

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Teknologi yang kian hari kian berkembang pesat mampu memberikan kemudahan kepada media informasi dalam bentuk sajian yang menarik dan sederhana. Terlebih lagi pada dasarnya otak manusia sangat tertarik dengan elemen-elemen gambar, bentuk, warna dan isi yang ringkas. Fenomena ini menunjukkan bahwa masyarakat lebih suka membaca berita dengan sajian infografis. Oleh karena itu media dapat menyajikan informasi menjadi lebih menarik untuk meningkatkan minat baca bagi masyarakat. Terbatasnya waktu pembaca dalam membaca keseluruhan informasi mendorong media untuk lebih kreatif lagi dalam menyajikan informasi, salah satunya dengan menyuguhkan infografis. Infografis dapat mengemas informasi secara padat dan mudah dipahami dan memiliki daya tarik dengan desain-desain yang mempercantik sebuah informasi.

Infografis merupakan gabungan kata dari informasi dan grafis yang artinya mengimplementasikan antara visual dan informasi baik berupa data atau pengetahuan. Pengemasan informasi menjadi infografis dapat membantu masyarakat dalam mengingat dan memahami dibandingkan dengan informasi yang dikemas dalam berbentuk teks (Lee, 2014 : 129). Infografis tidak bisa ditayangkan tanpa bantuan teks yang disebut *caption*, hal itu karena simbol atau

gambar yang digunakan bersifat multitafsir. Artinya siapa pun dapat dengan mudah menafsirkannya, maka dari itu dalam penyajiannya infografis memerlukan teks keterangan atau *caption*.

Menurut Sabda Armandio Alif, seorang manajer multimedia dari media Tirto.id, riset yang ia lakukan mengatakan bahwa data dalam bentuk grafis visual yang baik dapat menyokong penyebaran berita atau tulisan. Terlebih lagi, pada zaman yang serba cepat ini, di mana banyak orang tidak memiliki waktu banyak untuk membaca keseluruhan artikel atau tulisan, maka dari itu banyak media *mainstream* yang menggunakan infografis sebagai penyebaran berita (<https://crafters.getcraft.com/id-articles/konten-infografik-terbukti-lebih-menarik-ini-alasannya>). Hal ini menguatkan bahwa media *mainstream* perlu menghadirkan infografis karena sifatnya yang mampu membuat pembaca mudah mencerna informasi dan tak butuh waktu lama untuk membacanya.

Informasi grafik atau lebih akrab disebut dengan infografis merupakan produk baru yang banyak digunakan oleh media massa dalam menyampaikan sebuah informasi. Infografis terus mengalami perkembangan yang semakin pesat karena kombinasi antara desain dengan data yang diolah di dalam sebuah perangkat lunak mampu menjelaskan sebuah informasi atau berita secara menarik. Tak hanya itu, alur cerita yang dituangkan pun membuat pembaca lebih nyaman saat membacanya.

Infografis yang ada saat ini tentu tidak berdiri dengan sendiri, karena infografis sebagai ilmu maka sangat berkaitan dengan ilmu komunikasi visual, ilmu komunikasi, ilmu komputer grafis, dan ilmu pengetahuan yang lain. Adanya infografis dapat membantu sebuah media massa dalam menghadapi perkembangan zaman, sajian informasi dalam bentuk visual menjadi sebuah gebrakan di era globalisasi ini. Selain menjadi gebrakan, infografis dapat menghemat ruang karena sajiannya yang singkat dan padat. Visualisasi yang disajikan mampu membuat orang tertarik karena bentuknya yang bermacam-macam dengan menggunakan animasi, simbol, lambang, *overlay* tiga dimensi, dan lain-lain.

Infografis yang saat ini banyak dinikmati masyarakat bukan tanpa sebab. Mengutip dari detik.com, data yang ditunjukkan oleh PISA (Penelitian Program for International Student Assessment), Indonesia menempati urutan ke 60 dari 61 negara perihal minat baca dan literasi. Hal itu diperkuat dengan survei kelas dunia yang menyatakan orang Indonesia tidak suka membaca dan menurut Kantor Perpustakaan Nasional Republik Indonesia sebanyak 90 persen penduduk Indonesia yang berusia di atas 10 tahun lebih menggemari bacaan yang disajikan dalam bentuk visual (<https://news.detik.com/berita/d-4371993/benarkah-minat-baca-orang-indonesia-serendah-ini>).

Berdasarkan data tersebut menjadi langkah yang tepat bagi media *mainstream* untuk memanfaatkan infografis dalam penyebaran informasi. Kemudian selain penyebaran informasi dengan memanfaatkan infografis, media *mainstream* pun memanfaatkan media sosial sebagai medium

penyebarannya. Salah satu media sosial yang sedang digendrongi ialah *Instagram*. *Instagram* merupakan media *sharing* yang penggunanya dapat meng-*upload* atau membagikan informasi berupa data foto dan video secara online dengan bantuan teknologi (Nasrullah, 2016: 44).

Pada awalnya *Instagram* berfungsi hanya sebatas publikasi foto dan video dengan harapan banyak dilihat dan dinilai oleh sesama pengguna *Instagram*. Semakin berkembangnya zaman dan teknologi, fungsi *Instagram* sudah tidak hanya untuk pajang foto dan video saja, namun banyak yang menggunakan *Instagram* sebagai media sosial untuk menyebarkan berita. Berita yang disebarkan pun beragam, mulai dari berita teks, teks dan foto, teks dan foto serta video, hingga sajian berita hasil *elaborasi* antara teks, gambar, gambar bergerak, dan yang lainnya yang disebut dengan infografis.

Menurut data NapoleonCat, di Indonesia pengguna *Instagram* mencapai angka 65 juta jiwa dengan rentang usia 18 hingga 24 tahun. Pada rentang usia tersebut masyarakat lebih aktif dalam menggunakan *Instagram* bukan hanya untuk kesenangan belaka namun juga untuk mencari suatu informasi. Melihat hal tersebut memberikan peluang bagi media *mainstream* untuk memanfaatkan media sosial *Instagram* sebagai pilihan dalam menyebarkan informasi. Terlebih lagi tidak banyak orang yang dengan sengaja membuka portal berita atau *website* untuk mendapatkan informasi melainkan mencari hiburan sambil mencari informasi di sosial media *Instagram* ([napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2020/04](https://www.napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2020/04)).

Suguhan yang menarik dari *Instagram* membuat masyarakat lebih tertarik untuk mengikuti *official account* berita di *Instagram*, karena media berita yang menyebarkan informasinya melalui *Instagram* dapat dengan mudah dibaca oleh masyarakat. Dengan demikian kecanggihan teknologi soal penyebaran informasi melalui *Instagram* dengan memanfaatkan infografis bisa menjadi pilihan pembaca dalam mendapatkan informasi.

Dewasa ini pun tidak dapat dipungkiri bahwa hampir seluruh media massa telah memanfaatkan infografis pada media sosial *Instagram* sebagai penyebaran informasi. Bukan hanya media arus utama yang memanfaatkan infografis dan *Instagram* sebagai penyebaran berita, media kampus atau pers mahasiswa juga memanfaatkan teknologi semacam itu. Salah satunya ialah Lembaga Pers Mahasiswa (LPM) Suaka Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati (UIN SGD) Bandung yang menerbitkan infografis di akun *Instagram @lpmsuaka*. LPM Suaka merupakan media kampus yang berada di UIN SGD Bandung yang berdiri sejak tahun 1986. Terhitung sudah 34 tahun berdiri dan telah mengalami beberapa kali proses transformasi (<https://suakaonline.com/tentang-kami/>).

Di setiap pembuatan produk jurnalistik berupa tulisan maupun infografis pastinya ada peran media sebagai manajemen untuk mengatur segala sesuatu soal produksi agar berjalan dengan baik sesuai yang telah ditetapkan. Dalam penelitian ini menggunakan teori fungsi manajemen dari George.R.Terry, dalam teorinya terdapat 4 elemen yang menjadi bahasan pokok yaitu perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organization*), pengarahan

(*actuating*) dan pengendalian (*controlling*). Dalam hal ini tentu pemimpin adalah peran kunci dalam keberlangsungan produksi karya jurnalistik yakni berupa infografis.

Oleh karena itu, berdasarkan uraian di atas, penelitian ini akan membahas tentang bagaimana anggota LPM Suaka UIN SGD Bandung dalam memanfaatkan infografis pada akun *Instagram @lpmsuaka*.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, penelitian ini memfokuskan mengenai pemanfaatan infografis pada akun *Instagram @lpmsuaka*. Selanjutnya agar penelitian ini lebih terarah maka diturunkan dalam bentuk pertanyaan sebagai berikut :

1. Bagaimana proses pembuatan infografis pada akun *Instagram @lpmsuaka*?
2. Bagaimana pemilihan topik dalam pembuatan infografis pada akun *Instagram @lpmsuaka*?
3. Bagaimana pemanfaatan infografis pada akun *Instagram @lpmsuaka*?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian yang telah uraikan, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui proses pembuatan infografis pada akun *Instagram @lpmsuaka*
2. Mengetahui pemilihan topik dalam pembuatan infografis pada akun *Instagram @lpmsuaka*
3. Mengetahui pemanfaatan infografis pada akun *Instagram @lpmsuaka*

D. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat, baik manfaat Akademik maupun secara praktis sebagai berikut :

1. Secara Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu referensi empiris mengenai persepsi pembaca terhadap infografis suatu media massa. Selain itu, dalam penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi pemikiran dalam perkembangan Ilmu komunikasi, khususnya di bidang jurnalistik. Penelitian ini juga diharapkan bisa menjadi referensi bagi mahasiswa jurnalistik yang ingin melakukan penelitian serupa, yakni penelitian terhadap pemanfaatan infografis pada akun *Instagram @lpmsuaka*.

2. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan informasi empiris kepada pihak LPM Suaka UIN SGD Bandung, khususnya mengenai pemanfaatan infografis pada akun *Instagram @lpmsuaka*. Informasi tersebut diharapkan menjadi salah satu faktor yang dipertimbangkan dalam upaya meningkatkan kualitas media tersebut.

E. Landasan Pemikiran

E.1 Landasan Teoritis

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori Fungsi Manajemen oleh George.R.Terry, dalam teorinya terdapat 4 elemen yang

menjadi bahasan pokok yaitu perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organization*), pengarahan (*actuating*) dan pengendalian (*controlling*). Selain itu, teori ini dipilih karena mudah dipahami dan referensi mengenai Ilmu Manajemen sangat mudah didapatkan seperti dalam bukunya yang berjudul “Dasar-Dasar Manajemen dan Prinsip-Prinsip Manajemen”.

George.R.Terry (2003:1) menyebutkan bahwa manajemen merupakan suatu cara atau proses dalam mencapai tujuan organisasi dengan maksud yang nyata. Jadi bisa disimpulkan, manajemen merupakan fungsi utama dari suatu organisasi, yakni pemimpin harus bisa mengoordinir anggotanya untuk melaksanakan tugas dengan baik agar tujuan yang telah ditetapkan bisa benar-benar tercapai. Oleh karena itu diperlukan sebuah *skill* untuk mencapai suatu tujuan tersebut.

Jika dikaitkan dengan penelitian yang sedang dikaji, Teori Fungsi Manajemen ini sangat diperlukan dan memiliki peran penting dalam pembuatan produk jurnalistik termasuk infografis pada suatu media massa. Pada hakikatnya fungsi manajemen merupakan kewajiban yang harus dilaksanakan oleh seorang pemimpin disuatu media. Mulai dari pengordinasian, strategi sampai finishing pada suatu produk jurnalistik.

E.2 Kerangka Konseptual

Berdasarkan pada uraian beberapa uraian di atas, maka kerangka konseptual yang digunakan dalam penelitian berkaitan dengan Pemanfaatan, Infografis dan *Instagram*.

1. Pemanfaatan

Pemanfaatan di sini ialah dalam lingkup media kampus, yakni LPM Suaka yang memanfaatkan infografis pada media sosial *Instagram @lpmsuaka* sebagai penyebaran berita.

2. Infografis

Salah satu produk jurnalistik yang dikeluarkan oleh media massa adalah infografis. Infografis berasal dari bahasa Inggris yakni *Infographics* yang merupakan kependekan dari *Information and Graphics*. Secara gamblang infografis dapat diartikan dengan penyampaian informasi yang berbentuk visual dan grafis agar lebih dimengerti dengan cepat oleh khalayak. Infografis semakin berkembang dalam dunia kejournalistikan setelah sumber daya manusia di bidang desain mampu mengkombinasikan antara berita teks dengan desain visual (Saptodewo, 2014: 194).

Infografis yang terus mengalami perkembangan mampu memberikan warna baru dalam penyajian sebuah berita. Berita yang disajikan menjadi lebih jelas karena data yang disajikan tertera dalam bentuk grafik maupun statistik, selain itu kronologi peristiwa menjadi lebih gamblang dan lengkap serta disajikan dengan gambar atau ilustrasi. Oleh karena itu fungsi infografis digunakan untuk menayangkan sebuah informasi atau berita yang komprehensif menjadi lebih ringkas dan sederhana namun tetap substansial.

Di dalam infografis, unsur seperti gambar sangat rentan ditafsirkan dengan makna-makna yang tidak sesuai dengan pemahaman pembuatnya, oleh karena itu dalam infografis harus disertakan teks yang singkat agar pemahaman pembuat dengan audiens tidak berseberangan (<https://www.maxmanroe.com/pengertian-infografis.html>).

3. Media Kampus

Media kampus adalah media penerbitan berupa majalah, jurnal, buletin, surat kabar maupun portal berita yang dikelola oleh mahasiswa, difungsikan sebagai wadah bagi mahasiswa yang ingin mengekspresikan diri sebagai jurnalis, sesuai dengan peran kampus sebagai tempat pengembangan keilmuan. Media kampus melengkapi kebutuhan lingkup masyarakat dalam skala kampus sebagai media untuk menyebarkan informasi dan gagasan perihal keilmuan dan aktivitas lainnya yang menunjang siklus kegiatan kampus didalamnya (<https://fadzlidzilikrom.wordpress.com/2013/11/29/media-internalkampus/>).

Sejak era kemerdekaan, pers mahasiswa sudah dirasakan kehadirannya, bahkan pers mahasiswa lebih dulu ada sebelum adanya sejarah perguruan tinggi. Ada banyak sebutan untuk pers mahasiswa, seperti BPPM (Badan Penerbitan Pers Mahasiswa), UKPM (Unit Kegiatan Pers Mahasiswa, LPPM (Lembaga Penerbitan Pers Mahasiswa), dan LPM (Lembaga Pers Mahasiswa).

Namun yang paling akrab di telinga yaitu pers mahasiswa. LPM Suaka adalah salah satu media kampus yang berada di Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung, LPM suaka juga termasuk dalam Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) yang berjalan di bidang kejournalistikan.

4. *Instagram*

Instagram merupakan salah satu aplikasi media sosial yang digunakan di dalam ponsel pintar dengan fitur yang mirip dengan *Twitter*. Namun *Instagram* memiliki perbedaan dengan *Twitter* yaitu pada pengambilan foto dan untuk diunggah dan dinikmati oleh para penggunanya. *Instagram* tidak hanya untuk media berbagi keseruan, bisa juga digunakan untuk melatih kreatifitas penggunanya, karena di dalamnya terdapat fitur yang mampu membuat foto menjadi lebih estetik. (Atmoko. 2012: 10).

Pada awalnya *Instagram* berfungsi hanya sebatas publikasi foto dan video dengan harapan banyak dilihat dan dinilai oleh sesama pengguna *Instagram*. Semakin berkembangnya zaman dan teknologi, fungsi *Instagram* sudah tidak hanya untuk pajang foto dan video saja, namun banyak yang menggunakan *Instagram* sebagai media sosial untuk menyebarkan berita. Berita yang disebarkan pun beragam, mulai dari berita teks, teks dan foto, teks dan foto serta video, hingga sajian berita hasil *elaborasi* antara teks, gambar, gambar bergerak, dan yang lainnya yang disebut dengan infografis.

F. Hasil Penelitian Sebelumnya

Untuk menunjang kelancaran dalam menyelesaikan penelitian ini ada beberapa penelitian terdahulu yang pastinya relevan dengan apa yang sedang diteliti. Berikut adalah hasil rangkuman data yang telah dianalisis :

Ilham Nurkamal, 2020. Pemanfaatan *Instagram* sebagai Media Penyebaran Berita (Studi Deskriptif Pada Pikiran Rakyat Online). Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung. Penelitian ini menggunakan metode penelitian studi deskriptif. Kemudian hasil dari penelitian ini mengenai karakteristik berita Pikiran Rakyat, yaitu informasi harus kredibel, akurat, objektif, berimbang, dan aktual. Standar kelayakan berita Pikiran Rakyat sama pada umumnya. Alasan Pikiran Rakyat menjadikan media sosial *Instagram* sebagai media penyebaran berita adalah sebagai sarana *branding* atau peningkatan sarana pasar agar dapat beralih ke media Online yang penting. Penelitian ini memiliki beberapa persamaan, yaitu dalam topik, metode dan kajian yang diteliti. Namun ada juga perbedaannya terdapat pada objek penelitian, teori dan pembahasan.

Egi Komarudin, 2018. Pemanfaatan Media Online dalam Pemenuhan Informasi. Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung. Penelitian ini menggunakan metode penelitian studi fenomenologi. Kemudian hasil dari penelitian ini menunjukkan media *online detikcom* lebih mudah akses, praktis dan hemat biaya. Kemudian memiliki keunggulan cepat *update* dan informasi lengkap kemudian *detikcom* dijadikan sebagai referensi belajar. Penelitian ini memiliki beberapa persamaan, yaitu

dalam topik. Kemudian perbedaannya terdapat pada objek penelitian, teori, metode dan pembahasan.

Putri Hapsari, 2017. Pemanfaatan Media Sosial oleh Media Online (Studi Kasus pada Akun Instagram Kompas.com). Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara Tangerang. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus Robert K. Yin. Kemudian hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *kompas.com* memanfaatkan *Instagram* untuk meningkatkan *engagement* dengan para *followers*-nya dengan menyajikan konten yang informatif, kreatif dan edukatif. Penelitian ini memiliki beberapa persamaan, yaitu dalam topik dan kajian yang diteliti. Kemudian perbedaannya terdapat pada objek penelitian, teori, metode dan pembahasannya.

Rizal Mohamad Sihabudin, dkk, 2020. Penggunaan *Instagram* sebagai Media Komunikasi Perpustakaan (Studi pada Akun *Instagram @perpustakaanuinbandung*). Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati. Penelitian ini menggunakan metode penelitian studi literatur dan observasi. Kemudian hasil dari penelitian ini menunjukkan penggunaan *Instagram* sebagai media komunikasi oleh Perpustakaan UIN Sunan Gunung Djati Bandung sudah cukup baik. Penelitian ini memiliki beberapa persamaan, yaitu dalam Kajian yang diteliti. Kemudian perbedaannya terdapat pada topik, objek penelitian dan metode.

Retno Nurul Aisyah, dkk. 2020. Penggunaan Infografis pada Akun *Instagram* sebagai Strategi Cross-media. Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Padjajaran. Penelitian ini menggunakan metode penelitian studi kasus. Kemudian hasil dari penelitian ini menunjukkan kebijakan *Tirto.id* menggunakan infografis di *Instagram* dilatarbelakangi empat pertimbangan; segmentasi khalayak, sifat dan karakter platform, kemudahan produksi, dan karakter perusahaan. Penelitian ini memiliki beberapa persamaan, yaitu dalam kajian yang diteliti. Kemudian perbedaannya terdapat pada topik, objek penelitian, metode, pembahasannya.

Tabel 1. 1 Perbandingan Hasil Penelitian Sebelumnya

No	Nama / Tahun	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan	Persamaan
1	Ilham Nurkamal/ 2020	Pemanfaatan Instagram sebagai Media Penyebaran Berita (Studi Deskriptif pada <i>Pikiran Rakyat Online</i>).	Hasil dari penelitian ini mengenai karakteristik berita Pikiran Rakyat, yaitu informasi harus kredibel, akurat, objektif, berimbang, dan aktual. Standar kelayakan berita Pikiran Rakyat sama pada umumnya. Alasan Pikiran Rakyat menjadikan media sosial <i>Instagram</i> sebagai media penyebaran berita adalah sebagai sarana <i>branding</i> atau peningkatan sarana pasar agar dapat beralih ke media Online yang terpenting.	Terdapat pada objek penelitiannya, yaitu akun <i>Instagram @lpmsuaka</i> , sedangkan penelitian terdahulu pada Pikiran Rakyat Online. Selain itu terdapat pada pembahasannya, yaitu manfaat infografis pada akun <i>@lpmsuaka</i> , sedangkan pada penelitian terdahulu ialah manfaat <i>Instagram</i> sebagai media penyebaran berita. Kemudian pada teori yang digunakan ialah Fungsi Manajemen oleh George.R.Terry, sedangkan pada penelitian terdahulu menggunakan teori <i>Social Construction of Technology</i>	Pada topik yaitu soal pemanfaatan. Menggunakan media sosial <i>Instagram</i> sebagai kajian penelitiannya. Metode kualitatif deskriptif.
2	Egi Komarudin/ 2018	Pemanfaatan Media Online dalam Pemenuhan Informasi	Media online <i>detikcom</i> lebih mudah akses, praktis dan hemat biaya. Kemudian memiliki keunggulan cepat <i>update</i> dan informasi lengkap kemudian <i>detikcom</i> dijadikan sebagai referensi belajar.	Terdapat pada objek penelitiannya, yaitu akun <i>Instagram @lpmsuaka</i> , sedangkan penelitian terdahulu pada media online <i>detikcom</i> .	Pada topik yaitu soal manfaat.

				<p>Selain itu terdapat pada pembahasannya, yaitu manfaat infografis pada akun @lpsuaka, sedangkan pada penelitian terdahulu ialah manfaat media online dalam pemenuhan informasi.</p> <p>Kemudian pada teori yang digunakan ialah Fungsi Manajemen oleh George.R.Terry, sedangkan pada penelitian terdahulu menggunakan teori <i>fenomenologi Alferd Schutz</i>.</p> <p>Perbedaan terahir pada metode penelitiannya, yaitu kualitatif deskriptif sedangkan pada penelitian terdahulu menggunakan metode studi fenomenologi</p>	
3	Putri Hapsari/ 2017	Pemanfaatan Media Sosial oleh Media Online (Studi Kasus pada Akun Instagram <i>kompas.com</i>)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>kompas.com</i> memanfaatkan Instagram untuk meningkatkan <i>engagement</i> dengan para <i>followers</i> -nya dengan menyajikan konten yang informatif, kreatif dan edukatif	<p>Terdapat pada objek penelitiannya, yaitu akun Instagram @lpsuaka, sedangkan penelitian terdahulu pada Media Online <i>Kompas.com</i></p> <p>Selain itu terdapat pada teori ialah Fungsi Manajemen oleh George.R.Terry, sedangkan pada penelitian terdahulu menggunakan teori <i>Computer Mediated Communication</i></p> <p>Kemudian terdapat pada metode penelitian, menggunakan Kualitatif Deskriptif, sedangkan penelitian terdahulu menggunakan Studi Kasus Robert K. Yin</p> <p>Perbedaan terahir terletak pada pembahasannya, yaitu manfaat infografis pada akun @lpsuaka,</p>	<p>Pada topik yaitu soal manfaat.</p> <p>Menggunakan media sosial Instagram sebagai kajian penelitiannya</p>

				sedangkan pada penelitian terdahulu ialah manfaat media sosial oleh media online <i>kompas.com</i>	
4	Rizal Mohamad Sihabudin, dkk / 2020	Peggunaan Instagram sebagai Media Komunikasi Perpustakaan (Studi pada Akun <i>Instagram @perpusuinbandung</i>)	penggunaan <i>Instagram</i> sebagai media komunikasi oleh Perpustakaan UIN Sunan Gunung Djati Bandung sudah cukup baik.	<p>Terdapat pada objek penelitiannya, yaitu akun <i>Instagram @lpmsuaka</i>, sedangkan penelitian terdahulu pada Akun <i>Instagram @perpustakaanuinbandung</i></p> <p>Kemudian terdapat pada metode penelitian, menggunakan Kualitatif Deskriptif, sedangkan penelitian terdahulu menggunakan Studi literatur dan observasi</p> <p>Kemudia topik penelitian tentang manfaat infografis pada akun <i>Instagram @lpmsuaka</i>, sedangkan pada penelitian terdahulu tentang penggunaan <i>Instagram</i> pada akun <i>Instagram @perpusuinbandung</i>.</p> <p>Perbedaan terahir terletak pada pembahasannya, yaitu manfaat infografis pada akun <i>Instagram @lpmsuaka</i>, sedangkan pada penelitian terdahulu ialah penggunaan infografis sebagai media komunikasi perpustakaan pada akun <i>Instagram @perpusuinbandung</i></p>	Menggunakan media sosial <i>Instagram</i> sebagai kajian penelitiannya.
5	Retno Nurul Aisyah, dkk/ 2020	Pengunaan Infografis pada Akun <i>Instagram tirtoid</i> sebagai <i>Strategi Cross-media</i>	Hasil penelitian menunjukkan kebijakan <i>Tirto.id</i> menggunakan infografis di <i>Instagram</i> dilatarbelakangi empat pertimbangan; segmentasi khalayak, sifat dan karakter platform, kemudahan produksi, dan karakter perusahaan.	<p>Terdapat pada objek penelitiannya, yaitu akun <i>Instagram @lpmsuaka</i>, sedangkan penelitian terdahulu pada Akun <i>Instagram tirtoid</i></p> <p>Kemudian terdapat pada metode penelitian,</p>	Menggunakan infografis dan media sosial <i>Instagram</i> sebagai kajian penelitiannya.

				<p>menggunakan Kualitatif Deskriptif, sedangkan penelitian terdahulu menggunakan Studi Kasus</p> <p>Kemudia topik penelitian tentang manfaat infografis pada akun <i>Instagram @lpmsuaka</i>, sedangkan pada penelitian terdahulu tentang Penggunaan infografis pada akun <i>Instagram @tirtoid</i>.</p> <p>Perbedaan terahir terletak pada pembahasannya, yaitu manfaat infografis pada akun <i>Instagram @lpmsuaka</i>, sedangkan pada penelitian terdahulu ialah penggunaan infografis sebagai <i>Strategi Cross-media</i> pada akun <i>Instagram @tirtoid</i>.</p>	
--	--	--	--	--	--

G. Langkah-langkah Penelitian

G.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan meneliti *Instagram @lpmsuaka* sehingga lokasi penelitian bertempat di Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati (UIN SGD) Bandung, tepatnya di Gedung *Sudent Center* lantai 3 ruang Sekretariat LPM Suaka. Lokasi tersebut dipilih karena letak kemudahan aksesibilitas dan merupakan tempat di mana sumber data berada. Namun jika kondisi masih dalam masa pandemi Covid-19, penelitian akan dilakukan secara daring.

G.2 Paradigma dan Pendekatan

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme. Paradigma konstruktivisme yaitu paduan antara peneliti dengan subjek penelitian yang bersifat reflektif dan dialektikal (Bugin, 2007: 9). Selain itu, dalam paradigma konstruktivisme juga diperlukan empati agar mampu membangun kembali fenomena yang sedang diteliti melalui metode kualitatif. Burhan Bungin mengatakan bahwa paradigma konstruktivisme melihat fenomena sosial adalah realitas yang dengan sengaja dibangun atau dikonstruksi, dengan kata lain bukanlah realita yang benar-benar terjadi dengan sendirinya.

Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif adalah pendekatan yang menghasilkan data berbentuk deskriptif dan analisis yang didapatkan dengan cara mengumpulkan data dari berbagai sumber yang didapat. Selain itu, pendekatan kualitatif juga menekankan pada aspek objektivitas dan peneliti ditempatkan sebagai peran kunci dalam penelitian (Sugiyono, 2020: 25).

Selain itu, maksud dari pendekatan kualitatif yaitu untuk lebih memahami suatu fenomena yang dialami oleh subjek penelitian, persepsi, motivasi atau tindakan. Secara harfiah, dengan pendekatan deskriptif kualitatif maka kata-kata yang disusun menjadi kalimat tentu harus selaras dengan hasil penelitian.

G.3 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian studi deskriptif kualitatif. Mengutip Kriantono pada penelitian Ilham, deskriptif kualitatif yakni suatu teknik yang menjelaskan fenomena sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data berupa wawancara, observasi dan dokumen resmi lainnya, kemudian seluruh data di olah dan dianalisis, sehingga memperoleh hasil berupa gambaran sesuai dengan fakta atau keadaan sebenarnya (Kriantono, 2007).

(Bugin, 2007: 61) memaparkan bahwa metode deskriptif yakni menganalisa data yang telah didapatkan dari data primer dan sekunder dengan berupa kata-kata dan *no numerik* atau bukan angka-angka. Sedangkan Sugiyono (2020: 6) menjelaskan bahwa penelitian deskriptif merupakan pemaparan dari suatu peristiwa yang didapatkan dari hasil observasi dan analisis. kemudian peneliti ditetapkan sebagai pengamat artinya peneliti ikut terjun langsung ke lapangan dan tidak melakukan manipulasi data.

Dapat disimpulkan studi deskriptif kualitatif, yakni data yang didapat dari hasil penelitian diolah dalam bentuk kata-kata atau kalimat yang komprehensif dan penelitian ini ditujukan untuk menjelaskan suatu fenomena yang sedang diteliti dengan memberi jawaban yang sesuai dengan fokus penelitian.

Dengan menggunakan metode kualitatif, maka dalam penelitian ini akan menguraikan dan menganalisa hasil penelitiannya dalam bentuk kata-kata

atau kalimat yang dikonstruksi dengan sedemikian rupa, bukan dengan angka-angka atau data statistika. Data yang didapatkan bisa bersumber dari dokumen penting, hasil wawancara, observasi dan yang lainnya yang dapat dipertanggungjawabkan.

Alasan memilih metode studi deskriptif karena penelitian ini dirasa metode studi deskriptif ini cocok dengan tujuan atau fokus penelitian untuk mendeskripsikan, menggali dan mengungkap alasan dan latar belakang LPM Suaka dalam pemanfaatan infografis pada akun *Instagram @lpmsuaka*. Dalam penelitian ini, memilih LPM Suaka sebagai objek penelitian. Sebagaimana telah dijelaskan di atas, dan memfokuskan pada bagaimana pemanfaatan infografis pada akun *Instagram @lpmsuaka*.

G.4 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang akan digunakan adalah jenis data kualitatif. Data kualitatif adalah data yang dapat mencakup hampir semua data non numerik yang bersifat deskriptif. Data ini dapat menggunakan kata-kata untuk menjelaskan dan menggambarkan fakta serta fenomena yang diamati.

Sumber data pada penelitian menggunakan sumber data sekunder dan sumber data primer. Data primer diperoleh melalui wawancara dan observasi di lapangan yang telah dituangkan dalam bentuk catatan lapangan.. Sedangkan data sekunder diperoleh melalui dokumentasi yaitu jurnal, buku maupun internet.

a. Sumber Data Primer

Dalam penelitian ini menggunakan istilah *Spradley* yang digunakan oleh Sugiyono, beliau menyebutkan bahwa situasi sosial dibagi menjadi tiga bagian, yakni tempat, perilaku, dan aktivitas objek penelitian yang berinteraksi secara sinergis (Sugiyono, 2020: 143). Data primer didapatkan langsung di lokasi penelitian yakni berupa hasil dari wawancara dan observasi yang telah dirampungkan serta kebenaran yang didapat dari data tersebut dapat dipertanggungjawabkan. Sumber data primer dari penelitian ini, yakni :

1. Tempat : Penelitian akan dilakukan di Sekretariat LPM Suaka UIN SGD Bandung, lokasi dipilih karena letaknya yang strategis dan mudah dijangkau.
2. Pelaku : Dalam penelitian ini memilih 3 orang sebagai sumber data primer yakni, Sub Divisi Riset Data dan Informasi (penanggungjawab konten dan isu infografis), Sub Divisi Artistik (penanggungjawab desain infografis), dan Sub Divisi Promosi dan Kerjasama (penanggungjawab konten infografis pada *Instagram*). Alasan memilih sumber tersebut karena mereka yang berkenaan langsung dalam pembuatan infografis pada akun *Instagram @lpmsuaka*.
3. Aktifitas : Aktifitas yang akan diteliti sesuai dengan fokus penelitian yakni tentang proses pembuatan infografis pada akun *Instagram @lpmsuaka*.

b. Sumber Data Sekunder

Data sekunder merupakan data pendukung atau data tambahan yang melengkapi data yang sudah ada sebelumnya dengan tujuan membuat pembaca paham dan mengerti. (Bugin, 2007: 130) mengatakan bahwa yang disebut dengan data sekunder yaitu data yang didapatkan melalui pencarian dokumen seperti buku, jurnal, internet, ataupun dari sumber lain selain objek penelitian, artinya merupakan data yang didapat secara tidak langsung dan menggunakan berita infografis LPM Suaka pada akun *Instagram @lmpmsuaka* sebagai data sekunder.

G.5 Informan atau Unit Analisis

Informan dalam penelitian ini adalah anggota LPM Suaka UIN SGD Bandung. Dengan jumlah 3 informan, yakni Sub Divisi Riset Data dan Informasi (penanggungjawab konten dan isu infografis), Sub Divisi Artistik (penanggungjawab desain infografis), dan Sub Divisi Promosi dan Kerjasama (penanggungjawab konten infografis pada *Instagram*). Pemilihan informan didasarkan kepada informan yang terjun langsung memegang kendali, mumpuni dalam pengetahuan dan kepemilikan data yang berkaitan dengan fokus penelitian serta bersedia untuk dijadikan sumber data.

Dalam penelitian ini juga menggunakan teknik *Purposive* dalam menentukan informan. Menurut Sugiyono dalam buku *Metode Penelitian Kualitatif* (2020: 95), teknik *Purposive* yaitu dengan memilih sumber yang kredibel dalam bidang yang diteliti sehingga mampu menjawab semua masalah yang ada dalam fokus penelitian. Informan yang dipilih adalah Sub Divisi Riset

Data dan Informasi (penanggungjawab konten dan isu infografis), Sub Divisi Artistik (penanggungjawab desain infografis) dan Sub Divisi Promosi dan Kerjasama (penanggungjawab konten infografis pada *Instagram*).

G.6 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Burhan Bugin yang dimaksud dengan data yaitu sebuah informasi yang didapatkan dari hasil observasi dan masih berbentuk bahan-bahan (Bugin, 2007: 77). Berikut beberapa teknik pengumpulan data yang digunakan, diantaranya adalah :

1. Wawancara

Wawancara merupakan sebagai bentuk tanya jawab secara langsung 2 arah antara peneliti dan sumber data untuk mendapatkan data dan informasi. Tahapan wawancara ini dilakukan untuk mengumpulkan data primer dalam proses penelitian (Sugiyono, 2020: 114).

Informan yang dipilih adalah Sub Divisi Riset Data dan Informasi (penanggungjawab konten dan isu infografis), Sub Divisi Artistik (penanggungjawab desain infografis), dan Sub Divisi Promosi dan Kerjasama (penanggungjawab konten infografis di *Instagram*). Ketiga informan tersebut merupakan informan yang dianggap mampu dan kredibel untuk menjawab fokus penelitian yang sedang diteliti, selain itu mereka adalah orang yang terlibat

langsung dalam pembuatan infografis pada akun *Instagram @lpmsuaka*.

2. Observasi

Observasi merupakan sebuah kegiatan mengamati suatu objek penelitian, kemudian menganalisa hasil pengamatan tersebut sesuai dengan yang telah difokuskan dalam penelitian tersebut (Bugin, 2007: 138).

Tujuan observasi ini untuk melihat langsung dan proses kerja media pers LPM Suaka mulai dari pencarian sumber mulai dari riset data hingga verifikasi kefaktaannya, kemudian penyusunan infografis khususnya pada akun *Instagram @lpmsuaka*, hingga memublikasikannya kepada khalayak.

3. Dokumentasi

Teknik dokumentasi adalah pengumpulan data sebagai penunjang penelitian yang terdiri dari dokumen internal dan eksternal. Dokumen internal adalah data dari LPM Suaka misalnya data *stylebook* dalam pembuatan infografis pada akun *Instagram @lpmsuaka*, sedangkan dokumen eksternal yaitu berupa data informasi yang dihasilkan oleh suatu individu atau lembaga tertentu di luar dari redaksi LPM, yakni postingan Infografis pada akun *Instagram @lpmsuaka*. Dokumentasi ini dilakukan untuk memperoleh data sekunder agar bisa melengkapi data dari proses wawancara dan observasi.

Metode dokumentasi yaitu suatu cara untuk mengumpulkan data yang bersifat *historis*. Hal itu bertujuan untuk menguatkan data yang didapat dari hasil wawancara dan yang lainnya, karena sesuatu yang bernilai *historis* akan membuat penelitian lebih kredibel jika disertai dengan foto atau karya tulis lainnya yang sudah ada (Sugiyono, 2020:124).

G.7 Teknik Penentuan Keabsahan Data

Mengacu pada Moleong (Sugiyono, 2020: 26) pembuktian *valid* atau tidaknya suatu data ditentukan oleh kredibilitas temuan, dan interpretasinya dengan mengupayakan temuan dan penafsiran yang dilakukan sesuai dengan subjek aktual dan penelitian. Dalam menentukan keabsahan data menggunakan teknik triangulasi. Sugiono menjelaskan triangulasi merupakan suatu teknik pengumpulan data yang didapatkan dari berbagai sumber artinya sumber data lebih dari satu.

G.8 Analisis Data

(Bugin, 2007: 154) mengemukakan analisis data yang dimana data dikumpulkan kemudian diproses untuk menjawab pertanyaan yang ada pada fokus penelitian. Tahap awal yang dilakukan dari analisis data adalah memilah dan memilih data dan menentukan poin penting dari informasi yang telah diperoleh berupa wawancara, observasi dan dokumen yang telah dikumpulkan. Berikut runtunan analisis data yang dilakukan:

1. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Reduksi data ialah menelaah seluruh data dan informasi yang telah didapatkan. Data dipilah dan dipilih berdasarkan informasi yang dianggap penting untuk menyelesaikan penelitiannya (Sugiyono, 2020: 135).

Setelah melewati tahap pengumpulan data, selanjutnya menelaah data secara keseluruhan kemudian dipilah berdasarkan informasi yang menjawab semua fokus penelitian yang telah ditetapkan sebelumnya.

2. Penyajian Data (*Data Display*)

Pada tahap ini bertugas untuk menyajikan data yang telah didapatkan dari berbagai sumber. Sugiyono menjelaskan pada tahap ini akan mengumpulkan kemudian menyusun informasi yang telah dianalisis kedalam bentuk naratif. Penyajian juga bisa dilengkapi dengan grafik dalam berbentuk tabel, bagan dan matriks (Sugiyono,2020: 137).

Di sini akan mengolah data yang telah dipilah dengan cara menganalisis, kemudian dituangkan dalam bentuk narasi agar mempermudah dalam penyusunan penelitian.

3. Verifikasi (*Verification*) dan Penarikan Kesimpulan

Tahap analisis yang terakhir ialah verifikasi. Pada tahap ini ditujukan untuk menarik kesimpulan terhadap data yang telah

diperoleh pada tahap sebelumnya. Data diproses kemudian ditarik kesimpulannya yang akan menentukan hasil dari penelitian. Verifikasi itu penting dan sangat dibutuhkan dalam penelitian, tujuannya agar bisa menghasilkan kesimpulan yang valid dan juga data yang telah didapatkan harus sesuai dengan kenyataan yang didapatkan di lapangan (Sugiyono, 2020: 141).

Setelah data dianalisis selanjutnya akan menarik kesimpulan untuk menentukasn hasil dari penelitian yang telah dilakukan, kemudian akan meninjau ulang dengan cara verifikasi data untuk menentukan valid tidaknya penelitian ini.

