

**PENGEMASAN BERITA ONLINE MELALUI INFOGRAFIS DI
AKUN INSTAGRAM @indonesiabaik.id**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Tugas Akhir dan Melengkapi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1)
dalam ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam



Oleh :

MUNASIROH
NIM. 3418052

**JURUSAN KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
2022**

**PENGEMASAN BERITA ONLINE MELALUI INFOGRAFIS DI
AKUN INSTAGRAM @indonesiabaik.id**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Tugas Akhir dan Melengkapi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1)
dalam ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam



Oleh :

MUNASIROH

NIM. 3418052

**JURUSAN KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
2022**

PERNYATAAN KEASLIAN

Mahasiswa yang bertanda Tangan di bawah ini :

Nama : Munasiroh

Nim : 3418052

Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas : Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah

Judul : Pengemasan Berita Online Melalui Infografis Di Akun Instagram
@indonesiabaik.id

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini merupakan karya asli milik saya sendiri dan sebelumnya tidak ada karya yang di ajukan antara lain guna memperoleh gelar sarjana strata satu perguruan tinggi lembaga pendidikan lain di dalamnya, karya tulis pengetahuan yang didapat berasal dari publikasi dan sumber yang tidak atau belum diterbitkan berasal dari tulisan dan daftar pustaka.

Pekalongan, 12 Juli 2022

Penulis,



Munasiroh
NIM. 3418052

NOTA PEMBIMBING

M. Rikzam Kamal, M.Kom

Bligo RT 08 RW 03 Kecamatan Buaran, Kabupaten Pekalongan

Lamp : 4 (empat) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdr. Munasiroh

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah

c.q Ketua Jurusan komunikasi dan Penyiaran Islam

di- PEKALONGAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini kami kirimkan naskah skripsi saudara :

Nama : Munasiroh

Nim : 3418052

Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam


Judul : Pengemasan Berita Online Melalui Infografis Di Akun Instagram
@indonesiabaik.Id

Dengan ini saya mohon agar skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqosahkan. Demikian harap menjadi perhatian dan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 12 Juli 2022

Pembimbing,



M. Rikzam Kamal, M.Kom

NIP. 198812312019031011



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH**

Jalan Pahlawan KM.5 Rowolaku Kajej Kab. Pekalongan Kode Pos 51161
Website: www.fuad.iainpekalongan.ac.id email: fuad@iainpekalongan.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri Pekalongan mengesahkan skripsi saudara/i:

Nama : **MUNASIROH**
NIM : **3418052**
Judul Skripsi : **PENGEMASAN BERITA ONLINE MELALUI INFOGRAFIS DI AKUN INSTAGRAM @indonesiabaik.id**

yang telah diujikan pada hari Jum'at, 15 Juli 2022 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) dalam Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Dewan Penguji

Penguji I

Vyki Mazaya, M.S.I
NIP. 199001312018012002

Penguji II

Hanif Ardiansyah, M.M
NIP. 199106262019031010

Pekalongan, 15 Juli 2022

Disahkan Oleh

Dekan



Dr. H. Sam'ani, M.Ag
NIP. 197305051999031002

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB – INDONESIA

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan buku ini adalah hasil Putusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia No.158 tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 0543b/U/1987. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap ke dalam bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang sudah diserap ke dalam bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam kamus linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut.

1. Konsonan

Fonem-fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasi dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak Dilambangkan	Tidak Dilambangkan
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te

ث	Sa'	Ṣ	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ح	Ha'	Ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha'	Kh	Ka dan Ha
د	Dal	D	De
ذ	Zai	Ẓ	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra'	R	Es
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan Ye
ص	Sad	Ṣ	Es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	Ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	Ta	Ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	Ẓ	Zet (dengan titik di atas)

			bawah)
ع	'Ayn	'	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	'el
م	Mim	M	'em
ن	Nun	N	'en
و	Wau	W	W
Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ه	Ha'	H	Ha
ء	Hamza h	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

B. Vokal tunggal	Vokal rangkap	Vokal panjang
ا = a = i	يا = ai او = au	آ = ā إي = ī

أ = u		او = ū
-------	--	--------

3. Ta Marbutah

Ta marbutah hidup dilambangkan

dengan /t/ Contoh:

جميلة =

mar'atun

jamīlah

Ta marbutah hidup dilambangkan

dengan /h/ Contoh:

فاطمة = fātimah

4. Syaddad (tasydid, geminasi)

Tanda geminasi dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddad tersebut.

Contoh:

ربنا = rabbanā

البر = al-birr

5. Kata sandang (artikel)

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf syamsiyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

Contoh:

الشمس = asy-syamsu

الرجل = ar-rajulu

السيدة = as-sayyidah

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf qamariyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /l/ diikuti terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

القمر =al-qamar

البيدع =al-badī'

الجالا =al-jalāl

6. Huruf Hamzah

Hamzah yang berada di awal kata tidak ditransliterasikan. Akan tetapi, jika hamzah tersebut berada di tengah kata atau di akhir kata, huruf hamzah itu ditransliterasikan dengan apostrof / ' /.

Contoh:

أمرت = umirtu

شيء = syai'un

PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan nikmat, kesehatan, kelancaran, dan kemudahan dalam penulisan skripsi ini. Sholawat serta salam tetap tercurahkan kepada Nabi Agung Muhammad SAW. Saya persembahkan karya ini untuk orang-orang yang selalu mendo'akan dan memberikan motivasi dan mendampingi peneliti :

1. Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan kesempatan hidup sampai sekarang. Terima kasih atas segala nikmat yang engkau berikan dan atas ridho-Mu, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar.
2. Kedua orang tua saya tercinta, Bapak Kusnan dan Ibu Sumirah serta kakak-kakak saya tercinta, yang senantiasa selalu memberikan do'a dan dukungan.
3. Terima kasih kepada bapak Muhammad Rikzam Kamal, M.kom, selaku dosen pembimbing skripsi. Terima kasih atas bimbingan dan koreksiannya skripsi saya.
4. Sahabat-sahabat saya, Enok Sugiyanti Dewi, Rahmaniah Dewi, Indah Tri Mulyani, Laeli Khadziqoh, Melati Prasetia Dewi, dan Ika Susiana yang senantiasa menemani, membantu, dan memberikan semangat saat penyusunan skripsi.
5. Keluarga besar Jurusan KPI angkatan 2018, teman HMJ, teman KKN tematik angkatan 52, Khususnya kelompok 06 yang telah memberikan pengalaman berharga, dan bertambahnya silaturahmi.

6. Terima kasih untuk semua pihak yang sudah membantu dalam penelitian saya, terutama tim redaksi @indonesiabaik.id dan teman-teman yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Semoga skripsi ini dapat membawa manfaat bagi peneliti dan pembaca.

MOTO

“Yakinlah, ada sesuatu yang menantimu setelah sekian banyak kesabaran (yang kau jalani), yang akan membuatmu terpana hingga kau lupa betapa pedihnya rasa sakit”

Ali bin Abi Thalib

ABSTRAK

Munasiroh, (3418052). 2022. “Pengemasan Berita Online Melalui Infografis Di Akun Instagram @indonesiabaik.id. Skripsi Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan. Pembimbing: M. Rikzam Kamal, M.Kom.

Kata kunci: Infografis, Media Sosial Instagram, Pengemasan Berita

Era internet menghadirkan berbagai kemudahan dalam mendapatkan informasi atau berita. Namun, adanya kemudahan dalam mendapatkan informasi atau berita ini, minat baca di Indonesia kian menurun. Menurut UNESCO, minat baca masyarakat Indonesia hanya 0,001 persen. Selain itu, hadirnya internet juga membuka ruang lebar bagi masyarakat untuk menyebarkan informasi maupun berita bohong (hoax). Sehingga dampak dari beredarnya berita hoax itu yaitu terjadinya kehebohan ditengah masyarakat, ketidakpastian informasi, dan menciptakan ketakutan massa. Oleh karena itu, Kementerian Komunikasi dan Informasi (Kominfo) meluncurkan situs yang bernama indonesiabaik.id. Situs ini berisikan berbagai macam informasi atau berita berdasarkan fakta dan data yang disampaikan melalui media sosial Instagramnya yaitu @indonesiabaik.id dengan pengemasan kekinian yaitu menggunakan infografis.

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah yang dikaji adalah bagaimana proses pengemasan berita online melalui infografis di akun Instagram @indonesiabaik.id? Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana proses pengemasan berita online melalui infografis di akun Instagram @indonesiabaik.id.

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif yang bersifat kualitatif, dengan teknik pengumpulan data melalui teknik wawancara mendalam dan teknik dokumentasi. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori Perencanaan Charles Berger yang menjelaskan tentang proses oleh individu atau lembaga dalam merencanakan perilaku komunikasi.

Hasil penelitian yang didapat dalam penelitian ini bahwa proses pengemasan berita melalui infografis di akun @indonesiabaik.id terdiri dari tiga tahapan yaitu pra produksi, produksi, pasca produksi dan evaluasi. Pra produksi yaitu mengadakan rapat perencanaan untuk menentukan topik atau isu, melakukan riset terhadap berita atau informasi serta membahas langkah-langkah produksi. Produksi yaitu gagasan yang terdapat pada praproduksi direalisasikan secara nyata meliputi membuat poin-poin berita, kemudian divisualisasikan kedalam grafis. Pasca produksi dan evaluasi yaitu melakukan *review* seperti cek kesesuaian grafis, validitas sumber data dan lain-lain kemudian didistribusikan ke media sosial Instagram, dan melakukan evaluasi.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah robbil ‘alamin, puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, karena atas kemurahan-Nya yang telah memberikan kemudahan, karunia, ketabahan, kesabaran, semangat kepada penulis sehingga hati dan tangan ini dibimbing untuk dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam penulis haturkan kepada suri tauladan kita Rasulullah Muhammad SAW. Semoga kita semua termasuk sebagai umat beliau yang selalu dirindukan dan mendapatkan syafa’at nya pada hari kiamat kelak.

Beratnya tantangan dan kesulitan tetap harus dihadapi dan diselesaikan dengan hati yang lapang, di mana pada akhirnya skripsi yang berjudul “Pengemasan Berita Online Melalui Infografis Di Akun Instagram @indonesiabaik.id”. Dalam hal ini penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah berjasa dan membantu dalam penulisan skripsi ini sehingga skripsi ini dapat terselesaikan, antara lain yang terhormat:

1. Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan Bapak Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M. Ag., Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga Bapak Prof. Dr. H. Maghruf, M.Ag., Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan Bapak Dr. H. Moh. Muhlisin Ph.D., dan wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama

Dr. H. Muhlisin, M.Ag yang telah memberikan kesempatan kepada peneliti untuk belajar dan menggali ilmu di kampus IAIN Pekalongan.

2. Dekan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah IAIN Pekalongan Bapak Dr. KH. Sam'ani, M. Ag., yang telah memberikan kesempatan kepada peneliti untuk belajar di Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah IAIN Pekalongan.
3. Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Pekalongan Ibu Vyki Mazaya, M.S.I, yang telah memberikan motivasi, nasehat, meluangkan waktunya, serta telah memberi kesempatan peneliti bisa belajar, menyelesaikan skripsi dan wisuda.
4. Pembimbing M. Rikzam Kamal, M.Kom, terima kasih atas kerjasamanya telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran, maupun dukungan kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi.
5. Ibu Dr. Tri Astutik Haryati, M.Ag selaku dosen wali saya selama belajar di bangku perkuliahan yang sudah memberikan bimbingan serta motivasi.
6. Dosen-dosen Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam atau yang pernah menyampaikan ilmunya, semoga ilmunya bermanfaat dan staf karyawan beserta staf akademik Fakultas IAIN Pekalongan terimakasih atas bantuan dan pelayanannya mengurus urusan bagi mahasiswa hingga selesai perkuliahan.

Semoga kebaikan dan bantuan yang diberikan mendapat balasan dari Allah SWT. Mudah-mudahan skripsi ini dapat memberikan makna dan manfaat bagi semua pihak.

Pemalang, 12 Juni 2022

Penulis,



Munasiroh
NIM. 3418052

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	v
PERSEMBAHAN.....	x
MOTO	xii
ABSTRAK.....	xiii
KATA PENGANTAR.....	xiv
DAFTAR ISI.....	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xx
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
E. Tinjauan Pustaka	6
1. Kajian Teori.....	6
2. Penelitian yang relevan.....	13
F. Kerangka berpikir.....	16
G. Metode Penelitian	17

H. Sistematika Penulisan	22
BAB II. KAJIAN TEORITIS BERITA <i>ONLINE</i>, INFOGRAFIS, INSTAGRAM, TEORI PERENCANAAN CHARLES BERGER	
A. Deskripsi Teori	23
1. Berita <i>Online</i>	23
2. Infografis.....	31
3. Instagram	37
4. Teori Perencanaan Charles Berger	40
BAB III. GAMBARAN UMUM AKUN INSTAGRAM @INDONESIABAIK.ID DAN HASIL PENELITIAN	
A. Profil Akun Instagram @indonesiabaik.id	44
1. Sejarah Akun Instagram @indonesiabaik.id	44
2. Visi dan Misi	45
3. Profil @indonesiabaik.id.....	46
4. Struktur Tim @indonesiabaik.id	47
5. Macam-macam Konten @indonesiabaik.id	48
6. Penggunaan Infografis Oleh @indonesiabaik.id.....	50
B. Pengemasan Berita Online Melalui Infografis Di Akun Instagram @indonesiabaik.id	52
BAB IV. ANALISIS PENGEMASAN BERITA ONLINE MELALUI INFOGRAFIS DI AKUN INSTAGRAM @INDONESIABAIK.ID	
A. Analisis Proses Pengemasan Berita Online Melalui Infografis Di Akun Instagram @indonesiabaik.id	62

BAB V. PENUTUP

A. Kesimpulan 72

B. Saran 74

DAFTAR PUSTAKA 75

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Contoh Infografis @indonesiabaik.id	3
Gambar 1. 2 Kerangka Berpikir.....	17
Gambar 2. 1 Contoh Infografis @indonesiabaik.id	32
Gambar 2. 2 Contoh Infografis @indonesiabaik.id	33
Gambar 3. 1 Peluncuran indonesiabaik.id oleh Menkomin.....	46
Gambar 3. 2 Struktur Redaksi Media indonesiabaik.id	47
Gambar 3. 3 Berita Dalam Bentuk Framing Mentah.....	56
Gambar 3. 4 Proses Poin-poin Intisari.....	56
Gambar 3. 5 Perancangan Desain.....	58
Gambar 3. 6 Eksekusi Desain.....	58
Gambar 3. 7 Kelompok Umur Pengguna Medsos di Indonesia	60

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Dokumentasi
- Lampiran 2 Transkrip Wawancara
- Lampiran 3 Surat Permohonan Ijin Penelitian
- Lampiran 4 Surat Turnitin
- Lampiran 5 Lembar Pemeriksaan Skripsi
- Lampiran 6 Daftar Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Era internet mampu menghadirkan berbagai kemudahan dalam mendapatkan informasi maupun berita. Hasil survey yang dilakukan APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) pada 2020, pengguna internet di Indonesia mencapai 196,7 juta atau 73,7% dari total penduduk.¹ Adanya kemudahan dalam mendapatkan informasi maupun berita ini, minat baca buku di Indonesia pun kian menurun. Menurut UNESCO (*United Nasional Education, Scientific, and Cultural Organization*) menyebutkan bahwasannya minat baca masyarakat Indonesia hanya 0,001 persen. Maksudnya dari 1.000 orang Indonesia hanya 1 orang yang gemar membaca. Hal ini menjadikan Indonesia menempati posisi ke-62 dari 70 negara atau berada di 10 negara terbawah.²

Selain itu, kehadiran internet membuka ruang lebar bagi masyarakat untuk menyebarkan informasi maupun berita bohong (hoax). Menurut hasil survey Katadata Insight Center (KIC) dan Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) menunjukkan bahwasannya masih terdapat masyarakat yang menyebarkan informasi hoax atau bohong. Sebanyak 11,9% mengakui

¹<https://blog.apjii.or.id/index.php/2020/11/09/siaran-pers-penggunainternet-indonesia-hampir-tembus-200-juta-di-2019-q2-2020/> (diakses pada 25 Februsri 2022 pukul 11:10 WIB)

²<https://portalbandungtimur.pikiran-rakyat.com/pendidikan/pr-941922838/miris-minat-baca-di-indonesia-menurut-unesco-hanya-0001-persen> (diakses pada 23 Februari 2022 pukul 11:18 WIB)

telah menyebarkan berita bohong pada 2021.³ Sehingga dampak dari beredarnya berita hoax itu yaitu terjadinya kehebohan ditengah masyarakat, ketidakpastian informasi, dan menciptakan ketakutan massa.⁴ Sebagaimana dalam firman Allah dalam Qs. An-nur ayat 11

إِنَّ الَّذِينَ جَاءُوا بِالْإِفْكِ عُصْبَةٌ مِّنْكُمْ لَا تَحْسَبُوهُ شَرًّا لَّكُم بَلْ هُوَ خَيْرٌ لَّكُمْ لِكُلِّ امْرِئٍ مِّنْهُمْ مَا اكْتَسَبَ مِنَ الْإِثْمِ وَالَّذِي تَوَلَّى كِبْرَهُ مِنْهُمْ لَهُ عَذَابٌ عَظِيمٌ

Artinya: “Sesungguhnya orang-orang yang membawa berita bohong itu adalah dari golongan kamu (juga). Janganlah kamu mengira berita itu buruk bagi kamu bahkan itu baik bagi kamu. Setiap orang dari mereka akan mendapat balasan dari dosa yang diperbuatnya. Dan barangsiapa di antara mereka yang mengambil bagian terbesar (dari dosa yang diperbuatnya), dia mendapat adzab yang besar (pula). (QS. al-Nur:11)”.

Derasnya informasi bohong ini membuat pemerintah khususnya Kementerian Komunikasi dan Informasi (Kominfo) meluncurkan situs yang bernama Indonesiabaik.id. Situs ini berisikan berbagai macam informasi positif tentang Indonesia yang dikemas secara kekinian sesuai dengan perkembangan zaman.⁵ Tidak hanya mempunyai media online Indonesiabaik.id juga mempunyai akun media sosial Instagram yaitu @indonesiabaik.id untuk menarik pembaca.

Media yang baru diluncurkan pada tahun 2017 ini memiliki pengikut sebanyak 383.000 pada tanggal 29 Mei 2022. @indonesiabaik.id merupakan salah satu media sosial yang memuat beragam macam jenis tema diantaranya

³<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/01/20/survei-riset-kic-masih-ada-119-publik-yang-menyebarkan-berita-bohong> (diakses pada 29 Mei 2022 pukul 20:05 WIB)

⁴ Ahmad Budiman, “Berita Bohong (Hoax) di Media Sosial dan Pembentukan Opini Publik”, Majalah Info Singkat, IX, No. 1 (2017), hlm 17 (diakses pada 29 Mei pukul 21:00 WIB)

⁵ https://kominfo.go.id/content/detail/9855/kominfo-luncurkan-indonesiabaikid/0/sorotan_media (diakses pada 29 Mei 2022 pukul 21:20 WIB)

tentang Indonesia, Informasi dan Edukasi Pelayanan Publik, Info Terkini, dan Pembangunan Indonesia. @indonesiabaik.id tidak hanya menampilkan informasi maupun berita dalam bentuk teks, gambar, atau video tetapi juga menampilkan dalam bentuk infografis. @indonesiabaik.id memiliki desain grafis yang fresh serta menggunakan bahasa yang santai.



Gambar 1.1 Contoh Infografis @indonesiabaik.id

Infografis dapat diartikan sebagai bentuk penyajian data dengan konsep visual yang terdiri dari teks dengan tambahan gambar-gambar ilustrasi yang menarik. Grafis yang digunakan dalam infografis mampu menampilkan suatu informasi yang rumit menjadi singkat dan jelas. Dalam infografis biasanya gambar atau ilustrasi informasi lebih mendominasi ketimbang teks karena gambar yang digunakan sudah mewakili segala informasi yang ingin disampaikan.⁶

⁶ [www.dinus.ac.id/ajar>INFOGRAFIS\(teori\)](http://www.dinus.ac.id/ajar/INFOGRAFIS(teori)) (diakses pada 30 Mei 2022 pukul 20:25 WIB)

Penelitian Arigia, Damayanti, dan Sani (2016) menunjukkan bahwasannya tampilan infografis membantu menarik perhatian dan pemahaman khalayak akan informasi khusus dan kompleks. Infografis dinilai mampu memaparkan secara artistik dan tidak terpaku hanya pada penggambaran hasil data dan memberikan visualisasi menyegarkan dari data yang bersifat sangat numeric serta visualisasi peristiwa atau fakta. Terutama bagi surat kabar, infografis berperan menghindari tata letak koran atau majalah yang menjenuhkan (Wicandra, 2006).

Penyajian informasi ataupun pesan yang dikemas dalam bentuk infografis masih sangat jarang digunakan oleh portal berita termasuk pada akun media sosialnya. Namun berbeda dengan akun @indonesiabaik.id menyajikan informasi atau berita yang dikemas dalam bentuk infografis. Hampir setiap hari akun ini menyajikan informasi yang dikemas dalam bentuk infografis sehingga memudahkan pembaca dalam memahami informasi tersebut. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terhadap **“Pengemasan Berita Online Melalui Infografis di Akun Instagram @indonesiabaik.id”**. Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat memberikan pengetahuan bagaimana mengemas berita online yang semenarik mungkin sehingga masyarakat akan tertarik untuk membaca berita maupun informasi.

B. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang akan peneliti bahas adalah bagaimana proses pengemasan berita online melalui infografis di akun Instagram @indonesiabaik.id?

C. Tujuan Penelitian

Terkait rumusan masalah yang telah dipaparkan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah dapat mengetahui proses pengemasan berita online melalui infografis di akun Instagram @indonesiabaik.id.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak, antara lain:

1) Manfaat Teoritis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi ilmu pengetahuan mengenai infografis terutama dalam bidang Komunikasi dan Penyiaran Islam dan penelitian ini juga diharapkan bisa menjadi bahan informasi bagi mahasiswa dan bahan referensi untuk penelitian di masa mendatang.

2) Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan memacu kreatifitas dalam penyajian jurnalistik visual khususnya infografis dalam menyampaikan pemberitaan atau informasi.

E. Tinjauan Pustaka

1. Kajian Teori

a. Berita *Online*

Berita berasal dari bahasa Sangsekerta yakni *vrit* yang dalam bahasa Inggris disebut dengan *write* yang artinya ada atau terjadi. Namun ada sebagian orang yang menyebutnya dengan *vritta* yang berarti kejadian. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia berita adalah laporan mengenai kejadian atau peristiwa yang hangat. Jadi berita dapat dikaitkan dengan peristiwa atau kejadian yang terjadi.

Sementara menurut William S. Maulsby menyatakan bahwa berita sebagai suatu penuturan secara benar dan tidak memihak dari fakta yang mempunyai arti penting dan baru terjadi yang dapat menarik pembaca surat kabar yang memuat berita tersebut.⁷ Jadi dapat disimpulkan berita adalah kejadian atau peristiwa yang terjadi secara benar dan disajikan melalui berbagai bentuk seperti bentuk cetak, siaran, internet dan lainnya.

Sedangkan berita *online* adalah laporan mengenai suatu peristiwa yang dikemas oleh media sebagai sarannya yang berisi mengenai sebuah peristiwa atau kejadian yang akan dipublikasikan berupa berita (*news*).⁸ Menurut Hall dalam bukunya *Online Journalism* menjelaskan bahwa berita online memiliki pengertian yaitu: “Berita *online* adalah jurnalisme seperti yang telah dipahami secara historisnya dikemas ulang atau muncul radikal bentuk.” (1992:4).⁹

⁷ Totok Djuroto. *Manajemen Penerbitan Pers*, (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2004), hlm 46-47

⁸ <http://repository.unpas.ac.id/12691/4/BAB%202.pdf> (diakses pada 12 Agustus 2022 pukul 20:38)

⁹ Ibid

Berdasarkan pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa berita *online* merupakan proses pengemasan ulang dalam sebuah berita yang melalui saluran berupa media online tanpa mengubah dari pengertian berita tersebut.

b. Infografis

Infografis berasal dari bahasa Inggris yakni *Infographisc* yang merupakan gabungan kata *information* dan *graphics*. Infografis mempunyai sejarah yang bervariasi dan telah berubah seiring waktu. Berdasarkan (Smicklas dikutip dalam Yuvaraj, 2017, p. 6) zaman dahulu yaitu sekitar 35.000 tahun yang lalu manusia sudah menceritakan suatu kisah dengan sebuah gambar jauh sebelum adanya penggunaan teks. Orang-orang itu menggunakan media seperti bebatuan atau dinding untuk saling berkomunikasi dengan yang lain dengan cara menggambar. Pada zaman modern, awalnya infografis lebih berperan dalam bidang matematika, ekonomi, dan ilmu pengetahuan, namun kini berperan juga dalam bidang media massa.¹⁰

Sekitar tahun 1960 - 1980-an infografis menjadi bagian dari berita harian, infografis dapat mengkomunikasikan ide-ide dan grafis yang sederhana serta menghibur. Menurut (Krum dikutip dalam Yuvaraj, 2017, p. 6) kecanggihan infografis saat ini meningkat infografis diterbitkan secara rutin oleh media online jurnalisme data dan digital

¹⁰ Mayank Yuvaraj, *Infographics : Tools for Designing Visualizing and Storytelling in Libraries*, (2017), hlm 6.

storytellers yang menggabungkan visualisasi dan narasi. Infografis sangat mudah dibagikan dan menarik sehingga sering digunakan sebagai sumber informasi maupun berita (Yuvaraj, 2017, p. 7).

c. Instagram

Instagram merupakan salah satu bentuk dari kemajuan internet dan termasuk dalam salah satu media sosial yang sangat digandrungi oleh masyarakat saat ini. Hal ini dapat dibuktikan dengan meningkatnya pengguna instagram setiap tahunnya. Terhitung pada Januari 2022 lalu, jumlah pengguna aktif Instagram Indonesia sekitar 99,1 juta orang.¹¹

Instagram berasal dari kata “insta” dan “gram”. Kata “instan” seperti kamera *polaroid* yang pada masanya lebih dikenal dengan sebutan “foto instan”. Instagram juga dapat menampilkan foto-foto secara instan, seperti *polaroid* di dalam tampilannya. Sedangkan untuk kata “gram” berasal dari kata “telegram” dimana cara kerja telegram sendiri adalah untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Sama halnya dengan Instagram yang dapat mengunggah foto dengan cepat menggunakan jaringan internet.¹²

Instagram juga merupakan salah satu pendorong berkembangnya di bidang industri pemasaran. Ada banyak wirausaha yang memanfaatkan Instagram sebagai media promosi. Selain itu, Instagram tidak hanya

¹¹<https://goodstats.id/article/seberapa-besar-the-power-of-netizen-indonesia-di-Instagram-ktfX4> (diakses pada 31 Mei 2022 pukul 21:44 WIB)

¹² Bimo Mahendra, Eksistensi Sosial Remaja Dalam Instagram (Sebuah Perspektif Komunikasi), Jurnal Visi Komunikasi, Vol. 16 No. 01 Mei 2017, hlm. 155 (DOI: <http://dx.doi.org/10.22441/jvk.v16i1.1649> diakses pada 31 Mei 2022 pukul 21:50 WIB)

digunakan sebagai media promosi tetapi juga dapat digunakan sebagai media penyampaian informasi maupun berita. Salah satu akun yang menyajikan informasi atau berita adalah akun @indonesiabaik.id.

d. Teori Perencanaan Charles Berger

Teori perencanaan Charles Berger adalah salah satu dari model penyusunan pesan. Dalam penyusunan pesan menggambarkan tentang sebuah peristiwa komunikasi terjadi secara kompleks, dimana pesan yang akan disampaikan benar-benar disusun sebaik mungkin yang disesuaikan dengan maksud pelaku komunikasi dalam realita yang dihadapi. Teori perencanaan Charles Berger adalah teori yang menjelaskan tentang proses oleh individu atau lembaga dalam merencanakan perilaku komunikasi. Menurut Charles Berger mengatakan bahwa “teori perencanaan dikembangkan sebagai jawaban atas gagasan bahwa komunikasi merupakan proses mencapai tujuan. Manusia tidak terlibat dalam kegiatan komunikasi hanya karena mereka memang melakukannya, mereka berkomunikasi untuk memenuhi tujuan. Rencana-rencana memberikan panduan penting dalam menyusun dan menyebarkan pesan-pesan untuk mencapai tujuan. Rencana pesan yang memungkinkan pelaku komunikasi mencapai tujuan lebih banyak dan lebih efisien, sehingga kompetensi komunikasi sangat bergantung pada kualitas rencana pesan individu.”¹³

¹³ Stephen W Littlejohn dan Karen A. Foss, *Teori Komunikasi Theories of Human Communion*, Jakarta : Penerbit Salemba Humanika. 2009, hlm 184-185.

Teori ini memberikan penjelasan tentang bagaimana pesan itu dibuat dan direncanakan sedemikian rupa. Perencanaan merupakan proses berpikir atas rencana aksi karena komunikasi sangat dibutuhkan untuk mencapai tujuan. Teori yang berlandaskan kepada psikologi sosial ini menjelaskan tentang proses komunikasi yaitu proses membuat pesan dan memahami pesan. Rencana komunikasi merupakan representasi dari rangkaian tindakan mencapai tujuan. Sedangkan perencanaan merupakan proses memikirkan berbagai macam tindakan.

Perencanaan pesan merupakan perhatian utama karena komunikasi sangat penting dalam mencapai suatu tujuan. Banyak tujuan yang sebenarnya merupakan bagian dari proses perencanaan ini. Tujuan yang menjadi bagian dari proses ini disebut juga dengan meta tujuan (metagoal) yang berfungsi untuk memandu berbagai rencana yang dibuat. Kekuatan tujuan mempengaruhi seberapa kompleksnya suatu rencana. Kompleksitas suatu rencana tersebut bergantung pada seberapa banyak pengetahuan tentang persuasi. Berger mengartikan hal ini sebagai pengetahuan dalam bidang khusus dan umum. Pengetahuan dalam bidang khusus ialah pengetahuan atau informasi tentang suatu topik. Sedangkan pengetahuan dalam bidang umum yakni bagaimana cara berkomunikasi.¹⁴

¹⁴ Ibid, hlm 186.

Adapun tahapan dalam teori perencanaan Charles Berger meliputi perencanaan pesan, penyebaran pesan, dan tujuan pesan.¹⁵

1) Perencanaan Pesan

Perencanaan pesan merupakan proses berpikir atas rencana aksi karena komunikasi sangat penting untuk mencapai tujuan, terutama dalam menyampaikan berita atau informasi kepada masyarakat tentu dibutuhkan suatu perencanaan pesan atau tahap pra produksi agar berita atau informasi tersebut dapat disampaikan dengan baik.

2) Penyebaran Pesan

Penyebaran pesan merupakan proses pengunggahan berita atau informasi yang pesannya telah direncanakan. Pesan yang telah direncanakan kemudian divisualisasikan ke dalam gambar dan tulisan agar pesan tersebut dapat dipahami oleh masyarakat. Proses ini disebut dengan produksi. Setelah divisualisasikan kemudian dipublikasikan atau disebarkan ke media sosial khususnya Instagram. Proses penyebaran ini disebut dengan proses pasca produksi.

3) Tujuan Pesan

Pesan yang sudah direncanakan dan disebarkan tentu mempunyai suatu tujuan. Hal ini dikarenakan tujuan menjadi bagian dari proses perencanaan yang berfungsi untuk memandu berbagai

¹⁵ Ibid

rencana yang dibuat. Tujuan dari pesan yang sudah direncanakan dan disebarakan yaitu untuk memberikan informasi atau berita kepada masyarakat dengan tampilan berbeda yakni dikemas dengan menggunakan infografis sehingga masyarakat akan lebih mudah dalam memahami suatu berita.

Dalam penelitian ini, peneliti mengambil teori perencanaan dimana teori tersebut merencanakan apa yang akan dilakukan demi sebuah tujuan yang diinginkan dan mengetahui manfaat sebuah proses memikirkan berbagai rencana tindakan.

2. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

- a. Puan Samisara Pohan Program Studi Jurnalistik tahun 2020 “Infografis Sebagai Bentuk Pengemasan Berita Era Jurnalisme Online (Analisis Infografis Tirto.id) dari UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisis isi. Adapun hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa berbagai tipe infografis dapat menyampaikan informasi dengan efektif. Keringkasannya yang ditawarkan infografis dapat menimbulkan mis-persepsi dan mis-interpretasi pada pembaca. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan penulis adalah sama-sama menggunakan penelitian kualitatif dan menggunakan media sosial instagram. Sedangkan perbedaannya terletak pada teori yang digunakan dan subjek penelitian.
- b. Dinda Maulinda Jurusan Ilmu Komunikasi Kosentrasi tahun 2021 yang berjudul “Penyajian Berita Dalam Media Online (Studi Kasus pada

Penggunaan Infografis Republika Online)” dari UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Adapun hasil dari penelitian tersebut yakni penggunaan infografis memiliki peran dalam menarik minat baca masyarakat karena berbentuk visual yang memadukan informasi dengan grafis yang sesuai sehingga orang akan lebih tertarik dan memudahkan masyarakat mencerna informasi yang kompleks dengan waktu yang cepat. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan penulis teliti adalah sama-sama menggunakan penelitian kualitatif. Sedangkan perbedaannya terletak pada fokus penelitiannya.

- c. Siti Mareta Salamah Program Studi Ilmu Jurnalistik tahun 2021 dengan judul “Kebijakan Redaksional Vice.com Dalam Penentuan dan Pengemasan Berita” UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan paradigma konstruktivisme. Adapun hasil dari penelitian tersebut yakni kebijakan redaksional Vice.com dalam penentuan pengemasan berita tidak lepas dari lima faktor hirarki pengaruh baik internal maupun eksternal. Persamaannya terletak pada sama-sama menggunakan penelitian kualitatif dan pengemasan berita. Sedangkan perbedaannya terletak pada fokus penelitiannya.
- d. Wijin Agustin Sasmita Program Studi Ilmu Komunikasi tahun 2019 berjudul “Strategi Redaksi Tirto.Id Dalam Penyajian Berita Di Media Online” UIN Sunan Ampel Surabaya. Penelitian ini menggunakan

penelitian deskriptif kualitatif. Adapun hasil dari penelitian tersebut yakni strategi Tirto.id dalam menyajikan berita di media online diantaranya kecepatan bukan utama dalam hal jurnalistik online melainkan pentingnya penerapan *cover both side*, kedalaman berita lebih penting daripada banyaknya jumlah perhari, dan iklan bukan target utama. Perbedaan dalam penelitian ini dengan penelitian yang akan penulis teliti mengenai teori yang digunakan dan fokus pada manajemennya. Penelitian tersebut menggunakan teori ekologi media dari Mc.Luhan sedangkan penelitian penulis menggunakan teori rencana Charles Berger. Adapun persamaan terletak pada jenis dan pendekatan yang digunakan dalam penelitian.

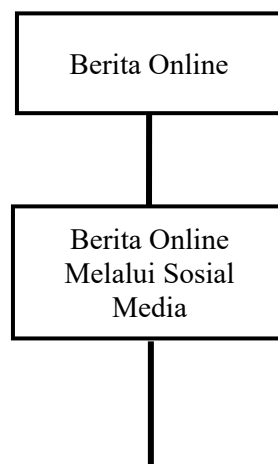
- e. Amalia Khaerani Program Studi Jurnalistik tahun 2021 dengan judul “Pengaruh Penyajian Berita Infografis Tirto.id Terhadap Kepuasan Pembaca (Survei Terhadap Mahasiswa Jurnalistik UIN Jakarta Angkatan 2014-2016)” dari UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. Penelitian tersebut menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei dan kuesioner sebagai instrument pengumpulan data. Hasil dari penelitian ini adalah infografis memiliki kemampuan untuk menyampaikan pesan yang efektif dan efisien. Keringkasan yang ditawarkan infografis dapat memberikan kepuasan pembaca dan juga dapat menarik pembaca. Perbedaannya terletak fokus penelitian dan pendekatan yang digunakan jika peneliti tersebut menggunakan pendekatan kuantitatif maka peneliti

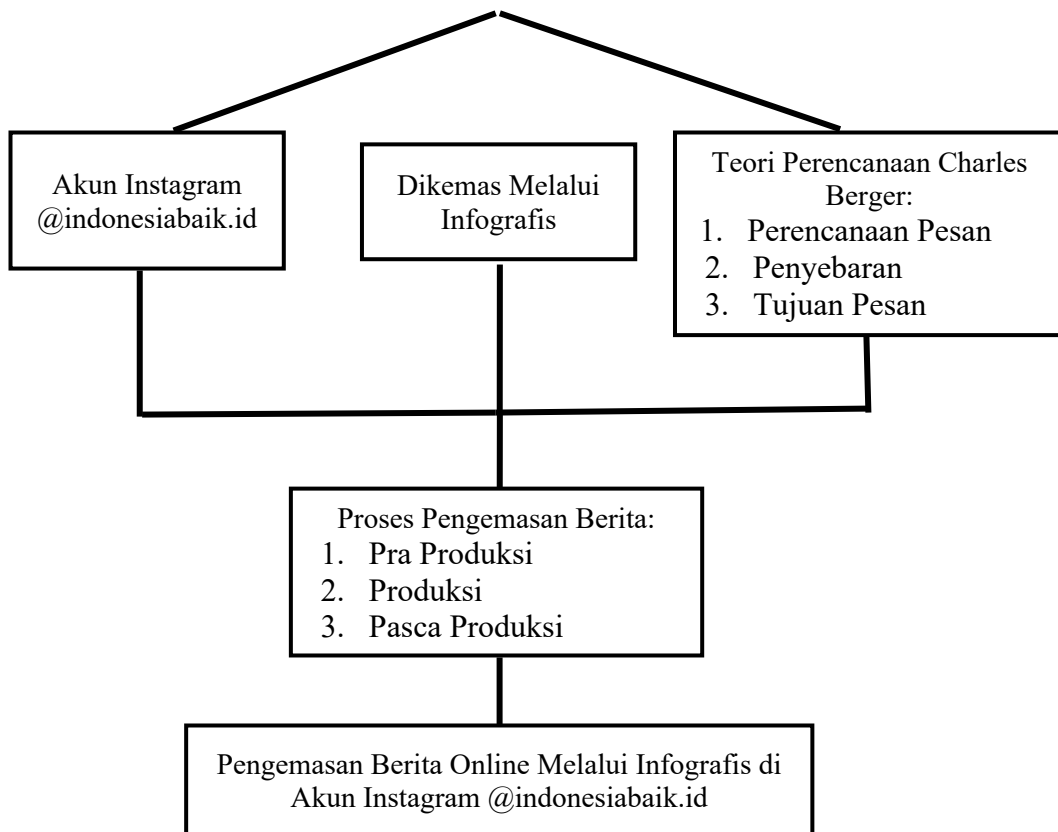
ini menggunakan penelitian kualitatif. Persamaannya adalah menyajikan berita yang menggunakan infografis.

F. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir adalah mendeskripsikan alur berpikir peneliti dalam melakukan penelitian. Kerangka berpikir terbentuk dari teori yang relevan dengan masalah yang diteliti berdasarkan teknik pengutipan yang benar. Adanya kerangka berpikir diharapkan dapat memberikan dasar pemikiran bagi peneliti serta landasan teori sebagai penguat peneliti. Dalam kerangka berpikir ini peneliti akan meneliti mengenai pengemasan berita online melalui infografis di akun Instagram @indonesiabaik.id.

Berikut tahapan alur kerangka berpikir:





Gambar 1.2 Kerangka Berpikir

G. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif yang bersifat kualitatif. Penggunaan pendekatan ini bertujuan untuk mendeskripsikan perilaku orang, peristiwa lapangan dan kegiatan-kegiatan tertentu secara mendalam. Penelitian deskripsi adalah suatu penelitian untuk menggambarkan suatu variabel yang berkaitan dengan masalah yang diteliti tanpa mempersoalkan hubungan antar variabel.¹⁶ Penulis mendeskripsikan data atau informasi dari wawancara mendalam terhadap subyek penelitian.

¹⁶ Sanapiah Faisal, *Format-format Penelitian Sosial* (Jakarta: Rajawali Press, 1992), hlm.18

Hasil wawancara yang berupa lisan maupun kata-kata tertulis dari subyek penelitian, kemudian penulis memberikan makna secara kritis terhadap realitas yang dibangun oleh subyek penelitian.¹⁷

Adapun jenis penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif.

Menurut Denzin dan Lincoln 1987 menyatakan bahwa penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menggunakan latar ilmiah dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan beragam metode yang ada.¹⁸ Jadi penelitian kualitatif ialah penelitian yang digunakan untuk memahami fenomena apa yang dialami oleh subyek penelitian seperti persepsi, tindakan maupun motivasi.

2. Sumber Data

Sumber data adalah subyek dari mana data diperoleh.¹⁹ Lefland menyatakan bahwa sumber data utama ialah kata-kata dan tindakan, selebihnya seperti sumber data tertulis, foto dan statistik merupakan sumber data tambahan sebagai penunjang maupun pelengkap sumber data utama.²⁰ Adapun sumber data dalam penelitian ini ada dua yakni sumber data primer dan sumber data sekunder.

a. Sumber Data Primer

¹⁷ Sutrisno Hadi, *Metodologi Research Jilid I-II* (Yogyakarta, Andi Offset, 1983), hlm.170.

¹⁸ Lexy. J Moleong. *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2009), hlm. 5

¹⁹ Suharsimi Arikumto, *Prosedur Penelitian; Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: Rineka Cipta, 1992), hlm. 102

²⁰ Noeng Muhajir, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Yogyakarta: Rake Sarasin, 1996), hlm.112

Data primer merupakan data yang diperoleh dari narasumber, dokumen, dan lain sebagainya.²¹ Yang menjadi sumber data primer adalah tim redaksi akun Instagram @indonesiabaik.id.

b. Sumber Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari sumber kedua atau informasi tambahan yang peneliti dapatkan seperti buku, berbagai jurnal atau bahan bacaan dari internet yang isinya menyangkut dengan judul penelitian.

3. Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data ialah langkah strategis dalam penelitian, karena pokok utama dalam penelitian yakni memperoleh data. Menurut Lofland menyatakan bahwa teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif yaitu kata-kata, dokumen, dan tindakan.²² Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini, antara lain sebagai berikut:

a. Wawancara Mendalam (*In depth Interview*)

Wawancara mendalam atau *in depth interview* adalah suatu cara mengumpulkan data secara langsung dengan sumbernya supaya memperoleh data yang lengkap dan mendalam. Wawancara yang dilakukan diharapkan bisa melengkapi apa yang tidak diperoleh dalam

²¹ Winarno Surakhmad, *Pengantar Ilmiah: Dasar, Metode, dan Teknik*, (Bandung: Tarsito, 1994), hlm. 134

²² Iskandar, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Gaung Persada, 2009), hlm.18

melakukan pengamatan penelitian.²³ Dalam wawancara mendalam atau *in depth interview* ini informan bebas memberikan jawaban. Dalam hal ini, peneliti akan melakukan wawancara dengan tim redaksi @indonesiabaik.id.

b. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan pengumpulan data dan analisa-analisa dokumen berupa gambar, tulisan dan video. Hasil wawancara dapat dipercaya kalau didukung oleh foto-foto atau karya tulis akademik dan seni yang telah ada.²⁴ Dalam penelitian ini penulis menggunakan studi dokumen seperti kumpulan infografis @indonesiabaik.id, buku-buku kepustakaan, jurnal ilmiah, skripsi, sumber-sumber internet, dan lain sebagainya.

4. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data bersifat deskriptif dengan menggunakan analisis interaktif yaitu transformasi data ke dalam bentuk yang lebih mudah dipahami; cara penyusunan, mengerucutkan data untuk menyajikan informasi deskriptif. Mencakup tiga komponen diantaranya:²⁵

a. Reduksi data

²³ Jalaludin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2003), hlm 98

²⁴ Sudaryono, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2017), hlm. 219

²⁵ Subandi, *Deskriptif Kualitatif Sebagai Satu Metode dalam Pertunjukan*. Jurnal "Harmonia" Vol 11 No.2 Th. 2011. Hlm 178

Reduksi data adalah bentuk analisis yang menggolongkan hal-hal pokok, membuang yang tidak perlu, memfokuskan pada hal-hal yang sifatnya penting, kemudian dicari tema dan polanya.

b. Penyajian data

Setelah data direduksi langkah selanjutnya ialah penyajian data. Terdapat beberapa cara dalam penyajian data ini seperti bentuk table, grafik, pie chart, pictogram dan lainnya. Melalui penyajian data tersebut, maka data dapat tersusun dan terorganisasikan dalam pola hubungan sehingga akan mudah dipahami.

c. Penarikan kesimpulan atau verifikasi

Penarikan kesimpulan atau verifikasi yakni peneliti menarik kesimpulan awal dari hasil sementara yang ada. Lalu dilakukan verifikasi atau pencocokan hasil kesimpulan awal dengan kesimpulan akhir dan bukti-bukti yang ada dalam penelitian.

H. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah penulisan skripsi maka penulis membuat sistematika penulisan sebagai berikut;

Bab I Pendahuluan

Bab I ini berisi tentang uraian latar belakang, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, metodologi penelitian, tinjauan pustakan dan terakhir sistematika penulisan.

Bab II Kajian Teori

Bab II berisi tentang teori-teori yang berhubungan dengan data penelitian.

Bab III Gambaran Umum

Bab III berisi tentang penjelasan tentang gambaran profil mengenai akun Instagram @indonesiabaik.id.

Bab IV Temuan dan Hasil Analisis Data

Bab IV berisi tentang penjelasan mengenai hasil penelitian serta pembahasan yang diperoleh dengan proses wawancara dan dokumentasi.

Bab V Penutup

Bab V berisi tentang kesimpulan serta saran terhadap topik penelitian.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah dipaparkan maka dapat disimpulkan bahwa dalam pengemasan berita online di akun Instagram @indonesiabaik.id melalui Infografis terdiri dari tiga tahapan antara lain sebagai berikut:

1. Pra produksi, sebelum proses produksi dimulai direncanakan secara matang seperti melakukan perencanaan dengan diadakannya rapat perencanaan. Pada rapat ini dibahas tentang menentukan topik atau isu yang nantinya akan dijadikan sebuah berita, melakukan riset untuk memastikan apakah sesuai dengan fakta dan data, kemudian dibahas juga mengenai langkah-langkah dalam proses produksi yang diikuti oleh tim redaksi.
2. Produksi, pada produksi ini disusun secara terperinci dimulai dari membuat isi pesan sesuai dengan berita telah melewati riset terlebih dahulu kemudian dibuat poin-poin intisari supaya khalayak lebih mudah memahami berita tersebut. Setelah itu, untuk menarik minat khalayak poin-poin intisari tersebut divisualisasikan melalui infografis. Sebelum proses visualisasi tersebut dibuat rancangan desain terlebih dahulu, hal ini dilakukan agar nanti saat proses visualisasinya tidak memakan waktu yang lama sehingga berita dapat langsung segera didistribusikan ke media sosial Instagram.

Dalam produksi ini tim redaksi seperti *copywriter* dan *graphic designer* juga menerapkan kode etik jurnalistik.

3. Pasca produksi, sebelum berita didistribusikan ke media sosial Instagram sosial dilakukan *review* dulu seperti cek kesesuaian grafis dengan tujuan konten, cek validitas sumber data, cek penggunaan kata dan kesalahan (*typo*). Kemudian dilakukan evaluasi yang dibagi 3 yaitu evaluasi mingguan, evaluasi bulanan, dan evaluasi tahunan. Pertama evaluasi mingguan yaitu divisi *social media specialist* melaporkan analisis terkait konten-konten mana yang efektif untuk menyampaikan berita atau informasi berdasarkan fakta dan data. Selain itu juga mengevaluasi terkait visualisasi desainnya. Kedua evaluasi bulanan yaitu mengevaluasi terkait berita yang disajikan di media sosial Instagram sudah efektif atau belum dan mengevaluasi visualisasi desainnya. Selain itu di evaluasi bulanan ini, mengevaluasi dari jumlah produksinya. Terakhir evaluasi tahunan yaitu mengevaluasi terhadap konten apakah kontennya sudah efektif atau belum dan dari berbagai jenis konten yang ada di Indonesiabaik.id manakah jenis konten yang efektif untuk menyampaikan berita atau informasi tersebut dan apakah dari jenis konten tersebut perlu dipertahankan atau ditingkatkan lagi.

B. Saran

1. Untuk Indonesiabaik.id diharapkan dalam menyajikan berita atau informasi yang dikemas menggunakan infografis ini dilengkapi dengan membuat ciri khas didalam desainnya sehingga khalayak bisa dengan mudah mengenali bahwa berita tersebut merupakan produk dari Indonesiabaik.id.
2. Penelitian ini bisa dijadikan referensi untuk kalangan mahasiswa dalam bidang komunikasi khususnya dalam menyajikan berita atau informasi yang biasanya dikemas dengan menggunakan teks atau tulisan, foto atau gambar, dan video kali ini dikemas dengan menggunakan metode lain yaitu dengan menggunakan infografis agar bisa menarik minat khalayak.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, Nurul. Retno, Efi Fadilah, Nuryah Asri Sjafrirah. 2020. *Kajian Jurnalisme*, Volume 03 Nomor 02 DOI: 10.24198/jkj.v3i2.22276 diakses pada 13 Juni 2022.
- Arikumto, Suharsimi. 1992. *Prosedur Penelitian; Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Atmoko, Dwi. Bambang. *Instagram Handbook*.
- Budiman, Ahmad. 2017. "Berita Bohong (Hoax) di Media Sosial dan Pembentukan Opini Publik", *Majalah Info Singkat*, IX, No. 1. Diakses pada 29 Mei 2022 pukul 21:00 WIB.
- Devina, Chyntia. *Graphic Designer Indonesiabaik.id*. Wawancara Online (28 Juni 2022).
- Djuroto, Totok. 2004. *Manajemen Penerbitan Pers*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Faisal, Sanapiah. 1992. *Format-format Penelitian Sosial*. Jakarta: Rajawali Press.
- Foss, A. Karen dan Stephen W Littlejohn. 2009. *Teori Komunikasi Theories of Human Communtation*. Jakarta: Penerbit Salemba Humanika.
- Hadi, Sutrisno. 1983. *Metodologi Research Jilid I-II*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Iskandar. 2009. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Gaung Persada.
- Junaedi, Fajar. 2013. *Jurnalisme Penyiaran dan Reportase Televisi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Yuvaraj, Mayank. 2017. *Infographucs: Tools for Designing Visualizing and Storytelling in Libraries*.
- Khaerani, Amalia. 2021. "Pengaruh Penyajian Berita Infografis Tirto.id Terhadap Kepuasan Pembaca (Survei Terhadap Mahasiswa Jurnalistik UIN Jakarta Angkatan 2014-2016)". Skripsi Program Sarjana UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Kurniasih, Nuning. 2016. "*Infografis*". diakses pada 05 Juni 2022 pukul 20:13 WIB.
- Mahendra, Bimo. Eksistensi Sosial Remaja Dalam Instagram (Sebuah Perspektif Komunikasi), *Jurnal Visi Komunikasi*, Vol. 16 No. 01 Mei 2017, hlm. 155 (DOI:<http://dx.doi.org/10.22441/jvk.v16i1.1649> diakses pada 31 Mei 2022 pukul 21:50 WIB).

- Maulinda, Dinda. 2021. "Penyajian Berita Dalam Media Online (Studi Kasus pada Penggunaan Infografis Republika Online)". Skripsi Program Sarjana UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
- Moleong, J. Lexy. 2009. *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Morissan. 2013. *Teori Komunikasi: Individu Hingga Massa Edisi Pertama*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Muhajir, Noeng. 1996. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Rake Sarasin.
- Oktari, Rosi. Periset dan *Copywriter* Indonesiabaik.id. Wawancara Online (27 Juni 2022).
- Pang, Edy. Editor Indonesiabaik.id. Wawancara Online (21 Juni 2022).
- Pohan, Samisara. Puan. 2020. "Infografis Sebagai Bentuk Pengemasan Berita Era Jurnalisme Online (Analisis Infografis Tirto.id)". Skripsi Program Sarjana UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta.
- Ridho, Ali. *Social Media Specialist* Indonesiabaik.id. Wawancara Online (01 Juli 2022).
- Salamah, Mareta. Siti. 2021. "Kebijakan Redaksional Vice.com Dalam Penentuan dan Pengemasan Berita". Skripsi Program Sarjana UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
- Sasmita, Agustin. Wijin. 2019. "Strategi Redaksi Tirto.Id Dalam Penyajian Berita Di Media Online)". Skripsi Program Sarjana UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Subandi. 2011. *Deskriptif Kualitatif Sebagai Satu Metode dalam Pertunjukan*. Jurnal "Harmonia" Vol 11 No.2.
- Sudaryono. 2017. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Sumadiria, Haris. 2011. *Hurnalistik Indonesia Menulis Berita dan Feature*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Surakhmad, Winarno. 1994. *Pengantar Ilmiah: Dasar, Metode, dan Teknik*. Bandung: Tarsito.
- Suryawati, Indah. 2011. *Jurnalistik Suatu Pengantar Teori dan Praktik*. Bogor : Ghalia Indonesia.
- Syarifuin. 2010. *Jurnalistik Terapan*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Terry. Flew. 2008. *New Media: An Introduction (3rd Edition)*. South Melbourne: Oxford University Press.

Wahyudi, B. J. 1992. *Teknologi Informasi dan Produksi Citra Bergerak*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama diakses pada 19 Juli 2022 pukul 20:56 WIB.

<https://accurate.id/digital-marketing/insight-instagram/> diakses pada 07 Juli 2022 pukul 15:24 WIB.

<https://blog.apji.or.id/index.php/2020/11/09/siaran-pers-penggunainternet-indonesia-hampir-tembus-200-juta-di-2019-q2-2020/> diakses pada 25 Februsri 2022 pukul 11:10 WIB.

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/11/15/ada-91-juta-pengguna-instagram-di-indonesia-mayoritas-usia-berapa> diakses pada 12 Juli 2022 pukul 21:00 WIB.

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/01/20/survei-riset-kic-masih-ada-119-publik-yang-menyebarkan-berita-bohong> diakses pada 29 Mei 2022 pukul 20:05 WIB.

<https://goodstats.id/article/seberapa-besar-the-power-of-netizen-indonesia-di-Instagramktx4> diakses pada 31 Mei 2022 pukul 21:44 WIB.

<https://indonesiabaik.id/tentang/brand> diakses pada 19 Juni 2022 pukul 13:54 WIB.

https://kominfo.go.id/content/detail/9855/kominfo-luncurkan-indonesiabaikid/0/sorotan_media diakses pada 29 Mei 2022 pukul 21:20 WIB.

<https://portalbandungtimur.pikiran-rakyat.com/pendidikan/pr-941922838/miris-minat-baca-di-indonesia-menurut-unesco-hanya-0001-persen> diakses pada 23 Februari 2022 pukul 11:18 WIB.

<https://repository.unsub.ac.id/> diakses pada 20 Agustus 2022 pukul 21:27 WIB

<https://tekno.kompas.com/read/2021/02/24/08050027/riset-ungkap-lebih-dari-separuh-penduduk-indonesia-melek-media-sosial> diakses pada 26 Juni 2022 pukul 11:44 WIB.

https://www.kominfo.go.id/content/detail/9860/situs-ini-lahir-karena-terinspirasi-hoax/0/sorotan_media diakses pada 21 Juni 2022 pukul 20:42 WIB

www.dinus.ac.id>ajar>INFOGRAFIS (teori) diakses pada 30 Mei 2022 pukul 20:25 WIB.