

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era digital ini, perkembangan teknologi informasi telah mengubah cara kita mengakses dan menyebarkan berita. Salah satu bentuk penyampaian informasi yang semakin populer adalah infografik. Infografik menggabungkan teks, gambar, dan elemen grafis lainnya untuk menyampaikan informasi secara visual, membuatnya lebih mudah dipahami. Penggunaan infografik semakin banyak ditemukan di berbagai *platform* digital, termasuk akun media sosial instagram @lpmsuaka yang dikelola oleh Lembaga Pers Mahasiswa SUAKA (LPM SUAKA) UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

Infografik menjadi sangat menarik karena dapat menyampaikan informasi yang kompleks dengan cara yang lebih sederhana dan menarik. Warna, gambar, dan tipografi dalam infografik berperan penting dalam menarik perhatian *audiens* dan memudahkan mereka untuk memahami pesan yang ingin disampaikan. Hal ini memunculkan pertanyaan tentang bagaimana elemen-elemen visual ini mempengaruhi minat baca berita, khususnya di kalangan mahasiswa, yang merupakan *audiens* utama dari infografik tersebut.

Menurut Demansage (2023), otak manusia memproses konten visual hingga 60.000 kali lebih cepat dibandingkan teks, sehingga informasi dalam bentuk gambar lebih mudah ditangkap dan dipahami. Tidak heran jika infografik memiliki kemungkinan 30 kali lebih besar untuk dibaca dibandingkan artikel tertulis karena tampilannya ringkas, menarik, serta

menyajikan informasi secara langsung tanpa harus melalui bacaan panjang. Fakta ini memperlihatkan adanya perbedaan signifikan antara minat baca masyarakat terhadap infografik dibandingkan berita biasa yang cenderung lebih panjang dan padat teks. Dengan demikian, penggunaan infografik dalam penyampaian informasi dinilai lebih efektif untuk menarik perhatian *audiens*, khususnya di era digital ketika masyarakat lebih memilih konten visual yang cepat dipahami dibandingkan membaca teks berita yang detail.

Fenomena ini menarik perhatian peneliti untuk mengkaji lebih lanjut. Dalam hal ini, *@lpmsuaka* menjadi fokus karena menggunakan infografik sebagai salah satu cara untuk menyajikan beragam berita dan informasi. Penelitian ini bertujuan untuk menggali pengaruh elemen-elemen visual dalam infografik *@lpmsuaka* terhadap minat mahasiswa untuk membaca berita, khususnya mahasiswa jurnalistik di UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

Keunikan dari topik penelitian ini terletak pada fokusnya yang mengkaji pengaruh elemen-elemen visual seperti warna, gambar, dan tipografi pada infografik. Meskipun banyak penelitian yang membahas peran media sosial dalam menarik perhatian pembaca, masih terbatas penelitian yang secara khusus membahas pengaruh desain visual infografik terhadap minat mahasiswa membaca berita, khususnya dalam konteks jurnalistik.

Dalam peta persoalan ini, penelitian ini akan mengeksplorasi bagaimana desain infografik yang diterbitkan oleh *@lpmsuaka* dapat mempengaruhi persepsi dan minat baca mahasiswa terhadap berita. Dengan fokus pada elemen-elemen visual, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan

tentang bagaimana desain infografik dapat meningkatkan keterlibatan *audiens* dalam mengonsumsi informasi.

Topik penelitian ini sangat relevan dengan kajian keilmuan di bidang jurnalistik, di mana mahasiswa diajarkan untuk menyajikan informasi secara efektif dan menarik. Selain kemampuan menulis berita, mahasiswa jurnalistik juga perlu menguasai teknik-teknik desain media, termasuk penggunaan elemen visual yang efektif untuk menyampaikan pesan. Oleh karena itu, penelitian ini menjadi penting untuk membantu mahasiswa jurnalistik memahami cara merancang konten visual yang dapat meningkatkan minat baca berita mereka.

Berdasarkan data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2024 dalam Olla et al., (2024:62) tingkat penetrasi internet di Indonesia meningkat menjadi 79,5%. Hal ini menunjukkan bahwa internet menjadi sumber utama bagi masyarakat, termasuk mahasiswa, dalam mencari informasi. Mengingat pentingnya media digital dalam distribusi informasi, memahami pengaruh desain infografik terhadap minat baca berita menjadi sangat penting, terutama dalam konteks mahasiswa yang aktif di dunia digital.

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi cara merancang infografik yang menarik dan efektif dalam menarik perhatian mahasiswa, khususnya terkait pemberitaan dari LPM Suaka UIN Sunan Gunung Djati Bandung, lembaga pers mahasiswa yang telah berdiri sejak 1986 dan berperan penting dalam menyuarakan aspirasi serta memberikan informasi. Di era digital, elemen visual dalam infografik dapat meningkatkan minat mahasiswa untuk

membaca berita. Dengan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk mengangkat judul penelitian “Pengaruh Elemen Visual Infografik @lpmsuaka terhadap Minat Mahasiswa Membaca Berita (Penelitian pada Mahasiswa Jurnalistik UIN Sunan Gunung Djati Bandung)”.

1.2 Fokus dan Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti memberi batasan agar penelitian ini berfokus untuk memahami seberapa berpengaruh elemen-elemen visual pada infografik @lpmsuaka yang meliputi warna, gambar, dan tipografi dalam menarik minat mahasiswa membaca berita, khususnya mahasiswa jurnalistik di UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Penelitian ini akan menggunakan teori *Uses and Gratifications*. Adapun rumusan masalah dalam penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh penggunaan elemen Warna pada infografik @lpmsuaka terhadap minat baca berita mahasiswa jurnalistik UIN Sunan Gunung Djati Bandung?
2. Bagaimana pengaruh penggunaan elemen Gambar pada infografik @lpmsuaka terhadap minat baca berita mahasiswa jurnalistik UIN Sunan Gunung Djati Bandung?
3. Bagaimana pengaruh penggunaan elemen Tipografi pada infografik @lpmsuaka terhadap minat baca berita mahasiswa jurnalistik UIN Sunan Gunung Djati Bandung?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, adapun tujuan dalam penelitian sebagai berikut:

1. Mengetahui pengaruh penggunaan elemen Warna pada infografik @lpmsuaka terhadap minat baca berita mahasiswa jurnalistik UIN Sunan Gunung Djati Bandung
2. Mengetahui pengaruh penggunaan elemen Gambar pada infografik @lpmsuaka terhadap minat baca berita mahasiswa jurnalistik UIN Sunan Gunung Djati Bandung
3. Mengetahui pengaruh penggunaan elemen Tipografi pada infografik @lpmsuaka terhadap minat baca berita mahasiswa jurnalistik UIN Sunan Gunung Djati Bandung

1.4 Kegunaan Penelitian

Dalam penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat secara praktis maupun akademis sebagai berikut:

1.4.1 Kegunaan Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan tentang pengaruh elemen visual infografik terhadap minat membaca berita, serta menjadi referensi bagi akademisi dan mahasiswa dalam studi jurnalistik dan desain komunikasi visual.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat membantu @lpmsuaka meningkatkan kualitas infografik, memberi wawasan bagi mahasiswa jurnalistik tentang keterlibatan

pembaca, serta menjadi acuan bagi praktisi media dan desainer dalam menyajikan berita yang lebih menarik.

1.5 Penelitian yang Relevan

Beberapa penelitian lain juga membahas mengenai infografik dan pengaruhnya terhadap mahasiswa. Berikut ini adalah hasil dari sejumlah penelitian tersebut:

1. Penelitian Amalia Khaerani (UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2021) berjudul “Pengaruh Penyajian Berita Infografis *Tirto.Id* Terhadap Kepuasan Membaca (Survei Terhadap Mahasiswa Jurnalistik UIN Jakarta Angkatan 2014-2016)” menganalisis dampak berita infografis terhadap kepuasan membaca dengan metode survei kuantitatif. Hasilnya menunjukkan bahwa infografis mampu menyampaikan pesan secara efektif, ringkas, dan menarik, sehingga meningkatkan kepuasan pembaca.
2. Penelitian Rayna Nur Afina (UIN Sunan Gunung Djati Bandung, 2023) berjudul “Pengaruh Bahasa Visual pada Infografis *@tirto.id* Terhadap Minat Mahasiswa dalam Memperoleh Informasi (Penelitian pada Anggota Jurnalposmedia Periode 2021-2022)” menganalisis dampak font, warna, dan gambar dalam infografis terhadap minat mahasiswa dengan metode survei kuantitatif. Hasilnya menunjukkan bahwa font dan gambar berpengaruh terhadap minat mahasiswa, sementara warna tidak memiliki pengaruh signifikan.
3. Penelitian Mentari Dwi Cahyani (Universitas Linggabuana PGRI Sukabumi, 2024) berjudul “Dampak Media Pembelajaran Infografis

Terhadap Pemahaman Pendidikan Pancasila: Sebuah Penelitian Quasi-Eksperimental” menganalisis pengaruh metode pengajaran berbasis infografis terhadap pemahaman siswa dalam mata pelajaran Pendidikan Pancasila dengan metode quasi-eksperimen. Hasilnya menunjukkan perbedaan signifikan antara kelompok eksperimen dan kontrol, di mana kelompok eksperimen mengalami peningkatan pemahaman yang lebih tinggi.

4. Penelitian Dwi Yulianto (Universitas La Tansa Mashiro, 2023) berjudul “Pengaruh Pembelajaran *Lesson Study* Berbasis Proyek Dalam Bentuk Infografis dan Keterampilan 4C Terhadap Hasil Belajar Metodologi Penelitian dengan Kovariabel Motivasi Mahasiswa” menganalisis dampak pembelajaran LS berbasis proyek infografis terhadap motivasi dan keterampilan berpikir 4C mahasiswa menggunakan metode tes dan non-tes dengan analisis Anava *One Way*, Anacova, dan *Product Moment*. Hasilnya menunjukkan bahwa model LS berbasis proyek infografis dan keterampilan 4C berpengaruh terhadap hasil belajar metodologi penelitian, baik secara langsung maupun dengan kovariabel motivasi mahasiswa, serta terdapat hubungan signifikan antara motivasi dan hasil belajar.
5. Penelitian Waliyul Maulana Siregar dkk. (Universitas Negeri Medan, 2024) berjudul “Meningkatkan Kesadaran Mahasiswa Tentang Wawasan Nusantara Sebagai Geopolitik Bangsa Melalui Infografis” menganalisis efektivitas infografis dalam meningkatkan kesadaran mahasiswa terhadap wawasan Nusantara menggunakan metode deskriptif kualitatif. Hasilnya

menunjukkan bahwa infografis tidak hanya meningkatkan kesadaran mahasiswa tetapi juga mendorong pemahaman dan penghargaan terhadap pentingnya menjaga keutuhan NKRI.

Meskipun peneliti mengangkat tema yang serupa dengan penelitian sebelumnya, penelitian ini tetap memiliki perbedaan. Perbedaan tersebut terletak pada fokus objek yang diteliti, yaitu penyajian infografis pada @lpmsuaka serta subjek penelitiannya yang merupakan mahasiswa jurnalistik UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

1.6 Kerangka Pemikiran

1.6.1 Teori *Uses and Gratification*

Teori *Uses and Gratifications* (U&G) menjelaskan bahwa *audiens* bersifat aktif dalam memilih dan memanfaatkan media untuk memenuhi berbagai kebutuhan atau gratifikasi pribadi, seperti memperoleh informasi, mencari hiburan, maupun menjalin interaksi sosial. Teori ini pertama kali diperkenalkan oleh Herbert Blumer dan Elihu Katz pada tahun 1974. Teori *uses and gratifications* (penggunaan dan kepuasan) merupakan suatu teori yang mengukur tingkat kepuasan penggunaan media (Isnaini et al., 2023:2).

Blumer dan Katz berpendapat bahwa tidak ada satu pola tunggal dalam cara khalayak menggunakan media. Sebaliknya, terdapat beragam alasan yang mendorong khalayak memanfaatkan media. Permasalahan utama dalam teori *Uses and Gratifications* bukanlah bagaimana media mengubah sikap dan perilaku khalayak, melainkan bagaimana media dapat memenuhi kebutuhan pribadi maupun kebutuhan sosial mereka. (Siregar et al., 2022:5).

Secara garis besar teori ini menjelaskan bahwa *audiens* tidak pasif, tetapi secara aktif memilih media berdasarkan kebutuhan dan kepuasan yang ingin mereka dapatkan. Menurut Damanik & Tambotih (2022:1254) kebutuhan utama yang mendorong seseorang untuk mengonsumsi media yaitu (1) kebutuhan informasi (mencari berita atau pengetahuan), (2) kebutuhan hiburan (ingin menikmati konten yang menarik dan menyenangkan), dan (3) kebutuhan identitas personal (membantu dalam membentuk opini atau identitas diri).

Teori *uses and gratification* juga dipilih karena berkaitan erat dengan teori minat baca. Teori minat baca merupakan teori yang menjelaskan tentang faktor-faktor yang mendorong seseorang untuk membaca. Menurut Darmono (2001:182) dalam Zelpamailiani (2020:1317) menyatakan bahwa minat baca merupakan dorongan atau kecenderungan seseorang untuk melakukan aktivitas membaca. Secara garis besar, teori mengenai minat baca terbagi menjadi dua kategori utama, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Adapun salah satu faktor internal dalam teori minat baca yakni menyebutkan bahwa kebutuhan individu, kebutuhan akan informasi, kebutuhan pengetahuan, ataupun kebutuhan hiburan dapat mendorong minat baca. Dengan begitu teori *uses and gratification* memiliki keterhubungan yang erat dengan teori minat baca sendiri.

Elemen visual dalam infografis berperan penting dalam memenuhi kebutuhan *audiens*. Warna memberikan daya tarik emosional serta meningkatkan keterbacaan, yang berkontribusi pada pemenuhan kebutuhan

identitas personal dan hiburan. Gambar membantu *audiens* memahami informasi dengan lebih cepat sekaligus menarik perhatian, sehingga dapat memenuhi kebutuhan akan informasi dan hiburan. Sementara itu, tipografi atau pemilihan font memengaruhi kemudahan membaca dan daya ingat terhadap informasi, sehingga terutama berperan dalam memenuhi kebutuhan informasi. Dengan perpaduan elemen-elemen ini, infografis dapat menjadi lebih efektif dan menarik bagi *audiens*.

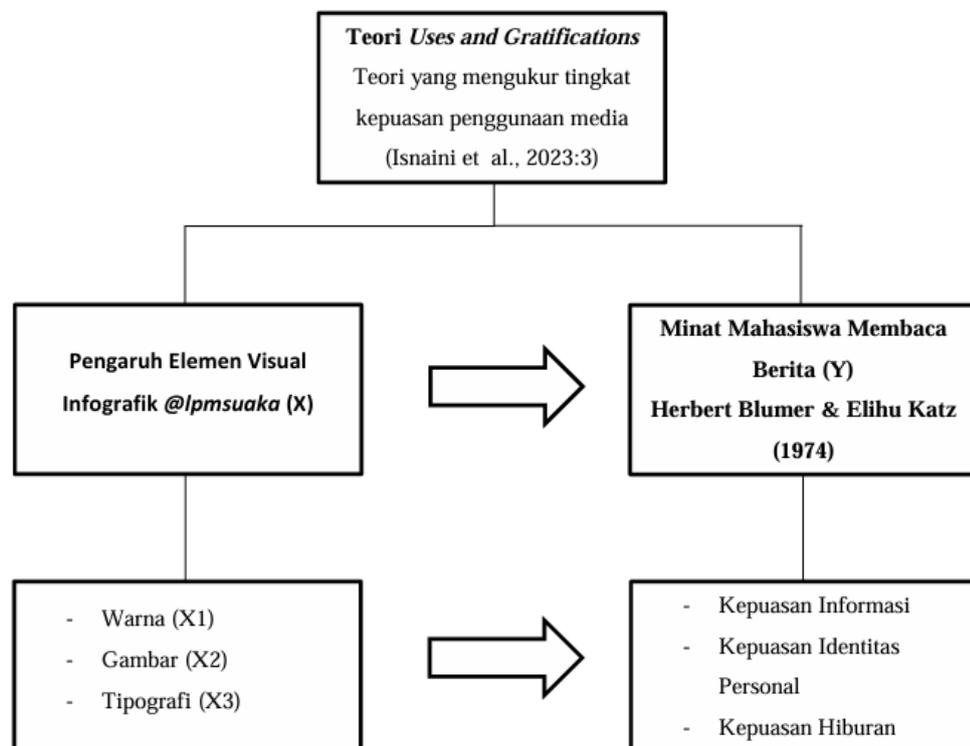
Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa keterkaitan teori dengan topik penelitian ini adalah apakah ketiga elemen visual Warna, Gambar, dan Tipografi dapat menentukan bagaimana *audiens* menerima, memahami, dan tertarik untuk membaca konten infografis @lpmsuaka. Jika infografis dirancang dengan baik, maka minat baca mahasiswa akan meningkat karena mereka merasa informasi lebih menarik, mudah dipahami, dan tidak membosankan.

Dengan kata lain, jika elemen-elemen visual ini menarik, maka infografis lebih memenuhi kebutuhan *audiens* menurut teori *uses and gratification* dan jika infografis mampu memberikan kepuasan dalam mengakses informasi maka minat baca mahasiswa terhadap infografis akan meningkat. Kesimpulannya, teori ini menjadi dasar dalam memahami bagaimana infografis @lpmsuaka dapat menarik mahasiswa untuk membaca informasi, karena mereka memilih media yang paling sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mereka.

1.6.2 Kerangka Berpikir

Berdasarkan penjelasan di atas, teori *Uses and Gratifications* digunakan dalam penelitian ini karena memiliki keterkaitan yang erat dengan topik yang dibahas. Untuk memudahkan pemahaman, peneliti menyusun kerangka berpikir sebagai berikut:

Gambar 1.1 Kerangka Berpikir



Sumber: Teori *Uses and Gratification*

Untuk membuat penulisan penelitian ini lebih fokus, perlu ditetapkan variabel-variabel yang akan dikaji. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan dua variabel sebagai objek penelitian, yaitu:

1. Elemen visual infografik (variabel X) yang berperan sebagai variabel bebas atau variabel yang memberikan pengaruh, dengan pengukuran menggunakan skala likert.
2. Minat baca berita (variabel Y) yang berperan sebagai variabel terikat atau variabel yang dipengaruhi, juga diukur menggunakan skala likert.

Definisi serta penjelasan mengenai variabel X dan variabel Y dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1.1 Tabel Operasional

No.	Variabel	Definisi Operasional	Alat Ukur	Skala Pengukuran	Skor
1	Variabel Bebas (X) Gambar (X1)	Media gambar adalah perwujudan lambang dari hasil peniruan-peniruan benda-benda, pemandangan, curahan piker atau ide-ide yang di visualisasikan kedalam bentuk dua dimensi (Adnyana & Yudarparmita, 2023: 65).	K U I S I O N E R	S K A L A L I K E R T	Skor 1: Sangat Tidak Setuju Skor 2: Tidak Setuju Skor 3: Netral Skor 4: Setuju Skor 5: Sangat Setuju
2	Warna (X2)	Warna adalah sebuah unsur pertama yang terlihat oleh mata dari sebuah benda (Ratna & Yutini, 2022:1741).			
3	Tipografi (X3)	Tipografi merupakan ilmu, seni, atau teknik yang berkaitan dengan penyusunan elemen-elemen huruf atau teks agar mudah dibaca,			

		maknanya tersampaikan dengan jelas, serta memiliki nilai estetika. (Iswanto, 2023:125).			
4	Variabel Terikat (Y) Minat Baca Berita	Minat merupakan motivator yang kuat untuk melakukan suatu aktifitas (Rusli, 2024:188).			

1.7 Variabel Penelitian

1.7.1 Pengaruh

Pengaruh merupakan kemampuan dari suatu pihak atau faktor tertentu untuk mengubah, membentuk, atau memengaruhi sikap, perilaku, serta pandangan orang lain. Pengaruh ini dapat muncul dari berbagai sumber, salah satunya adalah interaksi sosial dengan teman, keluarga, dan lingkungan sekitar yang ikut menentukan cara berpikir dan bertindak seseorang. Selain itu, nilai-nilai dan norma budaya juga berperan penting dalam membentuk pola pikir dan perilaku individu, sehingga kultural menjadi salah satu faktor utama dalam proses pemberian pengaruh.

Selain aspek sosial dan kultural, pendidikan juga menjadi sumber pengaruh melalui peran guru dan lembaga pendidikan yang memberikan kontribusi besar terhadap perkembangan pribadi seseorang. Media massa seperti berita, iklan, dan media sosial turut memberikan pengaruh dengan menyampaikan informasi yang memengaruhi persepsi dan pengambilan keputusan. Tak kalah penting, pengaruh juga dapat berasal dari otoritas atau

figur yang memiliki posisi kepemimpinan dan kekuasaan, yang biasanya memiliki kemampuan signifikan dalam memengaruhi orang lain.

1.7.2 Elemen Visual

Elemen visual merupakan komponen-komponen yang digunakan untuk menyampaikan pesan secara visual. Dalam konteks berita infografik, elemen-elemen ini memiliki peran penting dalam menarik perhatian pembaca serta memastikan informasi disampaikan dengan jelas dan mudah dipahami. Beberapa contoh elemen visual yang sering digunakan antara lain:

- 1) Warna: Mempengaruhi suasana dan persepsi pembaca. Warna kontras dapat menonjolkan informasi penting, sementara palet warna harmonis memberi kesan rapi dan profesional. Warna juga bisa mencerminkan emosi atau tema tertentu.
- 2) Gambar: Gambar berupa foto, ilustrasi, atau grafik yang berfungsi memperkuat isi berita. Elemen visual ini membantu menarik perhatian pembaca, memberikan konteks emosional, serta menyampaikan informasi yang sulit diungkapkan hanya melalui teks saja.
- 3) Tipografi: Tipografi mencakup jenis huruf, ukuran, serta gaya teks yang digunakan. Pemilihan tipografi yang tepat dapat meningkatkan keterbacaan sekaligus menonjolkan informasi penting. Contohnya, judul biasanya dibuat dengan huruf besar dan tebal agar lebih menarik perhatian pembaca.

1.7.3 Infografik

Infografik adalah representasi visual dari informasi atau data yang dirancang untuk memudahkan pemahaman dan mengingat konsep yang kompleks oleh *audiens*. Sebagai seni visual, infografik mengandung unsur visual yang kuat dan berfungsi sebagai alat efektif untuk menyampaikan informasi secara visual. Dengan menggunakan infografik, data atau informasi yang rumit dapat disajikan dalam bentuk visual yang menarik dengan menggabungkan elemen-elemen seperti grafik, gambar, ilustrasi, dan teks. (Malir, 2024:3).

Infografik adalah representasi visual dari informasi, data, atau pengetahuan yang dibuat untuk menyampaikan pesan dengan cepat dan jelas. Infografik memadukan berbagai elemen visual seperti gambar, grafik, diagram, warna, serta teks singkat agar dapat menjelaskan topik yang kompleks dengan cara yang mudah dipahami oleh *audiens*. Tujuan utama infografik adalah untuk mempermudah pemahaman informasi yang mungkin sulit atau membosankan jika disampaikan hanya dengan teks.

Infografik sering digunakan dalam berbagai konteks, seperti media berita, laporan penelitian, materi pendidikan, atau pemasaran. Dengan menggabungkan visual yang menarik dan informasi yang terstruktur, infografik membantu *audiens* memahami data atau konsep dengan lebih efisien dan menarik. Beberapa contoh infografik termasuk peta, grafik batang, diagram alir, dan ilustrasi statistik yang menjelaskan tren atau hubungan antar data.

1.7.4 LPM Suaka

LPM Suaka UIN Sunan Gunung Djati Bandung adalah sebuah lembaga pers mahasiswa yang telah menjadi wadah bagi mahasiswa untuk menyalurkan minat dan bakatnya di bidang jurnalistik sejak tahun 1986. Bermula dari sebuah gerakan kecil, LPM Suaka terus berkembang dan bertransformasi hingga menjadi lembaga yang mandiri dan profesional. Sebagai media komunikasi internal kampus.

LPM Suaka berperan penting dalam menyuarakan aspirasi mahasiswa, memberikan informasi yang relevan, serta menjadi kontrol sosial bagi civitas akademika. Kegiatan-kegiatan yang dilakukan LPM Suaka meliputi penerbitan media, pelatihan jurnalistik, diskusi, dan seminar. Bagi mahasiswa, bergabung dengan LPM Suaka merupakan kesempatan untuk mengembangkan diri, mendapatkan pengalaman organisasi, dan berkontribusi bagi kampus.

1.7.5 Minat

Secara umum, minat merupakan fokus perhatian atau ketertarikan seseorang terhadap suatu hal, baik itu objek, topik, maupun kegiatan tertentu. Minat memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku, motivasi, dan pengambilan keputusan seseorang, serta memainkan peran penting dalam proses pembelajaran dan pengambilan keputusan. Dalam konteks pemasaran, minat biasanya dihubungkan dengan daya tarik konsumen terhadap produk atau layanan tertentu. Minat sendiri dibagi menjadi dua kategori, yakni:

1) Minat vokasional : Ketertarikan pada jenis pekerjaan atau profesi tertentu yang sesuai dengan kemampuan, bakat, dan preferensi individu. Minat ini sering menjadi dasar dalam menentukan pilihan jalur pendidikan dan karier, seperti dalam bidang teknik, seni, kesehatan, atau bisnis.

2) Minat Avokasional : Ketertarikan terhadap aktivitas atau hobi di luar pekerjaan utama. Minat ini tidak selalu terkait langsung dengan profesi, tetapi memberikan kepuasan pribadi dan mencerminkan nilai atau aspirasi seseorang, seperti berolahraga, berkebun, atau fotografi.

1.7.6 Berita

Berita adalah penyampaian informasi kepada masyarakat tentang peristiwa, fakta, atau isu terkini yang dianggap penting dan menarik untuk diketahui. Berita memiliki berbagai jenis, seperti *hard news* yang berisi informasi mendesak seperti bencana atau kebijakan pemerintah, serta *soft news* yang lebih menekankan pada aspek *human interest* seperti budaya dan gaya hidup.

Struktur berita umumnya mengikuti pola piramida terbalik, dimulai dengan *lead* yang memuat inti berita beserta unsur 5W+1H (apa, siapa, di mana, kapan, mengapa, bagaimana), kemudian diikuti oleh penjelasan lebih rinci, kutipan dari narasumber, dan diakhiri dengan informasi tambahan sebagai penutup. Fungsi berita tidak hanya untuk memberikan informasi terbaru, tetapi juga berperan dalam mendidik masyarakat, mengawasi kekuasaan, dan menyediakan hiburan. Dalam penyajiannya, prinsip etika

jurnalistik seperti akurasi, keseimbangan, objektivitas, serta perlindungan identitas sumber sangat penting untuk dijaga.

Berita juga memiliki peran dalam membentuk opini publik dan memengaruhi pandangan masyarakat. Oleh sebab itu, kualitas dan integritas berita sangat menentukan kepercayaan masyarakat terhadap media. Dengan memahami hal ini, kita diharapkan bisa lebih kritis dalam menerima, mengevaluasi, dan menyebarkan informasi, sekaligus menghargai peran media dalam kehidupan sehari-hari.

1.8 Hipotesis Penelitian

Hipotesis dalam suatu penelitian adalah sebuah dugaan sementara mengenai suatu masalah yang masih harus dibuktikan kebenarannya melalui pengumpulan data dan analisis. Dugaan ini bersifat sementara, sehingga dapat terbukti benar ataupun salah setelah dilakukan penelitian lebih lanjut. Berdasarkan rumusan masalah dan latar belakang penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya, hipotesis dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

H1: Terdapat pengaruh penggunaan elemen Warna pada infografik @lpmsuaka terhadap minat baca mahasiswa jurnalistik UIN Sunan Gunung Djati Bandung

H2: Terdapat pengaruh penggunaan elemen Gambar pada infografik @lpmsuaka terhadap minat baca mahasiswa jurnalistik UIN Sunan Gunung Djati Bandung

H3: Terdapat pengaruh penggunaan elemen Tipografi pada infografik @lpmsuaka terhadap minat baca mahasiswa jurnalistik UIN Sunan Gunung Djati Bandung

Semakin menarik dan berkualitas elemen visual pada infografik @lpmsuaka, yang mencakup warna, gambar, dan tipografi, maka semakin tinggi pula minat baca berita di kalangan mahasiswa jurnalistik UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan bahwa elemen visual dalam infografik bukan sekadar pelengkap, melainkan faktor penting yang berperan signifikan dalam membentuk minat baca. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan wawasan berharga bagi pengelola media dan penulis berita dalam merancang konten yang lebih efektif dan menarik.

1.9 Langkah-langkah Penelitian

1.9.1 Lokasi

Dalam menentukan lokasi penelitian, peneliti mengacu pada objek yang akan diteliti, yakni mahasiswa jurnalistik di UIN Sunan Gunung Djati Bandung, Jalan A.H. Nasution No. 105, Cipadung, Cibiru, Kota Bandung, Jawa Barat 40614. Tempat pelaksanaan penelitian yaitu pada akun media sosial instagram @lpmsuaka yang dapat diakses melalui link website [LPM Suaka UIN Bandung](#). Peneliti tertarik melakukan penelitian di media LPM Suaka karena LPM Suaka memproduksi infografis sebagai salah satu pengemasan informasi sehingga menarik serta LPM Suaka juga merupakan salah satu media aktif yang didirikan di kampus UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

1.9.2 Paradigma dan Pendekatan

Peneliti menggunakan paradigma positivisme dalam penelitian ini. Paradigma positivisme merupakan pendekatan yang menitikberatkan pada pengamatan secara empiris dan pengukuran objektif terhadap fenomena sosial. Pendekatan ini sangat cocok dengan topik penelitian karena fokus pada pengukuran variabel secara objektif serta pengujian hipotesis berdasarkan data empiris. Selain itu, paradigma positivisme juga menekankan hubungan sebab-akibat yang dapat dianalisis dan dibuktikan melalui data kuantitatif.

Oleh karena itu, peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif dalam penelitian ini. Pendekatan kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada paradigma postpositivisme dalam upaya mengembangkan ilmu pengetahuan melalui pengumpulan dan analisis data numerik secara sistematis (Muhajirin et al., 2024:86). Pendekatan kuantitatif adalah metode penelitian yang menggunakan data angka dan analisis statistik untuk mencari tahu kebenaran, berdasarkan cara pandang postpositivist yang meyakini pengetahuan dapat diperoleh melalui pengukuran dan pengamatan sistematis, namun tetap menyadari bahwa hasil penelitian tidak selalu mutlak sempurna. Dalam penelitian, data kuantitatif biasanya diperoleh melalui metode seperti survei, eksperimen, atau pengukuran yang menghasilkan data berupa angka. Data tersebut selanjutnya dianalisis menggunakan teknik statistik untuk menginterpretasikan hasil penelitian secara objektif. Pendekatan ini sering

digunakan untuk mengidentifikasi pola, menguji hipotesis, dan membuat prediksi.

1.9.3 Metode

Penelitian ini menggunakan metode korelasi kuantitatif, yaitu pendekatan yang bertujuan untuk menguji hubungan atau perbedaan karakteristik antara dua variabel atau lebih. Metode ini membantu mengetahui sejauh mana variabel-variabel tersebut saling berhubungan atau berbeda satu sama lain. (Pratama et al., 2023:1755). Metode ini adalah jenis metode penelitian yang bertujuan untuk mencari tahu apakah ada hubungan antara dua atau lebih variabel. Peneliti akan melihat data dari tiap hal tersebut, membandingkan ciri-cirinya, lalu menganalisis apakah ketika satu hal berubah, hal lainnya ikut berubah atau tidak.

Penelitian ini menggunakan data numerik yang dikumpulkan melalui survei atau kuesioner. Hasil penelitian diolah untuk menentukan kekuatan dan arah hubungan antar variabel dengan menggunakan koefisien korelasi. Sedangkan survey merupakan metode kuantitatif untuk mengumpulkan data dari sekelompok peserta melalui beberapa pertanyaan survei. Beberapa aspek jenis penelitian ini meliputi rekrutmen individu, pengumpulan data, dan analisis data.

1.9.4 Jenis Data dan Sumber Data

1. Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini terbagi menjadi dua jenis, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh langsung dari responden

melalui kuisisioner, yang mencakup informasi terkait minat baca berita dan elemen visual yang ada. Sementara itu, data sekunder berasal dari sumber lain seperti jurnal atau artikel mengenai literasi digital, yang digunakan untuk melengkapi dan memperkuat analisis dalam penelitian.

2. Sumber Data

- 1) Populasi: Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif program studi jurnalistik di UIN Sunan Gunung Djati Bandung angkatan 2021-2024 yang berjumlah 722 mahasiswa, yang terdiri dari:
 - a. Angkatan 2021: 190 Mahasiswa
 - b. Angkatan 2022: 170 Mahasiswa
 - c. Angkatan 2023: 183 Mahasiswa
 - d. Angkatan 2024: 179 Mahasiswa
- 2) Sampel: Karena populasi yang sangat besar, peneliti menggunakan teknik *Purposive Sampling* (pengambilan sampel bertujuan). Teknik ini dilakukan dengan memilih subjek secara sengaja berdasarkan kriteria tertentu yang dianggap relevan dan sesuai dengan tujuan penelitian oleh peneliti. (Subhaktiyasa, 2024:2727). Adapun kriteria sampel dalam penelitian yakni mahasiswa jurnalistik UIN Sunan Gunung Djati Bandung yang terpapar infografik @lpmsuaka. Peneliti menentukan ukuran sampel dengan menggunakan Rumus Slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

N = Ukuran sampel

N = Populasi

E = Persentase kelonggaran ketidakterikatan karena kesalahan pengambilan sampel yang masih diinginkan

1.10 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data survei kuesioner yang melibatkan pembuatan daftar pertanyaan relevan dengan tujuan penelitian, yang bisa berupa pertanyaan tertutup atau terbuka. Kuesioner tersebut terdiri dari pertanyaan dengan skala Likert (1-5) yang mencakup rentang dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju, dan disebarakan kepada responden yang dipilih berdasarkan kriteria melalui *platform online*. Pengumpulan data dilakukan dengan cara yang sistematis dan terstruktur melalui kuesioner digital yang dapat diakses oleh responden melalui *link online*. Setelah responden mengisi kuesioner, data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan metode statistik.

1.10.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

Validitas dan reliabilitas sangat penting karena keduanya memastikan bahwa hasil penelitian benar-benar menggambarkan hubungan antara elemen visual dan minat baca. Validitas menjamin bahwa instrumen yang digunakan mengukur minat baca secara tepat sesuai konteks visual yang diteliti. Dalam mengukur sejauh mana instrumen yang digunakan benar-benar mampu

mengukur konsep yang dilakukan oleh peneliti, adapun alat uji validitas yang digunakan yaitu SPSS (*Statistical Progam For Social Science*).

Menurut Sugiyono (2019:267) dalam Hakiki & Setiana (2023:3087) menyebutkan bahwa uji validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dilaporkan oleh peneliti. Uji akan dilakukan dengan menggunakan analisis korelasi Bivariate Pearson *Product Moment* (Produk Momen Pearson). Analisis ini dilakukan dengan mengkorelasikan masing-masing skor item dengan skor total, rumus korelasi produk moment dari Pearson yang digunakan:

$$r_{xy} = \frac{N\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(N\sum x^2 - (\sum x)^2)(N\sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien korelasi jumlah item pernyataan

n = Jumlah sampel

X = Skor setiap item pernyataan

Y = Skor total

$\sum x$ = Jumlah skor item

$\sum y$ = Jumlah skor total (seluruh item)

Sedangkan reliabilitas memastikan konsistensi hasil jika penelitian dilakukan kembali. Reliabilitas yakni menunjukkan konsistensi hasil pengukuran jika instrumen digunakan berulang kali dalam kondisi serupa. Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang mempunyai indikator dari variabel atau konstruk. Metode uji yang digunakan dalam

penelitian ini adalah metode Cronbach's Alpha. Metode ini sangat cocok digunakan pada skor likert (1-5). Berikut rumus Cronbach's Alpha:

$$r_{11} = \left(\frac{n}{n-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_t^2}{\sigma^2} \right)$$

Keterangan:

r_{11} = koefisien *reliability* instrumen (Cronbach Alpha)

n = banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$ = total varian butir

σ^2 = total varian

1.11 Teknik Analisis Data

1.11.1 Uji Regresi Linier Berganda

Regresi adalah alat statistik yang digunakan untuk mengukur dan menganalisis apakah terdapat hubungan atau korelasi antara dua variabel atau lebih (Yusuf et al., 2024:13331). Penelitian ini menggunakan teknik analisis data dengan menggunakan uji regresi linier berganda. Metode statistik ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara satu variabel dependen (Y) dengan beberapa variabel independen (X). Tujuan utama dari metode ini adalah menemukan garis regresi terbaik yang dapat memprediksi nilai variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen. Dalam penelitian ini, regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui sejauh mana keterkaitan antara elemen visual pada infografik dengan minat baca berita.

$$Y = a_0 + a_1 x_1 + e_1$$

Keterangan:

Y = variabel dependen

X1= variabel independen

a0 = intercept

a1 = estimator dari parameter atau koefisien regresi

