

**MEMBER CHECKING: EVALUASI KUALITAS INFOGRAFIK TIRTO.ID
DI LAYANAN JEJARING SOSIAL INSTAGRAM**

**MEMBER CHECKING: QUALITY EVALUATION OF TIRTO.ID INFOGRAPHICS
ON SOCIAL NETWORKING SERVICES (SNS) OF INSTAGRAM**

M. Harun Rosyid Ridlo¹

Institut Seni Indonesia Surakarta
harunrosyid@isi-ska.ac.id

ABSTRACT

The use of infographics has been increasingly popular on social networking services (SNS), especially on Instagram. On the other hand, infographics posting on Instagram faces some major challenges since it deals with various types of posts and user's motivation. Tirto.id is one of Indonesian' news platform which specifically uses Instagram to publish infographics. The problem is that Tirto.id often appends chartjunks to its visualization; however, it remains popular among audiences. Hence, this study aims to determine the quality of Tirto.id infographics. Infographic quality is determined through evaluations involving Tirto.id infographics and their readers' experiences. First, 23 (twenty-three) Tirto.id infographics were evaluated for their information visualization. Then, the evaluation results were validated based on the experiences of 15 (fifteen) audiences through member checking. The findings demonstrate that Tirto.id infographics consist of content composed of various visual elements and having specific function. The information in Tirto.id infographics was obtained from Tirto.id web page divided into two categories of information visualization. The readers experienced two stages of perception and faced problems in understanding the infographics. Based on these findings, the evaluation results demonstrate that Tirto.id infographics have a lack of clarity, precision, and efficiency. Meanwhile, readers' interest depends on topics, information, illustrations, and data visualization in infographics.

Keywords: member checking, information visualization, infographics, Instagram, Tirto.id

ABSTRAK

Penggunaan infografik semakin populer di layanan jejaring sosial, khususnya di Instagram. Penerbitan infografik di Instagram memiliki tantangan berat karena harus berhadapan dengan berbagai jenis terbitan dan keberagaman motivasi pengguna. Di Indonesia ada Tirto.id yang khusus menggunakan Instagram untuk menerbitkan infografik. Permasalahannya, infografik Tirto.id kerap menambahkan sampah dalam visualisasi, namun tetap populer di kalangan pembacanya. Penelitian ini bertujuan untuk menentukan kualitas infografik Tirto.id. Penentuan kualitas infografik dilakukan melalui evaluasi yang melibatkan infografik Tirto.id dan pengalaman pembacanya. Pertama, visualisasi informasi terhadap 23 (dua puluh tiga) Infografik Tirto.id dievaluasi. Kedua, validitas hasil evaluasi tersebut diuji melalui *member checking* terhadap 15 (lima belas) pembaca. Hasilnya, infografik Tirto.id terdiri dari konten-konten yang tersusun dari berbagai elemen visual dan memiliki fungsi tertentu. Informasi dalam infografik Tirto.id berasal dari halaman web Tirto.id yang terbagi menjadi dua kategori visualisasi informasi. Selain itu, berdasarkan pandangan para pembaca, mereka mengalami dua tahap persepsi. Para pembaca juga mengalami kendala ketika memahami informasi dalam infografik Tirto.id. Hasil evaluasi berdasarkan temuan-temuan tersebut menunjukkan bahwa infografik Tirto.id tidak memenuhi kriteria kejelasan, ketepatan, dan efisiensi. Sementara itu,

¹M. Harun Rosyid Ridlo adalah seorang dosen di Institut Seni Indonesia Surakarta yang menyelesaikan pendidikan terakhirnya di Program Magister Seni Program Pascasarjana Institut Seni Indonesia Yogyakarta. Penulis berminat/menggeluti bidang desain komunikasi visual, visualisasi data, dan industri kreatif. Karya tulis ilmiah yang pernah dihasilkan antara lain berjudul "Strategi Perancangan Infografik di Layanan Jejaring Sosial Instagram dalam Perspektif Desainer (2020)".

ketertarikan para pembaca tergantung pada topik, informasi, ilustrasi, dan visualisasi data dalam infografik.

Kata kunci: *member checking*, visualisasi informasi, infografik, Instagram, Tirto.id

PENDAHULUAN

Manusia sudah sejak lama menggunakan ikon, grafik, dan gambar untuk menceritakan kisah, berbagi informasi, dan membangun pengetahuan (Smiciklas, 2012). Dengan kata lain, sebagai usaha untuk menceritakan kisah, berbagi informasi, dan membangun pengetahuan, visualisasi informasi kerap dipakai sebagai medianya. Smiciklas mencontohkan infografik sebagai salah satu bentuk dari visualisasi informasi yang merupakan kombinasi dari visualisasi data, ilustrasi, teks, dan gambar yang diatur menjadi satu cerita utuh.

Di tengah perkembangan teknologi media, penggunaan infografik semakin populer dan tidak terbatas pada jenis medianya, misalnya penggunaan infografik di halaman *web* dan layanan jejaring sosial. Kajian yang membahas infografik pun semakin banyak jumlahnya. Kajian-kajian tersebut banyak membahas tentang efektivitas penggunaan infografik sebagai media penyampai informasi seperti dalam bidang pendidikan (Yildirim, 2016), kesehatan (Arcia dkk., 2016), jurnalisme (Ghode, 2012, de Haan dkk., 2018), hubungan masyarakat (Gallicano, Ekachai, Freberg, 2014), hingga pemerintahan (Handaru, Mutiaz, dan Prihatmanto, 2015). Kajian-kajian yang sudah ada juga banyak yang membahas kriteria infografik yang menarik dan mampu meyakinkan pembaca (Dunlap dan Lowenthal, 2016). Pembahasan tentang infografik yang dapat menarik atau juga meyakinkan pembaca ini penting karena berkaitan dengan kualitas infografik, yaitu tidak hanya mampu membangkitkan minat dan kekaguman, namun juga memberikan kejelasan dan konsistensi (Dunlap dan Lowenthal, 2016).

Seiring dengan meledaknya informasi dan infografik di internet (Krum, 2014), apakah kriteria infografik berkualitas tersebut juga berlaku untuk infografik di layanan jejaring sosial belum dapat ditentukan. Berdasarkan hasil pencarian di layanan jejaring sosial Instagram yang dilakukan oleh M. Harun Rosyid Ridlo sebagai peneliti pada bulan Desember 2019, ada lebih dari 49 (empat puluh sembilan) ribu tagar #infografik dan lebih dari 85 (delapan puluh lima) ribu tagar #infografis. Hal ini menandakan bahwa Instagram menjadi salah satu layanan jejaring

sosial yang dipakai untuk menerbitkan infografik sebagai usaha untuk berbagi informasi dan pengetahuan di Indonesia. Melihat kondisi tersebut, pertimbangan kualitas visualisasi informasi dalam infografik di layanan jejaring sosial menjadi sangat penting.

Sayangnya, meskipun banyak infografik beredar di Instagram, bagi pengguna Instagram penerimaan dan berbagi informasi bukan merupakan motivasi utama. Pasalnya penerimaan dan berbagi informasi menjadi motivasi paling akhir setelah untuk mencari hiburan, mengisi waktu luang, hingga bersosialisasi (Alhabash dan Ma, 2017). Ledakan informasi dan maraknya penggunaan Instagram, serta motivasi pengguna Instagram inilah yang kemudian menjadi tantangan bagi arsitek informasi maupun desainer untuk merancang infografik berkualitas.

Sementara itu, di Indonesia terdapat media *online* bernama Tirto.id yang secara khusus memanfaatkan Instagram sebagai media untuk menerbitkan infografik. Sejak pertama kali Tirto.id membuat terbitan di Instagram pada 2016 hingga akhir 2019 lalu, sekitar 2.600 terbitan ditemukan. Sebagian besar terbitan-terbitan tersebut merupakan rangkuman berita atau informasi yang dihimpun Tirto.id dari halaman *web*-nya. Sementara itu, sebagian lainnya merupakan infografik yang menyajikan visualisasi data di samping menampilkan rangkuman berita. Selain menyajikan visualisasi data, terbitan-terbitan tersebut juga kerap dibubuhi dengan elemen-elemen tertentu seperti ilustrasi dengan balon ucapan, humor, hiasan, dan lain sebagainya. Menurut Tufte (2001) unsur-unsur tambahan dalam visualisasi informasi seperti ilustrasi, humor, atau hiasan seperti ini termasuk dalam kategori *chartjunk* atau sampah dalam visualisasi informasi. Keberadaan elemen-elemen tersebut dapat berpotensi mendistorsi informasi di dalamnya.

Kenyataannya, meskipun elemen-elemen ilustrasi, humor, maupun hiasan tersebut dapat berpotensi menjadi distorsi, infografik Tirto.id tetap populer. Tidak jarang infografik di akun Instagram Tirto.id tersebut disukai oleh ribuan hingga puluhan ribu akun, mendapatkan berbagai komentar terkait informasi di dalamnya, dan dibagikan oleh banyak pengguna Instagram. Artinya, visualisasi informasi dalam infografik

tersebut memiliki hal tertentu yang mampu membuat pengguna Instagram merasakan ketertarikan dan pengalaman tertentu ketika membacanya.

Visualisasi informasi yang berkualitas dapat dilihat dari apakah tujuannya tercapai dan juga seberapa menyenangkan dilihat (Dunlap dan Lowenthal, 2016). Hal ini senada dengan Tufte (2001) bahwa desain visualisasi informasi terbaik adalah yang keluar dari jalan antara konten dan otak pemirsa yang melihatnya. Maka dari itu, kajian ini dilakukan untuk mengukur dan menentukan kualitas visualisasi informasi dalam infografik Tirto.id di Instagram tersebut. Pengukuran dan penentuan kualitas tersebut dilakukan melalui evaluasi yang melibatkan visualisasi infografik Tirto.id dan para pembacanya.

Evaluasi terhadap infografik di Instagram ini akan menghasilkan temuan kriteria apa saja yang dipakai untuk visualisasi informasi dalam infografik Tirto.id di Instagram. Hasil dari kajian ini dapat menjadi penilaian kualitas dan referensi, serta bahan pertimbangan dalam merancang dan menyajikan informasi melalui infografik di layanan jejaring sosial, khususnya di Instagram. Melalui pertimbangan kualitas kriteria visualisasi informasi tersebut, penyampaian data atau informasi melalui infografik di Instagram akan lebih efektif.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan kasus dalam penelitian ini meliputi penyampaian informasi yang dilakukan oleh Tirto.id melalui infografik. Tahap pertama, peneliti yang bertindak sebagai pembaca melakukan identifikasi terhadap karakteristik visualisasi informasi dalam infografik Tirto.id. Identifikasi tersebut dikelompokkan berdasarkan bagian-bagian utama dalam infografik, yaitu elemen visual yang digunakan, konten yang disajikan, dan informasi yang divisualisasikan (Siricharoen, 2015). Tahap kedua, berbagai karakteristik visualisasi informasi dalam infografik Tirto.id dievaluasi. Evaluasi dilakukan dengan mencocokkan kriteria visualisasi informasi dalam infografik Tirto.id dengan kriteria kualitas infografik (Tufte, 2001, dan Dunlap dan Lowenthal, 2016).

Pada tahap selanjutnya hasil evaluasi diuji kesahihannya melalui pengecekan anggota (*member checking*). Ada beberapa tipe pengecekan anggota yang dicontohkan oleh Birt

(2016). Dalam penelitian digunakan model pengecekan anggota berdasarkan sintesis dan analisis data. Pengecekan anggota dilakukan setelah menentukan hasil evaluasi terhadap visualisasi informasi dalam infografik Tirto.id. Pengecekan anggota dilakukan dengan menunjukkan infografik Tirto.id dilanjutkan dengan mengajukan pertanyaan kepada para pembaca. Pertanyaan yang ditanyakan kepada para pembaca meliputi proses persepsi visual dan tanggapan setelah melihat infografik Tirto.id. Jika pengalaman dan evaluasi yang dilakukan oleh peneliti selaras dengan persepsi dan tanggapan para pembaca, maka hasil evaluasi terhadap visualisasi informasi dalam infografik Tirto.id teruji validitasnya.

Objek dalam penelitian ini berupa infografik-infografik yang diterbitkan oleh Tirto.id di layanan jejaring sosial Instagram. Pemilihan objek didasarkan pada karakteristik dan penggunaan layanan jejaring sosial sebagai media penerbitan infografik. Layanan jejaring sosial Instagram menjadi pilihan konteks karena basis atau karakteristiknya sebagai layanan jejaring sosial untuk berbagi informasi melalui objek visual seperti foto dan video. Sedangkan dalam pemilihan infografik, peneliti mendasari keputusannya terhadap penggunaan Instagram oleh Tirto.id untuk menerbitkan infografiknya.

Objek dalam penelitian ini adalah sebanyak 23 (dua puluh tiga) infografik yang sudah dipilih dari 131 (seratus tiga puluh satu) infografik terbitan Tirto.id di Instagram sejak 16 Februari 2016 hingga 31 Desember 2019 (Lihat Tabel 1). Pemilihan objek infografik berdasarkan keberadaan visualisasi informasi, tipe informasi, kelengkapan elemen visual, dan kejelasan sumber informasi. Sementara itu, subjek penelitian yang merupakan pembaca infografik dipilih berdasarkan interaksi para pembaca dengan infografik Tirto.id di Instagram.

Ada sebanyak 15 (lima belas) pembaca yang menjadi subjek penelitian, yaitu tujuh laki-laki dan delapan perempuan. Rentang umur kelimabelas pembaca ini adalah antara 20-30 tahun dengan berbagai profesi seperti mahasiswa, desainer grafis, komikus, wartawan, editor, *project manager*, pengajar/dosen, hingga wiraswasta. Sepuluh pembaca infografik Tirto.id diwawancara melalui aplikasi Zoom atau Skype, sedangkan lima sisanya diwawancara melalui aplikasi WhatsApp. Jumlah subjek dalam penelitian diperoleh berdasarkan gagasan saturasi, yaitu ketika peneliti dalam mengumpulkan data sudah tidak menemukan gagasan atau

sifat baru, maka pengumpulan data dihentikan (Charmaz dalam Cresswell, 2015).

Tabel 1. Daftar Infografik sebagai Objek Penelitian

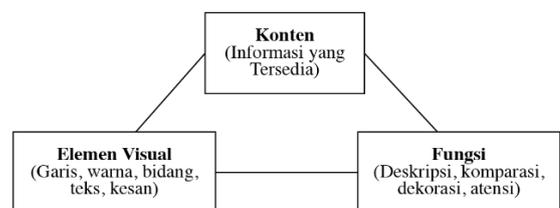
No.	Judul Infografik	Tanggal Terbit	Rubrikasi	Kelengkapan Elemen Visual
1	Penistaan Agama di Pakistan	30 Juni 2017	Budaya	Teks, grafik, ilustrasi, sumber, ikon/symbol, seri waktu
2	PNS Pekerjaan Idaman?	21 Juli 2017	Budaya	Teks, grafik, ilustrasi, sumber, ikon/symbol
3	Bahasa Daerah, Riwayatmu Kini	30 Juli 2017	Budaya	Teks, peta, ilustrasi, sumber
4	Agama Nusantara	20 November 2017	Budaya	Teks, peta, ilustrasi, sumber
5	6 Lokasi Pencarian Harta Karun Indonesia	29 November 2017	Budaya	Teks, peta, ilustrasi, sumber, ikon/symbol
6	Data Kecelakaan Penerbangan di Indonesia	5 November 2018	Budaya	Teks, grafik, ilustrasi, sumber
7	Tenggelamnya Titanic di Utara Atlantik	8 Mei 2019	Budaya	Teks, grafik, seri waktu, ilustrasi, sumber, ikon/symbol
8	Kabut Asap Tak Kunjung Lenyap	17 September 2019	Budaya	Teks, peta, ilustrasi, sumber
9	Kepemilikan Rumah Millenial	16 Juli 2017	Ekonomi	Teks, grafik, ilustrasi, sumber, ikon/symbol
10	Peluang Mobil Dual Gardan	13 Juli 2019	Ekonomi	Teks, grafik, ilustrasi, sumber, ikon/symbol
11	Kapan Waktu Terbaik untuk Ngopi?	15 Juli 2017	Gaya Hidup	Teks, grafik, ilustrasi, sumber
12	Berhenti Melancong Kurangi Karbon	4 Desember 2017	Gaya Hidup	Teks, grafik, ilustrasi, sumber
13	Apa yang Kita Beli Ketika Kita Beli Mobil	24 September 2018	Gaya Hidup	Teks, grafik, ilustrasi, sumber, ikon/symbol
14	Apa Kabar Terumbu Karang Indonesia?	24 Agustus 2017	Hukum	Teks, grafik, ilustrasi, sumber
15	Pembantaian Sistematis Muslim Rohingya	4 Januari 2018	Hukum	Teks, grafik, ilustrasi, sumber
16	Kelompok Pelaku Teror di Indonesia	3 Januari 2019	Hukum	Teks, grafik, ilustrasi, sumber
17	Malala yang Menolak Diam	15 Oktober 2017	Humaniora	Teks, grafik, seri waktu, ilustrasi, sumber
18	Berhenti Merokok	31 Mei 2017	Kesehatan	Teks, seri waktu, ilustrasi, sumber
19	Tubuh Manusia dan Ketinggian	31 Juli 2017	Kesehatan	Teks, peta, ilustrasi, sumber
20	Pemilu Bikin Stres	2 November 2017	Politik	Teks, grafik, ilustrasi, sumber
21	Bapak Rumah Tangga adalah Kunci	18 Oktober 2017	Sosial	Teks, grafik, ilustrasi, sumber, ikon/symbol
22	Racun Hubungan Ibu dan Anak Perempuan	10 Desember 2017	Sosial	Teks, grafik, ilustrasi, sumber
23	Candu Gadget pada Anak	27 Juli 2017	Teknologi	Teks, grafik, ilustrasi, sumber

HASIL PENELITIAN DAN DISKUSI

Pada bagian ini dibahas temuan-temuan hasil analisis data dan diskusi tentang hasil penelitian tersebut.

Karakteristik Visualisasi Informasi dalam Infografik Tirto.id

Hasil pengamatan terhadap 23 (dua puluh tiga) infografik Tirto.id di Instagram menunjukkan karakteristik visualisasi informasi berupa berbagai bentuk dan sifat yang tampak dalam infografik Tirto.id. Karakteristik visualisasi informasi tersebut meliputi elemen visual, fungsi, dan konten infografik. Skema hubungan antara konten, elemen visual, dan fungsi dalam infografik Tirto.id ditunjukkan pada Gambar 1.



Gambar 1. Jejaring hubungan konten, elemen visual, dan fungsi dalam infografik Tirto.id.

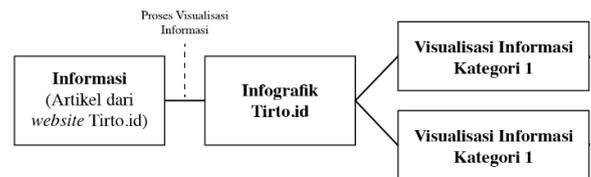
Konten, elemen visual, dan fungsi saling berhubungan. Konten merupakan informasi yang tersedia dalam infografik Tirto.id. Konten-konten yang kerap terlihat meliputi judul, anak judul, teks informasi, visualisasi data, ilustrasi, identitas visual, dan sumber informasi. Masing-masing konten tersusun dari elemen visual yang memiliki karakteristik tertentu. Elemen-elemen visual yang kerap terlihat sebagai penyusun konten adalah

elemen teks, garis, bidang, dan warna. Selain tersusun menjadi konten, elemen visual juga menjadi penentu fungsi konten. Fungsi satu konten dengan konten lainnya tidak selalu sama. Fungsi tersebut muncul ketika elemen visual penyusunan konten dirancang dengan pertimbangan kombinasi, pewarnaan, dan ukuran. Sebagai contoh, konten judul yang tersusun dari teks berwarna dan berukuran besar dapat digunakan untuk menunjukkan topik informasi dalam infografik.

Sumber Informasi dan Kategorisasi Visualisasi Informasi

Sebanyak 23 (dua puluh tiga) infografik yang menjadi objek dalam penelitian ini menyertakan konten yang berisi sumber dari mana asal informasi yang disajikan. Informasi-informasi tersebut berasal dari artikel berita yang diterbitkan di halaman *web* www.tirto.id. Ada dua hubungan antara sumber artikel dengan infografik. Pertama, infografik digunakan sebagai visualisasi artikel tanpa ada tambahan informasi. Mayoritas infografik dalam penelitian ini termasuk dalam jenis infografik pertama, kecuali infografik nomor 4, 7, 8, 9, 18, dan 19 yang termasuk pada jenis kedua. Infografik jenis kedua digunakan sebagai visualisasi informasi tambahan di luar artikel.

Berdasarkan informasi yang ditampilkan ke dalam infografik, ada dua kategori visualisasi informasi dalam infografik Tirto.id seperti yang ditunjukkan pada Gambar 2. Pembagiannya didasarkan pada jumlah informasi dan karakteristik visualisasi informasinya, serta hubungan keduanya. Kategori pertama adalah infografik yang secara sederhana menampilkan judul dan visualisasi data. Infografik kategori pertama menampilkan lebih sedikit informasi tanpa ada tambahan. Infografik-infografik dalam kategori ini ditandai dengan tidak adanya konten anak judul. Konten yang paling menonjol adalah judul dan visualisasi data. Sementara itu, teks informasi digunakan sebagai pendukung atau keterangan informasi. Infografik yang termasuk dalam jenis pertama adalah infografik nomor 3, 4, 5, 16, dan 19.



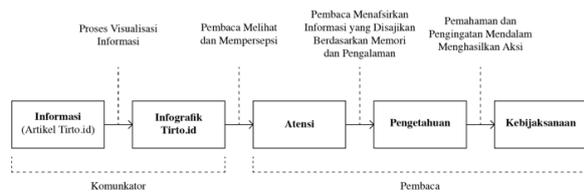
Gambar 2. Jejaring hubungan sumber informasi, kategori visualisasi informasi, dan konten dalam infografik Tirto.id.

Ketika infografik kategori pertama diamati, penglihatan peneliti langsung tertuju pada konten judul ataupun visualisasi data di dalamnya. Infografik-infografik yang datanya cukup terlihat tersebut rata-rata menampilkan judul dan visualisasi data dengan ukuran besar dan menampilkan sedikit elemen teks. Topik informasi dari konten judul ditentukan, sedangkan visualisasi data menunjukkan deskripsi ataupun komparasi data di dalamnya. Empat dari enam infografik yang visualisasi datanya cukup terlihat tersebut menggunakan peta, yaitu nomor 3, 4, 5, dan 19, sedangkan infografik nomor 16 menggunakan diagram batang.

Kategori infografik kedua secara visual dan informasi lebih kompleks dibandingkan dengan kategori infografik pertama. Kategori kedua menampilkan lebih banyak informasi, konten, dan elemen visual seperti judul, anak judul, teks informasi, ilustrasi, visualisasi data, teks keterangan, dan sebagainya. Dari segi informasi yang disajikan, ada lebih dari satu informasi yang disajikan dalam infografik kategori kedua. Karena informasinya lebih dari satu, ada konten anak judul di dalam infografik sebagai penanda keberadaan informasi tambahan.

Persepsi Visual Pembaca Infografik Tirto.id

Selanjutnya, seluruh temuan hasil pengamatan dijadikan variabel dalam wawancara yang ditanyakan kepada 15 (lima belas) orang pembaca Tirto.id. Variabel tersebut meliputi konten dan elemen visual penyusunnya, fungsi-fungsi, hingga sumber informasi dan kategori infografik. Berdasarkan hasil wawancara diperoleh beberapa temuan yang berkaitan dengan pengalaman membaca infografik Tirto.id. Pengalaman tersebut meliputi proses pemahaman dan tanggapan setelah memahami informasi dalam infografik Tirto.id. Keseluruhan pengalaman membaca infografik Tirto.id tersebut dijelaskan melalui hirarki seperti yang ditunjukkan pada Gambar 3.



Gambar 3. Hierarki informasi, visualisasi informasi, dua tahap persepsi dan tanggapan pembaca infografik Tirto.id.

Ada dua tahap persepsi ketika para pembaca melihat visualisasi informasi dalam infografik Tirto.id. Tahap pertama terjadi ketika para pembaca melihat infografik untuk pertama kali. Konten-konten yang pertama kali dilihat mengarah pada konten yang dirancang dengan ukuran besar, tebal, atau juga berwarna kontras, sehingga menimbulkan kesan menonjol bagi para pembaca. Ketika tahap persepsi pertama ini terjadi, ada tiga konten yang paling kerap dilihat dan dipahami, yaitu judul dan ilustrasi, atau juga visualisasi data. Ada juga pembaca yang melihat keseluruhan tampilan, misalnya apakah hemat ruang atau tidak.

Ketika melihat judul, pemahaman yang muncul adalah mengenai perkiraan topik informasi. Jika yang dilihat adalah ilustrasi, pemahaman yang muncul adalah arti dari ilustrasi itu sendiri atau juga perkiraan topik informasi. Lalu, jika yang dilihat adalah visualisasi data, pemahaman yang muncul adalah deskripsi maupun komparasi yang terlihat dalam visualisasi data. Konten yang mereka lihat pertama kali dapat menjadi penentu minat untuk mencari informasi lebih detail. Tahap ini merupakan tahap atensi ketika para pembaca tertarik pada konten tertentu. Jika suatu konten membuat para pembaca tertarik atau penasaran, barulah kemudian masuk pada proses persepsi kedua. Hampir sama dengan proses persepsi pertama, persepsi kedua juga diawali dengan melihat konten yang paling menonjol.

Tahap pemahaman ini terjadi di semua pembaca, namun tidak pada setiap infografik yang dilihat karena tergantung pada tahap atensi. Ketika tahap pemahaman ini berlangsung, para pembaca tidak selalu mendapatkan kemudahan

dan kejelasan informasi. Ada hambatan atau gangguan yang dialami pembaca sehingga informasi yang diterima tidak utuh. Hambatan tersebut dapat berasal dari konten atau elemen visual yang berpotensi menimbulkan kesalahan pemahaman bagi para pembaca. Kesalahan pemahaman tersebut muncul ketika para pembaca salah memahami informasi yang disajikan dalam infografik, misalnya kesulitan menentukan deskripsi dan perbandingan dalam visualisasi data. Selain itu juga ada konten atau elemen visual yang dipahami sebagai informasi tambahan misalnya sebagai hiburan atau juga hiasan.

Selanjutnya, jika informasi dalam infografik berhasil dipahami oleh para pembaca, ada beberapa tanggapan yang muncul. Kemunculan tanggapan ini terjadi ketika pembaca membutuhkan informasi lebih banyak dibanding apa yang divisualisasikan dalam infografik. Para pembaca akan mengecek ke sumber informasi atau dari sumber lain untuk melengkapi atau menentukan validitas informasi. Karena ketika memahami seluruh informasi dalam infografik tidak selalu berjalan baik, tanggapan setelah membaca infografik tersebut tidak selalu terjadi pada setiap pembaca.

Kejelasan, Ketepatan, dan Efisiensi Infografik Tirto.id

Hal utama yang disampaikan Tufte (2001) berkaitan dengan kualitas infografik adalah tentang kejelasan, ketepatan, dan efisiensi data atau informasi. Untuk menghadirkan kejelasan dan ketepatan, infografik perlu dirancang sederhana mungkin agar lebih efisien. Efisiensi ini dapat dicapai dengan meminimalisir distorsi atau elemen visual yang mampu menghalangi penglihatan dan pemahaman pembaca. Keseluruhan penilaian kejelasan, ketepatan, dan efisiensi dari 23 (dua puluh tiga) infografik Tirto.id ditampilkan dalam Tabel 2. Pada tabel tersebut keterangan angka satu (1) diberikan untuk infografik yang memenuhi kriteria kualitas tertentu. Sebaliknya, infografik yang tidak memenuhi kriteria tertentu diberi keterangan angka nol (0).

Tabel 2. Kejelasan, Ketepatan, dan Efisiensi Infografik Tirto.id

No.	Judul Infografik	Kejelasan			Ketepatan		Efisiensi			Total
		Memperlihatkan Visualisasi Data	Mementingkan Substansi	Koherensi Kumpulan Data	Ketepatan Visualisasi Data	Komparasi Data	Minim Distorsi	Hemat Ruang	Urutan Struktur	
1	Penistaan Agama di Pakistan	0	1	0	1	1	0	0	0	3
2	PNS Pekerjaan Idaman?	0	0	0	1	1	0	0	1	3
3	Bahasa Daerah, Riwayatmu Kini	1	0	1	1	1	0	1	1	6
4	Agama Nusantara	1	1	1	1	0	0	1	0	5
5	6 Lokasi Pencarian Harta Karun Indonesia	1	1	1	0	0	0	0	0	3
6	Data Kecelakaan Penerbangan di Indonesia	0	0	1	1	1	0	0	0	3
7	Tenggelamnya Titanic di Utara Atlantik	0	0	0	0	1	0	1	1	3
8	Kabut Asap Tak Kunjung Lenyap	0	1	0	0	0	0	1	1	3
9	Kepemilikan Rumah Millenial	0	0	0	0	1	0	0	0	1
10	Peluang Mobil Dual Gardan	0	0	0	1	1	0	0	0	2
11	Kapan Waktu Terbaik untuk <i>Ngopi</i> ?	0	0	0	0	1	0	1	0	2
12	Berhenti Melancong Kurangi Karbon	0	1	0	1	1	0	0	1	4
13	Apa yang Kita Beli Ketika Kita Beli Mobil	0	0	0	0	1	0	0	1	2
14	Apa Kabar Terumbu Karang Indonesia?	0	1	0	1	1	1	0	0	4
15	Pembantaian Sitematis Muslim Rohingya	0	0	0	0	1	0	0	1	2
16	Kelompok Pelaku Teror di Indonesia	1	1	1	1	1	0	1	1	7
17	Malala yang Menolak Diam	0	0	0	0	1	1	0	0	2
18	Berhenti Merokok	0	1	0	0	0	1	1	1	4
19	Tubuh Manusia dan Ketinggian	1	1	0	0	0	1	1	1	5
20	Pemilu Bikin Stres	0	0	0	1	1	0	0	0	2
21	Bapak Rumah Tangga Adalah Kunci	0	0	0	1	1	0	0	0	2
22	Racun Hubungan Ibu dan Anak Perempuan	0	1	0	1	1	1	1	1	6
23	Candu Gadget pada Anak	0	0	0	1	1	0	1	0	3

Merujuk ke temuan tentang kategorisasi visualisasi (Gambar 2), terdapat dua kategori. Kategori pertama adalah infografik yang hanya menampilkan judul dan visualisasi data. Sedangkan kategori kedua menampilkan lebih banyak informasi, konten, dan elemen visual dibandingkan dengan kategori pertama, seperti judul, anak judul, teks informasi, ilustrasi, visualisasi data, teks keterangan, dan sebagainya. Jika kedua kategori visualisasi informasi dalam infografik Tirto.id dibandingkan, infografik kategori pertama lebih unggul dari sisi kejelasan data karena secara menonjol menampilkan visualisasi data. Sebagai contoh infografik nomor 16, peneliti dapat dengan mudah melihat jumlah dan perbandingan datanya. Hal tersebut selaras dengan apa yang disampaikan Tufte (2001) bahwa visualisasi data harus dapat mendorong penglihatan agar mampu menentukan perbandingan data di dalamnya. Pengalaman seperti ini juga dirasakan oleh pembaca ke-2, "... Tidak perlu ditulis itu *udah* ... jelas ya. Dengan diagram batang kita bisa membandingkan seberapa bahaya dan banyaknya korban di situ, dari semua organisasi teroris dan gerakan separatis itu". Sementara itu pembaca ke-3 juga sependapat dengan pembaca ke-2, bahkan menurutnya visualisasi data pada infografik nomor 16 paling mudah dipahami dibanding infografik lainnya. Infografik nomor 16 tersebut terlihat cukup jelas karena menggunakan diagram batang yang disusun sejajar. Susunan sejajar tersebut dapat membuat pembaca dengan mudah dan cepat menentukan ketepatan perbandingan data (Cairo, 2013).

Infografik kategori pertama sedikit lebih unggul dalam kejelasan data, namun dalam hal ketepatan dan efisiensi data, infografik kategori pertama maupun kedua sama-sama memiliki kekurangan. Misalnya pada infografik nomor 5, perhatian peneliti langsung tertuju pada visualisasi peta, namun kesulitan untuk mengidentifikasi lokasinya. Tidak jauh berbeda dengan infografik nomor 5, infografik nomor 13 juga cukup sulit untuk ditentukan ketepatan datanya. Para pembaca juga tidak langsung menyadari kalau ada diagram lingkaran, misalnya seperti yang diungkapkan pembaca ke-12. Pembaca ke-12 berpendapat bahwa tampilan infografik nomor 13 tidak efektif, "Menurutku kurang efektif sih. Aku *awale ndelok* persentase lewat angka kan, *trus* baru paham ternyata lingkaran itu diagram". Lebih parah dari pembaca ke-12, pembaca ke-1 dan ke-8 mengaku tidak mengetahui jika ada visualisasi data dalam infografik tersebut.

Keberadaan ilustrasi pada infografik nomor 13 serupa dengan ilustrasi pada infografik nomor 5. Keduanya dapat menghalangi visualisasi data dalam infografik. Sementara itu, keduanya hanya sebagai atensi dalam infografik dan tidak memberikan informasi apapun. Penggunaan konten atau elemen visual yang berlebih seperti ini dapat digolongkan ke dalam sampah visualisasi informasi (Tufte, 2001). Keduanya dapat menjadi beban tambahan bagi kognitif pembaca karena tidak memberikan peningkatan pemahaman terhadap informasi yang disajikan, bahkan menjadi penghambat dalam memahami informasi. Knaflic (2015) menyebut

konten atau elemen visual seperti ini sebagai *clutter* atau kebisingan dalam visualisasi informasi.

Lebih lanjut mengenai sampah atau kebisingan dalam visualisasi informasi, keberadaannya tidak hanya terlihat pada dua infografik nomor 5 dan 13 itu saja. Mayoritas infografik yang menjadi objek dalam penelitian ini memiliki konten atau elemen visual yang dapat berpotensi menjadi distorsi. Tidak jauh berbeda dengan infografik nomor 5 dan 13, mayoritas infografik tersebut juga menampilkan konten ilustrasi, namun tidak memberikan informasi apapun atau sebagai atensi saja.

Sebetulnya ada jenis sampah atau kebisingan dalam visualisasi informasi yang berguna bagi pembaca karena tampilannya dapat menarik perhatian seperti yang biasa dirancang oleh Nigel Holmes (Bateman dkk, 2010). Sayangnya, jika suatu konten atau elemen visual penggunaannya berlebihan, seperti telah disampaikan sebelumnya, dapat menjadi beban bagi kognitif pembaca (Knafllic, 2015). Salah satu infografik yang menampilkan ilustrasi sebagai atensi adalah infografik nomor 2. Namun, setelah mencermati informasi yang disajikan, tidak ada informasi apapun yang menjelaskan tentang kontennya. Fungsi ilustrasi tersebut sebagai penarik perhatian dan tidak memberikan tambahan pemahaman terkait informasi dalam infografik.

Penggunaan konten atau elemen visual untuk menarik perhatian seperti ini penting karena dapat membuat infografik lebih atraktif, namun juga harus seimbang dengan kejelasan informasi (Quispel, Maes, & Schilperoord, 2018). Sayangnya, para pembaca memiliki persepsi berbeda-beda, apalagi terhadap ilustrasi seperti yang ditampilkan dalam infografik nomor 2 ini. Sebagai contoh, pembaca ke-9 menganggap ilustrasi tersebut sebagai penarik perhatian saja. Ia mengungkapkan, “Aku *ngerti*, tapi kalo ilustrasi di sini sih menurut aku lebih ke menarik perhatian *aja*.”

Baik peneliti maupun pembaca, pada tahap atensi ini pertama kali lebih banyak melihat ilustrasi karena ukuran yang menonjol. Namun, hanya dengan melihat ilustrasi belum tentu mengetahui topik informasinya. Sementara itu, fungsi keseluruhan konten dalam infografik akan digunakan dan diapresiasi oleh para pembaca tergantung pada topik informasi, tampilan yang menarik, dan hubungan keduanya (de Haan dkk, 2018). Maka kemudian untuk menentukan topik

dalam infografik perlu melihat konten judul, misalnya pada infografik nomor 11.

Ketika melihat infografik nomor 11 tersebut penglihatan peneliti juga langsung tertuju pada ilustrasi yang berada tepat di tengah. Pembaca ke-3, ke-6, dan ke-9 yang secara khusus tertarik pada infografik nomor 11 pun juga merasakan pengalaman serupa. Ketika melihat ilustrasi kopi, anggapan yang muncul adalah topik informasi dalam infografik adalah tentang kopi, namun tidak mengetahui informasi spesifik mengenai kopi seperti apa. Untuk mengetahui informasi spesifiknya, baik peneliti maupun pembaca ke-3, ke-6, dan ke-9 melihat judul untuk memastikan dan mengetahuinya. Setelah melihat judul, barulah topik mengenai jam terbaik minum kopi diketahui.

Sampai pada tahap mengetahui topik informasi tersebut tidak terjadi masalah. Kemudian, ketika melihat dan membaca keseluruhan informasi dalam infografik, baik peneliti maupun pembaca ke-3, ke-6, dan ke-9 mengalami hambatan. Awalnya, perkiraan waktu terbaik minum kopi ditandai dengan bidang warna kuning melengkung. Anggapan tersebut muncul karena warna kuning pada citra garis dan angka menyerupai jam analog tersebut digunakan untuk menunjukkan waktu terbaik minum kopi. Kenyataannya, bidang warna kuning tersebut digunakan untuk menerangkan waktu terburuk minum kopi, sedangkan yang terbaik ditandai dengan bidang cokelat.

Anggapan yang dialami oleh peneliti dan pembaca ke-3 dan ke-9 tersebut termasuk dalam *information anxiety* atau kegelisahan informasi (Wurman, 2000). Kondisi ini muncul akibat peneliti dan pembaca tidak memahami dengan baik informasi yang disajikan. Sayangnya, kondisi tidak efektif semacam ini dapat disebabkan oleh visualisasi informasi yang tidak dirancang sesuai dengan konsep perseptual manusia (Kosslyn, 2012). Tidak hanya sampai di situ, ketika melihat keterangan tentang waktu terburuk minum kopi, peneliti dan pembaca ke-3 dan ke-9 mengira pukul 06.00-07.00 pagi. Pembaca ke-6 pun menganggap demikian, “Awalnya aku *ngiranya* itu pagi ... Iya, *gitu*. Aku awalnya *nggak* tahu *kalo* tadi 6-7 tuh, oh, itu sore *gitu*. Itu aku *nggak* tahu itu”. Kenyataannya, pada teks informasi menerangkan waktu terburuk minum kopi salah satunya pukul 18.00-19.00, bukan pagi hari melainkan sore hari.

Kesalahan pemahaman seperti yang dialami peneliti dan beberapa pembaca tersebut juga termasuk dalam kondisi kegelisahan

informasi. Visualisasi informasi dalam infografik tersebut tidak tepat dan mengakibatkan kesalahan pemahaman. Dengan kata lain, visualisasi informasinya tidak dirancang dengan baik. Jika demikian, visualisasi informasi tersebut berdusta dan dapat mendistorsi informasi. Tufte (2001) mengaitkan visualisasi seperti ini dalam bahasan grafik yang memiliki integritas. Jika sebaliknya, maka visualisasi informasi dalam infografik tersebut tidak berintegritas karena berdusta dan mendistorsi informasi di dalamnya.

Distorsi informasi seperti ini tidak hanya dapat dilihat pada infografik nomor 11 saja. Infografik-infografik yang menggunakan garis lurus untuk menunjukkan hubungan waktu seperti infografik nomor 1, 7, dan 18 juga bisa dikatakan grafiknya tidak berintegritas. Sebagai contoh infografik nomor 7. Pada infografik tersebut ada beberapa informasi yang disajikan, salah satunya informasi mengenai proses pembuatan Titanic hingga berlayar, menabrak bongkahan es raksasa, dan akhirnya tenggelam. Informasi tersebut disajikan dalam daftar tanggal dan keterangan kejadian, serta ditambah garis lurus vertikal di sampingnya. Pada garis vertikal tersebut terdapat titik-titik dengan jarak yang kurang lebih sama.

Ketika melihat daftar tanggal kejadiannya, ada selisih waktu antartanggal yang tidak sama. Antara 31 Maret 1912 hingga 10 April 1912 terdapat jarak 11 hari. Beda lagi dengan jarak tanggal berikutnya, 10 hingga 14 April terdapat selang waktu selama empat hari. Sisanya, 14 hingga 15 April terdapat selang waktu hanya sehari. Lalu, jika dikaitkan dengan jarak antar titik pada garis lurus vertikal, perbandingan 11:4:1 tersebut tidak divisualisasikan dengan baik karena jaraknya relatif sama. Visualisasi atau garis bertitik tersebut tidak dapat menunjukkan kesesuaian atau perbandingan perkiraan waktu. Akhirnya, visualisasi informasi tersebut juga tidak berintegritas karena berdusta atau tidak menerangkan ketepatan perbandingan data.

Lalu, jika visualisasi informasi tersebut tidak menunjukkan ketepatan perbandingan data, ada dua kemungkinan fungsi keberadaan garis bertitik tersebut. Pertama, seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya, garis bertitik tersebut merupakan visualisasi informasi yang gagal memberikan ketepatan perbandingan data. Kedua, garis bertitik tersebut hanya sebagai hiasan, bahkan keberadaannya tidak ada pun tidak menjadi masalah. Misalnya seperti yang disampaikan pembaca ke-8, ia mengidentifikasi informasi tersebut sebagai urutan waktu kejadian karena melihat tanggalnya, bukan karena melihat

garis bertitik. Ia mengungkapkan, “*Kalo ini aku cukup lihat tanggal-tanggalnya, sih. Lihat tahun sama tanggalnya, sih*”.

Ketika visualisasi informasi tersebut tidak dipedulikan fungsinya, akhirnya hanya akan memenuhi area dalam infografik. Sangat jelas Tufte (2001) mengimbau untuk meminimalisir tampilan dalam infografik agar pembaca benar-benar fokus pada substansi, bukan hal lain. Lalu, berhubungan dengan meminimalisir penggunaan elemen visual demi menghemat tempat, dari dua puluh tiga infografik ada yang menurut para pembaca terlalu banyak teks dalam tampilannya. Teks yang berlebihan ini dapat membuat para pembaca enggan untuk mencermati informasi di dalamnya. Misalnya seperti yang disampaikan pembaca ke-5, ia mengaku hanya mencermati visualisasi data dalam infografik nomor 9. Ia juga tidak membaca teks pada infografik tersebut karena terlalu panjang, “*Nek nggak kelihatan, enggak sih. Mungkin panjang kali ya. Kalo tak rasain aku nggak tertarik bacanya. Lebih seneng yang cuma lihat aja udah tahu, oh maksudnya ini*”.

Pada infografik nomor 9, visualisasi informasinya terdiri dari banyak konten dan elemen visual. Porsi paling besar adalah ilustrasi rumah di atas tumpukan koin. Selanjutnya ada judul dan beberapa visualisasi data. Selain itu juga ada teks informasi cukup panjang, juga ada maskot di area kanan bawah. Seluruh konten tersebut ditampilkan di depan latar dengan ilustrasi gumpalan awan. Penyajian konten yang bermacam-macam tersebut menghasilkan kesan penuh dan padat sehingga penglihatan hanya akan terfokus pada konten yang menonjol saja. Hal ini juga disampaikan oleh pembaca ke-10, “*Terlalu padat, terlalu panjang, nggak suka aku*”.

Jika dilihat kategorisasinya, visualisasi informasi dalam infografik nomor 9 ini termasuk dalam kategori kedua. Penyajiannya menyerupai artikel dengan informasi lebih dari satu. Krum (2013) mendefinisikan infografik masa sekarang sebagai kombinasi dari banyak konten seperti visualisasi data, ilustrasi, teks, hingga gambar yang ditampilkan dalam visual bernarasi utuh. Krum (2013) juga menjelaskan banyak infografik saat ini bentuknya lebih mirip artikel dan pidato, selain dapat menyajikan informasi juga dapat membujuk dan menghibur pembaca. Masalahnya, jika definisi tersebut tidak dipahami dan diterapkan dalam prinsip kejelasan, ketepatan, dan efisiensi juga akan berujung pada infografik yang tidak diapresiasi oleh pembaca. Definisi tersebut dapat menjadi jebakan bagi para

perancang, bahwa tidak masalah memasukkan hiburan di dalam infografik. Sebagai contoh infografik nomor 9 menyertakan maskot sebagai parodi atau guyonan dalam infografik.

Hampir sama dengan infografik nomor 9, infografik nomor 10, juga menyertakan maskot berparodi di dalamnya. Maskot tersebut berdandan seperti Retsu Seiba dalam karakter serial kartun Jepang Let's & Go. Meskipun serial kartun tersebut juga bertemakan mobil, namun informasinya sungguh sangat jauh dibanding informasi dalam infografik yang membahas tentang peluang mobil *sport*. Artinya, maskot tersebut bukanlah lanjutan atau bagian dari informasi yang disampaikan dalam infografik. Keberadaan maskot ini sebetulnya tidak jauh berbeda dengan ilustrasi sebagai atensi. Bedanya, fungsi maskot tersebut sebagai guyonan dan hiburan, di samping sebagai fungsi identitas. Karena tidak memberikan pemahaman informasi lebih banyak, maskot tersebut dapat berpotensi menjadi sampah (Tuft, 2001) atau kebisingan (Knaflic, 2015) dalam infografik. Hal ini selaras dengan pendapat pembaca ke-1 yang beranggapan bahwa jika maskot tersebut tidak ada pun, itu tidak masalah.

Sebetulnya dari sisi kejelasan, infografik nomor 10 ini sudah menampilkan visualisasi data, namun datanya tidak divisualisasi secara koheren sehingga terkesan berdiri sendiri-sendiri. Tuft (2001) menyarankan untuk menggunakan model grafik hubungan sehingga data tahun dan perubahannya lebih terlihat perbandingannya. Persoalan koherensi data seperti ini juga tampak pada infografik nomor 15. Dalam infografik tersebut terdapat tiga diagram lingkaran yang masing-masing terkesan berdiri sendiri. Jika merujuk ke sumber informasinya, ketiga data tersebut pada dasarnya merupakan satu kesatuan. Pemisahan data tersebut dapat berpotensi membingungkan para pembaca, apalagi disajikan dalam diagram lingkaran dengan perbandingan warna yang tidak kontras.

Cairo (2013) menyarankan penyajian data semacam itu setidaknya dengan diagram batang agar perbandingan datanya semakin terlihat. Ketika pembaca melihat data disajikan dalam diagram lingkaran, pembaca tidak akan menemukan signifikansi datanya. Terlebih lagi jika diagram lingkaran tersebut tidak dianggap keberadaannya karena angka di tengahnya lebih menonjol. Belum lagi karena warna yang tidak kontras dapat membingungkan pembaca. Misalnya seperti yang disampaikan pembaca ke-10, ia mengaku kesulitan mengidentifikasi data

ditembak, dibakar, dan dipukuli ditunjukkan oleh warna kuning atau merah. Akhirnya ia menentukan data masing-masing lewat angka yang ukurannya menonjol.

Berdasarkan beberapa pembahasan di atas, ada beberapa hal dalam infografik Tirto.id yang perlu dievaluasi berkaitan dengan kualitas visualisasi informasinya. Hal pertama berkaitan dengan kejelasan dan ketepatan data atau informasi. Kedua, ada banyak macam sampah dan kebisingan visual di dalam infografik. Ketiga, visualisasi datanya tidak dirancang dengan baik sehingga tidak berintegritas. Selanjutnya, secara keseluruhan ada banyak konten dan elemen visual yang disajikan sehingga tampilannya menjadi padat, membutuhkan banyak waktu untuk mencermati informasinya, sehingga tidak efisien. Tampilan infografik Tirto.id masih terdapat banyak kekurangan, akan tetapi para pembaca infografik Tirto.id tetap tertarik. Hal ini dijelaskan pada bagian selanjutnya berikut ini.

Ketertarikan Membaca Infografik Tirto.id

Berdasarkan temuan, ada dua tahap persepsi yang terjadi ketika pembaca benar-benar tertarik dan membaca infografik. Tahap pertama terjadi ketika para pembaca pertama kali melihat infografik. Tahap pertama ini dapat menjadi penentu apakah infografik Tirto.id menarik minat pembaca atau tidak. Jika dapat membangkitkan minat, barulah masuk pada tahap kedua di mana pembaca mendapatkan keseluruhan informasi dalam infografik. Dua tahap persepsi yang dialami pembaca tersebut berbeda dengan hierarki yang disampaikan Cairo (2013). Perbedaan tahapan persepsi yang dialami oleh para pembaca infografik Tirto.id disebabkan keberadaan konten-konten yang paling menonjol seperti ilustrasi atau judul.

Ketika wawancara, para pembaca diminta untuk menentukan apa yang pertama kali dilihat dan dapat membuat mereka tertarik pada infografik Tirto.id. Berdasarkan kriteria dan alasan ketertarikan tersebut, infografik yang membuat para pembaca tertarik pun bermacam-macam. Dari dua puluh tiga infografik yang menjadi objek penelitian, para pembaca lebih tertarik pada informasi bertema budaya, ekonomi, gaya hidup, hukum, humaniora, dan sosial. Ketika wawancara, para pembaca juga ditanya soal kebiasaan dan motivasi menggunakan Instagram. Ada lima motivasi para pembaca menggunakan Instagram, yaitu interaksi sosial, ekspresi diri, pencarian informasi, pencarian hiburan, dan belanja daring.

Pembaca yang tertarik karena topik informasi dalam infografik menjelaskan bahwa terdapat alasan tertentu, yaitu kebaruan informasi dan kedekatan informasi. Kebaruan dan kedekatan informasi merupakan dua dari banyak bagian indikator infografik yang dapat menarik pembaca (Dunlap dan Lowenthal, 2016). Kebaruan informasi dapat dihadirkan dengan informasi yang segar dan mengandung signifikansi. Misalkan saja seperti yang dialami oleh pembaca ke-4, ia benar-benar merasa tertarik dan baru mengetahui informasi yang divisualisasikan dalam infografik nomor 4. Ia mengungkapkan, “Karena topiknya dan info yang disajikan. Aku pribadi lagi *ngerti* nama-nama kepercayaan atau agama nusantara itu tersendiri. Kayak Parmalim *kuwi* aku asing banget *kuwi*. Parmalim, aliran Muljadi, *kuwi* apa?”.

Sementara itu, kedekatan informasi dapat terwujud dari informasi yang relevan dengan para pembaca. Relevansi informasi tersebut karena informasi dalam infografik dekat dengan pengetahuan, emosi, minat, dan lingkungan para pembaca. Jika kebaruan informasi berhubungan dengan kesegaran dan signifikansi informasi, kedekatan pengetahuan berhubungan dengan informasi yang sudah diketahui oleh pembaca. Misalkan saja seperti yang dijelaskan oleh pembaca ke-5, ia akan membaca infografik jika ia sedang mengikuti atau memiliki pengetahuan soal informasi tersebut sebelumnya. “... *sing tak* baca itu *sing* memang topiknya lagi *tak ikutin*”, ungkap pembaca ke-5. Pada dasarnya, ketika mencari informasi seorang pengguna layanan jejaring sosial akan mencari informasi yang melekat atau mereka butuhkan (Osatuyi, 2013).

Hampir mirip dengan kedekatan pengetahuan, kedekatan minat juga dipengaruhi oleh pengalaman para pembaca. Bedanya, kedekatan minat secara spesifik berkaitan dengan kebiasaan atau kesukaan para pembaca. Informasi dalam infografik Tirto.id yang relevan dengan kebiasaan dan kesukaan para pembaca ada pada infografik nomor 11. Meskipun visualisasi informasinya tidak tepat, informasi dalam infografik tersebut banyak disukai beberapa pembaca, misalnya yang dialami pembaca ke-3, ke-6, dan ke-9. Kesukaan tersebut disebabkan karena informasi dalam infografik nomor 11 sesuai dengan kebiasaan dan kesukaan pembaca terhadap kopi. Kebiasaan dan kesukaan seperti ini menurut Yildirim (2016) memiliki peran penting dalam proses pemahaman informasi dalam infografik. Karena para pembaca merasa

menyukai informasinya, maka informasi tersebut akan lebih mudah dipahami oleh pembaca.

Selanjutnya, informasi yang dekat dengan emosi pembaca adalah informasi yang dapat membuat para pembaca seperti ikut merasakan apa yang divisualisasikan dalam infografik tersebut. Kedekatan emosi ini tidak hanya dapat terwujud karena mengetahui topik informasi, tapi juga dapat berasal dari ilustrasi dalam infografik. Para pembaca lebih mudah memahami informasi yang disajikan melalui penggunaan objek visual yang familiar (Arcia dkk, 2016). Misalkan seperti yang dialami oleh pembaca ke-12 ketika membaca infografik nomor 8 dan 22. Ia mengungkapkan bahwa ilustrasi orang yang terkena asap kebakaran hutan atau seorang anak perempuan yang dimarahi ibunya dapat membuatnya merasa bersimpati dan tertarik mengetahui informasi di baliknya.

Berbeda dengan ketiga kedekatan informasi sebelumnya yang berkaitan dengan pengalaman yang dialami para pembaca secara langsung, kedekatan lingkungan tidak demikian. Kedekatan lingkungan muncul karena pengalaman pembaca melihat pengalaman orang-orang di sekitarnya. Kedekatan lingkungan ini dialami oleh pembaca ke-4 dan ke-6 ketika membaca infografik nomor 22. Kedua pembaca tersebut menjelaskan alasan ketertarikannya pada infografik tersebut karena orang-orang di sekitarnya mengalami hal tersebut.

Jika merujuk ke beberapa kriteria dan alasan mengapa para pembaca tertarik pada infografik Tirto.id, terdapat kesesuaian dengan kondisi masing-masing pembaca. Moore dan Purchase (2011) menjelaskan isu yang relevan dengan kondisi sosial suatu masyarakat bisa berkemungkinan paling baik untuk dikomunikasikan kepada khalayak. Jika infografik tersebut diterbitkan melalui media-media populer di masyarakat, kemungkinan diterima akan lebih besar (Moore dan Purchase, 2011). Inilah sebab mengapa topik budaya, gaya hidup, dan sosial lebih banyak diminati para pembaca. Informasi yang disajikan dalam infografik dengan topik-topik tersebut mengandung kebaruan dan relevan dengan kondisi para pembaca. Para pembaca yang tertarik karena topik dan informasi dalam infografik ini secara umum memiliki motivasi menggunakan Instagram untuk berinteraksi dengan sesama pengguna Instagram.

Tidak hanya soal kebaruan dan kedekatan informasi saja, sebagian kecil pembaca justru merasakan ketertarikan pada infografik yang

secara keseluruhan tampilannya terlihat sederhana. Tampilan yang tidak rumit dapat menimbulkan persepsi bagi para pembaca bahwa infografik tersebut mudah untuk dipahami. Kemudahan pemahaman ini bisa mereka dapatkan dari tampilan infografik yang hemat ruang atau tidak dipenuhi dengan banyak elemen visual. Misalnya saja seperti yang dialami oleh pembaca nomor 14, “Aku malah tertarik di kepemilikan rumah milenial. Tapi terlalu penuh, *males* bacanya tadi”. Sebagai contoh lain, pembaca ke-2, ke-3, dan ke-10 menganggap infografik nomor 16 cukup mudah dipahami karena tidak menampilkan terlalu banyak elemen visual. Inilah yang selalu diserukan oleh Tufte (2001) bahwa infografik yang berkualitas harus selalu mengedepankan kejelasan, ketepatan, dan efisiensi.

Para pembaca yang memiliki anggapan mengenai kesederhanaan tampilan, serta beberapa pembaca lain, juga mementingkan visualisasi data dalam infografik. Para pembaca menganggap keberadaan visualisasi data juga dapat menunjukkan urgensi informasi dibanding hanya teks saja. Selain untuk merepresentasikan data, keberadaan visualisasi data dapat membuat para pembaca lebih meyakini validitas informasi. Pengalaman tersebut sesuai dengan pengalaman pembaca ke-1, “Soalnya menurutku infografik itu harus ada data yang kualitatif sama yang kuantitatif. Tapi *kalo* misalnya dari kuantitatif angkanya itu *nggak bener tuh* pasti aku meragukan kata-kata soalnya lebih dapat diragukan daripada angka.”

Sementara para pembaca yang tertarik karena topik dan informasi dalam infografik berkaitan dengan motivasi interaksi sosial, motivasi para pembaca yang mementingkan kesederhanaan tampilan tidak spesifik. Para pembaca yang mementingkan kesederhanaan tampilan juga memiliki motivasi untuk berinteraksi dengan sesama pengguna Instagram. Selain itu, sebagian besar para pembaca tersebut juga memiliki kebiasaan untuk mencari informasi melalui Instagram.

Kemudian, jika melihat motivasi masing-masing pembaca, tujuan menggunakan Instagram pun beragam. Jika Whiting (2013) menjelaskan motivasi pengguna layanan jejaring sosial tidak hanya untuk bersosialisasi, ataupun Alhabash dan Ma (2017) menjelaskan ada 10 motivasi umum pengguna Instagram, para pembaca infografik Tirto.id hanya mencakup lima di antaranya. Alhabash dan Ma (2017) juga menyebutkan motivasi interaksi sosial dan mencari informasi

menjadi motivasi terakhir. Sebaliknya, berinteraksi dengan sesama pengguna Instagram dan motivasi mencari informasi justru paling banyak menjadi motivasi para pembaca infografik Tirto.id. Motivasi-motivasi tersebut juga berkebalikan dengan penjelasan Sheldon dan Bryant (2016), bahwa para pengguna Instagram lebih mengutamakan kebutuhan dan keinginan pribadi seperti untuk menunjukkan identitas dan promosi diri.

Secara keseluruhan, dengan berbagai motivasi menggunakan Instagram, para pembaca memiliki alasan ketertarikan tertentu terhadap infografik Tirto.id. Pada tahap persepsi pertama, ada beberapa konten yang dapat membuat para pembaca tertarik. Ketertarikan tersebut berasal dari konten judul yang menampilkan topik dan informasi, ilustrasi, visualisasi data, dan tampilan yang tidak rumit. Para pembaca memilih kriteria tersebut karena terdapat kebaruan dan kedekatan informasi, serta kemudahan pemahaman.

SIMPULAN

Temuan-temuan yang meliputi karakteristik dan kategorisasi informasi, serta sumber informasi menggambarkan keseluruhan visualisasi informasi dalam infografik Tirto.id. Karakteristik visualisasi informasi dalam infografik Tirto.id terdiri dari berbagai konten yang tersusun dari berbagai elemen visual. Kombinasi elemen visual dan pengaturan ukuran maupun tingkat kecerahan warna yang digunakan dapat menentukan fungsi konten. Keseluruhan konten dalam infografik Tirto.id terbagi menjadi dua kategori berdasarkan jumlah informasi yang berasal dari halaman *web* Tirto.id.

Keseluruhan visualisasi informasi tersebut dievaluasi berdasarkan kriteria kejelasan dan ketepatan data atau informasi, serta efisiensinya. Evaluasi tersebut juga diuji validitasnya melalui pengecekan terhadap pengalaman para pembaca yang meliputi persepsi dan tanggapan terhadap infografik Tirto.id. Secara keseluruhan, persepsi yang dialami pembaca tersusun menjadi dua tahap persepsi, yaitu atensi dan pemahaman informasi. Dalam proses persepsi tersebut para pembaca juga mengalami hambatan sehingga terjadi kesalahan pemahaman informasi. Hasil dari proses evaluasi yang diuji validitasnya tersebut menjadi penilaian terhadap infografik Tirto.id, apakah berkualitas baik atau sebaliknya.

Ada banyak kekurangan berdasarkan kriteria kejelasan, ketepatan, dan efisiensi. Data maupun informasi dalam infografik Tirto.id kerap

tertutup oleh konten lain yang hanya berfungsi untuk menarik perhatian. Ada juga beberapa konten maupun elemen visual yang tidak memberikan pengetahuan lebih terkait informasi di dalamnya. Konten ataupun elemen visual tersebut dipakai secara berlebihan sehingga berpotensi menjadi distorsi. Penggunaan yang berlebihan ini mengakibatkan kejelasan dan ketepatan informasi sulit untuk ditentukan. Kualitas infografik Tirto.id pun semakin dipertanyakan karena di beberapa infografik ditemukan visualisasi yang tidak merepresentasikan data atau informasi dengan tepat. Ketidaktepatan ini dapat menimbulkan kesalahan pemahaman pada pembaca. Akibatnya, informasi di dalam infografik tidak tersampaikan dengan baik kepada pembaca.

Lalu, jika secara keseluruhan infografik Tirto.id memiliki banyak kekurangan, ada beberapa hal yang dapat membuat para pembacanya tetap tertarik. Ketertarikan tersebut berasal dari topik dan informasinya, ilustrasi, visualisasi data, serta dalam beberapa infografik adalah karena tampilan yang sederhana. Alasan ketertarikan tersebut karena adanya kebaruan informasi, kedekatan informasi terhadap emosi, minat, pengetahuan, dan lingkungan, serta dalam beberapa kasus, karena kemudahan pemahaman.

Jika dikaitkan dengan konteksnya sebagai infografik yang diterbitkan di layanan jejaring sosial Instagram, ada beberapa keputusan penting yang dapat dipertimbangkan dalam menerbitkan infografik. Untuk menarik minat para pembaca, infografik perlu menunjukkan kebaruan maupun kedekatan informasi dengan pembaca. Visualisasi informasi di dalamnya perlu dirancang dengan mempertimbangkan kejelasan dan ketepatan informasi, hemat ruang, minim konten distorsi, dan harus dapat dipahami informasinya dengan cepat. Paduan kebaruan dan kedekatan informasi, serta visualisasi yang dirancang berdasarkan prinsip kejelasan, ketepatan, dan efisiensi tersebut dapat menguntungkan pembaca. Tidak hanya dapat menarik minat pembaca, tapi juga dapat memudahkan proses pemahaman informasi dalam infografik.

REFERENSI

Alhabash, S. dan Ma, M. (2017). A Tale of Four Platforms: Motivations and Uses of Facebook, Twitter, Instagram, and Snapchat Among College Students? *Social Media+ Society*, 3(1).

Arcia, A., dkk. (2016). Sometimes More is More: Iterative Participatory Design of Infographics

for Engagement of Community Members with Varying Levels of Health Literacy. *Journal of the American Medical Informatics Association*, 23,1174-183.

Bateman, Scott, dkk. (2010). Useful Junk? The Effects of Visual Embellishment on Comprehension and Memorability of Charts. *Proceedings of The SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems*.

Birt, Linda, dkk. (2016). Member Checking: A Tool to Enhance Trustworthiness or Merely A Nod to Validation? *Qualitative Health Research*, 26(13),1802-1811.

Cairo, Alberto. (2013). *The Functional Art, An Introduction to Information Graphics and Visualization*. Berkeley: New Riders.

Creswell, John W. (2015). *Penelitian Kualitatif & Desain Riset-Memilih di antara Lima Pendekatan*. Edisi Ketiga. Lazuardi, A.L. (Penerjemah). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

De Haan, Y., dkk. (2018). When Does an Infographic Say More than a Thousand Words? Audience Evaluations of News Visualizations. *Journalism Studies*, 19(9), 1293-1312.

Gallicano, T.D., Ekachai, D., dan Freberg, K. (2014). The Infographics Assignment: A Qualitative Study of Students' and Professionals' Perspectives. *Public Relations Journal*, 8(4), 1-22.

Ghode, R. (2012). Infographics in News Presentation: A Study of Its Effective Use in Times of India and Indian Express the Two Leading Newspapers in India. *Journal of Business Management & Social Sciences Research*, 1(1), 35-43.

Handaru, W.C., dkk. (2015). Infographics Application "Citizen Daily Reporting"—Enabled Participatory Platform for Citizen and Government: The Case of Bandung Cities. *4th International Conference on Interactive Digital Media (ICIDM)*. IEEE.

Dunlap, J.C., dan Lowenthal, P.R. (2016). Getting Graphic About Infographics: Design Lessons Learned from Popular Infographics. *Journal of Visual Literacy* 35(1), 42-59.

Knaflic, C.N. (2015). *Storytelling with Data*. New Jersey: John Wiley & Sons.

Kosslyn, S.M. (2006). *Graph Design for The Eye and Mind*. New York: Oxford University Press.

Krum, R. (2013). *Cool Infographics*. Indiana: John Wiley & Sons.

- Moere, A.V., dan Purchase, H. (2011). On the Role of Design in Information Visualization. *Information Visualization*, 10(4), 356-371.
- Osatuyi, B. (2013). Information Sharing on Social Media Sites. *Computers in Human Behavior*, 29(6), 2622-2631.
- Quispel, A., dkk. (2018). Aesthetics and Clarity in Information Visualization: The Designer's Perspective. *Arts*, 7 (4).
- Sheldon, P., dan Bryant, K. (2016). Instagram: Motives for Its Use and Relationship to Narcissism and Contextual Age. *Computers in human Behavior*, 58, 89-97.
- Siricharoen, W.V. (2013). Infographics: An Approach of Innovative Communication Tool for E-Entrepreneurship Marketing. *International Journal of E-Entrepreneurship and Innovation (IJEI)*, 4(2), 54-71.
- Siricharoen, W.V., dan Siricharoen, N. (2015). How Infographic Should be Evaluated. *Proceedings of the 7th International Conference on Information Technology (ICIT 2015)*
- Smiciklas, M. (2012). *The Power of Infographics*. Indiana: Pearson Education, Inc.
- Tufte, E.R. (2006). *Beautiful Evidence*. Connecticut: Graphic Press.
- Tufte, E.R. (2001). *The Visual Display of Quantitative Information, Second Edition*. Connecticut: Graphic Press.
- Whiting, A., dan Williams, D. (2013). Why People Use Social Media: A Uses and Gratifications Approach. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 16(4), 362-369.
- Wurman, S. (2000). *Information Anxiety 2*. Indiana: Que.
- Yildirim, S. (2016). Infographics for Educational Purposes: Their Structure, Properties and Reader Approaches. *Turkish Online Journal of Educational Technology-TOJET*, 15(3), 98-110.