daring dapat melibatkan peserta secara lebih efektif daripada visualisasi data statis yang menghasilkan waktu fiksasi lebih lama dan hasil pembelajaran yang lebih tinggi pada audiens (Greussing et al., 2020).

Namun berbeda dengan Greussing et al. (2020) dan Jia & Sundar (2023) yang menyebutkan bahwa visualisasi statis dinilai buruk, Engebrestsen (2020) menyatakan bahwa seringkali grafik yang sederhana merupakan grafik yang paling efektif. Visualisasi sederhana seperti diagram garis lebih mudah dipahami oleh peserta meskipun membutuhkan waktu lebih untuk bisa memahami isinya. Di sisi lain, visualisasi data dengan fitur interaktif sering diabaikan karena peserta tidak

menyadari adanya tombol ini. Namun Engebretsen (2020) juga menegaskan bahwa meskipun grafik dibuat sederhana, kejelasan informasi seperti peletakan sumbu (grafik) harus dibuat dengan baik sehingga tidak membingungkan. Kemudian, fitur interaktif juga harus ditandai secara eksplisit agar pembaca dapat mengetahuinya.

Sebuah studi eksperimental di Spanyol membuktikan bahwa menambahkan elemen visual ke berita membuat orang lebih tertarik dan membantu mereka memahami berita dengan lebih baik (Sánchez-Holgado, et al., 2023). Penggunaan visual untuk menjelaskan data terbukti relevan terutama selama pandemi Covid-19. Media secara sengaja menampilkan visualisasi data khususnya pada berita vaksinasi Covid-19 dalam bentuk infografik agar khalayak dapat memahami situasi dengan cara yang lebih sederhana (Indah & Hasanah, 2022). Visualisasi data infografik sebagai bentuk berita alternatif dapat menyederhanakan informasi yang kompleks sehingga lebih mudah dipahami dan mendapat perhatian oleh khalayak (Indah & Hasanah, 2022).

Adapun penelitian yang mengeksplorasi bagaimana audiens mempersepsi dan mengevaluasi sebuah berita dengan visualisasi data (Stalph et al., 2023; Greussing et al., 2020). Hasil yang didapat adalah bahwa audiens juga menginginkan jurnalisme berbasis data yang ringkas dan menarik secara visual (Stalph et al., 2023). Fitur linguistik seperti pilihan kata, tata bahasa, gaya penulisan hingga panjangnya artikel, penggunaan angka, penggunaan angka yang diintegrasikan dan direpresentasikan secara visual serta elemen visual yang informatif, mudah dinavigasi dan tidak memberikan informasi yang berulang (Stalph et al., 2023). Visualisasi data yang mengkontekstualisasikan teks, mendukung dan meningkatkan pemahaman terhadap teks serta menyertai teks alih-alih menjadi fokus lebih disukai oleh audiens (Greussing et al., 2020).

Berdasarkan beberapa penelitian di atas memberikan celah penelitian bagi penulis untuk lebih mendalami bagaimana kriteria visualisasi data dalam berita yang sebenarnya diinginkan oleh pembaca berita media daring Indonesia. Pemahaman tentang bagaimana khalayak berita melihat jurnalisme kuantitatif mengenai apa yang mereka sukai dan tidak, sangat terbatas (Stalph et al., 2023).

Penelitian de Haan et al. (2017) akan menjadi acuan penulis dalam melakukan penelitian ini. Penelitian de Haan (2017) dengan judul *When Does an Infographic Says More Than a Thousand Words* melakukan penelitian terhadap beberapa hal yaitu mengukur penggunaan visualisasi dan mempelajari bagaimana konsumen media benar-benar menghargai adanya visualisasi dalam berita. Kelompok fokus dan survei dilakukan untuk mengetahui apa faktor pendorong perhatian individu terhadap visualisasi data dalam berita seperti halnya minat dan estetika.

Selain itu, responden juga diminta untuk mengevaluasi visualisasi data pada berita yang telah disediakan. Dalam de Haan (2017) lebih berfokus pada bagaimana audiens melihat visualisasi data dalam berita dan bagaimana audiens berinteraksi serta memberikan apresiasi pada visualisasi data. Objek penelitian penulis memiliki kesamaan dengan de Haan (2017) yang mengevaluasi visualisasi data dalam berita yang dilakukan oleh audiens sebagai pembaca berita. Namun, penulis tidak fokus pada visualisasi datanya saja melainkan menilai kualitas keseluruhan berita yang dibuat dengan visualisasi data oleh audiens. Artikel berita yang digunakan dalam kelompok fokus dan survei telah disediakan secara spesifik dari tiga media berita di Belanda (NRC Handelsblad, Het Financieele Dagblad, dan NU.nl) dengan topik krisis minyak, kampanye politik, pertumbuhan ekonomi, perubahan dalam sistem pendidikan, dan permasalahan imigrasi. Topik ini ditentukan dengan acuan sebagai topik yang menarik bagi pembaca di Belanda.

Dalam de Haan (2017) telah menyediakan topik berita dengan visualisasi data spesifik yang disukai pembaca di Belanda antara lain tentang ekonomi, politik, pendidikan, dan sosial. Selain itu, dalam Jia & Sundar (2023) disebutkan bahwa berita yang mengangkat isu sosial dibuat dengan visualisasi data. Juga dalam Hahn & Berkers (2021) dituliskan berita dengan topik lingkungan khususnya perubahan iklim dibuat dengan visualisasi data. Dalam Zamith (2019) disebutkan bahwa berita dengan penggunaan visualisasi data di Amerika didominasi oleh berita dengan topik ekonomi, peradilan & hukum, kebijakan, politik, hingga pertahanan dan keamanan nasional. Beberapa topik ini banyak dibuat dengan visualisasi data yang berbentuk diagram batang, diagram lingkaran, peta, dan lain sebagainya.

Sedangkan jenis visualisasi data yang banyak digunakan oleh media di Belanda adalah peta dan grafik (de Haan et al., 2017). Adapun penelitian di Indonesia oleh Indah & Hasanah (2022) hanya berfokus pada topik Covid-19 dan bentuk berita infografik.

Niat untuk melihat visualisasi juga dipengaruhi oleh minat pembaca terhadap suatu topik dan daya tarik visual infografik atau bagaimana bentuk visualisasi itu ditampilkan (de Haan et al., 2017). Hal ini juga sejalan dengan penelitian Sánchez-Holgado et al. (2023) yang menyebutkan bahwa minat awal pembaca yang tinggi terhadap visualisasi data memainkan peran penting dalam pemahaman visualisasi data. Penelitian Tewksbury (2003) juga membuktikan bahwa pembaca situs daring cenderung memprioritaskan topik yang menarik secara pribadi daripada memilih topik sosial. Namun berbeda dalam Trilling & Schoenbach (2014), membuktikan bahwa preferensi audiens dalam memilih sumber berita tidak selalu sesuai dengan minat dan pandangan politik mereka. Penelitian ini menyebutkan bahwa audiens tidak selalu memilih situs atau berita yang didasarkan pada preferensi pribadi mereka terhadap topik atau orientasi politik sehingga fragmentasi media tidak separah yang sering diasumsikan dalam berbagai penelitian. Hal ini memberikan celah untuk diteliti tentang bagaimana audiens generasi Z mengonsumsi berita dengan visualisasi data di media daring Indonesia.

Berdasarkan beberapa penelitian di atas, tidak ada penelitian yang spesifik membahas tentang bagaimana audiens mengonsumsi berita dengan pendekatan visualisasi data. Oleh karena itu, penelitian ini berusaha menjawab tentang bagaimana audiens mengonsumsi berita dengan visualisasi data terutama di media daring Indonesia. Hal ini dilakukan dengan menggunakan metode *media diary* sebagai kebaruan oleh penelitian ini. *Media diary* akan dilakukan untuk melihat bagaimana konsumsi berita dengan visualisasi data oleh audiens yang mencakup alasan mereka mengonsumsi berita hingga berita dengan visualisasi data apa saja yang dikonsumsi. Dengan demikian, penelitian diharapkan dapat melihat dan memetakan topik berita apa saja yang dikonsumsi dan ditemukan oleh audiens yang dibuat dengan pendekatan visualisasi data di media daring Indonesia. Selain itu,

juga akan dilihat bagaimana penggunaan visualisasi data diterapkan pada pemberitaan media daring Indonesia. Mulai dari jenis visualisasi data hingga penilaian berita dengan visualisasi data dalam media daring yang dilakukan oleh audiens.

Penelitian terdahulu yang telah dijelaskan di atas juga belum melihat bagaimana audiens menilai kualitas berita dengan pendekatan visualisasi. Adapun oleh de Haan et al. (2017) audiens menilai kualitas visualisasi data itu sendiri. Oleh karena itu, penelitian ini juga berusaha melihat bagaimana audiens menilai kualitas berita yang dihasilkan dengan pendekatan visualisasi data. Selain itu, penelitian terdahulu lebih banyak dilakukan pada audiens di luar negeri (Amerika Serikat, Austria, Belanda, Inggris, Norwegia, Spanyol dan Swiss) yang memiliki konteks budaya, geopolitik, dan demografis yang berbeda dengan Indonesia sehingga hasil temuannya tidak bisa digeneralisasi.

Sejalan dengan hal ini, penelitian mengenai bagaimana audiens mengonsumsi berita dengan visualisasi data dan bagaimana mereka menilai kualitas berita dengan visualisasi data dalam media daring di Indonesia akan dilakukan pada penelitian ini. Oleh karena itu, penelitian ini akan berupaya untuk mengisi celah-celah yang ada dari penelitian terdahulu. Penelitian ini diharapkan bisa menjadi sumber baru dalam penelitian tentang visualisasi data yang dikonsumsi oleh audiens dan kualitas berita dengan visualisasi data di Indonesia.

2.2 Konsep

Peneliti akan menggunakan konsep Penggunaan Visualisasi dalam Berita, *News Consumption*, dan Penilaian Berita.

2.2.1 Penggunaan Visualisasi Data dalam Berita

Visualisasi data memiliki peran yang semakin penting dalam jurnalisme karena dapat memengaruhi konten jurnalistik dan pola interaksi wacana pada berita (Engbresten, 2018). Oleh karena itu, keterampilan visualisasi data menjadi hal yang penting bagi jurnalis di era digital (Pratama, 2024). Terutama di masa-masa pandemi Covid-19, tren

penggunaan data dan visualisasi data dalam jurnalistik menaik dengan cepat karena tuntutan informasi yang harus benar dan akurat.

Palomo (2019) berpendapat bahwa visualisasi data yang dirancang dengan baik dapat memberikan efek langsung dan signifikan pada audiens dan memahami kompleksitas informasi langsung pada intinya. Visualisasi data dikatakan sebagai aspek yang penting untuk memperjelas penyajian data dalam berita agar menjadi berita yang efektif yang memungkinkan audiens untuk menjelajahi data tanpa menyimpang terlalu jauh dari narasi yang dimaksudkan (Yusuf & Ahmad, 2023). Jurnalisme berkembang dari sekadar menyampaikan fakta menjadi narasi yang kaya konteks visual.

Dengan visualisasi data, jurnalis mampu menarik perhatian pembaca yang semakin singkat, meningkatkan keterlibatan, menyebarkan pengetahuan serta menyajikan informasi secara lebih efektif dan mudah dipahami (Westlund and Hermida, 2020). Tujuan dari visualisasi data jurnalistik adalah menyajikan informasi kompleks dengan cara yang menarik dan sederhana untuk mempermudah audiens menangkap inti dari sebuah berita. Visualisasi terkadang memiliki kesan rumit untuk membuat audiens menjadi terkesan, inilah yang membuat visualisasi terkadang gagal dan justru membingungkan audiens. Sebaliknya, visualisasi yang sederhana adalah pilihan yang baik (Gray et al., 2012).

Inti dari pada visualisasi jurnalistik itu sendiri adalah memiliki dasar yang kuat pada fakta yang terukur. Tidak seperti bentuk visual lainnya seperti foto dan video, visualisasi data berasal dari fakta-fakta yang terukur (Gray et al., 2012). Visualisasi data pada berita juga menawarkan kesempatan untuk bisa bercerita dengan didorong oleh fakta dan bukan hal yang berlebihan. Adapun beberapa jenis visualisasi data yang sering digunakan dibedakan berdasarkan fungsi atau tujuannya.

Menurut Data Visualization Handbook oleh Kirk dalam Stalph & Heravi (2023), jenis visualisasi data diklasifikasikan dengan CHRTS

(Categorical, Hierarchical, Relational, Temporal, Spatial). CHRTS ini membedakan jenis visualisasi berdasarkan fungsi atau tujuan.

- a) **Categorical**, digunakan untuk membandingkan kategori antara data dan distribusi Contoh jenis visualisasi: diagram batang, diagram titik, piktogram, *bubble chart*, *range chart*, histogram, dan *word cloud*.
- b) **Hierarchical**, digunakan untuk menunjukkan hubungan hirarki dan *part-to-whole*. Contoh jenis visualisasi: *pie chart*, *stacked bar chart*, *treemap*, dan venn diagram.
- c) **Relational**, digunakan untuk menunjukkan hubungan, korelasi, dan koneksi antara data Contoh jenis visualisasi: *scatter plot chart*, *bubble plot*, *heat map*, dan *matrix chart*.
- d) **Temporal**, digunakan untuk menunjukkan tren perubahan data dari waktu ke waktu. Contoh jenis visualisasi: diagram garis, area chart, dan lain-lain.
- e) **Spatial**, digunakan untuk menampilkan pola geografis atau spasial dalam data. Contoh jenis visualisasi: *choropleth map*, *dot map*, dan *area cartogram*.

Dalam Stalph & Heravi (2023), infografik tidak dikategorikan sebagai salah satu jenis visualisasi data. Infografik adalah gabungan dari beberapa jenis visualisasi data yang dibuat untuk melengkapi teks dan gambar dalam suatu berita yang biasanya tertuang pada satu lembar gambar. Infografik dikatakan sebagai salah satu cara yang paling banyak digunakan menyajikan data kepada audiens (Stalph, 2017). Sedangkan interaktif adalah sebuah elemen atau atribut yang sering digunakan dalam visualisasi data (Stalph & Heravi, 2023). Dengan demikian terdapat visualisasi data dapat dibuat secara statis dan interaktif.

Konsep penggunaan visualisasi data dalam berita dalam berita digunakan untuk melihat bagaimana tren visualisasi data disajikan dan

sebagai objek penilaian oleh audiens atas kualitas berita dengan pendekatan visualisasi data di media *online* Indonesia.

2.2.2 *News Consumption*

Alasan mendasar seseorang mengonsumsi berita adalah untuk mendapatkan informasi (Hastall, 2009; Shoemaker, 1996 dalam Lee, 2013). Audiens memperhatikan, menerima, menemukan, membaca, berbagi dan menyimpan berita yang sering kali merupakan informasi faktual yang diproduksi oleh jurnalis. Berita selalu menyediakan informasi yang berguna berdasarkan kebutuhan masyarakat yang kemudian dibagikan melalui masyarakat (Anderson, 2024). Lalu kemudian, audiens menerima informasi tersebut dan mengonsumsinya.

Kebiasaan mengonsumsi berita – proses mengawasi berita terkini setiap harinya telah beradaptasi dengan struktur teknologi baru dan adaptasi tersebut paling menonjol di kalangan muda (Diddi and LaRose, 2006; Yuan 2011). Awal tahun 2000-an, banyak orang mengunjungi sumber-sumber media daring sebagai informasi tambahan setelah mengonsumsi media tradisional seperti surat kabar cetak dan televisi (Tewksbury, 2003). Sejak saat ini pun audiens mengakses internet untuk mendapatkan berita dan informasi tentang peristiwa terkini, isu publik, hingga politik sehingga pemilihan berita di media daring dianggap mencerminkan minat pembaca dibandingkan pada berita tradisional (Tewksbury, 2003).

Melimpahnya berita pada media daring tidak mungkin semuanya mencerminkan preferensi setiap audiens (Chyi & Lee, 2013). Meski tersedia secara melimpah, penelitian menunjukkan bahwa generasi muda sering mengabaikan media berita arus utama yang disebabkan karena kurangnya minat audiens terhadap berita dan karena praktik jurnalisme itu sendiri (Curran et al., 2013; Drok et al., 2018; Mindich, 2005; The Media Project, 2015 dalam Hermans & Prins, 2020). Dalam Trilling & Schoenbach (2014) juga dikatakan bahwa terlepas dari preferensi itu sendiri, audiens cenderung

menggunakan media yang juga digunakan oleh banyak orang sehingga penggunaan media akhirnya tidak terlalu terfragmentasi.

Dalam Antunovic (2016) konsumsi berita generasi muda digambarkan sebagai aktivitas yang kompleks terutama di era modern yang tidak lagi pasif. Kegiatan mengonsumsi berita kini mengarah pada suatu yang dinamis, kontekstual, bergantung pada waktu, perangkat, dan kebutuhan audiens. Audiens yang dahulu dinilai pasif, kini telah berganti pada audiens yang aktif yang dapat memilih berita sesuai dengan keinginan dan preferensi mereka sendiri (Hermans & Prins, 2020). Selektivitas dalam memilih berita dapat terjadi karena menyangkut konteks, latar belakang atau analisis mendalam. Kalangan pembaca daring lebih berfokus pada topik sesuai dengan minat pribadi mereka daripada topik yang menjadi agenda isu pembaca (Althaus & Tewksbury, 2002). Bila memungkinkan, orang memilih memaparkan diri pada sudut pandang yang mereka setuju dan menghindari apapun yang mungkin bertentangan dengan apa yang mereka pikirkan (Trilling & Schoenbach, 2014).

Antunovic et al. (2016) menjelaskan bahwa *news consumption* dapat diartikan sebagai suatu proses bagaimana individu mengakses, terpapar, dan terlibat dengan berita dalam kehidupan sehari-hari. Aktivitas ini dipengaruhi oleh perubahan lingkungan media dan teknologi yang membuat adanya perubahan pada konsumsi media terutama pada audiens muda (generasi muda). Audiens mengungkapkan bahwa berita yang menemukan mereka daripada mereka yang mencari berita sendiri (Russmann & Hees, 2020). Kondisi lingkungan media digital yang makin beragam membuat audiens menjadi lebih mampu memilih jenis berita yang ingin mereka terima (Merten, 2020).

Lebih lanjut dalam Antunovic et al. (2016) menganggap bahwa *news consumption* tidak hanya sekadar tindakan membaca atau menonton sebuah berita, tetapi termasuk juga bagaimana kebiasaan, rutinitas, dan bentuk interaksi dengan berita. Hal ini mencakup tiga tahap konsumsi berita yaitu

konsumsi berita sebagai kegiatan rutin membaca berita dari sumber tertentu baik secara manual maupun otomatis (*routine surveillance*). Kemudian, konsumsi berita yang terjadi secara tidak sengaja akibat paparan berita saat menggunakan media sosial atau aktivitas lain di internet (*incidental exposure*) dan konsumsi berita yang dilakukan secara sengaja untuk mengetahui lebih dalam terhadap suatu topik tertentu (*directed consumption*).

Berdasarkan penjelasan mengenai konsumsi berita di atas penulis akan menggunakan ini sebagai acuan penulis untuk melihat bagaimana audiens (generasi Z) mengonsumsi berita dengan visualisasi data di media daring Indonesia.

2.2.3 *News Quality*

Mendefinisikan kualitas berita adalah tugas yang sulit karena jurnalis, audiens dan pakar media menggunakan kriteria yang berbeda untuk mendefinisikan dan mengevaluasi kualitas (Urban & Schweiger, 2014). Mereka juga mengemukakan bahwa adanya keraguan yang wajar tentang kemampuan khalayak untuk mengevaluasi kualitas media berita karena kriteria kualitas berita itu normatif yang bersifat abstrak, kompleks dan sulit dipahami oleh pengguna media.

Nilai-nilai dan praktik profesional media berita kerap digunakan sebagai tolok ukur keunggulan dengan nilai-nilai yang didasarkan pada teori demokrasi normatif untuk menilai kualitas berita (Koliska et al., 2021). Kualitas berita dari perspektif normatif didefinisikan oleh para ilmuwan yang mewakili audiens sebagai sesuatu yang berkaitan dengan fungsi media berita di dalam masyarakat demokrasi modern (McQuail, 1992; Hagen, 1995 dalam Urban & Schweiger, 2014).

Dalam Urban & Schweiger (2014), terdapat enam kriteria normatif yang umum digunakan dalam penelitian mengenai kualitas berita:

1. **Keberagaman (*Diversity*)**

Berita ditulis dengan mengikutsertakan sudut pandang yang beragam dan informasi berasal dari berbagai narasumber (Urban & Schweiger, 2014).

2. Relevansi (*Relevance*)

Berita berfokus pada isu-isu aktual dan relevan secara sosial yang menyajikan aspek-aspek penting dari isu yang sedang dibahas (Urban & Schweiger, 2014). Meliputi ketepatan analisis, waktu dan kelengkapan informasi.

3. Akurasi (*Accuracy*)

Berita memuat informasi lengkap dan akurat agar pembaca dapat memahami permasalahan masyarakat, membentuk opini yang tepat dan mengambil keputusan yang tepat (Urban & Schweiger, 2014). Meliputi kebenaran, transparansi dan presisi.

4. Keterpahaman (*Comprehensibility*)

Selain lengkap dan benar, berita akan menjadi baik dan berguna jika dapat dipahami oleh penerimanya (Urban & Schweiger, 2014). Meliputi keringkasan, koherensi, mudah dipahami, dan kesederhanaan

5. Imparsialitas (*Impartiality*)

Berita memastikan kebebasan dan kompetensi audiens untuk membentuk opini dengan menjamin liputan yang netral dan berimbang terhadap semua fakta, tuntutan dan posisi (Urban & Schweiger, 2014). Meliputi netralitas, ketidakberpihakan dan keseimbangan sudut pandang & sumber.

6. Etika (*Ethics*)

Berita disampaikan secara adil tanpa menunjukkan perlakuan berbeda atau diskriminasi terhadap individu atau

kelompok berdasarkan budaya, agama, status sosial, atau asal kebangsaan (Urban & Schweiger, 2014).

Konsep *news quality* oleh Urban & Schweiger (2014) ini digunakan sebagai acuan evaluasi kualitas berita karena merujuk pada pendekatan normatif sebagaimana yang dijelaskan pada Urban & Schweiger (2014). Konsep ini dipilih karena memberikan kerangka evaluasi yang sistematis dan disesuaikan pada fungsi ideal jurnalisme dalam masyarakat demokrasi modern (Urban & Schweiger, 2014).

2.3 Alur Penelitian

Berikut adalah urutan langkah yang akan diambil dan dilakukan dalam penelitian penulis.

1. Merumuskan permasalahan dari penelitian terdahulu yang sesuai dengan topik yang diambil.
2. Menuliskan latar belakang penelitian, rumusan masalah, dan tujuan penelitian
3. Menuliskan teori dan konsep yang sesuai dengan topik penelitian
4. Membuat rancangan metodologi penelitian
5. Melakukan pengumpulan data menggunakan *media diary* yang akan dilakukan
6. Melakukan analisis berdasarkan data yang telah didapatkan dari *media diary* untuk melihat pola konsumsi dalam mengonsumsi berita dengan pendekatan visualisasi data dan bagaimana tren berita dengan visualisasi data di Indonesia.
7. Melakukan pengumpulan data menggunakan *Focus Group Discussion*
8. Melakukan analisis berdasarkan data yang telah didapatkan dari FGD untuk melihat bagaimana audiens menilai berita dengan visualisasi data.

Bagan 2.1

Analisis pola konsumsi dan penilaian kualitas berita dengan pendekatan visualisasi data

Pola Konsumsi Audiens terhadap Berita dengan Visualisasi Data

Audiens Menilai Kualitas Berita dengan Visualisasi Data

Sumber: Olahan Penulis

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA