

DAFTAR PUSTAKA

- Emzir. 2010. *Metodologo Penelitian Kualitatif*. Jakarta:
PT. Raja Grafindo Persada.
- Foust, C. James. 2005. *Online Journalism: Principles and Practices of News for the Web*. Holcomb Hathaway publishers. Arizona.
- Moleong, J. Lexy. 2009. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung:
Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. 2003. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung:
PT. Remaja Rosdakarya.
- Nurudin. 2010. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta:
Raja Grafindo Persada.
- Rolnick, E. Tom. 2008. *Pengantar Dasar Jurnalistik (Scholastic Journalism)*.
Jakarta: Kencana.
- Sugiyono, 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*.
Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, 2013. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung:
Alfabeta.
- Syamsul, Asep. 2012. *Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online*.
Bandung: Nuansa Cendikia.
- Uchjana Onong. 2003. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung:
PT. Citra Aditya Bakti.

Yin, K. Robert. 2015. *Studi Kasus Desain dan Metode*. Jakarta:

PT. Grafindo Persada.

Sumber lain:

Saptodewo, Febrianto. Mei 2014, *Desain Infografik sebagai Penyajian Data Menarik*. Jurnal Desain. Volume 1 no 3, http://journal.lppmunindra.ac.id/index.php/Jurnal_Desain/article/download/563/528, 27 Februari 2018.

Setyari, Ika Novia, 2013, *Pengguna Media Sosial sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas*. Surakarta: Jurnal Komunikasi, <https://abdulkaharkimia.files.wordpress.com/2013/12/jurnal-novia-ika.pdf>, 28 Februari 2018.

Sani, Anwar, Arigia, Bintang, Damayanti, Tri, 2 Desember 2016, *Infografik sebagai Media Dalam Meningkatkan Pemahaman dan Keterlibatan Publik Bank Indonesia*. Jurnal Komunikasi. Volume 8 no 2, <https://media.neliti.com/media/publications/107258-ID-infografik-sebagai-media-dalam-meningkat.pdf>, 2 Maret 2018.

Lampiran**RIWAYAT HIDUP****Identitas Diri**

Nama : Aulia Zahra Syahid
Tempat dan Tanggal Lahir : Sukabumi, 10 Agustus 1996
Status : Belum Menikah
Agama : Islam
Pekerjaan : Mahasiswa
Alamat : Perumahan Bumi Pasir Rahayu, Jalan Pasir Mulus
No. 55, Sukabumi
No. Telp/HP : 081392441850
E-mail : aulia.zahrasyahid@gmail.com

Pendidikan Formal

- | | |
|------------------------------------|------------------|
| 1. TK Yasni Sukabumi | Tahun Lulus 2002 |
| 2. SDN Tonjong 2 Sukabumi | Tahun Lulus 2008 |
| 3. SMP Islam Al - Azhar 7 Sukabumi | Tahun Lulus 2011 |
| 4. SMA Muhammadiyah 1 Yogyakarta | Tahun Lulus 2014 |

Pengalaman Organisasi

1. Anggota BEM FISIP UNPAS

Bandung, Mei 2018

Hormat Saya,

(Aulia Zahra Syahid)

Lampiran 1

Surat Keterangan Penelitian



Jalan Kemang Timur Raya, No. 63B, Bangka, Mampang Prapatan, South Jakarta 12730, Indonesia
Telepon: (+6221) 2270 7925 Surel: redaksi@tirto.id Situs: www.tirto.id

Nomor : 004/TAS/SK/IV/2018
Hal : Surat Keterangan Penelitian

Jakarta, 20 April 2018

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pasundan
di tempat

Kami yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Chafifa Chazali
Instansi : Tirto.id
Jabatan : Creative Social Media

Menerangkan bahwa mahasiswa berikut:

Nama : Aulia Zahra Syahid
Nomor Mahasiswa : 142050304
Prodi./Fak./Univ. : Jurusan Ilmu Komunikasi

Telah melakukan penelitian tugas akhir di instansi kami dengan baik.

Demikian surat keterangan ini kami sampaikan. Atas kerjasama dan perkenan Bapak, kami ucapkan terimakasih.

Jakarta, 20 April 2018

Chafifa Chazali
Creative Social Media

Lampiran 2

1. Hasil Wawancara dengan Redaksi Tirto.id Zein R. S

- Peneliti : Bagaimana alur redaksi di media Tirto.id?
- Redaksi Zein R.S : Sama seperti news room yang lain sebetulnya. Para editor menentukan issue apa yang akan ditulis buat hari ini atau buat besok. Issue itu kemudian diterjemahkan dalam bentuk outline, outline itu kemudian dibagi kepada reporter, para reporter kemudian mengejar narasumber, mereka kemudian menulis, setelah itu diserahkan kepada editor, editor kemudian meng-edit, nah kemudian setelah selesai di edit akan ada editor lagi yang akan memeriksa terakhir sebelum mempublish. Secara sederhana begitu.
- Peneliti : Kebijakan apa saja yang berlaku di media tirto?
- Redaksi Zein R.S : Sama seperti standar jurnalisme yang lain. Satu, kita non partisan, imparial, kita berdiri di semua kelompok. Dua, secara jelas memisahkan antara redaksi dan marketing. Jadi konten – konten dari iklan misalnya itu ga bisa dititipin ke redaksi. Atau marketing nitip konten ke redaksi itu ga bisa. Prinsip – prinsip dasarnya sebenarnya, yang seharusnya media lainnya mempraktikannya. Jadi tirto dari sisi itu sih standar – standar aja sebetulnya.
- Peneliti : Bagaimana tirto menjaga kredibilitas berita agar informatif, tidak memihak, dan bagaimana tirto menyikapi tekanan – tekanan yang ada?
- Redaksi Zein R.S : Issuena harus didiskusikan. Jadi besok mau nulis apa itu ga asal – alasan karena ohh lagi viral kemudian langsung merintahin reporter untuk langsung ngerjain. Jadi sebelum reporter dapat perintah, para editor itu harus diskusi. Intinya itu, harus diskusi. Itu dari sisi tema. Dari sisi tema itu harus didiskusikan dengan serius, dengan matang dikalangan editor. Didiskusikan secara serius itu bukan diskusi sampe berjam – jam, tapi harus ada proses diskusi lebih dari satu kepala yang mendiskusikan dikalangan para editor. Kalo proses itu sudah dilewati, boleh kemudian berganti kepada reporter. Reporter yang harus mengerjakannya. Kalo semuanya udah dapat, berusaha dan bekerja keras, maka dari sisi materi itu udah dapat. Tinggal kemudian menuliskannya. Nah dari sisi menulis itu harus dijaga kualitasnya. Yang kita lakukan adalah secara berkala kita bikin pelatihan menulis. Untuk supaya tulisannya memenuhi standar. Nah setelah tulisannya jadi

kemudian dikirim ke editor, nah editor kemudian memeriksa. Kalo memang belum layak, ya harus dikembalikan. Jangan pernah karena harus cepet maka mutu diabaikan. Editor di Tirto itu biasa ngembaliin naskah, “lu benerin lagi, ada yang salah, gini gini”. Kalo editor udah menilai oke, ya editor akan langsung meng edit. Nah cuma, bedanya dengan tempat lain adalah editor di torto itu gak langsung bisa mem publish. Ada editor lain yang memeriksa terkahir dan dia yang mempublish. Jadi dari A – Z nya itu melewati banyak sekali kepala. Yaitu salah satu cara untuk menjaga kualitas.

2. Hasil Wawancara dengan Kreatif Sosial Media dan Desain Grafis Sosial Media Chafifa Chazali dan Erren

- Peneliti : Bagaimana tahapan – tahapan sebelum mengunggah infografis melalui instagram? Apa yang menjadi pertimbangan dalam memilih konten suatu berita?
- Chafifa Chazali : Jadi ada artikel dari redaksi, itu artikelnya bisa macam – macam. Kita itu punya beberapa format, ada *indepth* ini alur panjang dan cuman 3 kali seminggu. Ada mild report, jadi itu ada analisisnya itu tiap hari ada. Ada current issues ini berita cepat, jadi apa yang terjadi saat itu dan di hari itu dan biasanya mungkin besok sudah padam. Ada hard news, lalu ada mozaik juga di sini. Ini semua tergantung temanya. Butuh kepekaan sebagai admin untuk yang mana yang harus dimuat. Kalo emang ada yang *urgent*, editor langsung menotifikasi ke sosial media. Tolong naikin berita ini, tolong naikin berita ini. Selain itu juga ada opini, ada cerita foto, ada produk video, ada infografik, dll. Artikel yang menarik itu akan dibacain sama admin. Admin di tirto itu harus mempunyai kekuatan baca yang panjang. Jadi bisa ngebaca 20 – 30 artikel. Cari yang paling menarik, tim sosmed akan mensarikan artikel itu, dari yang panjang 10 menit baca gimana caranya bisa muat ke size infografik yang ada di instagram (1:1 1.200x1200). Bedanya kan kalo di web itu infografiknya lebih panjang, *space* nya lebih banyak. Jadi gimana caranya meres artikel biar satu, gak *miss reading*. Informasinya pasti kepotong. Tapi gimana caranya gak *miss reading*. Kedua, dia punya cara *story telling* yang bagus. Selalu tempatkan diri di sisi pembaca. Aku ngebaca ini ngerti gak ya, kalo aku selalu berangkatnya dari situ. Pembaca nyaman gak ya, sebagai *user* ini bakal diliat gak ya. Terus setelah jadi, ini langsung di garap sama anak visual *design graphic* sosmed. Setelah jadi kontennya berbentuk visual, di upload. Disitulah balik

lagi kita ngambil dari redaksi, nah ini keputusannya di tangan redaksi dari editor. Apakah itu layak, apakah visualnya tidak menyudut pihak – pihak tertentu, apakah seksis, apakah sara, nah itu dari mereka semuanya nanti. Setelah oke, nanti akan di upload ke suatu tempat artikel. Sudah disetujui, ya tadi di lempar ke admin yang megang instagram. Jadi satu infografik yang kamu liat setiap harinya di tirto prosesnya panjang.

Peneliti : Bagaimana awal mula memiliki konsep penyampaian informasi berbasis infografik di instagram? Apa tujuannya dibuat infografis?

Erren : Jadi datanya dapet dari artikel, dibuat oleh tim admin berupa *brief* yang disarikan. Mereka menyarikan apa yang ada di artikel tersebut, dijadikan lebih *simple*, yang kira – kira muat. Kemudian kami dari tim *Design Graphis Sosmed* memvisualisasikan bentuk tulisan – tulisan yang sudah diracik sama admin ini. Tapi semua berdasar artikel. Kenapa pake infografik? Karena kalo dari *design* itu udah ditetapkan sih ya. Ya ikut aja karena disuruhnya bikin infografik.

Chafifa Chazali : Jadi gini, menurut penelitian dari berbagai artikel, minat baca orang Indonesia itu rendah. Dan Tirto itu hadir sebagai bentuknya tuh *long form* kaya minimal aja 2 menit atau 3 menit lo baca. Ada produk *mild report* dan itu bahkan 8 – 10 menit. Siapa orang yang mau baca laporan sepanjang itu, gitu. Padahal kontennya itu bisa jadi penting. Apalagi sekarang itu orang banyak banget yang ngakses berita itu bukan dari *desktop* atau gimana cuman dari *mobile*. Karena paling banyak *audience* kita itu dari aplikasi *mobile*. Jadi aku mikirnya gini, gimana caranya biar mereka berhenti dan minimal kalo pun mereka ga punya waktu mereka dapet sesuatu gitu. Ya artinya kalo target pembaca kita tuh udah bukan orang tua zaman dulu yang terima koran di depan rumahnya. Target kita itu anak – anak mereka. Anak – anak mereka yang masih SMA, yang udah mengerti soal politik, anak – anak muda yang sebenarnya peduli ada apa sih hari ini di sini gitu. Jadi kayak dia pengen tau, dan Tirto itu hadir sebagai media yang berbasis data. Intinya sih bukan buat apa ya, lebih kepada alat kamu untuk mengambil keputusan aja sih. Nih kamu baca, kalo setiap ada peristiwa penting, kita memang tidak cepat beritanya, tapi kita jamin lebih lengkap. Narasumbernya lebih banyak, dan dari situ kamu bisa menyimpulkan sendiri kronologinya sebenarnya gimana sih. Dan saya

harap setelah kamu baca produk kita itu bisa membantu kamu untuk mengambil kesimpulan. Itu kalo dia punya waktu. Kalo dia ga punya waktu, setidaknya dia bisa berhenti di infografik yang dibuat se *mobile friendly* mungkin dalam aplikasi membaca kamu supaya kamu tau tentang apa gitu. Jadi infografik itu lebih kaya gitu sih *hook* nya sih. Soalnya ya jujur aja, saya ga terlalu suka baca. Lebih suka baca komik daripada buku pelajaran yang teks semua gitu. Ya memang visual itu menarik, ada kekuatannya. Ya kenapa kita disitu aja ya, sesederhana itu sih.

Peneliti : Bagaimana peran media tirto dalam membentuk cara berpikir melalui infografis yang dibuat di instagram?

Chafifa Chazali : Tujuan kami sih sebenarnya kalo dibilang mengedukasi masyarakat itu terlalu berat ya. Tapi peran kita itu satu, kami menyampaikan informasi se jelas mungkin. Kedua, informasinya itu bisa lebih menarik bisa jadi satu itu menarik, dua penting. Kalopun dia tidak menarik tapi penting, itu akan tetap kami hadirkan. Mau *traffic* nya ga ada kek, mau yg like ga ada kek, selama itu penting, orang harus tau. Terus yang ketiga, itu tuh kayak waktu kamu itu gak akan sia – sia gitu, di padetnya jadwal kamu, dan aku tau anak muda sekarang itu ada kecenderungan manja gitu. Harus disuapin. Kalau kamu liat anak muda zaman sekarang mana ada yang ngetik Tirto.id ke web. Mereka pengennya informasi itu dari sosial media. Semua dari sosial media. Dan di sela – sela waktu haha hihi kamu di sosial media, mampirlah ke instagram kami dan mungkin kamu bakal belajar satu atau dua hal baru. Bagus kalau info ini berguna, lebih bagus lagi kalo info ini bisa membantu kamu mengambil keputusan yang tepat di masa depan nanti. Jadi sama sekali ga ada macem – macem sih cuman kayak nih gue tau, lu mau tau gak? Terserah gitu.

Peneliti : Bagaimana peran media tirto dalam membentuk cara berperilaku melalui infografis yang dibuat?

Chafifa Chazali : Tujuan kita itu kita cuman ngasih informasi aja. Kerjaan kami cuman menyampaikan berita, beritanya kami jamin sesuai faktanya, datanya ada silahkan di cek, udah selesai. Sisanya terserah. Bagus kalo buat kamu ambil keputusan, kalo enggak juga ya bodo amat gitu ya. Infonya tuh harus yang penting, dan populer.

Peneliti : Apa saja peraturan yang berlaku dalam membuat infografis?

Chafifa Chazali :

1. Ada pemilihan judul, judulnya itu harus menarik, soalnya artikel itu biasanya bahasanya kaku. Emang maskulin gitu cara nulis – nulis di sini tuh. Intinya, setiap admin yang nge *reward* artikel untuk disarikan menjadi infografik di instagram, itu harus meredefinisi artikel itu sendiri. Misalkan artikel tentang cincin kawin, itu kayak saya masukin *point of view* saya gitu sebagai cewek yang berharap nanti menikah dan kayaknya nih info ini berguna segala macam. Jadi saya akan nyari judul itu yang *realate* dan luwes gitu. Soalnya bisa jadi judul di artikel sama judul di infografik biasanya berbeda. Karena siapa juga gitu, berita itu udah serem ngapain lagi ngasi info yang serem lagi. Jadi cari bahasa yang santai, dan anak muda. Karena kita juga harus belajar dari behaviour para penikmat tirtto di instagram. Kita selalu pake data. Umur berapa sih pembaca kita tuh, dan ada *insight* nya. Dan saya yakin media lain juga pasti merhatiin *insight* nya. Dan kebetulan pembaca kami itu di umur muda 12 tahun – 60 tahun yang paling tinggi itu kalo gasalah umur 18 – 34 tahun. Umur saya disitu, jadi saya lebih *relate* aja kaya saya ngobrol sama temen.
2. Lalu karakter dibatasi. Karakter kata itu dibatasi. Karena ga mungkin taro semuanya. Nah itu tuh ada rumusnya.
3. Nah abis itu saya harus mecantumkan sumber dari artikelnya. Lalu saya harus menyertakan *caption*. Jadi saya mudahkan teman saya yang megang instagram tinggal *copy paste*. Karena kan yang baca artikelnya saya, jadi ga ada waktu buat baca. Jadi saya bertanggung jawab sama konten artikel itu.
4. Terus saya bertanggung jawab untuk kalo bisa, kalo sempet ngasi arahan visual *brief* nya itu kepada tim *designer*. Misalkan saya pengen konten ini, judulnya kengerian nih, judulnya boleh kayak disamber petir ya, yang kayak gitu – gitu. Nanti pa tirtonya ngomong kayak gini ya, kan dia punya pesona sendiri ya. Nah itu kira – kira *brief* nya.
5. Nah yang harus dihindari itu kata – kata seksis, sara, karena kami aviliasi kepada subjektivitas terhadap pilihan politik tertentu. Itu gak bisa. Kita gak bisa nih ada berita ahok yang jelek terus gak dinaikin. Wah gak bisa. Kalo ketauan mending kasi SP atau pecat sekalian, Gitu sanksinya.

Erren : Kalo apa yang tidak boleh dilakukan secara visual itu, saya dari *design* itu membatasi karakternya, jadi gak boleh banyak – banyak. Jadi ada porsi buat gambarnya itu masih tetep enak. Porsinya harus lebih berat di visual. Jadi dibatasi jumlah karakternya untuk membuat *brief* itu, batesin sampe 500 karakter sih untuk tulisan – tulisan yang dimasukin itu udah termasuk judulnya. Terus kita pake font yang

konsisten juga untuk teks. Font untuk judul kita masih bisa fleksibel. Jadi masih bisa pake macem – macem sesuai karakter, sesuai konten. Kemudian untuk warna, warnanya selama sesuai dengan model warna, sesuai dengan teori – teori warna, masih masuk gitu. Dan tidak saling bertabrakan atau gak mati. Pokoknya tetep enak diliat. Terus dari segi *layout*, itu harus *spacy* kalo bisa tidak terlalu penuh dan gak terlalu kosong juga. Jadi design nya harus seimbang. Saling mengisi, gak saling *overlapping* juga gambarnya. Intinya enaklah secara visual. Terus kita juga punya ilustrasi. Nah dalam menentukan ilustrasinya sendiri itu kita selalu menggunakan analogi, parodi juga kadang, terus sama artwork. Soalnya ga mungkin gitu ngomongin bioskop terus ilustrasinya bioskop, ngomongin duren kita tampilin foto duren, ya itu mah sama aja kaya *flyer* aja. Kita kan produknya tuh jurnalisme data ya, bukan *hard product* jadi kita juga ga terlalu buat *hard selling*. Dan yang pasti visualisasinya itu gak boleh rasis, ga boleh seksisme, gak boleh berhubungan sama sara juga. Harus hati – hati sih. jadi semua di filter ilustrasinya. Aku sih menekankan untuk bisa ngelantur tapi tetep bisa relefan gitu. Jadi keliatannya gak nyambung tapi kok nyambung.

Peneliti : Hal apa yang mendasari media tirta “berani” dalam menyampaikan informasi? Bagaimana tindakan dari media tirta sendiri dalam menghadapi komentar – komentar dari masyarakat?

Chafifa Chazali : Intinya sebenarnya kami berani dalam menyampaikan informasi itu karena kami punya data. Kalau kami gak punya data ya kami gak berani. Jadi kayak gini, kami tahu itu debat pilgub. Siapapun yang terpilih akan mempengaruhi ratusan bahkan ribuan orang yang akan dia pimpin buat 5 tahun kedepan. Ya kita cuman sebagai media yang menampilkan informasi yang kalo bisa sih berimbang, kita mengusahakan berimbang, harus berimbang. Supaya masyarakat itu bisa memilih paslonnya. Setelah melihat debat ini kalo kamu ga punya waktu, kamu bisa *scroll* dan mudah – mudahan bisa membantu ngambil keputusan yang terbaik buat kota masing – masing. Angka dalam data itu bisa tabrakan. Tapi selama kamu bisa mencantumkan sumber, dan itu betul ada, kamu tetep berdiri di koridor yang benar. Jadi kalau mau dihajar ya pake data juga. Soal orang tersinggung, orang baper, sebagai admin itu harus bacain komen satu – satu. Selalu terpantau. Jadi kita selalu memberi mereka ruang untuk berbagi pendapat. yang gak

guna di diemin, tapi kadang – kadang diantara itu ada yang kritiknya itu sifatnya membangun.

Peneliti : Apakah pernah membuat konten dari masukan atau komentar masyarakat?

Chafifa Chazali : Oh banyak. Contohnya di kita itu ada *polling* periksa data. Nah kami ada pilihan. Misalkan ada 3 hal, contoh kemiskinan, atau garam impor atau apa, nah kita akan liat mereka lebih antusias ke mana. Nanti mereka juga akan ngasih pendapat. Dan itu kita berangkatnya dari pembaca. Kamu harus tulis sesuatu yang mereka mau baca.

Peneliti : Bagaimana proses dalam membuat infografis? Apakah konten infografis dari instagram itu sama dengan web?

Chafifa & Erren : Ada yang sama, jadi serupa tapi tak sama. Rasanya beda, kadang judulnya juga beda. Misalkan artikel tentang cincin kawin, infografiknya tentang bahan – bahan cincin kawin yang populer. Kadang – kadang diliat di artikelnya ternyata lebih menarik fakta bahwa pasangan bercerai itu cincin kawinnya di apain gitu. Jadi saya akan buat infografik yang baru berdasarkan artikelnya aja.

Beda, itu dapurnya beda. Ukurannya beda, *treatmentnya* juga beda. Kalo di web itu ukurannya panjang 16:9 sizenya, dan itu ditempatkan dalam artikel atau infografiknya, nah itu adalah kewenangan dari pihak multimedia. Kalo di instagram itu infografiknya *square*, kecil – kecil, dan hanya ada di *feed* instagram, dan itu kewenangannya adalah sosial media.

Peneliti : Bagaimana tips & trik membuat infografis dan bahasa yang menarik? Berita seperti apa yang biasanya dijadikan infografis?

Chafifa Chazali : Caption untuk pengantar infografik itu ngaruh. Bagusnya di tirtto itu organik. Ga ada SOP kaya di perusahaan – perusahaan lain. Jadi kamu punya ide apa, kalau emang bisa ya kenapa enggak untuk menghasilkan produk yang bagus. Termasuk perkembangan – perkembangan karakter pak tirtto, itu juga produk. Tentu aja yang menarik dan yang penting.

Peneliti : Bagaimana tips & trik dari media tirtto sendiri dalam menarik *audience*?

Chafifa Chazali : Intinya gimana caranya kamu bisa menyampaikan berita yang penting apalagi itu situasinya ada konflik, isu yang

berat, tapi dengan cara seringan mungkin. Apalagi audience kita itu kebanyakannya anak muda.

Peneliti : Bagaimana sistem revisi jika ada kesalahan dalam postingan infografik?

Chafifa Chazali : Kalau misalkan baru itungan detik, itu bisa dihapus. Kalo itungannya udah setengah jam segala macam, pertimbangannya begini, kalo misalkan cuman typo caption doang itu akan ralat di *reply*. Tapi kalau misalkan itu infografik, datanya salah, dan bertpotensi viral, orang yang menyebarkan terus menerus dengan data yang salah, walaupun kita sudah membetulkan, mendingan di *delete* sumbernya. Dan ditulis bahwa infografik telah direvisi telah tayang tanggal sekian, kita semua terbuka. Kadang – kadang yang ngingetin kita salah itu pembaca. Mereka itu tau persen juga diperhatiin. Tapi itulah kekuatan dari pembaca. Aku jadi ngerasa mereka menghargai hasil kerja kita sih. pembaca itu sangat penting buat sosial media. Tanpa mereka itu kita bukan apa – apa.

Peneliti : Sejak kapan media tirto mulai memanfaatkan media sosial instagram? Kenapa memilih instagram?

Chafifa Chazali : Tahun lalu, awal 2017. Web dulu, lalu facebook, twitter, dan terakhir instagram. Karena instagram itu tadinya hanya diperuntukkan untuk *brand awareness* aja. Ya siapa sih yang baca berita di instagram? Gitu. Karena instagram *powerfull* secara visual, konten yang kita jual itu ada. Kita ada infografik ya kenapa engga kita coba aja. Instagram yang tadinya jadi *brand awareness* doang lama – lama ternyata bisa narik *traffic* dari fitur *insta story* nya. Intinya kamu cuman perlu explore aja sih. dan saya yakin media yang lain juga melakukan hal yang sama. Alasan lain juga karena dari data, per awal tahun 2017 itu pengguna instagram jauh lebih banyak dari pengguna sosial media lainnya di Indonesia.

Peneliti : Apa saja keuntungan dan kerugian dari disebarkannya infografis melalui instagram?

Chafifa Chazali : Keuntungannya kita merasa kerja keras kita dihargai, dan kita bisa ngeliat *insight* dari pembaca. Kerugiannya itu plagiarisme, sama pernah di ambil sama akun anonim yg bilang media kafir atau apalah. Jadi kayak banyak tuduhan – tuduhan sepihak. Ya kalau memang ada yang keberatan silahkan layangkan surat keberatan ke redaksi@tirto.id. Toh sebenarnya udah jelas kamu mau kontak kemana, kalo keberatan komplainnya ke mana.

- Peneliti : Hambatan apa saja yang dirasakan dalam membuat infografis?
- Chafifa Chazali : Hambatan paling besarnya menurut aku itu sumber daya manusia dan waktu, tirto itu kecil. Soalnya produknya makin banyak, tim nya masih itu – itu aja. tim yang *expand* itu kan terbatas ya, itung – itungan *budget* segala macam. Dan itu kan ga bisa segampang itu nambah orang. Soalnya kan yang masuk tirto sekarang makin susah ya, jadi gak segampang itu. Apalagi saya menanggung jawab sosial media apalagi saya ngurus jadi admin. Admin artinya saya ga peduli kamu mau jadi kuli kek dulu, atau TKW kek, tapi saya ingin kamu punya kepribadian. Kepribadian itu *soft skill*. Kamu ga bisa liat di CV , gak kayak mau ngelamar jadi designer.
- Peneliti : Kenapa informasi yang disebarakan melalui instagram ini hampir seluruh feeds nya berisikan infografis?
- Chafifa Chazali : Karena itu satu produk utama kita. Tapi tidak juga ada juga fotonya, videonya, motion grafik, poster kuis. Instagram itu kan *platform* visual. Ya sebagian besar itu infografik karena itu produk utamanya.
- Peneliti : Bagaimana pihak admin sendiri dalam menyikapi komentar netizen?
- Chafifa Chazali : Sebagai admin kita punya kewajiban ngeliat semua komentar yang masuk. Mau kita setuju atau enggak, kita baca aja. Karena balik lagi diantara para kumpulan komentar itu pasti ada satu yang berguna. Contoh, dia ngoreksi data. Itu sangat – sangat butuh. Dua, dia ngoreksi typo. Itu kan ngingetin kan, dia membantu pekerjaan kita. Dan kita akan berterima kasih. Terima kasihnya itu dengan merevisi sesuai dengan yang pembaca mau. Tapi sisanya yang komen negatif, itu saya diemin aja sih. saya gunakan *the power of* bodo amat. Jadi kayak kecerdasan emosi aja sih.

3. Hasil Wawancara dengan Manajemen Multimedia Sabda Armandio

- Peneliti : Bagaimana alur redaksi di media Tirto.id?
- Sabda Armandio : Jadi pertama kita biasanya meeting setiap minggu, meeting tema besar. Jadi seminggu itu 2 kali redaksi meeting. Mereka akan mengumpulkan semua tulisan apa yang hendak tulis minggu ini. Lalu, setelah mendapat gagasan tulisannya itu apa, itu tim riset akan mencari data mengenai tulisan data itu. Lalu data yang dikumpulin oleh

tim riset akan dikirim ke tim *story board*, dibuatkan *story board*, di rangkum, lalu masuk ke desainer. Desainer akan mengerjakan apa yang sudah dirangkum oleh tim *story board*. Sederhananya seperti itu untuk produk yang umum. Karena kan Tirto itu ada banyak, ada yang *mild report*, *ada issue*, dll, tapi semuanya secara garis besar prosesnya hampir seperti itu. Kadang – kadang juga tim riset duluan yang nemu data, lalu datanya dilempar ke penulis, dan dilempar ke designer, storyboard.

Peneliti : Bagaimana proses kerja tim multimedia dalam membuat infografik

Sabda Armandio : Dari tim riset kita dapet data, masuk ke tim *story board*, dari *story board* dia akan memilah datanya dari situ baru dilempar ke *designer*, dari *designer* bikin infografik masuk lewat *art director*, *art director* akan memeriksa ada *typo* ga, atau ini ilustrasinya sudah cocok atau belum. Dari situ lolos kurasi lalu masuk ke tim *upload*.

Peneliti : Bagaimana awal mula memiliki konsep penyampaian informasi berbasis infografik? Apa tujuannya dibuat infografis?

Sabda Armandio : Sebenarnya tirto membuat infografik itu sebagai pembeda dari media lain. Dan pada awalnya, Tirto memang dirancang untuk mengikuti tradisi jurnalisme berbasis data. Dan salah satu medium yang paling tepat untuk jadi penopang tulisan yang berbasis analisis data itu adalah infografik. Karena, pertama kita mengincar pembaca muda. Jadi di dalam infografik akhirnya bikin beberapa aturan untuk lebih bisa diterima oleh selera umur anak – anak, orang – orang diusia 20 – 30 tahun. Jadi pengembangannya adalah gimana cara pendekatannya ke behaviour mereka atau selera. Jadi kami juga melakukan semacam perombakan tiap 6 bulan sekali, mengikuti itu tadi behaviour dan selera mereka. Jadi warna seperti apa yang kira – kira sedang disukai, dan design seperti apa, dan itu akan dilakukan evaluasi selama 6 bulan sekali. Jadi memang tujuannya adalah untuk menarik pembaca muda. Karena tulisan – tulisan di Tirto itu cenderung padat dan cukup berat dan panjang pula. Jadi diharapkan kehadiran infografik itu bisa menarik minat mereka untuk membaca lebih banyak dan memahami konteks.

Peneliti : Bagaimana peran media tirto dalam membentuk cara berpikir melalui infografis yang dibuat di instagram?

- Sabda Armandio : Oh iya tentu. Jadi fungsi utama jurnalisme ortodoks itu merubah cara berpikir masyarakat. Kami mewartakan berita, dan masyarakat mengambil berita itu, mengolah informasi itu, dan diharapkan terjadi perubahan sosial. Begitu idealnya. Dan tirto berusaha patuh pada itu. Jadi memang tujuannya adalah untuk mengubah pola pikir masyarakat. Dan kita memelihara demokrasi dengan cara memperluas diskusi. Jadi aku sama sekali ga kaget ketika komentar – komentar di instagram atau di twitter atau di facebook itu yang ga suka sama kontennya, tapi itu kan proses dari demokrasi. Dan memang perlu dipancing seperti itu untuk memancing perubahan. Kan lama – lama orang jadi menumbuhkan akal sehat. Ketika kontennya tidak mereka sukai, mereka akan komentar dan mereka akan gak suka. Tapi kan ada yang lain. Dan mereka otomatis mau gak mau akan membaca pendapat orang lain. Walaupun tadi aku bilang netral, tapi kan pembacanya itu tidak pernah netral. pembacanya tentu punya pilihan – pilihan lain, pembaca tentu punya opini sendiri. Jadi ketika mereka dikasih produk / Infografik A, mereka punya pikiran sendiri mau setuju atau tidak setuju. dan akhirnya jadi diskusi kan, ya gitu kira – kira.
- Peneliti : Bagaimana peran media tirto dalam membentuk cara berperilaku melalui infografis yang dibuat?
- Sabda Armandio : Jadi sebetulnya kami menghindari framing. Jadi ya sebisa mungkin infografik tirto itu bersifat rekomendasi. Jadi kami memberikan pilihan. Misalnya kasusnya orang harus anti vaksin atau pro vaksin, kami akan memberi jalan tengah rekomendasi jadi gimana kalo misalnya “penyakit apa saja yang muncul jika kita anti vaksin” kita akan memberikan contohnya misalnya difteri. Difteri itu gak muncul kalo kalian di vaksin gitu. Jadi kami lebih memberikan cara berpikir lain. Jadi di infografik sebisa mungkin bersifat netral dan memberikan pilihan yang lebih baik. Kami sebisa mungkin menghindari framing dan tidak subjektif.
- Peneliti : Apa saja peraturan yang berlaku dalam membuat infografis?
- Sabda Armandio : Di infografik kami sangat mematuhi etika jurnalistik. Dan beberapa point – point di sana. Satu – satunya koridor Yang menjaga infografik tirto cuman itu aja. Cuma etika jurnalis aja. Jadi selain itu ga ada peraturan lain. Designer di sini mereka bebas mau bikin apa, kami lebih banyak mengembangkan bakat mereka aja sih, menyediakan buku – buku dan workshop. Jadi mereka akan diikutkan workshop.

Dan akhirnya mereka jadi punya obrolan dan meningkatkan skill mereka. Sisanya tetep harus patuh sama kode etik jurnalistik.

Peneliti : Hal apa yang mendasari media tirto “berani” dalam menyampaikan informasi? Bagaimana tindakan dari media tirto sendiri dalam menghadapi komentar – komentar dari masyarakat?

Sabda Armandio : Apa yang disampaikan oleh Tirto, apa yang ditangkap oleh pembaca adalah fakta yang sudah ada. Jadi bukan lagi membicarakan keberanian, tapi tugas jurnalistik memang menyampaikan berita yang sudah di verifikasi. Dan kebetulan memang yang sudah di ferivikasi itu kadang mungkin berita yang dinilai kontriversial. Mungkin disitu titik berannya. Tapi yang kami sampaikan adalah bentuk tanggung jawab kami sebagai jurnalis. Jadi tidak ada yang berani atau tidak berani disitu. Apa yang disampaikan sudah di verifikasi dan sudah mendekati kebenaran setidaknya objektif, dan punya mengcover dua sisi baru kami kasih ke publik. Jadi bukan soal keberanian tapi soal tanggung jawab kami sebagai jurnalis aja.

Peneliti : Bagaimana tirto menjaga kredibilitas berita agar informatif, tidak memihak, dan bagaimana tirto menyikapi tekanan – tekanan yang ada?

Sabda Armandio : Cara menjaga kredibilitasnya itu gini ya kita itu kan negara hukum, kami berlindung di bawah hukum dan kamu juga punya organisasi besar AJI (Asosiasi Jurnalis Indonesia) dan mereka akan melindungi kami. Jadi kami sebetulnya tidak perlu repot – repot misalnya takut dengan tekanan – tekanan yang masuk. Kami dilindungi oleh hukum. Dan menjaga agar informatif dan tidak memihak itu balik lagi ke yang tadi, data yang kami cari itu sudah di verifikasi dan dipastikan sumber data kami tidak memihak siapapun. Dan ga ada perilaku khusus, misalnya kaya harus hati – hati nih gitu enggak. Selama datanya emang valid, kami tidak akan takut untuk bikin itu.

Peneliti : Bagaimana tahapan – tahapan sebelum mengunggah infografis melalui web? Apa yang menjadi pertimbangan dalam memilih konten suatu berita?

Sabda Armandio : Untuk infografik yang di website itu diambil datanya dari tim riset untuk kebutuhan menopang artikel. Jadi infografik di dalam website itu harus berkaitan dengan artikelnya. Sementara kalo yang di instagram jadi di platform medsos infografiknya itu digunakan untuk menarik minat pengguna

medsos. Jadi katakanlah kalo di instagram lebih main – main, itu karena memang pasar di instagram memang seperti itu. Mereka punya behaviour sendiri, mereka punya ranah bermainnya sendiri, jadi gimana caranya supaya anak – anak muda itu ingin membaca berita atau ingin mengetahui sebuah informasi itu kita masuk penetrasinya dengan cara bagaimana cara mereka berpikir, bagaimana cara mereka menyikapi sesuatu, dan apa sih yang mereka sukai. Jadi kenapa aku akhirnya memisahkan tim designer di multimedia dengan tim designer di media sosial, karena kebetulan di media sosial itu lebih berbeda dengan kebutuhan designer di multimedia. Kami melayani redaksi. Tugas kami membuat infografik yang menopang artikel. Sementara di instagram mereka melayani publik. Dan tau seberapa besar sih keinginan mereka, cara penyajiannya, dan tampilan visualnya yang mereka sukai itu seperti apa.

Peneliti : Bagaimana tips & trik membuat infografis dan bahasa yang menarik? Berita seperti apa yang biasanya dijadikan infografis?

Sabda Armandio : Kami tidak mempunyai pilihan mau milih berita mana yang akan dijadikan infografik, karena semua berita akan dijadikan infografik. Kecuali produk *hard news* yang berita kilat. Semuanya pakai infografik.

Lampiran 3

Hasil Wawancara dengan lima Informan Pendukung, sebagai berikut.

1. Informan 1 Rayhadi Syadik 22 Tahun, Mahasiswa Tingkat Akhir,

UNPAS :

Peneliti : Sejak kapan follow akun instagram Tirtoid?

Rayhadi : Sekitar tahun 2017 mungkin ya

Peneliti : Tahu akun tirto darimana?

Rayhadi : Itu karena kebetulan saya tergabung dalam wadah komunitas di kampus bernama Gabungan Penulis Lengkong dan dari sini menginfluence media yang menjadi *influence* mereka itu Tirto.

Peneliti : Kenapa follow akun instagram tirtoid?

Rayhadi : begitu tahu, ngeliat, oh ini bagus nih. Tirto ini media yang berbeda dari media – media yang lain. Tirto itu seperti mampu menyanggah opini bahwa media – media di

Indonesia itu “oh sama beritanya” tapi Tirto mampu memberikan sedikit berbeda, walaupun itu sedikit tapi berbeda. Dan kayaknya memang dengan keseragaman berita yang ada di Indonesia, Tirto menawarkan sebuah perbedaan dalam keseragaman itu akhirnya saya follow aja. Karena sudut yang mereka angkat itu sedikit berbeda dari media – media yang ada.

Peneliti : Bagaimana pendapatnya mengenai infografik yang dibuat oleh akun instagram tirtoid? Apakah bermanfaat?

Rayhadi : Penyajian infografik dalam pemberitaan Tirto menurut saya sangat cocok ya dilakukan. Sekarang kan sudah bukan fasenya anak – anak jurnalistik ya tapi fasenya anak – anak DKV mungkin. Pembaca media di era sekarang ini lebih tertarik dengan bentuk visual daripada teksnya. Dan menurut saya Tirto sudah mampu mengeksekusi ke arah sana. Sehingga informasi yang mereka sampaikan dan mereka transkrip ke dalam bentuk visual itu sudah proporsional dengan apa yang hendak mereka sampaikan. Dan infografik ini sangat bermanfaat buat saya. Dan saya rasa untuk temen – temen pembaca yang lain juga sangat bermanfaat ya. Karena ya itu kebutuhan pembaca di era sekarang sudah mampu di eksekusi oleh Tirto. Katakanlah si pencetus infografik ini mencapai titik angka 6 gitu, Tirto ini menembus angka 8,7 misalnya, dan belum ada lagi yang bisa menggeser untuk saat ini.

Peneliti : Apakah penyampaian infografik di akun Tirtoid ini dapat membentuk cara berpikir? Contohnya?

Rayhadi : Pernah sekali waktu itu contoh beritanya saat majalah rolling stone Indonesia berhenti terbit, saya kebetulan pertama kali tahu itu dari Tirto, dan saya jadi berpikir lebih mengevaluasi lagi bahwa cita – cita awal saya sebagai jurnalisme musik sih. Karena disitu kan Tirto menuliskan dalam infografiknya itu sejarah majalah musik yang tidak pernah bertahan lama kan, dengan segala kegagalannya yang sama yang mampu disajikan oleh Tirto dalam sebuah bentuk visual tuh kayak menyadarkan “oh apakah jurnalisme musik di Indonesia masih bisa tahan lama atau enggak” sempet sih mikir kaya gitu.

Peneliti : Apakah penyampaian infografik di akun Tirtoid ini dapat membentuk cara berperilaku? Contohnya?

Rayhadi : Oh iya pernah, Pemberitaan tentang larangan penggunaan headset. Mendengarkan musik dan merokok ya. Karena kan kebiasaan buruk saya kan suka merokok sambil nyetir, nah

semenjak baca itu saya jadi mengurangi lah merokok sambil nyetir, atau dengerin lagu sambil nyetir. Langsung kaya “ohh 700 ribu lumayan nih kalo ditilang”

Peneliti : Seberapa sering berinteraksi dengan akun instagram Tirtoid?

Rayhadi : Sebenarnya kalo niat ngepoin kaya nge scroll gitu enggak sih, karena emang kebetulan saya follow, kan sistem dalam instagram ngacak gitu kan, dia bisa tampil kapan aja. Kalo saya liat 10 slide di bawah oh ada nih Tirto, kadang – kadang saya baca. Itu sehari bisa kalo dibilang 3 kali itu lebih juga sih, soalnya saya lumayan aktif main instagram.

Peneliti : Apa kekurangan dari akun Tirtoid?

Rayhadi : Karena sejauh ini belum ada cetaknya jadi yang dikhawatirkan kan ada beberapa pihak yang mungkin tidak senang dengan pemberitaan Tirto yang dianggap terlalu depan memberitakan dan mengungkap tokoh, saya khawatir format datanya itu dalam bentuk online dan akhirnya diretas datanya hilang semua. Karena mungkin tidak ada dalam format cetak. Kalo dari sisi jurnalistik sih saya rasa mereka sudah melakukan prinsip jurnalistik yang baik ya, cuman kekurangannya sih itu. Saya termasuk orang yang menyukai media dalam bentuk fisik karena itu bagi saya adalah pengarsipan. Kalo untuk infografiknya sih hampir tidak ada kekurangan ya menurut saya.

Peneliti : Apa kelebihan dari akun Tirtoid?

Rayhadi : Materi pemberitaannya yang sedikit berbeda, dan pergeseran media dari cetak ke digital di era sekarang, pada akhirnya mengubah format berita. Sehingga media – media digital dianggap cuman menyajikan teras beritanya aja, bukan berita intinya gitu kan. Tapi Tirto itu berhasil mengkonversi format dari cetak yang memang dia benar – benar peliputannya mendalam, risetnya juga bagus sekali, dalam bentuk online dalam bentuk media daring. Itu sih kelebihannya. Sehingga pemirsa berita di era sekarang yang memang sangat membutuhkan media online tersebut mampu mendapatkan vitamin – vitamin yang bisa dijumpai di media cetak itu kita bisa jumpai di media online yang bernama Tirto. Kalo dari infografiknya sendiri, mampu singkat, padat, jelas. Dan memang 5 W 1 H nya dapet banget. Sehingga kita cuman liat sekali oh kita bisa tahu dan ngerti banyak hal. Kadang gini ya, ada infografik yang dibuat asal – asalan sehingga terjadi salah tafsir oleh pembaca yang memang “ah gue males nih baca berita

panjang – panjang” akhirnya liat gambarnya aja salah gitu. Nah Tirto itu bisa meminimalisir salah persepsi dari pembaca yang males baca artikel panjang.

2. Informan 2 Rini Indriana Fatma 22 Tahun, Mahasiswa Tingkat Akhir, UNPAS :

- Peneliti : Sejak kapan follow akun instagram Tirtoid?
- Rini : Follow Tirto kalo ga salah akhir tahun 2017 ini.
- Peneliti : Tahu akun tirtoid dari mana?
- Rini : Awal tahu sih waktu itu ada di *explore* instagram.
- Peneliti : Kenapa follow akun instagram tirtoid?
- Rini : Aku langsung follow karena aku liat beritanya dikemas sangat menarik dan lebih enak aja dicerna beritanya. Karena berita kan sekarang penyajiannya kaya kurang ada visualnya gitu, kalo Tirto itu beda.
- Peneliti : Bagaimana pendapatnya mengenai infografik yang dibuat oleh akun instagram tirtoid? Apakah bermanfaat?
- Rini : Kalo menurut aku sejauh ini pas. Karena dari judulnya itu sesuai dengan gambar. Terus kata – katanya juga ga ada yang mengundang sara, warnanya cukup *eye catchy* gitu, jadi ga norak tapi bagus gitu. Sejauh ini bagus sih. ada juga sih ya beberapa media yang buat infografik tapi sejauh ini Tirto sih yang menurut aku lebih bagus dibanding media lain. Karena selain infografiknya yang lebih menarik, terus yang bedanya itu setiap dari ilustrasinya itu dibawahnya ada sumber nih dari artikel Tirto.id, mungkin buat sebagian orang yang males buka webnya, mereka udah nyajiin infonya secara menarik tapi bisa mudah diterima juga di instagram melalui infografik.
- Peneliti : Apakah penyampaian infografik di akun Tirtoid ini dapat membentuk cara berpikir? Contohnya?
- Rini : Pernah, kalo untuk contoh berita ini pernah yang judulnya “kerja kerja kerja hidupmu kapan?” jadi di mana kita lagi menuju fresh graduate mungkin tuntutan sebuah pekerjaan pasti akan menghampiri. Terus makin orang itu kan keliatan super sibuk juga jadi keliatan status sosialnya seperti apa, tapi ternyata di dalam infografik ini ternyata ada penyakit yang timbul akibat hubungan kerja itu tuh apa aja. Dengan ketidak seimbangan kehidupan kerja dengan

personal itu memicu stress dan kecemasan. Jadi kaya lebih untuk aku sendiri sih ya yang bisa diambil dari infografik ini kalo nanti di kehidupan kerja ternyata forsi pekerjaan itu juga harus dipertimbangkan. Jadi udah kebayang gimana nanti di dunia kerja itu seperti apa. Ternyata ada loh dampak negatifnya.

Peneliti : Apakah penyampaian infografik di akun Tirtoid ini dapat membentuk cara berperilaku? Contohnya?

Rini : Kalo misalkan merubah perilaku mungkin salah satunya tadi di infografik kekerasan dalam pacaran jadi lebih aware aja kali ya sama informasi yang diberikan. Terus ngasih awareness juga buat temen – temen di sekeliling ternyata dalam pacaran itu ada bahaya yang harus kita ketahui. Dari infografiknya kan diliatin cara yang harus dilakukannya itu gimana. Jadi satu awareness, yang kedua ada pengetahuan juga.

Peneliti : Seberapa sering berinteraksi dengan akun instagram Tirtoid?

Rini : Kalo sering sih kayaknya ga begitu ya. Cuman karena aku udah follow Tirto jadi beritanya sering ada di timeline. Kalo like hampir sering dan share itu pernah juga. Dalam sehari itu 2 kali sehari lah ya.

Peneliti : Apa kekurangan dari akun Tirtoid?

Rini : Sejauh ini sih ga ada ya. Karena ya itu penggambarannya sesuai dengan headline dan menarik. Jadi kalo mau share ke orang tuh ga yang terlalu kaku gitu.

Peneliti : Apa kelebihan dari akun Tirtoid?

Rini : Infografiknya menarik dan Gambar dalam infografiknya ada kesinambungan ya. Terus dari segi warna yang pas, selalu punya inovasi gambar yang baru, jadi ga yang monoton gitu. Dari segi pemilihan warna juga mungkin ada makna tersendiri dan lain sebagainya. Dan beritanya juga ga kaku. Kadang kan orang males ya baca artikel. Kalo ini kan ada infografiknya. Dan infografiknya dikemas menarik dan lucu gitu, jadi dibikin kaya kartun, tapi jelas sama kontennya. Jadi ga berita yang selalu politik aja, jadi banyak infonya. Kaya misalkan hal – hal kecil kaya evolusi barbie, dan lain – lain. Jadi ga monoton.

3. Informan 3 Raden Riza Aprilia, 22 Tahun, Mahasiswa Tingkat Akhir, UNPAS :

- Peneliti : Sejak kapan follow akun instagram Tirtoid?
- Riza : Baru – baru ini sih sekitar bulan Oktober 2017.
- Peneliti : Tahu akun tirtoid dari mana?
- Riza : Tahu dari temen sih. awalnya lagi ngobrol – ngobrol, terus ada yang ngusulin katanya media yang paling netral Tirto.
- Peneliti : Kenapa follow akun instagram tirtoid?
- Riza : Karena lebih mempermudah sih. biasanya Kalo buka web nya kadang suka sulit ya. Kebetulan karena liat instagramnya jadi semakin mudah kan liat infografiknya.
- Peneliti : Bagaimana pendapatnya mengenai infografik yang dibuat oleh akun instagram tirtoid? Apakah bermanfaat?
- Riza : Kalo menurut aku sih pas ya dan menarik, dari gambarnya, dari perpaduan warnanya, jadi orang tuh gampang gitu buat memahaminya daripada cuman teks doang. Biasanya kan males gitu kan kalo baca artikel. Dan aku lebih mengunggulkan dari segi kontennya sih. Kalo infografik yang dibuat media lain kan biasanya kontennya hanya seputar umum ya, dan kalo Tirto emang rada kontroversional sih, kalo untuk orang – orang awam ya.
- Peneliti : Apakah penyampaian infografik di akun Tirtoid ini dapat membentuk cara berpikir? Contohnya?
- Riza : Contohnya dari berita yang “drama tahu dari istana” jadi disitu beritanya presiden Jokowi seolah kaget atas pasal kontroversional yang UU MD3 itu. Kemudian pasal kontroversional semuanya disetujui pemerintah kan, tapi anehnya dia kaget. Jadi kaya cuci tangan lah ya istilahnya. Saya berpikir bahwa Segala sesuatu kan emang atas persetujuan presiden, tapi kok aneh gitu.
- Peneliti : Apakah penyampaian infografik di akun Tirtoid ini dapat membentuk cara berperilaku? Contohnya?
- Riza : Kebetulan ada berita ini “yang terjadi jika berhenti olahraga” di sini kan ditulis bahwa dalam 10 hari kinerja otak akan berkurang, dll. Nah kebetulan saya ada group kumpulan anak laki – laki buat olahraga tapi udah ga pernah olahraga, aku kirim ini, jadi mereka juga jadi dibawa suasana. Langsung sharing “hayulah futsal udah lama juga, nanti otaknya berkurang gitu gitu” langsung ya sama – sama ikut tergerak lah. Aku juga kaya ngajak juga karena menurut aku emang bener juga sih kemarin jadi

lemes gitu kan ga pernah olahraga. Dan langsung kita main futsal.

Peneliti : Seberapa sering berinteraksi dengan akun instagram Tirtoid?

Riza : Sekitar adalah 3 – 4 kali seminggu. Kalo emang lagi buka instagram aja sih. kalo like sering itu kalo ada berita yang pas ke aku ya tapi emang kebanyakan pas sih. terus kalo mau baca lebih lengkapnya langsung buka web nya.

Peneliti : Apa kekurangan dari akun Tirtoid?

Riza : Kekurangannya kalo dari sudut pandang awam kadang ga paham gitu kemana arahnya. Pokoknya ada berita yang dari segi bahasanya itu kaya diputerin gitu waktu itu aku pernah baca. Terus juga kurang luas aja sih dalam penyebaran informasinya.

Peneliti : Apa kelebihan dari akun Tirtoid?

Riza : Bagusnya kalo yang bener –bener merhatiin infografiknya dia jadi kaya jalan gitu otaknya. Jadi kaya “oh gini maksudnya” jadi belajar kan. Tapi kalo buat orang awam liat gambar doang gini, gini, tapi bahasanya sulit kan ooh gitu doang langsung di close gitu kan. Infografiknya dari perpaduan warnanya udah pas, sama dari si gambarnya tuh udah bisa lah menggambarkan dengan jelas. Kontennya juga pas, terus sama beritanya ga yang melulu serius. Kaya tadi tentang olahraga kan suatu konten yang ringan lah, jadi kaya santai.

4. Informan 4 Gilang Raihan Pratama, 21 Tahun , Mahasiswa Tingkat

Akhir, UNPAS :

Peneliti : Sejak kapan follow akun instagram tirtoid?

Gilang : Belum lama ini sih sekitar bulan Januari

Peneliti : Tahu akun tirtoid dari mana?

Gilang : Tahu dari temen – temen terus ada di explore instagram juga sih. sebelumnya sih ga terlalu tertarik, cuman karena banyak diomongin karena bagus jadi nge follow.

Peneliti : Kenapa follow akun instagram tirtoid?

Gilang : Karena kebutuhan berita ya, selain Tirto kan ada beberapa berita yang lain, karena untuk sebagai pilihan dan kayaknya lagi rame juga infografik jadi coba follow dan ternyata

menarik juga. Yang jadi daya tarik untuk follow Tirto selain infografiknya juga karena info – info yang tidak dihadirkan oleh media – media lain.

Peneliti : Bagaimana pendapatnya mengenai infografik yang dibuat oleh akun instagram tirtoid? Apakah bermanfaat?

Gilang : Setiap media pasti memiliki karakternya masing – masing. Kalo Tirto kan emang hadir dia dengan infografiknya. Jadi kalo orang – orang bertanya apa sih itu Tirto? Oh Tirto adalah media yang menghadirkan infografik. Sejauh ini sih dengan media – media lain yang mencoba menghadirkan infografik, sejauh ini sih Tirto kayaknya lebih baik. Baca infografik itu jelas lebih menarik ya dibanding baca artikel. Sama seperti kita mendengarkan radio dengan menonton televisi, seperti itu. Kita melihat sebuah berita yang hanya ada tulisan dengan berita yang dia menampilkan gambar, terus bentuk – bentuk, terus dia juga bermain dengan warna, itu pasti juga secara packaging pasti lebih enak diliatnya. Kalo misalkan bicara infografik dari Tirto, secara info banyak hal yang aku baru tau gitu. Sebenarnya waktu itu sempet ngeliat juga ada berita tentang “lasik mata” itu ga sengaja dapet berita itu, padahal sebelumnya emang lagi cari – cari berita tentang lasik mata yang katanya ada yang ngomong sakit, ada yang bilang menyakitkan, mahal, dan segala macam. Ternyata waktu itu muncul berita dari Tirto tentang “lasik mata” . dan dilihat juga infografiknya tidak berlebihan gitu, pas lah. Beritanya tidak berlebihan dan to the point. Data – datanya cukup bisa membuat rasa penasaran terlunasi lah. Kalau pun memang kurang cukup ya karena ini kan berbasisnya instagram gitu kan sosial media, tidak mungkin berlebihan lah beritanya.

Peneliti : Apakah penyampaian infografik di akun Tirtoid ini dapat membentuk cara berpikir? Contohnya?

Gilang : Kalau misalkan diliat di sini aku ambil contohnya berita Tirto ada “risiko jika anak lari dari rumah” kalo diliat dari font nya emang menggambarkan anak kecil lah. Font nya santai, tidak hand writing, tidak tegas juga. Dan di sini digambarkannya adalah Dora dengan petanya. Kenapa aku milih berita ini, dan cara berpikir aku yang berubah setelah ngeliat berita ini, karena emang ngeliat dari beritanya, beberapa kompisisinya emang pas, Kalo misalkan kita ngeliat alasan – alasan kenapa anak kecil bisa lari dari rumah. Sebenarnya bukan karena anak – anak itu memang ditakdirkan sorry to say ditakdirkan menjadi miskin, dan akhirnya dia harus pergi ke jalanan mencari uang. Tidak

juga sebenarnya. Karena tidak sedikit anak – anak yang lari dari rumah adalah anak – anak yang kaya, anak – anak yang mampu orang tuanya, tapi secara batinnya dia sangat kekurangan. Dia tidak memiliki banyak perhatian dari orang tuanya, dia tidak banyak memiliki waktu yang cukup dengan orang tuanya di rumah, dan itu menjadikan alasan bagi anak tersebut lari dari rumah. Itu membuat aku berpikir kalo misalkan beberapa tahun kedepan kayaknya aku bakal ngedidik anak aku dengan baik. Ya secara harfiahnya dalam pola pikir pun pasti berubah setelah melihat berita dari Tirto ini. Karena kita fikir – fikir ya emang benar, anak yang keluar dari rumah itu bukan anak – anak yang ditakdirkan miskin atau tidak mampu, tapi tidak sedikit juga anak yang cukup mampu pun ada alasan untuk keluar dari rumah.

Peneliti : Apakah penyampaian infografik di akun Tirtoid ini dapat membentuk cara berperilaku? Contohnya?

Gilang : Kalo misalkan melihat contoh infografik dari Tirto ini aku ambil yang “gibson tenggelam” karena kebetulan suka musik dan *freelance* juga untuk video kaya gitu, dan memang logis juga tenggelamnya gibson ini bukan karena model – modelnya. Mungkin ada beberapa bisnis yang tenggelam karena dia tidak mampu bertahan di pasar karena modelnya yang jelek, karena kualitasnya yang kurang, tapi kalau melihat dari gibson ini harga juga bisa mempengaruhi penjualannya. Ketika harganya semakin melambung dan sudah tidak masuk akal, orang – orang pun akan berpikir keras kayaknya saya lebih baik memilih kualitas yang tidak beda jauh tapi harganya sangat jauh di bawah gibson. Karena misalkan harga gibson 100 juta untuk hanya satu gitar. Tapi dengan produk lokal asli Indonesia misalnya yang ga jauh beda kualitasnya bisa melampaui gibson itu bisa dijual harganya 10 kali lipat lebih murah. Itu pun bisa membentuk perilaku dimana ketika kita berbisnis, kita pun harus memikirkan harga yang logis. Tidak mungkin kita oke kualitas emang bagus, tapi kita tidak mungkin terus – terusan memasang harga yang sangat tinggi. Karena orang pun akan berpikir masalah harganya. Ketika kita berbisnis, kita pun harus berpikir bahwa kita jangan memikirkan diri kita sendiri saja, keuntungan kita sendiri saja, tapi juga harus memikirkan kemampuannya.

Peneliti : Seberapa sering berinteraksi dengan akun instagram Tirtoid?

Gilang : Kalau untuk interaksinya sih aku hampir tiap hari nge scroll timeline instagram. Karena kan kadang liat – liat aja sih berita – berita kaya gitu atau explore di instagram. Dan karena Tirto kan daily gitu kan, selalu ada beritanya. Terus diliat di insta storynya kan ada juga kan dia berita di insta storynya. Kalau untuk like sih sering, kalo komen jarang, kalau untuk sharing paling pernah sesekali membahas sedikit soal infografiknya di Tirto, sempet nanya juga sih karena tau dari temen, terus tiba – tiba ngobrolin soal Tirto aku nanya kenapa sih emang infografiknya Tirto semenarik apa sih? bagus aja menarik, disampaikan dengan lugas, sederhana, tapi sampai pesannya.

Peneliti : Apa kekurangan dari akun Tirtoid?

Gilang : Sejauh ini sih mungkin ga ada ya. Cuman emang kayaknya untuk video grafisnya mungkin kurang kali ya. Karena Tirto ini sudah penting isinya, akan lebih menarik lagi jika dia membuat sebuah video grafis singkat yang ada narasinya dalam waktu satu menit. Entah itu ajakan, entah itu beritanya yang menggunakan animasi – animasi kayaknya akan lebih menarik. Infografiknya sudah cukup menarik, tapi kalau lebih bisa menarik lagi kalau ada video grafisnya. Karena mungkin orang – orang sudah mulai malas membaca, dia lebih suka mendengar. Seperti kita yang lebih suka mendengar musik dibanding membaca novel.

Peneliti : Apa kelebihan dari akun Tirtoid?

Gilang : Udah cukup menarik lah menurut dari infonya, dari grafisnya, sudah pas lah. Itu bisa dibaca kalangan remaja, muda, tua, dewasa, kayaknya masuk lah.

5. Informan 5 Gahara perizki putra, 23 Tahun, Mahasiswa Tingkat Akhir, UNPAS :

Peneliti : Sejak kapan follow akun instagram tirtoid?

Gahara : Kalo untuk instagramnya sih baru tahun 2018 ini ya. Karena saya ngikutnya di Twitter, ga dari Instagramnya dulu.

Peneliti : Tahu akun tirtoid dari mana?

Gahara : Tau dari temen ngasih tahu di Instagramnya juga lebih mudah katanya nyarinya untuk ngeliat infografiknya ketimbang Twitter.

- Peneliti : Kenapa follow akun instagram tirtoid?
- Gahara : Yang pertama dari Twitter juga infografiknya sudah menarik ya. Dan Instagramnya juga disajikannya lebih enak gitu, lebih enak untuk dipahaminya.
- Peneliti : Bagaimana pendapatnya mengenai infografik yang dibuat oleh akun instagram tirtoid? Apakah bermanfaat?
- Gahara : Sejauh ini saya hampir 8 – 9 bulan mengikuti Tirto.id itu infografiknya yang pertama sangat menarik karena si designer nya itu bisa dia itu benar – benar menggambarkan bahwa sedih tuh kaya gini, senang tuh kaya gini, jadi mengekspresikannya itu benar – benar kena banget gitu. Jadi kitanya juga sambil merasakan juga kalau misalkan kitanya gampang baperlah. Dari warna dan fontnya juga itu memang sangat penting dalam dunia grafis ya. Karena kan itu untuk ketertarikan dari seseorang. Kebetulan di Tirto.id ini semuanya ada gitu, mencakup. Sangat bermanfaat dan kontennya juga memang luas ya. Jadi bukan hanya dalam politik saja, kalo Tirto.id itu masih ada yang kaya ada hiburannya juga, universal lah beritanya. Infografik yang menuju sempurna itu Tirto.id ya, dibanding media online lainnya. Kalau yang lain ada, cuman masih agak mau serius engga, engga serius juga enggak, jadi setengah – setengah lah. Dan infografik itu jauh lebih efektif dibanding artikel. Karena pada dasarnya saya kurang suka membaca ya, saya lebih suka ke hal – hal yang berbentuk gambar dan warna yang menarik, makanya saya mau baca. Walaupun kan disitu ada tulisan tapi kan disitu ada juga gambar, tapi itu yang membuat saya tertarik gitu. Kembali lagi kepada orangnya sih, kalau saya cocok lah untuk baca Tirto.id.
- Peneliti : Apakah penyampaian infografik di akun Tirtoid ini dapat membentuk cara berpikir? Contohnya?
- Gahara : Untuk membentuk cara berpikir sebenarnya lebih ke meng “ngeh” kan jadi kaya “oh iya juga ya” awalnya ga kepikiran tapi jadi kepikiran. Karena saya ambil contohnya di infografik “kok lebih cepat pas pulang ya” awalnya kan saya juga berfikir kaya “iya juga ya kenapa ya kalau pulang itu lebih cepet ketimbang pergi” terus pas ngeliat ini jadi kaya “iya juga ya” . karena dia memberikan informasinya yang benar – benar orang yang jarang tahu tapi kita jadi tahu gara – gara Tirto.
- Peneliti : Apakah penyampaian infografik di akun Tirtoid ini dapat membentuk cara berperilaku? Contohnya?

- Gahara : Ada ini dari infografik “flu datang tak di undang, pulang – pulang jadi meriang” padahal kan apa sih flu. Tapi di sini dikasih tahunya tipsnya itu kalau flu atau batuk tutup hidung atau mulut menggunakan bagian dalam siku. Karena kalau misalkan menggunakan tangan kan kita bersalaman, nah itu bisa nular. Itu juga ga kepikir kan sama saya jadi kaya nah ini baru merubah cara berperilaku saya yang biasanya kalau bersin ditutupin pake tangan tapi pas kemarin – kemarin lagi sakit kebetulan liat ini jadi ditutupin pake siku gitu. Tapi emang bener sih karena virus flu dan batuk itu emang sangat mudah untuk menjalar ya, terimakasih Tirto.id.
- Peneliti : Seberapa sering berinteraksi dengan akun instagram Tirtoid?
- Gahara : Kalau untuk interaksi dengan Tirto.id sih sewaktu lagi luang. Kalau biasanya jam makan siang, sore, malem biasanya saya banyak sekali waktu luang. Tapi lebih banyak liat tuh biasanya malem. Karena saya lebih suka tuh orangnya enggak yang liat berita entar diliat lagi. Jadi saya lebih baik langsung di sekaligusin. Jadi satu hari ditungguin dulu, saya baru baca. Jadi lebih enak lah. Kalo untuk like postingan pasti sih, kalau untuk komen gak semua konten saya komen, cuman beberapa yang menurut saya bagus saya komen.
- Peneliti : Apa kekurangan dari akun Tirtoid?
- Gahara : Kalo menurut saya dari interaksinya ya. misal, saya pernah ngeliat ada beberapa konten yang dikeluarkan oleh Tirto dan ada yang mengomentari ada yang positif ada yang negatif itu wajar. Cuman bagi saya ada yang komentar positif tuh harusnya ada tanggapan dari Tirto. Tapi yang saya liat dari Tirto itu kaya ga ada tanggapannya. dengan menanggapinya kita jadi tahu bahwa Tirto berarti selalu melihat komentar – komentar. jadi menurut saya untuk dekat dengan masyarakatnya itu kurang. Infografiknya sejauh ini belum ada sih, memang bagus.
- Peneliti : Apa kelebihan dari akun Tirtoid?
- Gahara : Yang pertama jelas dari infografiknya sangat bagus ya. Sangat bisa membuat orang tuh kaya “eh liat deh ini infografiknya bagus” ikut menyebarkan karena saya sama temen – temen saya kan suka sama grafis gitu, menggeluti dunia design. Baca berita infografiknya tuh kaya baca komik gitu. Jadi ga sekedar berita – berita yang pada umumnya. Kayaknya emang minat dari orang Indonesia

sendiri tuh lebih tertarik kepada sesuatu yang berwarna dan bergambar. Dari Tirto.id bisa membuat minat baca orang tuh bertambah. Selain itu kelebihannya ada dari berita – beritanya. Beritanya dari yang ringan sampai kelas berat juga ada. Kaya dari hal sepele kaya yang tadi tentang flu, sampai dunia politik juga mereka bahas. Dan yang saya salutkan itu kelebihannya itu dia menggunakan idealisnya yang bener – bener idealis mereka gitu. Tapi bukan untuk menjatuhkan seseorang, tapi memang benar adanya seperti itu ya mereka keluarin gitu, Enggak ada rasa takut.

Lampiran 4

Dokumentasi bersama informan



