

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Kriteria visualisasi informasi berkualitas harus memenuhi kejelasan dan ketepatan informasi, sekaligus mengedepankan efisiensi. Ketika pembaca melihat tampilan infografik, apa yang pembaca pikirkan haruslah tentang substansinya, bukan hal lain. Agar fokus pada substansi, tampilan infografik perlu terbebas dari konten maupun elemen berlebihan. Konten maupun elemen tersebut harus memiliki fungsi dan tujuan yang jelas bagi pembaca. Tanpa kejelasan fungsi dan tujuan, konten dan elemen visual tertentu dapat berpotensi menjadi distorsi dalam infografik. Meminimalkan distorsi dalam infografik juga menjadi bagian dalam efisiensi. Semakin hemat ruang, semakin cepat informasi dalam infografik dipahami.

Selain harus mengedepankan kejelasan, ketepatan, dan efisiensi, infografik berkualitas juga perlu menunjukkan urgensi informasi di dalamnya. Urgensi informasi dapat dihadirkan dengan menyajikan kesegaran dan relevansi informasi bagi pembaca. Kesegaran dan relevansi tersebut perlu didukung dengan penggunaan elemen visual yang tepat. Kombinasi urgensi informasi dan penggunaan elemen visual yang tepat dapat membuat pembaca merasakan resonansi informasi dalam infografik. Jika keseluruhan kriteria kualitas visualisasi informasi tersebut dapat terpenuhi, maka informasi dalam infografik akan lebih mudah dipahami dan diapresiasi oleh pembaca.

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

Keseluruhan visualisasi informasi tersebut dievaluasi berdasarkan kriteria kejelasan dan ketepatan data atau informasi, serta efisiensinya.

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

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

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

Jika dikaitkan dengan konteksnya sebagai infografik yang diterbitkan di layanan jejaring sosial Instagram, ada beberapa keputusan penting yang dapat dipertimbangkan dalam menerbitkan infografik. Untuk menarik minat para pembaca, infografik perlu menunjukkan kebaruan maupun kedekatan informasi dengan pembaca. Visualisasi informasi di dalamnya perlu dirancang

dengan mempertimbangkan kejelasan dan ketepatan informasi, hemat ruang, minim konten distorsi, dan harus dapat dipahami informasinya dengan cepat. Paduan kebaruan dan kedekatan informasi, serta visualisasi yang dirancang berdasarkan prinsip kejelasan, ketepatan, dan efisiensi tersebut dapat menguntungkan pembaca. Tidak hanya dapat menarik minat pembaca, tapi juga dapat memudahkan proses pemahaman informasi dalam infografik.

B. Saran

Penelitian mengenai visualisasi informasi dalam infografik di layanan jejaring sosial Instagram memiliki kesulitan tersendiri. Salah satu kesulitannya adalah pemilihan infografik seperti apa yang dapat dijadikan objek penelitian. Karena itu, perlu kejelasan definisi untuk menentukan objek yang diteliti, apalagi jumlahnya yang sangat banyak dan tidak selalu mudah untuk dilacak. Memahami kriteria kualitas infografik juga dapat membantu dalam menentukan infografik yang diteliti dengan cepat.

Khususnya di Indonesia, penerbitan infografik di layanan jejaring sosial Instagram didominasi oleh akun-akun yang cukup populer. Kualitas infografik yang diterbitkan berbagai akun tersebut belum tentu selaras dengan popularitasnya. Hasil penelitian ini dapat menjadi gambaran pembuka mengenai kualitas infografik di layanan jejaring sosial Instagram. Meskipun demikian, perlu adanya pengaturan metode pengumpulan data yang lebih natural berkaitan dengan pengalaman para pengguna layanan jejaring sosial ketika membaca infografik. Hasil data berdasarkan pengalaman natural pengguna layanan jejaring sosial akan memberikan gambaran secara penuh segala proses yang terjadi di dalamnya.

KEPUSTAKAAN

- Alhabash, Saleem, dan Mengyan Ma. "A Tale of Four Platforms: Motivations and Uses of Facebook, Twitter, Instagram, and Snapchat Among College Students?" *Social Media+ Society* 3.1 (2017).
- Arcia, Adriana, dkk. "Sometimes More is More: Iterative Participatory Design of Infographics for Engagement of Community Members with Varying Levels of Health Literacy." *Journal of the American Medical Informatics Association* 23.1 (2016): 174-183.
- Bateman, Scott, dkk. "Useful Junk? The Effects of Visual Embellishment on Comprehension and Memorability of Charts." *Proceedings of The SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems* (2010).
- Birt, Linda, dkk. "Member Checking: A Tool to Enhance Trustworthiness or Merely A Nod to Validation?." *Qualitative Health Research* 26.13 (2016): 1802-1811.
- Bogdan, Robert C, dan Sari Knopp Biklen. *Qualitative Research for Education*. Boston: Pearson Education, Inc, 1982.
- Cairo, Alberto. *The Functional Art, An Introduction to Information Graphics and Visualization*. Berkeley: New Riders, 2013.
- Creswell, John W. *Penelitian Kualitatif & Desain Riset-Memilih di antara Lima Pendekatan Edisi Ketiga*. Lazard, A Lintang, penerjemah. Yogyakarta (ID): Pustaka Pelajar, 2015. Terjemahan dari: *Qualitative Inquiry & Research Design: Choosing among Five Approaches, Third Edition*.
- De Haan, Yael, dkk. "When Does An Infographic Say More than A Thousand Words? Audience Evaluations of News Visualizations." *Journalism Studies* 19.9 (2017): 1293-1312.
- Dunlap, Joanna C., dan Patrick R. Lowenthal. "Getting Graphic About Infographics: Design Lessons Learned from Popular Infographics." *Journal of Visual Literacy* 35.1 (2016): 42-59.
- Erickson, Lee B. "Social Media, Social Capital, and Seniors: The Impact of Facebook on Bonding and Bridging Social Capital of Individuals Over 65." *Amcis*. 2011.
- Gallicano, Tiffany Derville., Daradirek Ekachai, dan Karen Freberg. "The Infographics Assignment: A qualitative Study of Students' and Professionals' Perspectives." *Public Relations Journal* 8.4 (2014): 1-22.
- Ghode, Rajeev. "Infographics in News Presentation: A Study of Its Effective Use in Times of India and Indian Express The Two Leading Newspapers in India." *Journal of Business Management & Social Sciences Research* 1.1 (2012): 35-43.

- Gordon, Ian E. *Theory of Visual Perception*. New York: Taylor & Francis e-Library, 2004.
- Handaru, Wuri Cahya, Intan Rizky Mutiaz, dan Ary Setijadi Prihatmanto. "Infographics Application "Citizen Daily Reporting"— Enabled Participatory Platform for Citizen and Government: The Case of Bandung Cities." *2015 4th International Conference on Interactive Digital Media (ICIDM)*. IEEE, 2015.
- Knafllic, Cole Nussbaumer. *Storytelling with Data*. New Jersey: John Wiley & Sons, 2015.
- Kosslyn, Stephen. M. *Graph Design for The Eye and Mind*. New York: Oxford University Press, 2006.
- Krum, Randy. *Cool Infographics*. Indiana: John Wiley & Sons, 2014.
- Lamb, Gary Rob, dkk. "Science News Infographics: Teaching Students to Gather, Interpret, and Present Information Graphically." *The Science Teacher* 81.3 (2014): 25.
- Lankow, Jason, Josh Ritchie, and Ross Crooks. *Infographics: The power of visual storytelling*. John Wiley & Sons, 2012.
- Moere, Andrew Vande, and Helen Purchase. "On The Role of Design in Information Visualization." *Information Visualization* 10.4 (2011): 356-371.
- Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2004.
- Norman, Donald. A. *Emotional Design*. New York: Basic Books, 2003.
- Osatuyi, Babajide. "Information Sharing on Social Media Sites." *Computers in Human Behavior* 29.6 (2013): 2622-2631.
- Pratiwi, Erni Dwi. "Faktor yang Mempengaruhi Niat Menggunakan Instagram dengan The Theory of Reasoned Action Menggunakan Amos 21." *Jurnal Teknik Komputer* 2.1 (2016): 68-77.
- Quispel, Annemarie, Alfons Maes, dan Joost Schilperoord. "Aesthetics and Clarity in Information Visualization: The Designer's Perspective." *Arts*. 7.4. (2018).
- Sheldon, Pavica, dan Katherine Bryant. "Instagram: Motives for Its Use and Relationship to Narcissism and Contextual Age." *Computers in human Behavior* 58 (2016): 89-97.
- Siricharoen, Waralak V. "Infographics: An Approach of Innovative Communication Tool for E-Entrepreneurship Marketing." *International Journal of E-Entrepreneurship and Innovation (IJEEI)* 4.2 (2013): 54-71.
- Siricharoen, Waralak V., dan Nattanun Siricharoen. "How Infographic Should be Evaluated." *Proceedings of the 7th International Conference on Information Technology (ICIT 2015)*. 2015.
- Smiciklas, Mark. *The Power of Infographics*. Indiana: Pearson Education, Inc, 2012.

- Tufte, Edward R. *Beautiful Evidence*. Connecticut: Graphic Press, 2006.
- Tufte, Edward R. *The Visual Display of Quantitative Information, Second Edition*. Connecticut: Graphics Press, 2001.
- Weinberger, David. "The Problem With The Data-Information-Knowledge-Wisdom Hierarchy." *Harvard Business Review* 2 (2010).
- Wertheimer, Max. "Untersuchungen zur Lehre von der Gestalt. II." *Psychologische forschung* 4.1 (1923): 301-350.
- Whiting, Anita, dan David Williams. "Why People Use Social Media: A Uses and Gratifications Approach." *Qualitative Market Research: An International Journal* 16.4 (2013): 362-369.
- Wurman, R. Saul. *Information Anxiety 2*. Indiana: Que, 2000.
- Yildirim, Serkan. "Infographics for Educational Purposes: Their Structure, Properties and Reader Approaches." *Turkish Online Journal of Educational Technology-TOJET* 15.3 (2016): 98-110.

