

## PENYAJIAN INFORMASI DAN DATA DALAM BENTUK INFOGRAFIS

**Dion Eko Valentino**

Politeknik LP3I Kampus K.Pekanbaru

e-mail : [dion.plb@gmail.com](mailto:dion.plb@gmail.com)

**Abstrak** : Penyebaran teknologi yang cukup pesat saat ini, membuat penyebaran informasi dan data yang begitu *massive* kepada masyarakat luas. Dengan penyebaran informasi yang pesat ini, masyarakat sekarang dengan mudah mencari informasi maupun data di situs-situs pencarian, seperti contohnya google, mozilla, yahoo, dll.. Infografis merupakan salah satu bagian dari cara penyebaran informasi atau data yang ada saat ini. Infografis digunakan sebagai alat untuk mempermudah pembaca memahami suatu runtutan kejadian atau narasi sebuah berita dengan cepat dan mudah, bahkan akhir-akhir ini, dapat kita lihat fenomena hampir seluruh bidang dari mulai penyajian data hingga ke laporan, menggunakan infografis untuk menyampaikan informasi secara ringkas. Informasi yang disajikan dalam bentuk infografis menitik beratkan kepada ilustrasi, sehingga mudah dipahami, berbeda dengan informasi yang tidak menggunakan infografis dimana informasi yang disajikan hanya mengandalkan kepada tulisan saja.

**Kata Kunci** : *Infografis, Data, Media*

### 1. Pendahuluan

Kemudahan dalam mendapatkan informasi berbasis teknologi saat ini berdampak kepada minat baca masyarakat kepada media konvensional seperti contohnya media cetak koran dan majalah berkurang. Hal ini dikarenakan masyarakat dengan mudah mengakses berita atau mencari informasi hanya dengan menggunakan *smartphone* atau mengakses situs-situs berita yang ada dalam media *online*. Hal ini pun berdampak pada minat membaca secara utuh dari berita yang disajikan. Kebanyakan pengguna atau pencari berita secara online hanya memperhatikan judul saja, tanpa membaca berita secara utuh. Sehingga dapat dengan mudah terkena berita-berita bohong atau "*hoax*". Hasil Survei Data Statista 2016 mengungkapkan bahwa dalam mengonsumsi berita, 41 persen responden dunia mengaku bahwa mereka hanya membaca daftar judul saja. Sebuah percobaan yang dilakukan Josh Schwartz dari firma analisis lalu-lintas internet bernama Charbeat dengan salah satu media online bernama Slate mendapati temuan yang tak jauh berbeda. Semakin panjang sebuah artikel berita semakin mungkin berita tersebut tidak dibaca utuh alias ditinggalkan oleh pembacanya. Dalam percobaan, Schwartz berasumsi bahwa umumnya panjang sebuah halaman web berada di sekitar angka 2.000 *pixel*. Dari 2.000 *pixel* tersebut Schwartz membaginya ke dalam beberapa persen potongan. Pergerakan "*scroll*" pengunjung situsweb menentukan pada persen potongan berapa pengunjung berhenti dan keluar dari laman situsweb berita. Dalam percobaan atas pembaca Slate diketahui bahwa 5 persen pengunjung tidak melakukan *scroll* sama sekali. Artinya, sebanyak 5 persen pengunjung Slate hanya membaca judul beritanya saja tanpa membaca isi berita secara keseluruhan. Dalam percobaan tersebut kebanyakan pengunjung Slate melakukan *scroll* 50 persen atas panjang halaman atau sekitar 1.000 *pixel*. Ini artinya, mayoritas pembaca Slate tidak membaca tuntas berita atau artikel yang ditayangkan di media itu. Selain soal dibaca secara utuh atau tidaknya sebuah artikel, Schwartz juga berasumsi bahwa pembaca

yang membagi sebuah artikel di media sosial tidaklah benar-benar membaca artikel yang dibagikan.

Apa yang diungkap Schwartz diakui oleh Maksym Gabielkov dalam jurnalnya berjudul “*Social Clicks: What and Who Gets Read on Twitter?*” Dalam jurnalnya itu Balielkov meneliti lebih dari 2,8 juta artikel yang dibagikan di media sosial, Gabielkov mengatakan bahwa 59 persen link berita yang dibagikan di media sosial tidak benar-benar diklik sama sekali. Ini menandakan bahwa mayoritas artikel atau berita yang dibagi di media sosial tidak berdasar pada proses membaca artikel sebuah berita (<https://tirto.id/mengonsumsi-informasi-dari-hanya-membaca-judul-cvx5>)[1].

Nielsen Indonesia menyatakan bahwa di Indonesia, saat ini pembaca media digital sudah lebih banyak ketimbang media cetak. Jumlah pembeli koran terus merosot dalam empat tahun terakhir karena masyarakat beranggapan bahwa informasi seharusnya bisa didapat secara gratis. Survei Nielsen Consumer & Media View hingga triwulan ketiga 2017 menyatakan, kebiasaan membaca orang Indonesia telah mengalami pergeseran. Pada 2017, tingkat pembelian koran secara personal hanya sebesar 20%, menurun dibandingkan 2013 yang mencapai 28%. Masyarakat cenderung membaca koran di kantor, sekolah, dan perpustakaan, sehingga tak perlu mengeluarkan biaya. "Orang-orang teredukasi bahwa media itu gratis," kata Direktur Eksekutif Nielsen Media Indonesia Hellen Katherina.

Menurut Hellen, anggapan bahwa media harus gratis mengerek tingkat penetrasi media digital hingga 11% dengan jumlah pembaca 6 juta orang pada 2017. Jauh lebih banyak dibanding pembaca media cetak sebanyak 4,5 juta orang. Padahal, jumlah pembaca media cetak pada 2013 bisa mencapai 9,5 juta orang. Sementara, jumlah pembaca media cetak sekaligus digital hanya 1,1 juta orang.

Dengan beberapa hasil survei diatas dapat ditarik kesimpulan penetrasi digital terhadap media konvensional atau perubahan pembaca untuk beralih ke media digital semakin bertambah seiring dengan berkembangnya teknologi. Selain itu pula sebagian besar dari pembaca media digital tidak pernah membaca isi konten dari sebuah berita, melainkan pembaca hanya membaca judulnya. Hal tersebut memicu media digital atau *online* untuk menyajikan berita, informasi atau data dengan lebih menarik, sehingga pembaca dapat tertarik untuk melihat isi dari berita yang disajikan.

Kebebasan berkreasi dalam media digital dapat mendorong bentuk penyajian berita, informasi atau data dengan bentuk yang lebih sederhana, padat, serta lebih mudah dipahami oleh pembaca. Dengan Infografis diharapkan pembaca dapat membaca serta tertarik pada sebuah berita atau informasi yang disajikan secara lengkap, baik judul maupun isi dari berita atau informasi tersebut, dimana sebelumnya pembaca terbiasa hanya membaca judul saja.

## **2. Pembahasan**

### **2.1 Definisi Infografis**

Infografis atau *Infographic* dalam buku “*Public Relation Writing: Form & Style*”[2] dijelaskan sebagai representasi visual grafis dari sebuah informasi, data, pengetahuan yang bertujuan untuk menyajikan informasi, data atau pengetahuan secara cepat dan jelas.

Infografis sering disebut pula sebagai ilustrasi informasi (Glasgow, 1994:7)[3]. Informasi dalam konteks ini mengacu pada informasi atau berita dalam media massa cetak. Oleh karena itu istilah “infografis” kerap dipakai dalam majalah, surat kabar atau media lainnya. Infografis biasanya terdiri dari ilustrasi dan informasi secara singkat lisan.

Secara etimologi kata ilustrasi berasal dari bahasa latin *Illustrate* yang artinya menjelaskan atau menerangkan sesuatu. Dalam arti luas ilustrasi dapat didefinisikan sebagai suatu karya seni rupa yang bertujuan memperjelas sesuatu atau menerangkan sesuatu yang dapat berupa cerita atau naskah, musik atau gambar (Rasjoyo dalam Kristanto, 1994: 63)[4]. Dengan demikian, gambar ilustrasi adalah gambar yang bercerita yang memiliki tema sesuai dengan tema isi cerita tersebut.

Rohidi (1984: 87)[5] berpendapat bahwa gambar ilustrasi dalam hubungannya dengan seni rupa adalah menggambar ilustrasi sebagai penggambaran sesuatu melalui elemen rupa untuk lebih menerangkan, menjelaskan atau pula memperindah sebuah teks, agar pembacanya dapat ikut merasakan secara langsung melalui mata sendiri, sifat-sifat dan gerak, dan kesan dari cerita yang disajikan.

Soedarso dalam bukunya “Tinjauan Seni” (1990:1)[6], menyatakan bahwa seni gambar atau seni lukis yang diabdikan untuk kepentingan lain, bertujuan memberikan penjelasan atau mengiringi suatu pengertian, umpamanya cerita pendek di majalah. Hal tersebut menjadikan gambar ilustrasi sebagai seni gambar yang menjelaskan cerita dari teks dan lisan dalam suatu materi yang akan disampaikan.

Infografis merupakan kependekan dari informasi dan grafis, yakni sebuah teknik untuk memvisualisasikan data atau ide dari informasi yang kompleks menjadi sesuatu yang lebih mudah dicerna oleh khalayak. Infografis digunakan khusus untuk menyajikan data atau pengetahuan dengan bercerita, sedangkan visualisasi data biasanya dihasilkan secara otomatis dan digunakan untuk mencari gambaran dari data atau informasi dalam jumlah besar, terutama dalam bidang sains atau akademik (J. Carmack, “Throwdown: Data visualisation vs. Infographics,” 2015)[7].

Definisi infografis menurut R. Krum dalam bukunya yang berjudul “Cool Infographics: Effective Communication with data visualisation and design” (2013)[8] yaitu desain grafis yang menggabungkan visualisasi data, ilustrasi, teks, dan gambar dalam sebuah format yang menceritakan sebuah cerita yang utuh

## 2.2 Definisi Ilustrasi

Ilustrasi merupakan bentuk visual dari teks atau kalimat. Ilustrasi dapat memperjelas teks atau kalimat terutama bagi anak-anak yang belum bisa membaca. Dengan menggambarkan suatu adegan dalam sebuah cerita, maka gambar tersebut dapat menerangkan secara umum karakter atau keseluruhan isi cerita. Selain itu, ilustrasi berfungsi untuk menarik pembaca agar tertarik untuk membaca cerita. Sebuah ilustrasi yang ditampilkan dalam sebuah majalah memiliki fungsi sebagai pendukung estetika dari sebuah tampilan cerita.

Selain itu, terdapat beberapa fungsi gambaran / ilustrasi secara umum. Adapun fungsi-fungsi dari gambaran yaitu sebagai berikut (Arifin dan Kusrianto, 2009: 70-71)[9].

- a. Fungsi Deskriptif.  
Fungsi deskriptif dari gambaran yaitu menggantikan uraian mengenai sesuatu secara verbal dan naratif dengan memakai kalimat panjang. Ilustrasi sanggup dimanfaatkan untuk melukiskan sehingga sanggup lebih cepat dan lebih gampang dipahami.
- b. Fungsi Ekspresif.  
Fungsi gambaran dalam ekspresif yaitu memperlihatkan dan menyatakan sesuatu gagasan, perasaan, maksud, situasi ataupun konsep yang aneh menjadi yang kasatmata sehingga gampang dipahami.
- c. Fungsi Analitis atau Struktur.  
Ilustrasi sanggup memperlihatkan rincian bab demi bab dari suatu benda ataupun sistem atau proses secara detail, semoga lebih gampang dipahami.
- d. Fungsi Kualitatif.  
Fungsi ini sering dipakai untuk menciptakan daftar, tabel, grafik, kartun, foto, gambar, sketsa, dan simbol.

Menurut Putra dan Lakoro (2012:2)[10] gambaran / ilustrasi bertujuan untuk menunjukkan atau menghiasi suatu cerita, puisi, goresan pena ataupun informasi lainnya. Adapun tujuannya adalah:

- a. Ilustrasi bertujuan memperjelas pesan atau informasi yang disampaikan
- b. Ilustrasi bertujuan memberi variasi materi pembimbing sehingga lebih menarik, memotivasi, komunikatif, dan juga sanggup memudahkan pembaca memahami pesan.
- c. Ilustrasi bertujuan memudahkan pembaca untuk mengingat konsep dan juga gagasan yang disampaikan melalui gambaran (Arifin dan Kusrianto, 2009:70)[9].

### 2.3 Definisi Informasi

Abdul Kadir (2002:31)[11]; McFadden dkk (1999) mendefinisikan informasi sebagai data yang telah diproses sedemikian rupa sehingga meningkatkan pengetahuan seseorang yang menggunakan data tersebut.

Dalam bukunya “Sistem Informasi Akuntansi”, Azhar Susanto (2004:46)[12] menyatakan bahwa informasi adalah hasil pengolahan data yang memberikan arti dan manfaat.

Jogianto (2004:8)[13] dalam bukunya yang berjudul “Analisis dan Desain Sistem Informasi”, berpendapat bahwa informasi adalah data yang diolah menjadi bentuk yang lebih berguna bagi yang menerimanya.

Menurut Gordon B. Davis (1991: 28)[14], informasi adalah data yang telah diolah menjadi sebuah bentuk yang berarti bagi penerimanya dan bermanfaat bagi pengambilan keputusan saat ini atau mendatang.

Dengan beberapa pengertian ilustrasi / gambar dan informasi menurut para ahli diatas, dapat kita pahami bahwa infografis terdiri dari gambar-gambar serta informasi yang bertujuan untuk mendeskripsikan kejadian atau menyajikan data sehingga pembaca atau audien mudah memahami dengan kejadian atau informasi yang diberikan.

### 2.4 Definisi Data

Menurut Sutabri (2012:2)[15] data adalah kenyataan yang menggambarkan suatu kejadian serta merupakan suatu bentuk yang masih mentah yang belum dapat bercerita banyak sehingga perlu diolah lebih lanjut melalui suatu model untuk menghasilkan informasi.

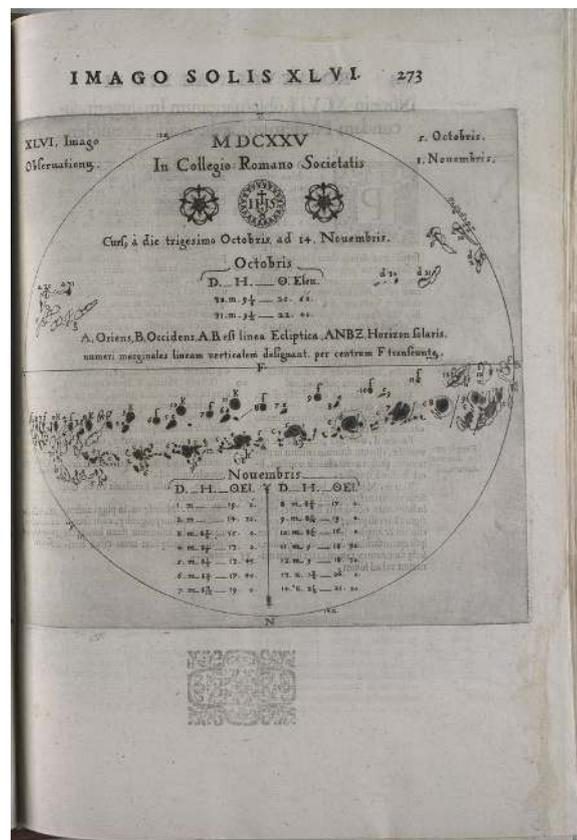
Menurut John J. Longkutoy (2012:2)[15], data adalah suatu istilah majemuk yang berarti fakta atau bagian dari fakta yang mengandung arti yang dihubungkan dengan kenyataan, simbol-simbol, gambar-gambar, angka-angka, huruf-huruf, atau simbol-simbol yang menunjukkan suatu ide, objek, kondisi atau situasi dan lain-lain.

Menurut Kumorotomo dan Margono (2010:11)[16], data adalah fakta yang tidak sedang digunakan pada proses keputusan, biasanya dicatat dan diarsipkan tanpa maksud untuk segera diambil kembali untuk pengambilan keputusan.

Menurut Arikunto (2002)[17], data merupakan segala fakta dan angka yang dapat dijadikan bahan untuk menyusun suatu informasi, sedangkan informasi adalah hasil pengolahan data yang dipakai untuk suatu keperluan.

**2.5 Sejarah Infografis**

Infografis pertama yang tercatat dalam sejarah yaitu pada tahun 1626 dalam buku yang berjudul “*Rosa Ursina sive Sol*” oleh Christoph Scheiner yang merupakan seorang astronomer dan pendeta katolik. Buku ini menceritakan tentang bagaimana matahari berotasi.



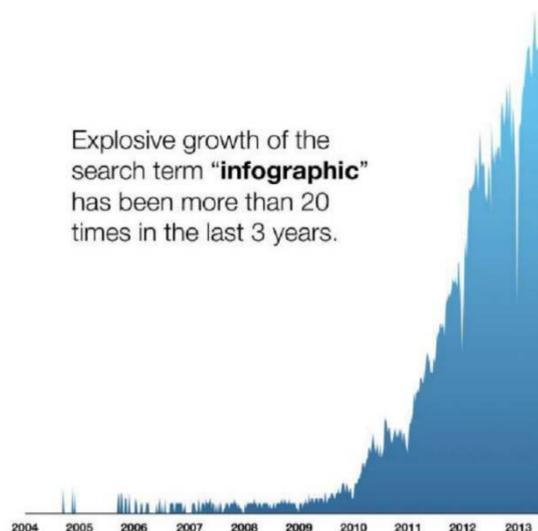
Gambar 1  
 “*Rosa Ursina sive Sol*”



- a. Tampilan grafis harus menunjukkan data.
- b. Tampilan secara grafis harus dapat mendorong pembaca untuk lebih memikirkan atau fokus kepada substansi yang disajikan, bukan hanya melihat dari metodologi, desain grafis, teknologi produksi desain grafis, atau hal lainnya.
- c. Harus bisa menghindari distorsi atau pengalihan tampilan, dimana menjadikan data yang disajikan kurang dapat dibaca secara jelas.
- d. Harus dapat menyajikan data yang lengkap meskipun dalam ruangan atau media yang sempit.
- e. Menyajikan data yang banyak secara koheren.
- f. Harus dapat mendorong pembaca agar dapat melihat perbedaan data yang disajikan.
- g. Tampilan dapat menyajikan data pada beberapa tingkat secara detail, baik dari tingkat umum hingga struktur data yang lebih detail.
- h. Mencakup beberapa aspek yang jelas, yaitu deskripsi, eksplorasi, tabulasi serta dekorasi.
- i. Kumpulan data dapat diintegrasikan secara deskripsi statistik dan deskripsi verbal.

Memasuki tahun 2000 infografis sering digunakan di media online seperti contohnya survei-survei yang dilakukan lembaga survei dan di publikasi secara online. Begitu pula dengan media televisi, semakin banyak berita yang memberitahukan runtutan kejadian dengan menggunakan infografis serta selain itu juga media televisi memberikan laporan cuaca dengan menggunakan bentuk-bentuk infografis.

Dalam beberapa tahun terakhir, popularitas infografis meledak. Berdasarkan Google Trend, kemunculan fenomena ini berawal pada 2010 dan terus berlanjut hingga saat ini. Krum (2013) [8] menunjukkan dalam tiga tahun (2010-2012) terdapat lonjakan yang tidak biasa dalam jumlah pencarian kata infografis, hal ini diduga karena Internet telah mengubah infografis menjadi kata yang umum, sedangkan pada 30 tahun lalu kata tersebut hanya digunakan oleh *art directors* dan percetakan.



Gambar 4  
Infografis Ledakan Pencarian kata Infografis  
pada situs pencarian di kurun waktu 3 tahun terakhir.  
Krum (2013)

Tujuan infografis menurut R.Krum (2013)[8], dapat dikategorikan dalam tiga hal yaitu: untuk menginformasikan (*to inform*), menghibur (*to entertain*), atau mengajak pembaca (*to persuade the audience*). Infografis selayaknya memiliki bagian pendahuluan untuk menarik perhatian pembaca, sehingga tahu kenapa mereka harus menyisihkan waktunya untuk membaca hal itu. Infografis juga diakhiri dengan konklusi dan ajakan untuk beraksi, sehingga pembaca memiliki indikasi apa yang harus mereka lakukan setelah mendapatkan informasi tersebut.

Ada sejumlah alasan mengapa informasi visual adalah bentuk yang lebih efektif komunikasi bagi manusia. Alasan utamanya adalah bahwa visi atau penglihatan adalah bentuk input terkuat yang kita gunakan untuk memahami dunia di sekitar kita. Studi yang dilakukan oleh Michael Weliky, dalam penelitian yang berjudul “*Under the Surface, the Brain Seethes With Undiscovered Activity*”[19], memperkirakan bahwa antara 50–80 persen dari otak manusia didedikasikan untuk bentuk pemrosesan visual, seperti penglihatan, memori visual, warna, bentuk, gerakan, pola, kesadaran spasial, dan ingatan gambar.

Menurut Randy Krum dalam bukunya yang berjudul “*Cool Infographics*” (2013)[8], menyebutkan ada 6 format dari infografis, yaitu:

1. Statis

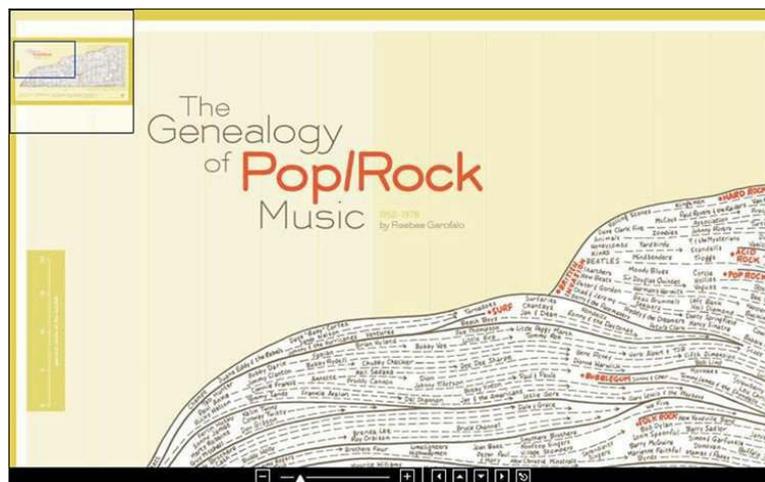
Infografis statis adalah bentuk desain infografis yang paling sederhana dan paling umum. Desain akhir disimpan sebagai file gambar agar mudah didistribusikan secara online dan dicetak di atas kertas. Sebagian besar aplikasi perangkat lunak memiliki kemampuan untuk menyimpan desain akhir sebagai file gambar statis (JPG, PNG, GIF, dan semacamnya) agar mudah dilihat di browser atau sebagai file PDF.



Gambar 5  
Infografis Statis  
R. Krum (2013)

2. *Zooming*

Dalam infografis jenis ini, pembuat menambahkan lapisan interaktif terhadap gambar agar bisa memperbesar dan memperkecil gambar sehingga dapat mempermudah pembaca, membaca secara detail. Biasanya didalam layar infografis terdapat tombol yang memungkinkan untuk memperbesar dan memperkecil.



Gambar 5  
*Zooming Infografis*

3. *Clickable*

Infografis yang dapat di klik dibuat dengan cara menambahkan tombol pada infografis statis dimana tombol tersebut menggunakan tautan HTML. Tampilan ini biasanya dibuat sebagai peta HTML, dimana peta tersebut diproses oleh *web browser* sebagai pengidentifikasi bagian tertentu dari gambar statis melalui lokasi *pixel* sebagai alamat URL.

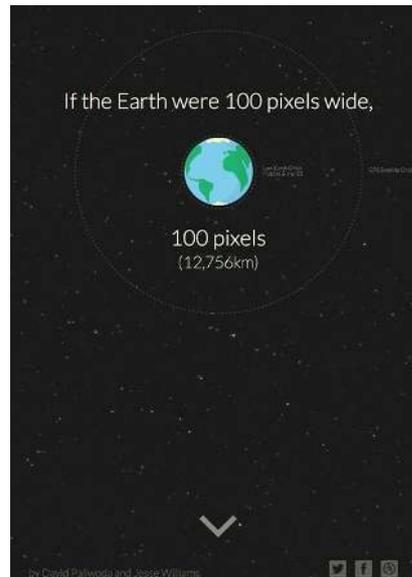


Gambar 6  
*Clickable Infographics*

Dalam jenis infografis ini, alih-alih pembaca mengklik area infografis yang berbeda untuk mengakses informasi tambahan, informasi sekunder muncul ketika pembaca mengarahkan pointer mouse mereka ke berbagai wilayah desain.

#### 4. *Animated*

Infografis jenis ini, dibuat dengan menggerakkan atau mengalami perubahan pada desain saat pembaca menonton. Contoh pergerakan yang biasa terjadi yaitu pada diagram yang berubah bentuknya sesuai dengan data yang disajikan. Infografis animasi berbeda dengan infografis video, karena pada jenis ini *file* yang dihasilkan bukan dalam bentuk video. Infografis ini dianimasikan dengan kode HTML atau format file gambar untuk membuat animasi tetapi dapat ada sebagai objek di halaman web.



Gambar 7

Infografis Animasi

“How Far Is It To Mars?”

By David Paliwoda and Jesse Williams  
[coolinfographics.com/Figure-1-35](http://coolinfographics.com/Figure-1-35) [20]

Penggunaan format file gambar GIF bergerak dalam infografis animasi, memiliki keuntungan tambahan yang signifikan. Karena animasi sepenuhnya terkandung dalam file gambar, animasi akan berfungsi ketika diposting di situs dan blog lain. Ini berbeda dengan desain lain yang menggunakan kode untuk membuat infografis animasi, yang jauh lebih sulit untuk dibagikan.

#### 5. *Video*

Infografis yang menggunakan bentuk video masih cukup terbelang jenis baru, tetapi dengan cepat mendapatkan momentum pada industri *online* karena kemudahan penggunaan di situs berbagi video seperti YouTube, Vimeo dan Daily Motion. Kemampuan untuk memasukan video yang sepenuhnya dapat diputar dari situs-situs ini ke dalam blog dan posting media sosial telah menyebabkan peningkatan dan nilai infografis video yang luar biasa, kepada para pelaku dan pembaca.

Pada tahun 2007 grup musik yang bernama Röyksopp mempublikasikan video klip musik mereka yang berjudul “Remind Me”, dimana didalam video music tersebut mereka menggunakan infografis yang berjenis video.



Gambar 8  
Infografis Video  
“Remind Me” by Royksopp

Infografis pada video ini, berkisah mengenai kehidupan sehari-hari dari seorang wanita muda yang tinggal di London. Visualisasi data dalam video mengenai detail di balik kehidupan modern yang mengelilinginya, seperti menunjukkan bagaimana suara memasuki telinga hingga diterima oleh otak, kemudian juga sistem saluran air di apartemennya bekerja, selanjutnya bagaimana infografis mengenai sistem transportasi masal di london, serta infografis lainnya.

Di Indonesia sendiri Infografis jenis ini dapat kita temui dengan membuka saluran Kok Bisa di situs Youtube, di dalam saluran tersebut terdapat infografis animasi sederhana yang menenrangkan berbagai macam jenis informasi kehidupan sehari-hari.



Gambar 9  
Kok Bisa “ Dari Mana Bulan Kita Berasal?”

## 6. *Interactive*

Infografis interaktif adalah jenis infografis yang memberi pembaca kendali atas data atau visualisasi yang ditampilkan. Infografis jenis ini juga cukup populer dikarenakan dapat membuat pembaca terlibat secara langsung dengan data untuk periode waktu yang lebih lama pada saat melihat dan berinteraksi dengan data dibandingkan dengan jenis infografis statis. Beberapa dari situs-situs ini adalah visualisasi data mandiri, dan yang lainnya dibangun dalam desain infografis yang lebih besar.

Situs web New York Times telah diakui oleh banyak orang sebagai pemimpin dunia dalam infografis interaktif dan visualisasi data. Gambar dibawah ini menunjukkan peta hasil dari pemilihan Presiden Amerika Serikat pada 2012. Dapat dilihat pada gambar dibawah ini setiap daerah atau negara bagian diwarnai dengan warna merah atau biru tergantung pada penghitungan akhir suara.



Gambar 10

*The New York Times 2012 Election interactive infographics*  
[coolinfographics.com/Figure-1-38](http://coolinfographics.com/Figure-1-38)

Setelah dapat kita ketahui definisi data, informasi, ilustrasi dan infografis, lalu pertanyaan yang muncul adalah, “bagaimana cara membuat infografis yang baik?”. Menurut Garr Reynolds dalam bukunya yang berjudul “*Presentation Zen*” mengatakan,

*“Design matters. But design is not about decoration or about ornamentation. Design is about making communication as easy and clear for the viewer as possible.” (Reynolds; 2012)*

“Desain merupakan hal yang penting. Tetapi desain bukan hanya dekorasi atau ornamen saja. Desain adalah bagaimana membuat komunikasi kepada pembaca lebih mudah dipahami dan dapat di baca secara cepat.” (Reynolds; 2012) [21]

Randy Krum (2013)[8] mengatakan bahwa ada beberapa tips dan trik bagaimana membuat infografis yang baik. Berikut ini adalah tips dan trik yang disebutkan dalam bukunya “*Cool Infographics*”, yaitu:

### 1. *Be Accurate*

Akurasi data merupakan hal terpenting dalam desain infografis, hal lainnya merupakan kepentingan sekunder. Visualisasi data dan angka yang terdapat dalam infografis haruslah merupakan data yang akurat. Kemampuan anda untuk mengomunikasikan informasi yang disajikan kepada audiens dengan memberikan visualisasi yang jelas dapat menunjukkan keahlian anda dalam bidang subjek yang ditampilkan, membangun kredibilitas anda, dan membantu audiens mengingat pesan yang disampaikan. Melakukan kesalahan visualisasi data dapat membunuh kredibilitas penyaji dengan cepat dan menunjukkan kurangnya keahlian penyaji dalam bidang subjek yang disajikan. Audiens atau pembaca akan menganggap bahwa karena penyaji salah mengartikan data, dan kemudian akurasi pesan penyaji juga dapat menjadi dipertanyakan oleh audiens atau pembaca. Satu bagian yang buruk menarik begitu banyak perhatian dari audiens sehingga walaupun sisa informasi itu benar audiens akan memiliki keraguan terhadap akurasi data yang disajikan. Persepsi informasi yang buruk akan menempel di dalam benak audiens.

### 2. *Visualizing Area*

Hal ini merupakan kunci bagi desainer untuk memahami bahwa audiens atau pembaca secara visual membandingkan ukuran objek berdasarkan besar area (bukan dari tinggi area).

### 3. *Pick A Good Topic*

Banyak perusahaan besar kesulitan dalam menemukan topik permasalahan yang akan disajikan dalam bentuk infografis. Sebuah infografis yang baik harus menarik, karena pembaca tidak ingin membuang waktu mereka membaca topik yang membosankan serta topik yang tidak relevan. Dengan kemudahan mendapat informasi dan ribuan infografis yang tersaji *online*, audiens atau pembaca harus memilih topik mana yang layak dibaca. Idealnya, topik infografis yang baik harus berfokus pada beberapa informasi baru yang sebelumnya tidak diketahui terkait dengan subjek yang diminati target audiens. Akan lebih baik jika informasi itu sesuatu yang mengejutkan, dan tidak terduga, oleh audiens. Topik yang berlawanan dengan intuisi atau yang tidak sesuai dengan pembaca biasanya menjadi ketertarikan bagi pembaca, karena pembaca terkejut dan ingin berbagi informasi baru yang baru mereka pelajari dengan teman-teman mereka. Ada dua topik umum yang biasanya menarik perhatian pembaca, yaitu topik terbaru yang sedang tren serta topik-topik yang berbau kontroversial.

#### a. *Trending Topic*

Ada beberapa topik yang menjadi tren sangat populer, sehingga hampir semua infografis yang terkait dengannya menghasilkan jumlah lalu lintas pencarian dan perhatian yang cukup baik. Namun, topik tersebut berubah seiring dengan perubahan waktu. Misalnya, saat ini setiap hampir infografis yang dirilis tentang media sosial, menyajikan tentang, pahlawan super, atau smartphone yang tampaknya secara otomatis menarik lebih banyak perhatian karena ini adalah topik populer saat ini. Banyak perusahaan merilis infografis berdasarkan topik tren yang sedang populer, yang mungkin atau mungkin tidak berhubungan dengan bisnis, merek, atau produk mereka. Pendekatan seperti ini bisa cukup efektif tetapi biasanya hanya mempunyai umur yang pendek sesuai dengan tren yang sedang populer pada saat itu.

b. *Controversial Topic*

Pendekatan populer lainnya adalah fokus pada topik yang kontroversial. Jika sebuah perusahaan dapat menyajikan infografis yang terhubung dengan audien pada tingkat emosional, maka audiens akan lebih cenderung untuk berkomentar dan berbagi infografis dengan teman-teman yang lain. Harapannya di sini adalah “semua tautan adalah tautan yang baik.” Tidak masalah jika orang membagikan karena mereka menyukai topik tersebut atau mereka membenci topik tersebut. Dengan ini, maka membagikan tautan topik tersebut akan meningkatkan tautan yang lebih banyak secara otomatis pada mesin pencari atau web pencari, sehingga akan dapat menjangkau audien yang lebih luas dari sebelumnya. Topik kontroversial yang disajikan jauh lebih berisiko, karena audiens mungkin merasa bahwa perusahaan yang mempublikasikan infografis mengambil satu sisi dari topik kontroversi tersebut. Jika tidak setuju dengan data atau informasi yang disajikan dalam infografis, maka hal tersebut dapat berubah menjadi penentangan terhadap perusahaan yang melakukan publikasi.

4. *Search For Prior Art*

Semakin banyak infografis yang dipublikasikan secara online, semakin besar kemungkinan bahwa desain yang terkait dengan topik yang di pilih sudah banyak di dunia maya. Infografis dipublikasikan di Internet tidak akan hilang. Semua Infografis tersebut masih tersimpan di luar sana di suatu tempat, bahkan jika halaman publikasi asli di situs perusahaan dihapus. Salinan dari infografis biasanya masih tersimpan di blog, situs jejaring sosial, situs galeri infografis, dan *Internet Archive* ([www.archive.org](http://www.archive.org)).

Ke depannya, jumlah infografis online pasti akan terus bertambah, sehingga memahami keadaan terkini dari infografis yang akan disajikan menjadi lebih penting. Gunakan mesin pencari dan situs galeri infografis untuk mengumpulkan infografis apa pun yang ada terkait dengan topik pilihan anda. Tujuan utama dengan melakukan pencarian sebelumnya, adalah untuk membantu memastikan bahwa desain yang dibuat tidak mengulangi apa yang sudah dilakukan. Anda tidak ingin meniru topik yang sama atau menggunakan visualisasi data yang sama dalam desain yang sudah digunakan dalam infografis lain sebelumnya. Infografis yang dibuat harus unik, kemudian juga harus dapat menghindari ilustrasi yang sama atau palet warna yang digunakan dalam desain sebelumnya.

Infografis yang dikumpulkan dalam pencarian sebelumnya juga dapat membantu mengidentifikasi sumber data potensial untuk infografis yang akan dibuat. Dengan mengikuti tautan sumber dan menemukan lebih banyak data dapat membantu dalam membangun desain sendiri. Dari aspek promosi, banyak situs media besar serta publikasi, tidak akan menyajikan infografis jika topiknya persis sama dengan infografis yang telah di publikasikan sebelumnya. Lakukanlah sebuah studi untuk menghindari duplikasi topik infografis yang telah dilakukan.

### 5. *Focus On Key Message*

Salah satu hal pertama yang harus dilakukan pada awal proyek desain infografis adalah menentukan pesan utama yang ingin dikomunikasikan kepada audiens. Pesan tersebut merupakan informasi utama yang ingin dipahami dan diingat pembaca setelah membaca infografis yang dibuat. Tantangan bagi para perancang yang ingin membuat infografis mereka mudah dimengerti adalah memasukkan data dan informasi yang diperlukan untuk berkomunikasi dan mendukung pesan utama, tetapi menghilangkan yang lainnya. Idealnya, sebuah infografis membutuhkan satu pesan yang jelas, dan semua visualisasi data dan ilustrasi mendukung pesan utama itu. Hanya karena memiliki lebih banyak data bukan berarti, harus memasukkannya ke dalam desain. Banyak perusahaan yang keliru, mereka percaya bahwa jika mereka memasukkan beberapa titik data yang berbeda ke dalam satu infografis, itu meningkatkan kredibilitas mereka karena itu menunjukkan berapa banyak data yang mereka miliki.

Jika suatu desain mengandung terlalu banyak informasi, atau tidak memiliki alur cerita yang jelas, itu akan membingungkan bagi pembaca. Ketika ini terjadi, pembaca biasanya menyerah dan tidak akan mencari tahu pesan yang ingin disampaikan pada infografis tersebut. Dengan memasukkan terlalu banyak informasi, sebenarnya informasi tidak akan tersampaikan dengan baik kepada pembaca.

### 6. *The 5-second Rule*

Mengapa pesan kunci begitu penting? Ini adalah masalah tentang perhatian pembaca, yang mirip dengan pengemasan produk konsumen di rak toko yang penuh sesak, artikel di koran, atau tumpukan resume calon pekerja. Sebagian besar pembaca akan membaca infografis hanya dalam beberapa detik. Mereka membaca sekilas, dan ini adalah menjadi bagian penting tentang bagaimana mayoritas pembaca akan berinteraksi dengan infografis. Perancang infografis perlu mendekati proses desain dengan mempertimbangkan fakta ini.

Aturan praktisnya adalah bahwa desain perlu dapat mengkomunikasikan pesan utama dengan jelas kepada pembaca dalam waktu kurang dari lima detik. Dengan cara ini infografis dapat mengomunikasikan poin utamanya kepada semua pembaca, bahkan ketika mereka membaca sekilas dan mereka tidak meluangkan waktu untuk membaca seluruh infografis.

### 7. *Tell One Story Really Well*

Pendekatan lain yang cukup penting adalah memfokuskan semua informasi dalam infografis untuk menceritakan satu kisah dengan sangat baik. Jangan mencoba menceritakan banyak cerita kecil. Salah satu rahasia untuk semua jenis komunikasi yang jelas adalah menjaga agar informasi tetap fokus dan menghilangkan data apa pun yang tidak terkait langsung dengan cerita yang disajikan.

Desain infografis yang memvisualisasikan data hanya karena tersedia menjadi berantakan, dan pembaca tidak tahu data apa yang menjadi fokus.

### 8. *Visualize When Possible*

Dalam desain infografis, semakin banyak data yang Anda visualisasikan, semakin baik. Anda dapat menggunakan visualisasi data, bagan, grafik, ikon, ilustrasi, dan

diagram sebagai alat desain untuk membantu membuat informasi yang kompleks lebih mudah dipahami oleh pembaca.

Memvisualisasikan data dapat membantu anda dalam:

- a. Mendapat perhatian pembaca
- b. Mengurangi jumlah waktu yang dibutuhkan pembaca untuk memahami data
- c. Memberikan konteks data dengan menunjukkan perbandingan
- d. Membuat pesan utama lebih berkesan
- e. Membuat informasi lebih mudah diakses oleh pembaca yang berbicara bahasa lain

Inti dari merancang infografis adalah untuk membuat informasi yang kompleks menjadi lebih mudah dipahami dan menarik bagi pembaca. Untuk mencapai itu, perancang infografis perlu memvisualisasikan data. Sebaliknya, desain infografis dengan banyak teks dan angka mungkin sekilas tampak rumit dan menakutkan bagi pembaca. Jika infografis sepertinya butuh waktu lama untuk membaca, sebagian besar pembaca bahkan akan beralih ke sesuatu yang lain dan meninggalkan infografis tanpa membacanya.

#### 9. *Big Fonts Are NOT Data Visualizations*

Menggunakan font dengan ukuran besar dalam infografis untuk membuat angka terlihat menonjol bukanlah merupakan visualisasi data. Kesalahan ini sering dilakukan oleh desainer dalam ribuan desain infografis dan presentasi PowerPoint. Menampilkan angka dalam font ukuran besar tidak menjadikan audiens lebih mudah mengerti. Salah satu cara terbaik untuk mengomunikasikan statistik dengan jelas kepada audiens adalah menunjukkan perbandingan dengan beberapa informasi yang sudah dipahami sebelumnya.

#### 10. *Visuals Are Perceived as More Important*

Aspek lain dari memvisualisasikan data adalah bahwa pembaca terkadang menganggap data yang ditampilkan sebagai teks saja kurang penting atau tidak relevan. Dalam banyak desain infografis, ada campuran data yang divisualisasikan serta data yang ditampilkan hanya sebagai teks saja. Data yang divisualisasikan dalam infografis menarik perhatian pembaca dibandingkan dengan informasi lain yang hanya ditampilkan sebagai teks saja. Hal ini menjadikan data yang hanya berbentuk teks tampak sebagai informasi sekunder dari data yang divisualisasikan.

Dengan kata lain, pembaca sering hanya terfokus pada visual dan mengabaikan teks karena dengan visual informasi akan lebih cepat dipahami. Seperti yang telah dijelaskan pada "*The 5-second Rule*", sebagian besar pembaca, membaca infografis dan tidak ingin meluangkan waktu untuk membaca semua teks. Pembaca hanya mencoba memahami pesan dari visual saja dan hanya sebagian kecil dari pembaca yang akan membaca teks tambahan atau bahkan teks secara lengkap dari infografis yang disajikan. Jika data yang akan disajikan cukup penting untuk dimasukkan dalam desain infografis, mungkin cukup penting pula data tersebut untuk divisualisasikan.

#### 11. *Minimize Text*

Tidak akan ada yang mau membaca artikel teks yang telah dikonversi menjadi file gambar JPG dan disebut infografis. Pembaca melihat infografis dengan harapan bahwa dengan menggunakan desain visual, informasi tersebut akan lebih mudah dipahami

dan lebih cepat dibaca dibandingkan dengan membaca artikel teks tradisional atau posting blog. Tidak mungkin desainer menghapus semua teks dari desain, tetapi bagaimana desainer harus meminimalkan teks yang ditampilkan seminimal mungkin. Hal ini merupakan salah satu tantangan terbesar ketika bekerja dengan klien, karena mereka memiliki begitu banyak informasi sehingga mereka ingin berkomunikasi dengan pembaca. Intinya bahwa infografis yang dibuat harus fokus pada bagaimana mengkomunikasikan pesan utama yang ingin disampaikan serta tidak mencoba menjadi panduan utama untuk segala sesuatu tentang perusahaan atau produk perusahaan yang bersangkutan. Secara umum, orang ingin mempelajari atau membaca tentang topik yang menarik dan tidak ingin mempelajari segala sesuatu hal tentang perusahaan yang menerbitkan infografis tersebut.

Kenyataannya adalah bahwa semakin sedikit teks yang dimasukkan kedalam desain infografis yang dibuat, semakin luas sebaran pembaca yang dapat di jangkau. Pada pandangan pertama, audiens menilai apakah suatu infografis layak meluangkan waktu untuk membacanya. Jika terlihat terlalu banyak teks, umumnya infografis tersebut akan dianggap terlalu rumit dan “tidak layak.” Terlalu banyak teks menyiratkan bahwa desainer tidak melakukan pekerjaan dengan baik sehingga topik menjadi sederhana dan mudah dipahami.

#### 12. *Be Data Transparent*

Agar data yang ditampilkan transparan, infografis perlu menangani sumber data yang dimasukkan ke dalam desain secara terbuka dan jujur. Setelah membuat audiens melewati masalah kepercayaan data, audiens dapat fokus dan terlibat secara mental dengan keseluruhan pesan yang dikomunikasikan oleh infografis.

Biasanya pembaca memiliki beberapa pertanyaan pada saat membaca data di dalam infografis, yaitu:

- a. Dari mana data yang disajikan berasal?
- b. Seberapa barukah data yang disajikan?
- c. Mengapa saya harus mempercayai data yang disajikan?
- d. Apakah infografis ini merupakan infografis yang kredibel?

Kredibilitas memainkan peran besar dalam keberhasilan infografis, baik secara *online* maupun internal perusahaan. Pembaca tidak akan membagikan infografis di jejaring sosial jika mereka merasa informasi tersebut kurang bisa dipercaya.

#### 13. *No Data Source List*

Dengan tidak adanya sumber data untuk menilai kredibilitas infografis, pembaca dengan cepat beralih dari orang yang skeptis ke orang yang tidak percaya dengan apa yang disajikan.

#### 14. *Company Logo*

Logo dari perusahaan yang ditampilkan dibagian bawah desain infografis dapat mempromosikan perusahaan.

#### 15. *Copyright License*

“Infografis *Online*,” setiap desain infografis secara otomatis dilindungi oleh lisensi hak cipta standar di Amerika Serikat. Namun, alangkah lebih baik menyatakan secara eksplisit hak cipta atau lisensi pada infografis. Hal tersebut dapat berpengaruh kepada perlakuan orang terhadap infografis tersebut atau perlakuan dimana infografis tersebut

disebarkan di situs lain. Hal ini pun dapat membantu jika terjadi masalah hukum dikemudian hari. Seperti contohnya, pada saat orang menyalahgunakan desain tersebut atau memodifikasi serta melakukan klaim bahwa infografis tersebut buatan mereka. Hak cipta juga dengan jelas mengidentifikasi pemegang hak cipta (seseorang atau perusahaan). Hal ini akan berguna jika orang ingin menghubungi pemegang hak cipta untuk meminta izin tambahan (seperti termasuk desain infografis dalam buku), Mereka memiliki akses kontak kepada siapa pemilik hak cipta.

#### 16. *Designer Credit*

Pembaca menghargai desain infografis yang berasal dari orang yang sebenarnya dan bukan sekadar perusahaan tanpa wajah. Mereka lebih cenderung berkomentar, memberikan umpan balik, atau berbagi infografis ketika mereka yakin mereka mendukung (atau mengkritik) individu tertentu. Perilaku berbagi ini lebih sering terjadi ketika mereka berbagi cerita visual yang dibuat oleh individu daripada berbagi iklan potensial dari perusahaan. Infografis yang mencantumkan hanya perusahaan penerbitan sering dianggap sebagai materi promosi untuk perusahaan, yang dapat mencegah orang untuk berbagi dengan jaringan pertemanan mereka.

Dengan mempekerjakan desainer yang kredibel, dapat membantu kredibilitas dari infografis yang disajikan. Hal ini pun dapat membantu penyebaran infografis lebih cepat lagi.

### 3. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian penulis, maka penulis dapat menarik beberapa kesimpulan, yaitu:

1. Infografis saat ini memiliki peranan penting untuk penyebaran data dan informasi.
2. Pentingnya infografis dengan visualisasi yang menarik, untuk meningkatkan kembali minat baca terhadap media yang saat ini sudah mengalami penurunan.
3. Infografis merupakan salah satu media pendekatan yang digunakan untuk memberikan informasi dan data kepada pembaca secara cepat.
4. Setiap infografis harus menyajikan data yang kredibel, sehingga infografis tersebut dapat dipercaya oleh pembaca.
5. Infografis memiliki hubungan yang erat antara ilustrasi dan data yang disajikan.
6. Infografis dapat menjadi alternatif dalam menyajikan sebuah runutan cerita atau kejadian secara singkat, padat, dan jelas.

### Daftar pustaka

- [1] “Mengonsumsi Informasi dari Hanya Membaca Judul” [Online] <https://tirto.id/mengonsumsi-informasi-dari-hanya-membaca-judul-cwx5>
- [2] Newsom, Doug and Haynes, Jim. 2004. “*Public Relations Writing: Form and Style*”, Nelson Education, Ltd, Canada.
- [3] Glasgow, Dale. 1994. “*Information Illustration*”, Addison – Wesley: Publishing Company.
- [4] Kristanto, Harianto. 1994. “Konsep dan Perancangan Data Base”.
- [5] Rohidi. Tjetjep R. 1984. “Lintasan Peristiwa dan Tokoh Seni Rupa Indonesia Baru”. IKIP Semarang Press. Semarang.
- [6] Soedarso, Sp. 1990. “Tinjauan Seni”. Saku Dayar Sarana. Yogyakarta

- [7] Carmack. J., “*Throwdown: Data visualisation vs. Infographics*,” in *Data 101, Visage, 2015*. [Online]. <https://visage.co/throwdown-data-visualization-vs-infographics/>
- [8] Krum, R. 2013. “*Cool Infographics: Effective Communication with data visualisation and design*.” Indianapolis, IN: John Wiley
- [9] Arifin dan Kusrianto. 2009. “Sukses Menulis Buku Ajar dan Referensi”, Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia
- [10] Putra, Antonius, N., Lakoro, Rahmatsyam. 2012. “Perencanaan Buku Ilustrasi Musik Keroncong”. *Jurnal Teknik POMITS*, Vol. 1, No. 1(2012)
- [11] Kadir, A., 2002, “Pengenal Sistem Informasi”, Andi Offset, Yogyakarta.
- [12] Susanto, A. 2013. “Sistem Informasi Akuntansi”. Bandung: Lingga Jaya.
- [13] J ogiyanto, 2014. “Analisis dan Desain Sistem Informasi”. Yogyakarta: Andi
- [14] Gordon, B. Davis. 1991. *Kerangka Dasar Sistem Informasi Manajemen Bagian 1*, PT. Pustaka Binamas Pressindo. Jakarta.
- [15] Sutabri, T. 2012. “Analisis Sistem Informasi”. Andi. Yogyakarta
- [16] Kumorotomo, Wahyudi dan Margono, Agus Subando. 2010. “Sistem Informasi Manajemen dalam Organisasi-Organisasi Publik”. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- [17] Arikunto. 2002. “Metodologi Penelitian”, Rineka Cipta. Jakarta
- [18] Tufte, Edward. 1983. “*The Visual Display of Quantitative Information*”. Cheshire, Connecticut: Graphics Press.
- [19] Michael Weliky, “Under the Surface, the Brain Seethes With Undiscovered Activity”, University of Rochester Newsroom, October 6, 2004, <http://www.rochester.edu/news/show.php?id=1898>.
- [20] <https://coolinfographics.com/>
- [21] Reynolds, Garr. 2012. “*Presentation Zen – 2nd edition*”. New Riders.