

EFEKTIVITAS INFOGRAFIS MEDIA ONLINE (SURVEY PEMBERITAAN TEMPO.CO PADA MAHASISWA PERGURUAN TINGGI SWASTA KOPERTIS WILAYAH III)

Rini Riyantini,¹ dan Sherra Triarosdianan
Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP UPN "Veteran" Jakarta
Jl. RS. Fatmawati Pondok Labu Jakarta Selatan - 12450
Telp. 021 7656971

Abstract

Infinity of space and time on online media as well as the development of information technology, media visualization requires creativity in presenting information so that it remains attractive for the audience accessible. Infographics is one of the models presented information visualization drawing shapes, lines and graphs so easily understood by the public in accordance with the informative function of the media. This survey aims to measure the effectiveness of online media infographics in providing information to the public understanding. The access online media in Indonesia based on the results of previous studies more young age, so that the target population is students in South Jakarta. The sample surveyed by sex, field of science, as well as the types of media that are often used. Data were analyzed using descriptive statistics such as average scores and cross tabulation between. The results showed that the effective infographics as well as visual information, content or information. Effectiveness infographics by sex there is no difference, while based on scientific field indicates that the student has a score of exact average higher than in non-exact and accessible by more conventional media media infographics more effective in providing information.

Key Words: *infographic, online media, efectivity*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi memberikan kontribusi nyata terhadap perkembangan media dalam bentuk maupun sajian informasinya yang sekaligus juga memberikan dampak kepada khalayak dalam mengaksesnya. Hasil survei Nielsen Media Indonesia mewawancara 14.000 responden di 9 kota besar di Indonesia, menunjukkan bahwa pembaca koran semakin menurun secara signifikan, dari perolehan 28 persen pada kuartal pertama tahun 2005 menjadi hanya 19 persen pada kuartal kedua tahun 2009. Selain itu, penetrasi konsumsi koran di Jawa pada 2010 masih 15%, turun menjadi 11% tahun 2014 (<http://bisniskeuangan.kompas.com/read/2009/07/16/16015757/Survei.Nielsen.Pembaca.Media.Cetak.Makin.Turun>)

Kemudian survey Serikat Penerbit Surat kabar (SPS) menunjukkan bahwa hanya selama kurang lebih 34 menit sehari orang membaca Koran, majalah

atau media cetak lainnya. Sedangkan survei Markplus Insight dan majalah online Marketeers pada tahun 2013 menunjukkan bahwa orang memiliki tiga jam setiap hari untuk mengakses internet, dan informasi yang diakses oleh pengguna internet sebanyak 74.6 juta orang adalah mencari berita (54,2%), hiburan (16,3%), film (10,2%), olahraga (8,7%), dan musik (8,5%) dan sisanya informasi lainnya. dengan usia pengakses sebanyak 73,3% berusia di bawah 45 tahun, sementara 16,7 persennya berusia di atas 45 tahun. (<http://id.techinasia.com/tingkah-laku-pengguna-internet-indonesia/>).

Fenomena ini menunjukkan bahwa perilaku khalayak dalam mengakses media lebih disesuaikan dengan kebutuhan mereka termasuk ruang dan waktu yang dimiliki. Pilihan media online merupakan alternatif terbaik bagi khalayak karena dapat diakses kapanpun, dimanapun dengan tampilan yang lebih menarik. Sajian informasi dengan visualisasi yang lebih menarik juga menjadi salah satu daya tarik mengapa khalayak lebih

1 Kontak Person : Rini Riyantini
Prodi Ilmu Komunikasi FISIP UPN "Veteran" Jakarta
Telp. 021 7656971

memilih media online. Oleh karena itu, media *online*, khususnya portal berita menjadi lebih kreatif dalam menyajikan tampilan informasinya sehingga lebih menarik untuk dibaca. Terbatasnya waktu khalayak, tidak terbatasnya ruang media juga mendorong bentuk sajian informasi yang lebih padat, mudah dipahami serta cepat dan tidak membingungkan, terutama dalam menampilkan urutan kronologis peristiwa yang memuat data data statistik.

Istilah Infografis lebih dikenal untuk kalangan profesi dan media pemberitaan, sedangkan khalayak lebih mengenal dengan sebutan diagram, tabel, atau statistik. Infografis merupakan sajian visualisasi yang menarik bagi khalayak karena bentuknya yang beragam selain menggunakan lambang/symbol juga animasi, overlay maupun bentuk tiga dimensi, sedangkan bagi media menjadi lebih singkat dalam menyajikan pemberitaan sehingga dapat menghemat ruang. Beberapa media online menyajikan pemberitaan infografis, namun Tempo.co yang menjadi pionir sejak tahun 2008 dan berdasarkan *google analytics*, infografis pada situs Tempo.co memiliki rata rata pageview 7.000 per hari atau 100.000 per bulan.

Selain itu, berdasarkan statistik dari salah satu penyaji informasi perusahaan situs dunia alexa.com bahwa TEMPO.co menduduki peringkat ke-30 Indonesia sebagai situs penyaji berita *in-depth* portal berita terpercaya Indonesia yang sering dikunjungi saat ini (<http://www.alexacom/siteinfo/TEMPO.co>), dengan usia rata rata pengunjung mayoritas berusia 20-35 tahun dan berpendidikan S1. Berdasarkan catatan *google analytics*, rata rata pengunjung 11 juta perbulan walaupun infografis dari situs TEMPO.co, hanya dapat diakses dengan menggunakan *laptop* atau *notebook*. Apakah sajian infografis benar efektif dalam memberikan pemahaman kepada khalayaknya, diperlukan kajian untuk membuktikan apakah sajian infografis dapat memberikan pemahaman informasi kepada khalayaknya secara visual, konten dan informasi sehingga dapat memberikan gambaran kepada khalayak tentang efektifitas sajian infografis pada media online Tempo.co bagi khalayaknya.

Urgensi dari penelitian ini adalah terkait dengan fungsi informatif media dalam mengkonstruksi realitas sosial kepada khalayak sehingga terdapat pemahaman atas peristiwa yang terjadi dengan memperhatikan perkembangan teknologi informasi serta perubahan perilaku

khalayak yang memiliki keterbatasan waktu dan tempat, sementara sudah sangat ketergantungan pada media. Berdasarkan latar belakang tersebut, survey infografis yang disajikan Tempo.co edisi piala dunia, bola dan angka, dilakukan kepada mahasiswa di wilayah Jakarta Selatan. Pemberitaan piala dunia tersebut terkait dengan peristiwa yang terjadi saat itu, sehingga seluruh media menyajikan informasi seputar piala dunia. Apakah sajian infografis dapat memberikan pemahaman informasi kepada khalayak, sehingga dapat menjadi pertimbangan khalayak yang memiliki keterbatasan waktu karena mobilitas dan aktivitas yang tinggi untuk mengakses sajian pemberitaan.

TINJAUAN PUSTAKA

Gerbner (dalam Ardianto, dkk, 2007), *mass communications is the technologically and institutionally based production and distribution of the most broadly shared continues flow of messages in industrial societies*. Infografis merupakan salah satu bentuk teknik sajian visualisasi media massa yang memerlukan kreatifitas dan disain tertentu dalam bentuk lambang atau symbol sebagai pengganti kata kata. Selanjutnya Michael Kroeger (dalam Yuliantanti, 2008), menyatakan bahwa komunikasi visual adalah latihan teori dan konsep-konsep melalui istilah-istilah visual dengan menggunakan warna, bentuk, garis dan penjajaran. Apabila dalam komunikasi langsung informasi yang disampaikan dalam bentuk non verbal berupa petunjuk petunjuk kinesik, dalam komunikasi massa yang menggunakan tulisan sebagai media dapat berbentuk warna, gambar, bahkan garis. hal ini sekaligus juga untuk menyederhanakan sajian menjadi lebih singkat dalam bentuk overlay atau animasi. Keuntungan bagi khalayak yang tidak dapat membaca verbal karena kendala bahasa dapat tetap mengakses infografis.

Ned Racine (2002), bahwa berkomunikasi secara visual mempunyai keuntungan yang besar, di mana informasi lewat gambar biasanya merupakan konsumsi yang 'mudah' bagi pembaca atau khalayak, memperkecil kemungkinan 'salah-mengerti' atau '*misinterpretation*'.

Hal ini juga dikemukakan oleh Jewler, dan Drewniany, (2001: 57) bahwa desain komunikasi visual berhadapan dengan sejumlah alat, teknik, bahan dan keterampilan. Ungkapan yang baik, akan lebih bernilai apabila didukung

dengan teknik yang baik, dan ditunjang kepiawaian dalam mewujudkannya. Seperangkat alat yang dimanfaatkan oleh desain komunikasi visual, antara lain adalah aspek visual yang meliputi bentuk ilustrasi, layout, warna serta aspek verbal yang terdiri dari teks dan tipografi. Selanjutnya Tinarbuko (2007), desain komunikasi visual harus memahami betul seluk beluk bentuk pesan yang ingin disampaikan, mengetahui kemampuan menafsir serta kecenderungan kondisi fisik maupun psikis kelompok masyarakat yang menjadi sasaran, harus dapat memilih jenis bahasa dan gaya bahasa yang serasi dengan pesan yang dibawa-kannya. Selain itu juga tepat untuk dibicarakan secara efektif, jelas, mudah, dan mengesankan bagi si penerima pesan. (<http://dgiindonesia.com/dekaveberkomunikasi-lewat-tanda-visual/>).

Seperti juga bentuk dan jenis mediana, bentuk sajian pun berbeda disesuaikan karakteristik media, sehingga perlu keterampilan dan keahlian dari personal media dibidang lay out dan desain. Sesuai perkembangannya, jurnalistik *online* memiliki peluang yang lebih besar untuk menyampaikan berita dibandingkan media konvensional seperti surat kabar. Seperti yang dikemukakan oleh Deuze (dalam Santana, 2005), yang menyatakan bahwa *Online journalism* harus membuat keputusan-keputusan mengenai format media yang paling tepat mengungkapkan sebuah kisah tertentu dan harus mempertimbangkan cara-cara untuk menghubungkan sebuah kisah tertentu dengan kisah lainnya, arsip-arsip, sumber-sumber, dan lain-lain melalui *hyperlinks*.

Infografis dapat digunakan untuk menyajikan pemberitaan sebuah peristiwa berdasarkan kronologis waktu serta tampilan data statistic yang lebih menghemat ruang media online karena dalam bentuk overlay dan animasi. Sehubungan hal tersebut, Sumadiria (2006: 65) Mengatakan bahwa merupakan laporan tercepat mengenai fakta atau ide terbaru yang benar, menarik dan atau penting bagi sebagian besar khalayak, melalui media berkala seperti surat kabar, radio, televisi, atau media *online* internet. Sedangkan Djuraid (2009: 9), menyatakan bahwa berita adalah sebuah laporan atau pemberitahuan mengenai terjadinya sebuah peristiwa atau keadaan yang bersifat umum dan baru saja terjadi yang disampaikan oleh wartawan

di media massa. Kaitannya dengan media baru, Chun (dalam Syamsul, 2012:31) berpendapat bahwa *New Media* Merupakan penyederhanaan istilah (simplikasi) terhadap bentuk media di luar lima media massa konvensional-televisi, radio, majalah, koran, dan film. Sifat new media adalah cair (fluids), konektivitas individual, dan menjadi sarana untuk membagi peran kontrol dan kebebasan).

Chun (dalam Syamsul, 2012:31) mengungkapkan bahwa *new media* merupakan penyederhanaan istilah (simplikasi) terhadap bentuk media di luar lima media massa konvensional-televisi, radio, majalah, koran, dan film. Sifat new media adalah cair (fluids), konektivitas individual, dan menjadi sarana untuk membagi peran kontrol dan kebebasan. Oleh karena itu media online memiliki karakteristik serta keunggulan meliputi *audience control, nonlinearity, storage and retrieval, unlimited space, immediacy, multimedia capability, interactivity* James (C. Foust dalam Syamsul, 2012: 16). Keberhasilan informasi dalam bentuk infografis dapat diukur berdasarkan seberapa efektif informasi dapat dipahami oleh khalayaknya baik secara kognitif, afektif maupun behaviour.

Konsep efektif berasal dari bahasa Inggris yaitu *effective* yang berarti berhasil atau sesuatu yang dilakukan berhasil dengan baik. Menurut Sedarmayanti (2009:59), efektivitas merupakan suatu ukuran yang memberikan gambaran seberapa jauh target dapat tercapai. Target capaian ini berkaitan dengan pemahaman sajian infografis secara *online* yang dapat dibaca serta diinterpretasikan oleh khalayak. Ketika khalayak membaca infografis, maka saat itulah proses komunikasi dimulai yaitu adanya kontak antara stimulus berupa infografis Tempo.co dengan dengan indera mata, secara psikologis memberikan sensasi sebelum diolah menjadi informasi melalui proses berfikir.

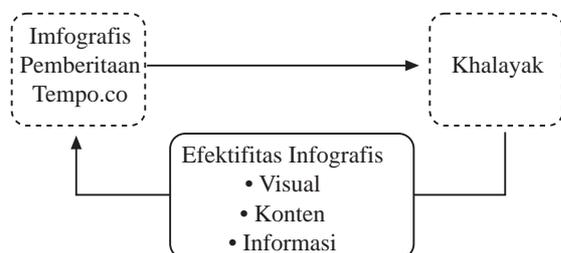
Seperti yang dikemukakan Allen dan Valette (1977: 249) bahwa membaca adalah sebuah proses yang berkembang (*a developmental process*). Sebagai proses psikologi, membaca itu perkembangannya akan dipengaruhi oleh hal-hal yang sifatnya psikologi pembaca, seperti intelegensi, usia mental, jenis kelamin, tingkat sosial ekonomi, bahasa, ras, kepribadian, sikap, pertumbuhan fisik, kemampuan persepsi, dan tingkat kemampuan membaca. Di antara faktor-faktor tersebut menurut Harris (1970), bahwa faktor terpenting dalam membaca yaitu intelegensi umum. Selanjutnya Wassman & Rinsky (Ginting, 2005), sebagai proses

penglihatan, membaca bergantung pada kemampuan melihat simbol-simbol, oleh karena itu, mata memainkan peranan penting. Dan sebagai proses tanggapan dijabarkan Ahuja (Ginting, 2005), membaca menunjukkan interpretasi segala sesuatu yang kita persepsi. Proses membaca juga meliputi identifikasi simbol-simbol bunyi dan mengumpulkan makna melalui simbol- simbol tersebut.

Sedangkan infografis atau grafis informasi adalah cara penyajian informasi, data, atau pengetahuan dengan penggunaan alat-alat visual. (<http://www.wisegeek.org/what-is-infographics.htm>). Infografis sering disebut pula sebagai ilustrasi informasi (Glasgow, 1994:7). Infografis sendiri merupakan salah satu fenomena visual sebagai model informasi yang disajikan visual dan terdapat pada media berita. Infografis dapat memuat dan mengolah data-data ke dalam bentuk penggabungan antara teks, image/gambar, dan suara pada medium elektronik yang divisualkan, sehingga cara ini menjadi sesuatu model kreatif visual sebagai inspirasi yang bersifat ekonomis. Infografis dapat menyajikan data dalam bentuk grafik untuk mempermudah pemahaman dari informasi yang kompleks. Ilustrasi dan visualisasi data yang informatif ini dapat dijelaskan dengan menggunakan berbagai macam warna, seperti peta, simbol-simbol, dan elemen tifografi. (<http://spyrestudios.com/an-inspirational-showcase-thatll-change-how-you-display-data>).

Infografis merupakan produk dari desain komunikasi visual, yang Menurut Roy (2011), dalam pembuatannya infografis memiliki 3 komponen penting di dalamnya, yakni aspek visual yang terdiri atas warna, grafis, simbol, kemudian aspek konten terdiri atas bingkai waktu (kronologis), statistik dan sumber serta aspek informasi yang terdiri atas fakta dan inti. (<http://spyrestudios.com/the-anatomy-of-an-infographic-5-steps-to-create-a-powerful-visual/>)

Dari beberapa kajian pustaka, dapat divisualkan kerangka berfikir penelitian ini sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Berfikir

METODE KEGIATAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis survey deskriptif yang menggambarkan efektifitas pemberitaan tentang Piala Dunia, bola, dan angka Tempo.co dalam bentuk sajian infografis berdasarkan khalayak pembaca yang menjadi target populasi penelitian yaitu mahasiswa PTS di wilayah Jakarta Selatan sebanyak 540.980 orang (Kopertis wilayah III). Sampel diambil sebanyak 400 orang berdasarkan kaidah Slovin dengan teknik *accidental*. Pengumpulan data primer dilakukan dengan membagikan kuesioner tertutup berskala ordinal kepada sampel terpilih sebagai responden untuk efektifitas infografis yang terdiri atas visual, konten dan informasi. Sedangkan karakteristik responden terdiri atas jenis kelamin dan bidang keilmuan dan jenis media yang diakses. Data sekunder diperoleh melalui studi dokumentasi terhadap visualisasi infografis dari Tempo.co serta jumlah dan sebaran mahasiswa dari data Kopertis Wilayah III.

Analisis dilakukan dengan statistik deskriptif yang meliputi distribusi frekuensi dan persentase untuk karakteristik responden, skor rata-rata untuk efektifitas infografis, serta tabulasi silang untuk efektifitas infografis berdasarkan karakteristik responden. Uji validitas dilakukan menggunakan *r* korelasi menghasilkan nilai *r* kritis sebesar 0,361, sedangkan hasil uji reliabilitas menggunakan *alpha* Cronbach's sebesar 0,937.

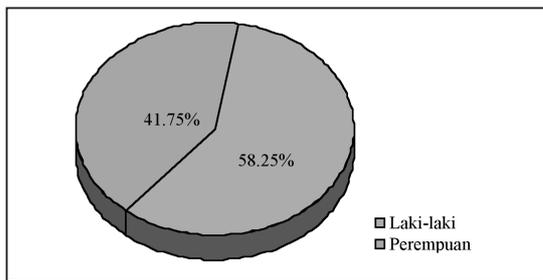
HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis data dilakukan berdasarkan statistik deskriptif dengan menggunakan distribusi frekuensi dan persentase untuk karakteristik responden dan skor rata-rata untuk efektifitas infografis, serta tabulasi silang untuk menganalisis efektifitas infografis berdasarkan karakteristik. Hasil analisis data disajikan dalam bentuk diagram pie, histogram dan garis kontinum. Angka yang diperoleh sebagai hasil perhitungan statistik diinterpretasikan secara deskriptif dalam pembahasan.

Karakteristik Responden.

Karakteristik responden yang dianalisis meliputi jenis kelamin, bidang ilmu serta jenis media yang diakses. Hal ini untuk menggambarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa karakteristik responden yang terdiri atas jenis kelamin, bidang keilmuan dan jenis media yang diakses dianalisis menggunakan distribusi frekuensi dan persentase

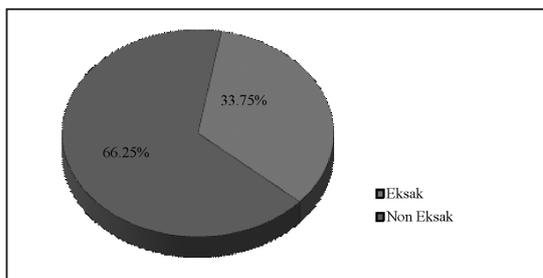
secara lengkap disajikan seperti pada diagram pie berikut.



Gambar 2. Jenis Kelamin Responden

Responden berjenis kelamin laki-laki lebih banyak dibandingkan perempuan, hal ini sesuai dengan dengan komposisi jumlah populasi, responden yang ditemui ketika proses pengumpulan data dilakukan menggunakan *accidental sampling* serta sajian infografis edisi piala dunia, angka dan statistik. Walaupun tidak sedikit kaum perempuan yang senang dengan kompetisi sepak bola piala dunia namun hasil penelitian ini memberikan gambaran bahwa jumlah responden laki laki lebih menyukai sepak bola piala dunia dibandingkan perempuan.

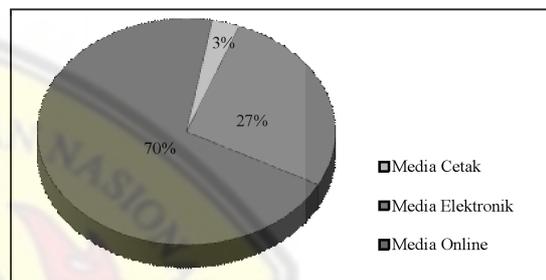
Analisis data karakteristik bidang keilmuan responden yang terdiri atas eksak dan non eksak menunjukkan komposisi responden bahwa mahasiswa bidang non eksakta lebih banyak yang mengisi kuesioner, hal ini terkait dengan jadwal perkuliahan mahasiswa eksakta lebih padat dari mahasiswa non eksakta karena jadwal praktikum. Oleh karena proses penyebaran kuisioner dilakukan di kampus kampus pada saat perkuliahan maka yang banyak ditemui mahasiswa non eksakta yang kebetulan sedang tidak ada perkuliahan di kelas.



Gambar 3. Bidang Ilmu Responden

Media yang diakses menjadi salah satu karakteristik responden yang akan di analisis secara tabel silang, hal ini sekaligus akan membuktikan gambaran faktual dari hasil survey sebelumnya

yang dilakukan oleh media bahwa akses media konvensional semakin menurun karena tergantikan oleh media online, artinya masyarakat sekarang dalam mengakses media tidak terbatas oleh ruang dan waktu, dimanapun, kapanpun dan siapapun seluruh kalangan apalagi mahasiswa sudah sangat ketergantungan terhadap media online. Hasil menunjukkan bahwa akses media online lebih dari dua kali akses media konvensional lain, sehingga tuntutan khalayak ke depan terhadap media online adalah bagaimana agar khalayak tetap mengakses mediana. Bentuk serta karakter sajian media menjadi penting dalam rangka merebut perhatian khalayak menuntut para awak media lebih profesional dan kreatif dalam menyajikan informasi secara visual



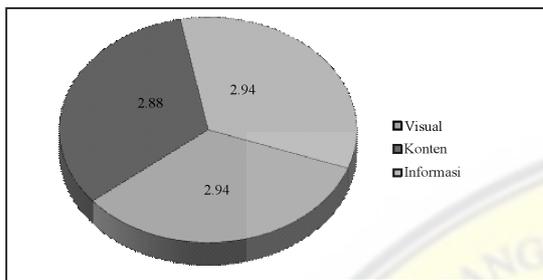
Gambar 4. Media yang diakses Responden

Efektifitas Infografis.

Efektifitas infografis diukur berdasarkan aspek visual, konten dan informasi. Visual merupakan tampilan infografis yang didukung dengan grafis (gambar) yang dibuat sedemikian rupa dengan kreativitas agar menjadi tampilan yang menarik, diukur menggunakan indikator penggunaan warna, grafis dan simbol. Konten merupakan pesan dalam infografis memuat kronologis waktu dan dikemas dengan sederhana dilengkapi data statistik untuk memudahkan pemahaman khalayak. Konten diukur berdasarkan indikator bingkai waktu dan statistik. Aspek informasi merupakan bagian terpenting dalam infografis, yang diukur berdasarkan indikator fakta-fakta dari sebuah berita yang ditampilkan pada infografis dan inti berita yaitu informasi utama atau terpenting dari sebuah berita secara singkat agar lebih menghemat waktu dalam membacanya.

Analisis efektifitas infografis menggunakan statistik deskriptif skor rata rata jawaban responden terhadap setiap indikator yang ditanyakan kepada responden dalam kuesioner. Skor rata rata yang diperoleh dari efektifitas infografis sedikit lebih rendah dibandingkan dengan skor rata rata aspek

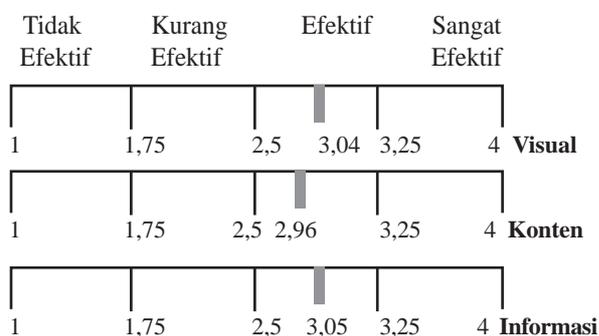
visual dan informasi. Hal ini karena skor rata rata untuk aspek konten lebih rendah dari kedua aspek tersebut sehingga berkontribusi terhadap skor rata rata efektifitas infografis secara keseluruhan. Aspek visual dan informasi memiliki skor rata rata lebih besar dari efektifitas infografis dan konten karena sebagian besar responden menjawab setuju bahwa warna dan angka memberikan pemahaman informasi secara kognitif, afektif dan konatif. Sementara sebagian besar responden menjawab sangat setuju terhadap pernyataan bahwa visualisasi grafis memberikan pemahaman informasi secara kognitif, afektif dan konatif.



Gambar 5. Skor rata rata efektifitas infografis

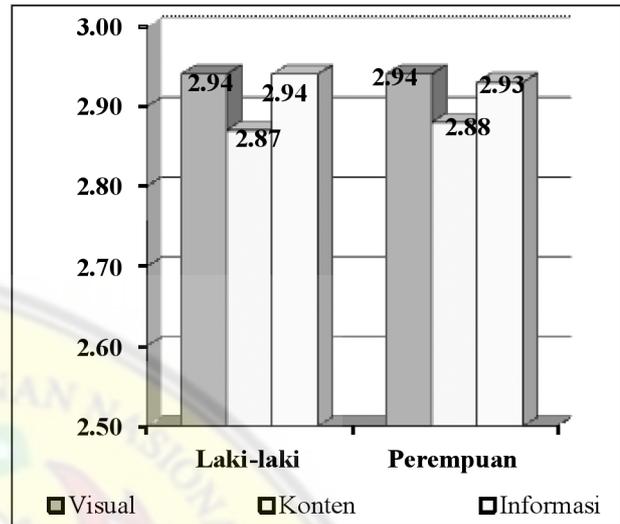
Pada aspek konten, sebagian besar responden setuju dengan kronologis waktu serta data statistik dapat memudahkan pemahaman informasi secara kognitif, afektif dan konatif, namun terdapat sebagian responden yang tidak setuju pada pernyataan yang tersebut sehingga skor rata rata yang diperoleh lebih rendah dari kedua aspek yang lainnya. Begitu pula dengan aspek informasi menghasilkan skor rata rata sama dengan aspek visual, karena pernyataan responden sebagian besar setuju dengan fakta dan inti berita sebagai aspek yang memudahkan pemahaman informasi secara kognitif, afektif dan konatif.

Untuk lebih jelas pemetaan hasil efektifitas infografis dapat digambarkan dengan garis kontinum sehingga diketahui posisi efektif dari skor rata rata tersebut di bawah ini.



Dengan memperhatikan konsep faktor psikologis yang dapat memengaruhi proses membaca, analisis tabulasi silang dilakukan berdasarkan karakter yang telah dianalisis secara deskriptif yaitu jenis kelamin, bidang pendidikan dan jenis media yang diakses yang disajikan dalam histogram sebagai berikut.

Efektifitas infografis berdasarkan jenis kelamin



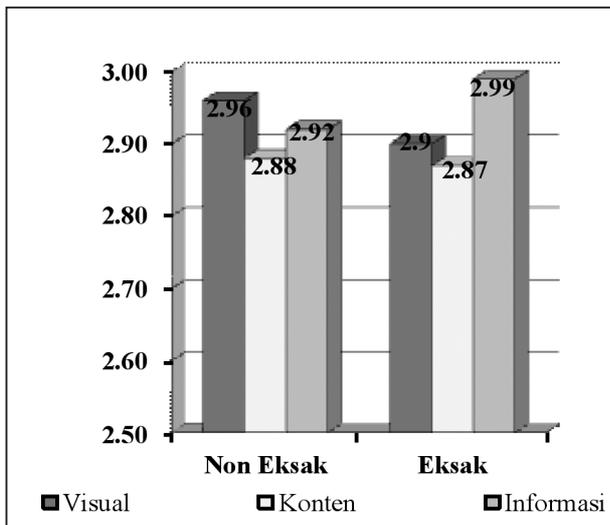
Gambar 6. Efektifitas infografis berdasarkan jenis kelamin

Hasil tabulasi silang menunjukkan bahwa skor rata rata efektifitas infografis antara responden laki laki tidak ada perbedaan, artinya terdapat jawaban yang sama dalam memahami infografis baik secara visual, konten maupun informasi.

Efektifitas infografis berdasarkan Bidang Ilmu

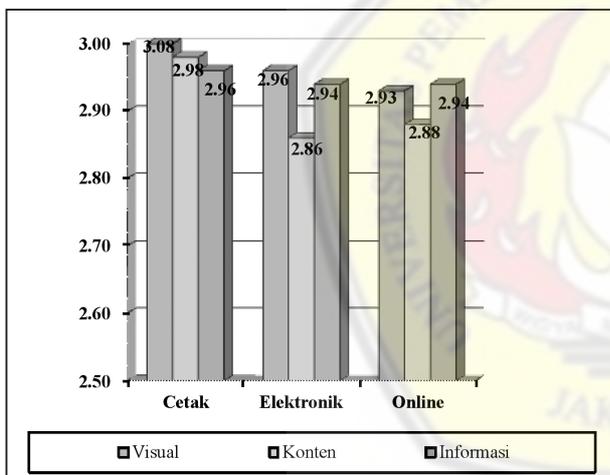
Pemahaman infografis sebagai informasi di kalangan mahasiswa berdasarkan bidang ilmu eksakta dan non eksakta diperoleh hasil seperti pada gambar 6. Hasil menunjukkan bahwa efektifitas infografis memiliki skor rata rata lebih tinggi pada mahasiswa eksakta dibandingkan dengan mahasiswa non eksakta. Hal ini karena mahasiswa eksakta terbiasa dengan materi yang sedikit verbalnya tetapi lebih banyak menggunakan symbol, garis dan grafis dibandingkan dengan yang non eksakta. Hal ini memberikan pemahaman bahwa kebiasaan dalam proses pembelajaran dapat memengaruhi pemaknaan informasi yang diakses, sehingga mahasiswa non eksakta lebih terbiasa membaca secara verbal dibandingkan infografis. Meskipun infografis secara materi lebih dipahami oleh mahasiswa komunikasi yang juga merupakan

sebagian dari responden yang disurvei, tetapi hasilnya lebih efektif untuk mahasiswa eksakta.



Gambar 7. Efektifitas infografis berdasarkan bidang ilmu

Efektifitas infografis berdasarkan media yang diakses



Gambar 8. Efektifitas infografis berdasarkan media yang diakses

Perbedaan efektifitas infografis berdasarkan akses media terlihat antara media cetak berbanding media elektronik dan online yang memiliki skor rata rata lebih besar baik secara visual, konten maupun informasi, sedangkan antar media elektronik dan media online tidak terdapat perbedaan. Hal ini berhubungan dengan keterbatasan ruang dan waktu terutama pada media cetak sehingga khalayak menyatakan infografis lebih efektif apabila terdapat di media cetak, sedangkan di media elektronik maupun media online khalayak sudah mengakses secara visualisasi

yang lebih bervariasi sehingga infografis menjadi tidak terlalu berbeda dengan visualisasi verbal.

SIMPULAN

Infografis efektif dalam memberikan pemahaman informasi kepada khalayak serta memiliki rata rata skor lebih tinggi berdasarkan karakteristik khalayak bidang ilmu dan media yang diakses, tetapi tidak memiliki perbedaan efektifitas diantara khalayak berdasarkan jenis kelamin. Perbedaan efektifitas infografis pada media yang konvensional memiliki skor rata rata lebih tinggi dibandingkan media elektronik dan online menjadi menarik untuk didalami pada penelitian lanjutan terhadap aspek visualisani, konten maupun informasi pesannya.

DAFTAR PUSTAKA

Allen, E.D. and Vallete, R.M. 1977. *Classroom Teqniques for Languages and English as Second Language*. New York: Harcourt Brace Javanovich, Inc.

Ardianto, Elvinaro, Yukiati Komala, dan Siti Karlinah. *Komunikasi Massa; Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media

Baran, J. Stanley, dan Davis. 2010. *Teori Komunikasi Massa; Dasar, Pergolakan, dan Masa Depan*. Jakarta: Salemba Humanika

Djuraid, Husnun . 2009. *Panduan Menulis Berita*. Malang: UMM Press.

Effendy, Onong Uchjana. 2007. *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*. Bandung : PT. Citra Aditya Bakti.

Ginting, V. 2005. "Penguatan Membaca, Fasilitas Lingkungan Sekolah dan Keterampilan Dasar Membaca Bahasa Indonesia serta Minat Baca Murid". *Jurnal Pendidikan Penabur*, No. 04/Th. IV/ Juli, h.17-35.

Glasgow, Dale. 1994. *Information Illustration*. Addison-Wesley: Publishing Company.

Hermawan, Herry. 2012. *Menyimak; Keterampilan Komunikasi Yang Terabaikan*. Yogyakarta: Graha Ilmu

- Jewler, A. Jerome., dan Drewniany Bonnie, L. 2001. *Creative Strategy in Advertising*. USA: Wadsworth Thomson Learning, 10 Davis Drive Belmont. pada 7 April 2014, pukul 10:30)
<http://korporat.tempo.co/produk/4/tempo.co> (diakses pada 7 April 2014, pukul 11:00)
- Mulyana, Deddy. 2008. *Ilmu Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya <http://www.wisegeek.org/what-is-infographics.htm> (diakses pada 10 April 2014, pukul 12:00)
- Nurudin. 2013. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PR Raja Grafindo Persada <http://spyrestudios.com/an-inspirational-showcase-thatll-change-how-you-display-data/> (diakses pada 6 Mei 2014, pukul 07:55)
- Racine, Ned. 2002. *Visual Communication: Understanding Maps, Charts, Diagrams, and Schematics*. New York: LearningExpress
- Santana, Septiawan K. 2005. *Jurnalisme Kontemporer*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia
- Sedarmayanti. 2009. *Sumber Daya Manusia Dan Produktivitas Kerja*. Bandung: Mandar Maju.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sumadiria, Haris. 2011. *JURNALISTIK INDONESIA; Menulis Berita dan feature; Panduan Praktis Jurnalis Prfofesional*. Bandung: Simbiosia Rekatama Media
- _____. 2006. *Jurnalistik Indonesia Menulis Berita dan Feature*. Bandung : Simbiosia Rekatama Media :2006
- Syamsul, Asep. 2012. *Jurnalistik Online; Panduan Praktis Mengelola Media Online*. Bandung: Nuansa cendekia
- Wicandra, Obed. "Peran Infografis pada Media Massa Cetak". *Jurnal Nirmana*/2006/Vol. 8/No.1 (jurnal online); <http://cpanel.petra.ac.id/ejournal/index.php/dkv/article/download/16670/16662>
- Willing Barus, Sedia. 2010. *Jurnalistik; Petunjuk Teknis Menulis Berita*: Penerbit Erlangga
- Yuliantanti, Ana. 2008. *Bekerja Sebagai Desainer Grafis*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- <http://www.alex.com/siteinfo/tempo.co> (diakses