

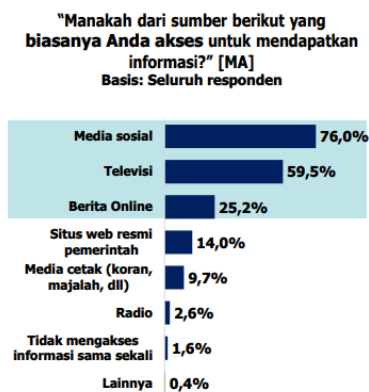
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Adanya media massa membuat masyarakat mendapatkan informasi, hiburan dan edukasi didalamnya, namun dengan berkembangnya masa banyak orang mulai tidak tertarik dalam membaca suatu berita, belum lagi *image* dari media yang sudah jelek di mata masyarakat, mulai dari yang merasa tertipu dengan judul yang *clickbait* maupun isi yang tidak berdasarkan fakta. Keinginan masyarakat untuk membaca pun semakin rendah, adanya video singkat dirasa lebih memudahkan untuk mengetahui isi dan juga melihat keaslian dari berita tersebut.

Menurut survey yang dilakukan oleh Kominfo yang dilakukan tahun 2020 mengenai Literasi Digital Indonesia, menunjukkan berita online berada diperingkat ke-3 dalam sumber informasi yang biasanya diakses dengan persentasi 25,2%. Dengan itu menunjukkan bagaimana seharusnya media massa terutama media online harus dengan baik dan hati-hati dalam menjembatani suatu informasi kepada publik.



Sumber: Survey Kominfo Literasi Digital Indonesia 2020

Gambar 1. 1 Survey Kominfo Literasi Digital

Namun pada faktanya yang terjadi belakangan ini adalah kebanyakan dari media massa hanya mengejar kecepatan dalam mengunggah suatu berita, isinya pun terkadang bukanlah suatu hal yang terdapat nilai edukasi didalamnya. Hal tersebut sangatlah disayangkan mengingat bagaimana peranan media dimana selain sebagai memberikan informasi, hiburan, media juga diharapkan memberikan edukasi kepada masyarakat.

Masih berdasarkan survey Kominfo Literasi Digital Indonesia 2020, menunjukkan berita online terdapat di peringkat ke-4 dalam kategori sumber media yang paling dipercaya, dengan persentasinya 7%. Dengan terjaminnya kebenaran berita online yang kurang dari 50%, yaitu hanya menyentuh angka 38,4%. Dimana dari 30-60% responden dalam survey tersebut mengaku pernah terpapar hoaks.

Dengan itu media massa terutama berita online, perlu membangun kembali kepercayaan audiens. Media massa yang dapat mengatur medianya sendiri tersebut, maka dari itu keinginan untuk memberikan informasi dan edukasi harus diutamakan dalam penyampaian informasi atau berita. Mengingat tingkat literasi Indonesia yang cukup rendah, besar kemungkinan untuk tidak menyaring kembali informasi yang didapatnya. Apabila terdapat berita hoaks didalamnya akan sangat merugikan untuk kedepannya.

Dalam membaca suatu berita, masih dibutuhkan seseorang yang lebih memahami keseluruhan mengenai informasi yang dimuat dalam suatu media, merupakan bukti minat masyarakat dalam membaca berita masih rendah. Berdasarkan data yang dikutip dari buku "Teori Komunikasi Dua Tahap dan Pengaruh Antar Pribadi" menunjukkan ketertarikan masyarakat untuk membaca

suatu berita hanya sebesar 13,8% saja, jarang membaca berita sebesar 72,4%, sisanya sejumlah 13,8% sama sekali tidak membaca berita. Masyarakat lebih condong untuk mempercayai suatu informasi dari orang yang mereka percayai, ketimbang membacanya langsung dari sumber berita, fenomena ini disebut *opinion leader*. (Nurudin, 2020:5)

Berdasarkan survey yang dilakukan pada tahun 2019 yang dirilis oleh *Organization for Economic Co-operation and Development (OECD)* dalam *Program for International Student Assessment (PISA)*, Indonesia dengan kondisi tingkat literasi yang rendah dimana berada diperingkat ke 62 dari 70 negara. Dengan kondisi tingkat literasi yang rendah tersebut sangat mengkhawatirkan.

Suatu media diharapkan dapat memberikan kontribusi yang besar dalam meningkatkan budaya literasi di Indonesia, sebab masyarakat selalu menginginkan sesuatu yang baru baik melalui konsep penyiaran beritanya, yaitu melalui suara, teks, maupun audio-visual. Dengan adanya berbagai macam cara dalam penyiaran beritanya diharapkan masyarakat dapat mau memulai kebiasaan dalam membaca karena kemudahan akses yang diperoleh, dan dapat dengan mudah untuk memahami dari keseluruhan isi berita, sebab dengan banyaknya media yang diberikan kita dapat mudah membaca ataupun mendapatkan berita dimana saja dan kapan saja.

Penggunaan bahasa visual dalam proses komunikasi semakin berkembang pesat. Sebagai usaha untuk mempermudah audiens dalam memahami isi berita diperlukan infografis. Umumnya berupa diagram, diantaranya diagram batang, diagram garis dan diagram lingkaran. Adapula infografis berupa *map* atau peta, simbol, bahasa analogi, dan metafora berupa ilustrasi.

Infografik ini memberikan gagasan secara visual dengan mengolah elemen visual berupa bentuk, gambar/ilustrasi. Komunikasi visual ini memiliki 3 fungsi dasar, *to inform* untuk memberikan informasi, *to identify* untuk mengidentifikasi, *to persuade* untuk persuasi. Seiring berkembangnya zaman komunikasi visual ini memiliki fungsi lainnya yaitu sarana instruksi, pengawas dan pengontrol, sarana motivasi, sarana pengaturan emosi, dan saran pendidikan. (Hartono, 2020:141)

Umumnya orang-orang hanya dapat menyempatkan waktu 3 sampai 5 menit untuk membaca berita. Dengan waktu yang singkat tersebut, adanya infografik diharapkan dapat mempercepat audiens dalam memahami dan juga mengingat inti dari berita tersebut. Maka dari itu, penggunaan infografik perlu ditingkatkan dalam media massa, mengingat nilai efisien dan estetik dalam berita tersebut.

Banyaknya data, angka, opini yang terdapat dalam suatu berita terkadang membuat orang sulit memahami inti dari suatu berita tersebut, biasanya berita memberikan gambaran umum terlebih dahulu di alinea pertama, agar pembaca dapat mengerti maksud berita yang akan dibaca selanjutnya. Namun mengingat waktu yang biasanya orang-orang kelarkan dalam membaca berita, hal tersebut sangat tidak efisien bagi mereka. Maka dari itu, infografik membantu mereka mendapatkan intisari dari berita dengan waktu yang diperlukan tidaklah banyak.

Komunikasi secara visual memiliki keuntungan yang besar, dimana informasi yang menggunakan gambar umumnya merupakan konsumsi yang 'mudah' untuk pembaca atau khalayak, juga memperkecil adanya kemungkinan 'salah mengerti' atau '*misinterpretation*' (Racine, 2002:10)

Infografik membuat suatu berita yang sifatnya penting dan kompleks isinya, diubah menjadi tampilan yang menarik, sederhana, dan mudah dipahami. Karena dalam infografik diharapkan disusun dalam bentuk yang menarik namun juga tetap menunjukkan fakta-fakta yang diperlukan didalamnya. Namun, tentu saja dalam penyusunan infografik ini membutuhkan waktu. Oleh karena itu biasanya sulit untuk berita yang sifatnya *hard news* dibuat langsung dalam bentuk infografik.

Menurut Roy (2011) dalam produk desain komunikasi visual yaitu infografik, dalam pembuatannya terdiri dari 3 komponen penting didalamnya, yaitu dari aspek visual (warna, grafiks, simbol), aspek konten (bingkai waktu/kronologis, statistic, dan sumber data informasi yang sifatnya fakta dan ini).

Berdasarkan penelitian dari Institute of Technology di Amerika Serikat menunjukkan fakta bahwa otak memiliki kemampuan dalam mengenali gambar setelah melihatnya dalam 13 milidetik. (Sumber: <https://www.viva.co.id/gaya-hidup/kesehatan-intim/475170-studi-otak-mampu-identifikasi-objek-dalam-13-milidetik>) Maka dari itu, peran visualisasi ini memberikan dampak yang baik dengan adanya infografik dan media massa.

Kondisi sistem pers di Indonesia yang dimana memasuki sistem pers liberal, dengan kondisi tersebut banyak media massa yang memberikan hanya berita sensasional. Namun, bukan berarti Indonesia tidak memiliki media yang masih bisa memberikan berita yang mendalam dan teraktual seperti contohnya Kompas, Media Indonesia, Jawa Pos, dan Tempo.

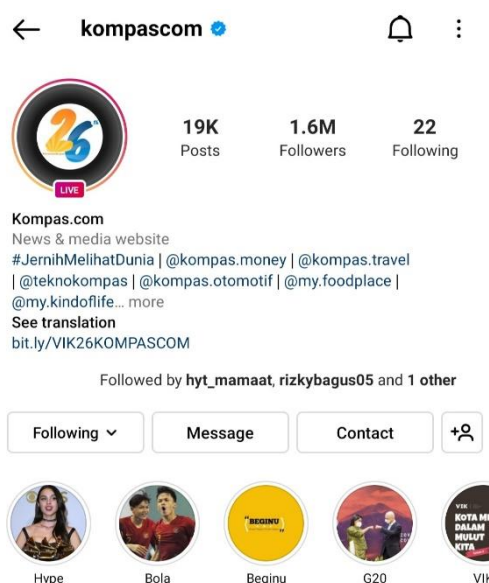
Saat ini, media massa sendiri yang bisa mengendalikan media massa tersebut. Banyaknya media yang melanggar kode etik, sehingga menimbulkan kesalahan-kesalahan fatal, seperti contohnya yang sering kali dilanggar yaitu tidak ada lagi privasi dalam pemberitaan. Mengutamakan *rating*, kode etik pun rela untuk dilanggar. Seharusnya jurnalis bisa tetap mempertahankan kode etik yang dipunya bukan menuruti keserakahan dalam *rating*.

Kompas Gramedia salah satunya yang telah memberikan kontribusi yang baik dalam penyiaran beritanya, dengan konvergensi media yang sudah dilakukan perusahaan tersebut, mereka berusaha untuk dapat terus menjaga eksistensi media tersebut agar terus dapat memberikan informasi yang lengkap dan akurat kepada masyarakat. Dengan lebih dari 150 media cetak yang terdapat didalamnya mereka memberikan banyak informasi dan hiburan kepada masyarakat luas.

Salah satu media yang terdapat di perusahaan tersebut adalah Kompas Media. Kompas memberikan masyarakat banyak informasi dan edukasi baik lewat teks, foto, maupun audio-visual. Diantaranya terdapat infografik yang dimuat didalamnya, Glasgow (1994) dalam Infografik sering disebut pula sebagai ilustrasi informasi. Maka dari itu, infografik bisa berupa berita visual atau data bergambar.

Kompas.com memiliki banyak pengikut dalam Instagram mereka di Instagram dengan jumlah lebih dari 1 juta pengikut. Selain mengunggah berita atau informasi dalam laman website mereka juga aktif mengunggah sekilas info ataupun infografik didalamnya. Dalam Instagramnya kita dapat melihat jumlah orang yang menyukai ataupun berkomentar dalam unggahan mereka. Selama

bulan Februari mereka mengunggah sebanyak 19 infografik dan mendapatkan jumlah komentar dan suka yang beragam disetiap unggahannya.



Gambar 1. 2 Instagram Kompas.com

Infografik dapat digunakan untuk menyajikan pemberitaan dari suatu peristiwa yang berdasarkan kronologis dari waktu dan juga tampilan dari data statistik untuk menghemat ruang media online karna dikemas dalam bentuk overlay dan animasi.

Infografik memberikan peranan estetik didalamnya, maksud dari estetik ini ialah dimana biasanya dalam suatu teks berita yang panjang, terdapat infografik didalamnya yang memberikkan jeda ditengah isi berita tersebut. Dengan adanya infografik ini diharapkan kemampuan literasi Indonesia pun dapat meningkat, mengingat semakin sering kita membaca berita ataupun infografik, maka literasi yang kita miliki semakin berkembang juga. Maka dari itu, infografik harus dibuat dalam tampilan yang enak untuk dinikmati.

Namun apakah dengan adanya infografik yang diberikan ini memberikan pengaruh yang efektif terhadap pembacanya tersebut dan dapatkah dengan adanya

infografik tersebut meningkatkan kondisi tingkat literasi di Indonesia dan juga kemudahan mereka dalam memahami isi. Maka dari itu, hal tersebut yang melatar belakangi penulis untuk meneliti hal tersebut.

1.2 Identifikasi Masalah Penelitian

Penulis mengidentifikasi masalah penelitian ini, sebagai berikut:

1. Seberapa besar pengaruh dari visual infografik dalam Instagram Kompascom terhadap kemampuan pemahaman dalam membaca isi berita?
2. Seberapa besar pengaruh dari konten infografik dalam Instagram Kompascom terhadap kemampuan pemahaman dalam membaca isi berita?
3. Seberapa besar pengaruh dari informasi infografik dalam Instagram Kompascom terhadap kemampuan pemahaman dalam membaca isi berita?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini untuk sebagai berikut:

1. Mengetahui seberapa besar pengaruh visual infografik dalam Instagram Kompascom terhadap kemampuan dalam membaca isi berita.
2. Mengetahui seberapa besar pengaruh konten infografik dalam Instagram Kompascom terhadap kemampuan dalam membaca isi berita.
3. Mengetahui seberapa besar pengaruh informasi infografik dalam Instagram Kompascom terhadap kemampuan dalam membaca isi berita.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

Dalam penelitian ini diharapkan dapat membantu memberikan sumbang pemikiran dalam bidang Ilmu Komunikasi khususnya dalam

konsentrasi Jurnalistik mengenai pengaruh infografik dalam media massa (Kompas Media) dalam kemudahan memahami isi.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat membantu khususnya peneliti dalam mendapatkan pengetahuan baru, khususnya mengenai infografik dalam media Instagram Kompascom. Diharapkan penelitian ini dapat menambah wawasan juga untuk pembacanya dan menjadi masukan untuk para media massa yang ada.

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

Dalam proses penelitiannya ini dilakukan pengumpulan data dan informasi yang bersumber dari Kompas Media dikarenakan kesesuaian dengan materi dalam penelitian penulis, tempat penelitian tersebut berlokasi di Graha Kompas Gramedia 4th Floor, JL. Laksamana Laut RE. Martadinata, No. 46, Bandung, Jawa Barat, Cihapit, Bandung Wetan, Kota Bandung, Jawa Barat 40114. Penyusunan penelitian ini dilakukan sejak Maret hingga Juni 2022.

1.6 Sistematika Penulisan Penelitian

Dalam penyusunan penelitian ini berikut sistematika didalamnya:

1. BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini terdiri mulai dari latar belakang penelitian, identifikasi masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, lokasi dan waktu penelitian, dan sistematika penulisan penelitian.

2. BAB II TINJUAN TEORI

Dalam bab ini terdiri mulai dari kajian teoritis, kajian non teoritis, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan hipotesis.

3. BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini terdiri mulai dari jenis penelitian, ruang lingkup penelitian, operasional variable, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, uji validitas, dan reliabilitas.

4. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini terdiri mulai dari objek penelitian, hasil pengumpulan data, karakteristik responden, hasil penelitian, dan pembahasan hasil penelitian.

5. BAB V PENUTUP

Dalam bab ini terdiri mulai dari kesimpulan dan saran.