

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Berkembangnya teknologi informasi membuat sajian informasi yang semakin beragam dan bervariasi. Hal tersebut berpengaruh terhadap cara penyampaian informasi bagi masyarakat. Kegiatan jurnalistik dimasyarakat yang semakin berkembang ini memunculkan penyajian informasi yang lebih beragam.

Mulanya kegiatan jurnalistik pada masa romawi kuno hanya bermediakan papan pengumuman yang disebut “Acta Diurna” . Acta Diurna sendiri dapat disebut sebagai media jurnalistik pertama. Seiring berjalannya waktu muncul surat kabar cetak pertama di Cina pada tahun 911M. Dari situ mulai bermuculan media massa cetak seperti yang sekarang kita tau baik majalah, tabloid, koran dan lain sebagainya. (W. Wahyudin, 2016)

Perkembangan media massa tidak hanya berhenti pada media cetak. Saat ini kita sudah mengenal informasi melalui media elektronik seperti tv dan radio. Bahkan muncul pula media *online* degan penyajian informasi yang semakin cepat dan semakin banyak digunakan oleh masyarakat.

Media massa sendiri memiliki peran penting dalam proses komunikasi massa. Media massa merupakan sarana yang digunakan dalam komunikasi massa. Media massa sendiri secara umum memiliki fungsi menyiarkan informasi (*to inform*), fungsi

mendidik (*to educate*), fungsi menhibur (*to entertain*), dan fungsi mempengaruhi (*to influence*) (Wardhani, 2008:25).

Menurut M. Yoserizal Saragih (2018) media massa merupakan tempat untuk menaungi kerja jurnalistik. Dalam menjalankan fungsi media massa, jurnalistik hadir untuk mewujudkan fungsi tersebut. Jurnalistik menjadi ujung tombak khususnya dalam penyediaan informasi kepada khalayak seluas – luasnya (Saragih, 2018).

Saat ini media menyajikan informasi menyesuaikan dengan kebutuhan dan kebiasaan masyarakat dimana masyarakat membutuhkan informasi yang cepat, ringkas dan menarik. Berkembangnya kebutuhan masyarakat dalam mendapatkan informasi ini mendorong perkembangan arus informasi di masyarakat. Arus informasi yang semakin berkembang tersebut melahirkan ragam sajian informasi yang semakin banyak pula, seperti video jurnalistik dan jurnalisme infografis.

Kehadiran jurnalisme infografis tentu memberikan warna baru dalam penyajian berita di media massa. Pada era yang serba cepat seperti saat ini, infografis menjadi alternatif bagi masyarakat dalam mendapatkan informasi. Infografis mempermudah masyarakat dalam memahami sebuah informasi atau narasi dalam sebuah berita. Suatu data yang rumit dan kompleks yang dikemas dalam bentuk infografis akan lebih mudah dan cepat dipahami oleh pembaca.

Istilah “infografis” merujuk pada bentuk informasi melalui gambar Hal tersebut berbeda dengan penggunaan istilah “ilustrasi” yang menampilkan sisi ilustrasinya saja namun tidak dengan data informasi didalamnya.

Infografis juga sering disebut sebagai ilustrasi informasi (Glasgow, 1994:7). Informasi yang dimaksud merujuk pada berita di media massa. Karenanya infografis sering ditemui di surat kabar, majalah, tabloid, kanal berita media massa, dan media sosial. Biasanya infografis digunakan sebagai gambar lepas di media massa. Gambar lepas tersebut digunakan ketika berita memungkinkan dilakukan pemberitaan secara naratif, karna kekurangan ruang di halaman pemberitaan atau juga pemberitaan naratif dianggap kurang mempertimbangkan tingkat pemahaman pembaca. Infografis juga kerap membantu sebuah berita yang bersifat naratif dengan tampilan visual yang menarik.

Menurut Smicklas, infografis merupakan representasi statistik yang disebabkan oleh semakin populernya visualisasi data yang kemudian dijadikan sebagai alat komunikasi dalam memberikan informasi (Pahlevi,2013). Sebagai sajian informasi visual, infografis tidak hanya merekonstruksi sebuah kejadian namun juga diperlukan estetika yang memperkuat data dan fakta dalam berita tersebut. Infografis menitikberatkan kepada fakta dan data yang digabungkan dengan elemen visual yang menarik meliputi warna, komposisi, bentuk, dan kesatuan. Selain untuk memperkuat narasi, estetika infografis juga menunjukkan salah satu fungsi sarana komunikasi yakni fungsi rekreatif. Infografis dinilai sebagai penyajian informasi yang menyenangkan. Ragam sajian infografis juga bermacam – macam dimulai dari sajian berbentuk diagram baik berupa diagram lingkaran, diagram garis, maupun batang. Sajian berbentuk diagram biasa digunakan untuk menginformasikan data – data numerik agar

lebih mudah dipahami. Selain diagram ada juga infografis berbentuk peta yang biasa digunakan terhadap sajian data yang memerlukan gambaran lokasi. Infografis lainnya dapat berupa ilustrasi atau simbol untuk menganolngikan sebuah informasi.

Bila dilihat lebih jauh, infografis mampu mereproduksi realitas secara *Objectif* dibanding hanya merefleksikan atau mencerminkan sebuah realitas (Mariato, 2006:167). Pesan yang *Objectif* tersebut didapatkan atas hubungan dari elemen visual sebagai sebuah penandaan dengan realita. Tanda yang terdapat pada infografis sebagai pembangkit makna dalam komunikasi. Hal tersebut membuat elemen visual yang terkandung dalam infografis tidak hanya sebagai pelengkap estetika semata yang berusaha menggabungkan tanda verbal dan visual namun juga memiliki makna lain dibalik makna sebenarnya. Dalam pencarian makna dari sebuah tanda dikenal ilmu semiotika yakni ilmu yang mempelejadi tanda. Semiotika memandang komunikasi melalui tanda dan hubungannya dengan makna pada tanda tersebut. Salah satu model semiotika yang populer ialah model semiotika dari Charles Sanders Peirce. Model tersebut merupakan “*Grand Theory*” dalam semiotika karena bersifat menyeluruh dan mendalam.

Peran infografis dalam sebuah sajian berita dapat dikatakan sejajar dengan sajian berita verbal lainnya. Penggabungan bahasa visual dan bahasa verbal menjadi solusi dari penyajian informasi secara verbal yang sulit dipahami. Elemen yang ada pada infografis menjadi solusi penyampaian pesan dalam efisiensi waktu dan keterbatasan ruang.

Selain sebagai media penyampaian berita, infografis dijadikan sebagai daya tarik sebuah media. Sebuah media dapat membuat ciri khasnya melalui elemen infografis yang digunakan seperti komposisi dan penggunaan warna. Lewat ciri khas dari infografis itu pula sebuah media lebih mudah dikenali. Sebagai produk dari media massa, infografis juga perlu memiliki fungsi yang sama dengan media massa. Salah satu fungsi media massa yaitu sebagai sarana edukasi bagi khalayak. Media massa merupakan sarana pendidikan bagi masyarakat hal tersebut dikarenakan media massa banyak menyajikan informasi mengenai nilai, etika, aturan bagi khalayaknya (Ardianto, dkk., 2007: 18). Perannya yang *Signifikan* dalam penyampaian informasi tersebut membuat media baik media cetak, elektronik, maupun daring, menggunakan infografis sebagai salah satu produk jurnalistiknya (Wicandra, 2006).

Di Bandung salah satu media yang aktif menggunakan infografis ialah Harian Umum Pikiran Rakyat (berikutnya disebut PR). PR sendiri merupakan media besar di Jawa Barat yang telah berkiprah sejak tahun 1966, kini Harian Umum Pikiran Rakyat semakin berkembang diberbagai *platform*. Dalam hal mengikuti perkembangan media, PR menjadi yang terdepan khususnya di Jawa Barat.

Ketika media di Indonesia berlutut dengan edisi cetaknya, PR sudah menyadari perkembangan dunia jurnalistik khususnya dari segi teknologi. Pada tahun 1996 PR meluncurkan PR *online* dan pada tahun 2007 PR mulai meningkatkan tampilan dan kontennya. Hal tersebut menjadikan PR sebagai pelopor media yang mengutamakan sajian tampilan dan konten. Kini selain tetap mempertahankan edisi cetaknya, PR

memiliki *platform* media lainnya seperti laman portal berita www.pikiran-rakyat.com, PR-Info, PRFM, *e-paper*.

Penggunaan infografis PR dilakukan diberbagai *platform* yang dimilikinya seperti pada surat kabar cetak, *e-paper*, laman berita online, media social. Penggunaan infografis PR juga beragam baik dari isu maupun jenis infografis yang digunakan. Yang terbaru PR sering menggunakan infografis pada isu Covid-19. Tak jarang PR meletakkan infografis sebagai headline pada surat kabarnya. Infografis pada surat kabar PR memiliki andil yang *Signifikan*, selain mempercantik tampilan juga memperindah penataan halaman.

Pada awal tahun 2020 lalu, PR meraih penghargaan “Silver Winner untuk kategori The Best of Java Newspaper IPMA 2020” untuk cover PR edisi 24 Oktober 2019. Kriteria penilaian pada tahun tersebut ditambah dengan pertimbangan konten selain sampul muka. Khusus untuk segi tampilan dilihat dari sentuhan-sentuhan atraktif dan estetis. Antara lain menampilkan gambar dan infografis yang menarik. Karenanya peneliti tertarik menjadikan Infografis PR sebagai *Object* penelitiannya.

Penelitian mengenai budaya literasi visual infografis pada media khususnya di Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati (UIN SGD) Bandung masih sedikit. Kebanyakan penelitian infografis berusaha menggali persepsi melalui aspek kognitif, afektif dan konatif, bukan menganalisis tanda yang terdapat didalam infografis. Sedangkan penelitian mengenai tanda tersebut sejatinya dapat mengetahui pesan yang disampaikan pada infografis.

Penelitian yang membahas persoalan pesan dari tanda kebanyakan dilakukan untuk penelitian foto jurnalistik, tayangan televisi maupun karya sastra. Hal tersebut disebabkan pembelajaran mengenai infografis pada dunia kejournalistikan juga belum maksimal. Tidak seperti bidang jurnalistik lain yang bahkan memiliki bahan ajar atau mata kuliah sendiri seperti jurnalisme tv, jurnalisme radio, jurnalisme online, dan foto jurnalistik. Karenanya peneliti tertarik untuk mengangkat judul “Pesan Edukasi pada Harian Pikiran Rakyat (Analisis Semiotika pada Infografis Covid – 19 Pikiran Rakyat Edisi Juni – Agustus 2021).

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti akan memfokuskan penelitian kepada:

- 1) Bagaimana *Sign* (tanda) dalam infografis Covid – 19 Harian Umum Pikiran Rakyat edisi Juni – Agustus 2021?
- 2) Bagaimana *Object* (*Object*) yang direpresentasikan dalam infografis Covid – 19 Harian Umum Pikiran Rakyat edisi Juni – Agustus 2021?
- 3) Bagaimana *Interpretant* (penafsiran) yang dirujuk *Sign* dan *Object* dalam infografis Covid – 19 Harian Umum Pikiran Rakyat edisi Juni – Agustus 2021?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai peneliti dalam penelitian berdasarkan focus penelitian diatas ialah:

- 1) Mengetahu *Sign* (tanda) infografis Covid – 19 Harian Umum Pikiran Rakyat edisi Juni – Agustus 2021.
- 2) Mengathui *Object* (*Object*) yang direpresentasikan dalam infografis Covid – 19 Harian Umum Pikiran Rakyat edisi Juni – Agustus 2021.
- 3) Mengetahui *Interpretant* (penafsiran) yang dirujuk *Sign* dan *Object* dalam infografis Covid – 19 Harian Umum Pikiran Rakyat edisi Juni – Agustus 2021.

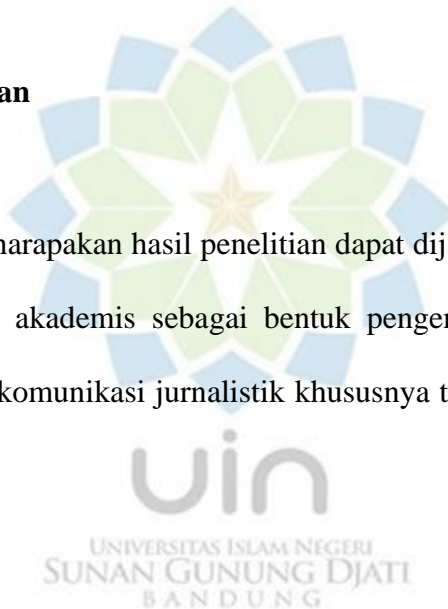
1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Secara Akademis

Secara akademis diharapkan hasil penelitian dapat dijadikan bahan diskusi dan referensi dalam kegiatan akademis sebagai bentuk pengembangan khazanah ilmu pengetahuan dalam ilmu komunikasi jurnalistik khususnya terhadap kajian semiotika pada infografis.

1.4.2 Secara Praktis

Secara praktis diharapkan hasil dari penelitian ini mampu memberikan sumbangan pemikiran bagi praktisi media dalam penyampaian pesan edukasi melalui infografis dengan sajian yang lebih kreatif dan memperhatikan aspek semiotika.



1.5 Landasan Pemikiran

1.5.1 Landasan Teoretis

1.5.1.1 Teori Semiotika Charles Sanders Pierce

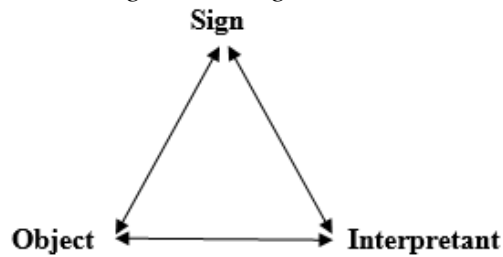
Dalam memahami makna dari suatu tanda, semiotika merupakan ilmu yang mempelajari hal tersebut. Semiotika sendiri berasal dari bahasa Yunani yakni *semeion* yang memiliki arti tanda. Sebagai teori, semiotika digunakan untuk menganalisa aspek visual berbagai hal yang berada didalam lingkup komunikasi. Semiotika memandang komunikasi melalui tanda dan hubungannya dengan makna pada tanda tersebut. Tradisi semiotika terdiri dari sekumpulan teori mengenai bagaimana tanda mampu merepresentasikan ide, situasi, benda, kondisi dan perasaan di luar dari tanda itu sendiri. Penelitian mengenai tanda bukan sekedar untuk mengetahui cara melihat komunikasi, namun juga memiliki dampak yang kuat untuk melihat perspektif teori komunikasi. (Mudjiyanto & Nur, 2013).

Dalam semiotika sendiri terdapat beberapa tokoh dalam perkembangannya, diantaranya Charles Sanders Pierce, Ferdinand de Saussure, Roland Barthes, dan Umberto Eco. Konsep semiotika Roland Barthes mengimplementasikan konsep dari Ferdinand de Saussure yakni mengkaji struktur bahasa dan tanda sebagai fenomena social. Sedangkan Umberto Eco mewarisi konsep Charles Sanders Pierce yang menganalisis fungsi kognitif pada tanda dan membagi beberapa jenis tanda. Menurut Aart Van Zoest (1992), Pierce dan Saussure dapat dikatakan sebagai bapak semiotika modern. Meski sama – sama memiliki peran besar dalam semiotika keduanya tidak

saling mengenal dan mengembangkan ilmunya secara terpisah. Saussure mengembangkan teorinya di Eropa (1857 – 1913) sedangkan Pierce mengembangkannya di Amerika Serikat (1839 – 1914). Latar belakang keduanya juga berbeda dimana Saussure merupakan ahli Bahasa sedangkan Pierce merupakan ahli filsafat dan logika (Asriningsari & Umayu, 2010)

Teori Pierce lebih menekankan aspek logika dan filosofi dari tanda yang ada pada masyarakat. Menurut Pierce penalaran manusia dilakukan melalui tanda dimana manusia hanya dapat bernalar melalui tanda. Teori Pierce disebut sebagai “*grand theory*” dalam semiotika. Hal tersebut disebabkan karena gagasan yang dibuat Pierce lebih bersifat menyeluruh. Pierce mencoba mengidentifikasi unsur dasar dalam sebuah tanda dan menggabungkan semua komponen kedalam struktur yang tunggal.

Menurut Pierce, bentuk merupakan sebuah kata, dan *Object* merupakan tanda dalam pikiran seseorang, sehingga makna dari hal yang diwakili oleh tanda itu muncul. (Sobur, 2002: 115). Pierce mengatakan bahwa proses semiosis ialah proses yang memadukan sebuah tanda dengan tanda yang lain yang disebut sebagai *Object* yang berada didalam pikiran seseorang yang menginterpretasikannya. Model yang digunakan oleh pierce ini disebut *triangle of meaning* yang mengedepankan tiga aspek yakni (*Sign, Object dan Interpretant*).

Gambar 1. 1. *Triangle Meaning* Charles Sanders Pierce

Sign atau tanda merupakan suatu bentuk yang dapat ditangkap oleh indera manusia yang menggambarkan hal diluar tanda tersebut. *Object* sendiri merupakan konteks social yang menjadi acuan dari tanda. Sedangkan *Interpretant* merupakan kosep pemikiran seseorang yang menggunakan tanda menjadi sebuah makna atau makna dari seseorang mengenai *Object* dari sebuah tanda. Menurut Pierce dalam tanda selalu terdapat hubungan triadic yaitu *Interpretant*, *Object*, dan *ground*. Melalui hubungan tersebut, Pierce mengelompokkan tanda menjadi beberapan kelompok sebagai berikut:

1) *Ground*

Ground sendiri merupakan sesuatu yang digunakan agar sebuah tanda dapat berfungsi atau sebagai latar belakang sebuah tanda (Ratmanto, 2004). Berdasarkan *ground*-nya, Pierce membagi tiga klasifikasi diantaranya:

a. *QualiSigns*

Tanda yang menunjukkan kualitas atau sifat suatu tanda. Agar dapat disebut suatu tanda harus memiliki bentuk, karena tidak ada *qualiSigns* yang murni. Contohnya seperti warna merah yang dapat dijadikan sebuah tanda jika dikaitkan dengan bahaya, marah, panas dan lain lain.

b. *SinSigns*

Tanda yang berdasarkan kenyataan terhadap sesuatu, seperti jerit kesakitan, murung sedih atau ketawa riang.

c. *LegiSigns*

Tanda yang berdasar terhadap norma atau aturan seperti rambu lalu lintas, penggunaan gesture jempol dan lain lain.

2) *Object*

Sebuah tanda juga dibedakan berdasarkan denotatumnya. Denotatum bisa juga disebut sebagai *Object* yakni acuan sebuah tanda. Denotatum tidak memlulu sesuatu yang konkret, dapat juga sesuat yang abstrak, atau mungkin tidak pernah ada (Ratmanto,2004:32). Berdasarkan *Objectnya* Pierce membagi tanda kedalam tiga kelompok yaitu:

a. Ikon

Tanda yang menyerupai aslinya sehingga tidak tergantung terhadap keberadaan denotatum, contohnya seperti patung, peta, dan foto

b. Indeks

Tanda yang tergantung terhadap sebuah denotatum. Dapat dikatakan indeks merupakan tanda yang sangat erat dengan hubungan sebab – akibat, contohnya asap sebagai tanda adanya api.

c. Simbol

Tanda yang hubungan dengan denotatumnya ditentukan oleh petandanya seperti aturan umum yang disepakati, seperti plat nomor berwarna merah yang menunjukkan mobil dinas.

3) *Interpretant*

Tanda juga dapat dilihat berdasarkan *Interpretantnya* namun hal tersebut akan sangat subjektif tergantung pengalaman individu yang memaknainya. Pengalaman *Objectif* individu dengan realitas yang ada sangatlah beragam. Hal tersebut menyebabkan pengalaman individu menjadi berbeda yang menyebabkan pengalaman subjektif individu juga berbeda (Ratmanto, 2004:33). Berdasarkan *interpretant* Pierce mengkalsifikasikan tanda dalam tiga kelompok yakni:

a. *Rheme*

Tanda yang dapat ditafsirkan secara berbeda, misalnya mata merah dapat menandakan seseorang tersebut kelilipan, baru bangun tidur atau efek dari obat-obatan terlarang.

b. *DiciSign atau Dicent Sign*

Tanda yang menawarkan kepada *interpretan-nya* suatu hubungan yang benar sesuai dengan kenyataan terlepas dari eksistensinya, misalnya peringatan atau rambu rawan longso, rambu zona sekolah dan lain – lain.

c. *Argument*

Sebuah tanda hukum yakni sebuah hukum yang menyatakan bahwa perjalanan premis untuk mencapai kesimpulan cenderung menghasilkan sebuah kebenaran. (Noth 2006:45), contohnya seperti larangan penggunaan ponsel di SPBU.

1.5.2 Kerangka Konseptual

1.5.2.1 Infografis

Kata infografis sendiri diambil dari Bahasa Inggris yakni *Information* dan *Graphics* yang disingkat menjadi *Infographics*. Infografis merupakan bentuk visualisasi data yang menyajikan informasi yang kompleks menjadi mudah dipahami dengan cepat oleh pembaca. Hal tersebut dikarenakan informasi dalam infografis sendiri dapat ditangka secara visual dan langsung diproses oleh otak manusia, berbeda dengan teks yang harus diproses secara linear dari awal hingga akhir kalimat setelah kita membaca teks tersebut.

Infografis juga sering disebut sebagai ilustrasi informasi (Glasgow, 1994:7). Informasi yang dimaksud merujuk pada berita di media massa. Karenanya infografis sering ditemui di surat kabar, majalah, tabloid, kanal berita media massa, dan media sosial. Biasanya infografis digunakan sebagai gambar lepas di media massa. Gambar lepas tersebut digunakan ketika berita memungkinkan dilakukan pemberitaan secara naratif, karna kekurangan ruang di halaman pemberitaan atau juga pemberitaan naratif dianggap kurang mempertimbangkan tingkat pemahaman pembaca. Infografis juga kerap membantu sebuah berita yang bersifat naratif dengan tampilan visual yang menarik.

1.5.2.2 Surat Kabar

Surat kabar berasal dari kata pers yang merupakan adaptasi dari kata *press* dalam istilah asing. *Press* memiliki arti sebagai percetakan atau mesin cetak. Mesin cetak inilah yang memungkinkan terbitnya surat kabar, karenanya orang sering menyebut pers sebagai persuratkabaran. (Amri, 2014)

Dalam kamus komunikasi, surat kabar diartikan sebagai lembaran yang memuat laporan yang terjadi di masyarakat dengan ciri-ciri, terbit secara periodik, bersifat umum, isinya termassa, aktual, mengenai apa saja dan dari mana saja di seluruh dunia, yang mengandung nilai untuk diketahui khalayak pembaca (Efendy 1986:241).

Akibat perkembangan teknologi, kini bentuk surat kabar tidak hanya berupa cetakan kertas saja, tetapi muncul surat kabar elektronik atau biasa dikenal *e-paper*. Setelah teknologi internet mulai berkembang, surat kabar konvensional berintegrasi dengan internet. Surat kabar ini dapat disebut sebagai surat kabar digital (Siregar, Kompas, 2000).

1.5.2.3 Pesan Edukasi

Secara bahasa, pesan merupakan terjemahan Bahasa asing dari “*massage*” yang berarti lambang bermakna yaitu ambang yang membawakan pikiran atau perasaan komunikator. Pesan merupakan unsur komunikasi yang disampaikan oleh komunikator. Pesan sangat berkaitan dengan komunikator dan komunikan, karenanya pesan menjadi inti dari proses komunikasi. (Effendy, 1993: 15)

Edukasi berdasarkan istilah Bahasa Inggris “*education*” berarti Pendidikan. Pendidikan sendiri berasal dari kata dasar “*didik*” yang bermakna memelihara dan memberi ajaran mengenai kecerdasan pikiran dan perilaku. Menurut Ageveld mendidik ialah membimbing seseorang supaya menjadi dewasa. (Surya, dkk., 210:24).

Dari pengertian di atas dapat dikatakan pesan edukasi merupakan lambang buah pikiran yang memberikan ajaran mengenai kecerdasan pikiran dan perilaku. Pesan edukasi juga diartikan sebagai suatu gagasan berupa lambang sebagai upaya memajukan budi pekerti, akhlak dan kecerdasan pikiran agar mencapai kedewasaan dan memiliki nilai-nilai yang disepakati. (Imamah, 2017)

1.5.2.4 Covid-19

Menurut Organisasi Kesehatan Dunia atau biasa dikenal WHO, Covid-19 merupakan penyakit menular yang disebabkan oleh jenis coronavirus yang baru ditemukan. Mulanya virus ini muncul di Wuhan, Tiongkok, Desember 2019 dan hingga saat ini sudah menyebar ke banyak negara di seluruh dunia. Dalam waktu kurang dari tiga bulan, Covid-19 telah menginfeksi lebih dari 126.000 orang di 123 negara, dari Asia, Eropa, AS, hingga Afrika.

Di Indonesia sendiri Covid – 19 masuk pada awal Maret 2020 ditandai dengan pernyataan Presiden Joko Widodo yang menyebutkan dua warga yang dinyatakan positif terinfeksi virus tersebut. Kasus Covid – 19 dalam kurun waktu satu bulan sudah menginfeksi 1.790 warga. Lebih dari sebulan setelah WHO mendeklarasikan penyakit virus corona 2019 sebagai pandemi global, Presiden Joko Widodo menetapkan Covid

– 19 sebagai bencana non-alam lewat keputusan presiden No.12 Tahun 2020 karena merupakan sebuah pandemi dan wabah penyakit. Pada Agustus 2021 kasus Covid – 19 di Indonesia mencapai 4.089.801 orang.

1.5.3 Hasil Penelitian Yang Relevan

Pembahasan mengenai infografis maupun semiotika sudah banyak dilakukan melalui penelitian terdahulu. Dalam membantu penelitian, peneliti menjadikan penelitian terdahulu yang relevan dengan topik bahasan penelitian sebagai bahan pembandingan dan referensi. Berikut merupakan beberapa penelitian yang relevan.

Aryani Sumirat (2016) melakukan penelitian dengan judul “*Pemaknaan Karikatur pada Sampul Majalah Tempo (Studi Semiotika Pemaknaan Karikatur Sampul Majalah Tempo pada Kasus “Papa Minta Saham”*”. Penelitian yang merupakan tugas akhir dalam memperoleh gelar sarjana di Jurusan Ilmu Komunikasi Jurnalistik, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Gunung Djati Bandung ini bertujuan untuk mencari makna dibalik karikatur sampul majalah tempo dengan menggunakan metode kualitatif analisis semiotika. Hasil dari penelitian ini ialah karikatur sampul majalah Tempo dalam kasus papa minta saham sebagai masalah kode etik yang harus mendapat perhatian khusus dari rakyat dan pemerintah. Tempo secara keseluruhan menggambarkan mengenai kode etik dan tindakan Mahkamah Kehormatan Dewan untuk menyelesaikan kasus papa minta saham. Dalam pemberitaan ini, Tempo cenderung menggiring pembaca pada penilaian yang negatif, karena secara keseluruhan, isi pemberitaan lebih menyoroti tindakan Setya Novanto

yang melanggar kode etik sebagai ketua DPR. Penelitian ini relevan sebagai sumber rujukan karena memiliki kesamaan metode yakni metode analisis semiotika Charles Sanders Peirce. Meski begitu, objek kajian dalam penelitiannya berbeda. Objek pada penelitian di atas berupa karikatur sedangkan objek yang akan diteliti merupakan infografis.

Muhammad Nur Arasid (2019) melakukan penelitian yang berjudul “*Pemaknaan Ilustrasi Berita Infografis Pada Media Online (Analisis semiotika pada Instagram CNBC Indonesia)*” . Penelitian tersebut merupakan Jurnal Komunikasi yang dipublikasi oleh Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Bina Sarana Informatika. Metode yang digunakan ialah metode penelitian kualitatif analisis semiotika dengan paradigma konstruktivisme. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam setiap ilustrasi pada berita infografis CNBC Indonesia melalui Instagram akan selalu memiliki makna denotasi di dalamnya. Dari penelitian tersebut dapat disimpulkan untuk memahami sebuah ilustrasi kita dianjurkan untuk lebih melihat aspek denotasi dan konotasi dengan mitos sebagai pendamping. Penelitian tersebut relevan dijadikan rujukan karena sama – sama menggunakan metode kualitatif analisis semiotika dan paradigma konstruktivisme. Perbedaan penelitian tersebut dengan yang akan diteliti ialah penelitian tersebut menggunakan model analisis semiotika Roland Barthes dan objek penelitiannya berupa ilustrasi di Instagram sedangkan pada penelitian yang akan diteliti menggunakan model analisis semiotika Charles Sanders Peirce dan objek penelitiannya berupa infografis di surat kabar.

Kiki Raypalita (2020) melakukan penelitian yang berjudul “*Representasi Infografis Pada Media Online (Analisis Semiotika Instagram Tirto.id)*”. Penelitian tersebut merupakan tugas akhir untuk memperoleh gelar sarjana pada Konstenterasi Ilmu Jurnalistik, Fakultas Ilmu Komunikasi, Institut Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jakarta. Penelitian tersebut menggunakan Metode kualitatif analisis semiotika. Dalam penelitian tersebut mencoba mengkaji bagaimana representasi infografis yang ada pada Instagram media tirto.id. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Tirto.id menyajikan infografis pada media sosial instagram dengan menggambarkan bagaimana representasi infografis pada instagram Tirto.id. Tirto.id menghadirkan fakta, data, serta informasi yang dikemas dengan karakteristik Tirto.id yaitu menambahkan humor, budaya populer dan isu trending sehingga infografis dekat dengan *audiens*. Infografis pada media sosial instagram telah menerapkan semua elemen dalam membuat infografis berupa elemen material, perangkat lunak (*software*), dan visual. Penelitian tersebut relevan dengan penelitian yang akan diteliti karena memiliki kesaamaan dalam paradigma, pendekatan dan metode penlitian. Yang berbeda dari penelitian tersebut ialah objek yang diteliti berupa postingan Instagram di Media tirto.id.

Zondra Amanata Putra (2021) melakukan penelitian berjudul “*Pesan-pesan sosial pada pameran foto jurnalistik T(h)UMAN : Analisis semiotika Charles Sanders Peirce pada pameran foto jurnalistik oleh komunitas Photo's Speak UIN Bandung*” . Penelitian tersebut merupakan tugas akhir untuk memperoleh gelar sarjana pada Jurusan Ilmu Komunikasi Konstenterasi Jurnalistik, Fakultas Dakwah dan Komunikasi,

Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati, Bandung. Penelitian tersebut menggunakan metode analisis semiotika. Penelitian tersebut bertujuan untuk membuka pesan-pesan sosial selain isu sampah plastik dan pesan sosial lainnya. Ditemukan tanda berupa warna, makhluk hidup, benda mati dan aktivitas manusia. Berikutnya ditemukan pula objek berupa warna yang menyimbolkan sebuah rasa, aktivitas manusia, tempat, dan benda. Lalu pada tahap interpretan ditemukan pesan social yang bermakna menjaga kelangsungan hidup, menjaga lingkungan, tidak menggunakan barang dari plastic secara berlebihan dan lain – lain

Nurul Imamah (2017) melakukan penelitian berjudul “*Pesan edukasi pada tayangan televisi : analisis semiotika Charles Sanders Peirce pada program si bolang bocah petualang Trans7*” . Metode yang digunakan dalam penelitian tersebut ialah metode analisis semiotika Charles Sanders Pierce. Penelitian tersebut mengkaji pesan edukasi yang terdapat pada tayangan anak di televisi untuk menunjukkan dampak televisi terhadap pendidikan. Hasil penelitian tersebut ditemukan pesan edukasi dari tayangan Si Bocah Petualang yang mengajarkan khalayak mengenai bagaimana mengajarkan anak untuk ramah terhadap lingkungannya. Penelitian tersebut dijadikan rujukan karena sama – sama meneliti pesan edukasi dengan menggunakan metode analisis semiotika Charles Sanders Pierce. Meski begitu terdapat perbedaan objek penelitian yakni meneliti tayang televisi si bocah petualang.

Tabel 1. 1 Hasil Penelitian Yang Relevan

No	Nama dan Judul Penelitian	Teori dan Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	<p>Aryani Sumirat</p> <p>Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Gunung Djati Bandung</p> <p>Skripsi (2016)</p> <p>Pemaknaan Karikatur pada Sampul Majalah Tempo (Studi Semiotika Pemaknaan Karikatur Sampul Majalah Tempo pada Kasus “Papa Minta Saham”</p>	<p>Teori Semiotika Model Charles Sanders Pierce</p> <p>Metode Kualitatif Analisis Semiotika</p>	<p>Secara keseluruhan, isi pemberitaan lebih menyoroti tindakan Setya Novanto yang melanggar kode etik sebagai ketua DPR</p>	<p>Penelitian ini memiliki kesamaan yaitu menerapkan metode analisis semiotika Charles Sanders Pierce.</p>	<p>Objek penelitian berbeda yakni penelitian terhadap karikatur</p>

No	Nama dan Judul Penelitian	Teori dan Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
2	<p>Muhammad Nur Arasid Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Bina Sarana Informatika</p> <p>Jurnal (2019)</p> <p>Pemaknaan Ilustrasi Berita Infografis Pada Media Online (Analisis semiotika pada Instagram CNBC Indonesia)</p>	<p>Teori Semiotika Roland Barthes</p> <p>Metode Kualitatif Analisis Semiotika</p>	<p>Setiap ilustrasi pada berita infografis CNBC Indonesia melalui Instagram akan selalu memiliki makna denotasi di dalamnya. Dari penelitian tersebut dapat disimpulkan untuk memahami sebuah ilustrasi kita dianjurkan untuk lebih melihat aspek denotasi dan konotasi dengan mitos sebagai pendamping</p>	<p>Penelitian ini memiliki kesamaan yaitu menerapkan metode analisis semiotika juga objek yang sama yaitu infografis</p>	<p>Memiliki model metode semiotika yang berbeda yakni Model Semiotika Roland Barthes</p>

No	Nama dan Judul Penelitian	Teori dan Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
3	<p>Kiki Raypalita Fakultas Ilmu Komunikasi, Institut Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Jakarta</p> <p>Skripsi (2020)</p> <p>Representasi Infografis Pada Media <i>Online</i> (Analisis Semiotika <i>Instagram</i>)</p>	<p>Teori Semiotika Model Charles Sanders Pierce</p> <p>Metode Kualitatif Analisis Semiotika</p>	<p>Didapatkan ikon, Indeks dan simbol dalam infografis. Sampel tersebut dimaknai sebagai upaya wartawan Tirto.id dalam menggambarkan artikel-artikel yang tersedia pada website ke dalam bentuk visual yaitu infografis yang berada pada instagram Tirto.id.</p>	<p>Memiliki objek penelitian yang sama yakni infografis pada media dengan menggunakan metode yang serupa.</p>	<p>Objek penelitian berbeda yakni infografis di Instagram Tirto.id</p>

No	Nama dan Judul Penelitian	Teori dan Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
4	<p>Zondra Amanata Putra</p> <p>Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Gunung Djati. Bandung</p> <p>Skripsi (2021)</p> <p>Pesan-pesan sosial pada pameran foto jurnalistik T(h)UMAN : Analisis semiotika Charles Sanders Peirce pada pameran foto jurnalistik oleh komunitas Photo's Speak UIN Bandung</p>	<p>Teori Semiotika Model Charles Sanders Pierce</p> <p>Metode Kualitatif Analisis Semiotika</p>	<p>Ditemukan tanda berupa warna, makhluk hidup, benda mati dan aktivitas manusia. Berikutnya ditemukan pula objek berupa warna yang menyimbolkan sebuah rasa, aktivitas manusia, tempat, dan benda. Lalu pada tahap interpretan ditemukan pesan social yang bermakna menjaga kelangsungan hidup, menjaga lingkungan, tidak menggunakan barang dari plastic secara berlebihan dan lain – lain</p>	<p>Menggunakan metode yang sama yakni Analisis Semiotika Charles Sanders Pierce</p>	<p>Tujuan dan objek penelitian berbeda, Penelitian tersebut bertujuan mencari pesan social sedangkan penelitian ini mencari pesan edukasi. Objek penelitian tersebut berupa foto sedangkan objek penelitian ini berupa infografis.</p>

No	Nama dan Judul Penelitian	Teori dan Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
5	<p>Nurul Imamah</p> <p>Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Gunung Djati. Bandung</p> <p>Skripsi (2017)</p> <p>Pesan edukasi pada tayangan televisi : analisis semiotika Charles Sanders Peirce pada program si bolang bocah petualang Trans7</p>	<p>Teori Semiotika Model Charles Sanders Pierce</p> <p>Metode Kualitatif Analisis Semiotika</p>	<p>Ditemukan pesan edukasi dari tayangan Si Bocah Petualang yang mengajarkan khalayak mengenai bagaimana mengajarkan anak untuk ramah terhadap lingkungannya.</p>	<p>Bertujuan mencari pesan edukasi dengan metode yang sama yakni analisis semiotika Charles Sanders Pierce</p>	<p>Objek penelitian berbeda, penelitian tersebut meneliti tayangan televisi sedangkan penelitian ini meneliti infografis.</p>

1.6 Langkah – Langkah Penelitian

1.6.1 Object Penelitian

Penelitian akan dilakukan terhadap Infografis Covid – 19 Harian Umum Pikiran Rakyat edisi Juni – Agustus 2021.

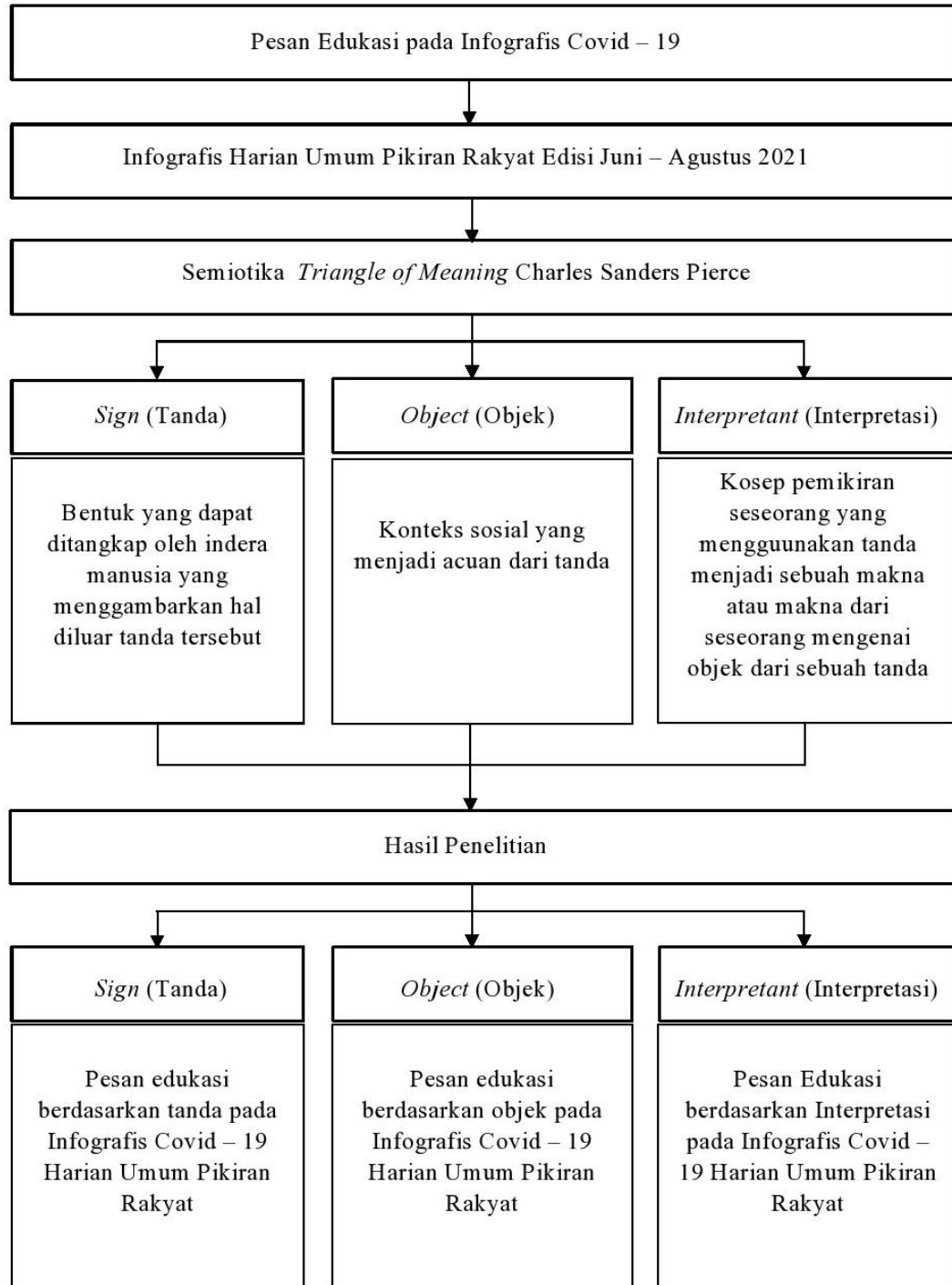
1.6.2 Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode analisis semiotika model Charles Sanders Peirce. Semiotika digunakan untuk menganalisa aspek visual berbagai hal yang berada didalam lingkup komunikasi. Semiotika memandang komunikasi melalui tanda dan hubungannya dengan makna pada tanda tersebut. Tradisi semiotika terdiri dari sekumpulan teori mengenai bagaimana tanda mampu merepresentasikan ide, situasi, benda, kondisi dan perasaan di luar dari tanda itu sendiri.

Analisis Semiotika Peirce disebut sebagai “*grand theory*” dalam semiotika. Peirce mengatakan bahwa proses semiosis ialah proses yang memadukan sebuah tanda dengan tanda yang lain yang disebut sebagai objek yang berada didalam pikiran seseorang yang menginterpretasikannya. Model yang digunakan oleh Peirce ini disebut *triangle of meaning* yang mengedepankan tiga aspek yakni (*Sign, Object* dan *Interpretant*).

Metode analisis semiotika digunakan dalam penelitian ini karena sesuai dengan paradigma yang digunakan, yaitu paradigma kritis. Metode ini dapat membantu dalam memahami pesan yang terkandung dalam sebuah infografis. Selain itu metode ini dapat membantu peneliti untuk menjawab fokus pertanyaan dan tujuan dari penelitian ini,

Tabel 1. 2 Skema Penelitian



1.6.3 Paradigma dan Pendekatan Penelitian

Paradigma adalah cara pandang seseorang dalam melihat diri dan lingkungannya, yang mempengaruhi pola pikir dan tingkah laku. Paradigma juga dapat dikatakan sebagai seperangkat ide, asumsi, maupun gagasan. Paradigma dalam penelitian sejatinya digunakan untuk membantu peneliti dalam memahami fenomena yang terjadi. Paradigma penelitian membantu menjelaskan bagaimana peneliti memahami suatu masalah, serta kriteria pengujian sebagai landasan untuk menjawab masalah penelitian (Guba & Lincoln, 1988: 89-11).

Dalam membantu penelitian ini peneliti menggunakan paradigma kritis. Dalam komunikasi, paradigma kritis merupakan sebuah tradisi untuk memahami sistem yang sudah dianggap benar, struktur kekuatan, dan keyakinan atau ideologi yang mendominasi masyarakat dengan pandangan tertentu. (Littlejohn, 2009:68) Paradigma kritikal melihat bahwa pengkonstruksian suatu realitas itu dipegaruhi oleh faktor kesejarahan dan kekuatan-kekuatan sosial, budaya, ekonomi, politik, dan media yang bersangkutan. (McQuail, 2012:125).

Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini ialah pendekatan kualitatif. Pendekatan ini merupakan suatu penelitian yang mengolah kemampuan peneliti dalam menginterpretasi atau memaknai suatu tanda. Penelitian kualitatif memfokuskan terhadap pengamatan yang mendalam (Moleong, 2011). Hal tersebut membantu peneliti dalam melihat makna melalui tanda yang terkandung dalam objek penelitian.

1.6.4 Jenis dan Sumber Data

1.6.4.1 Jenis Data

Menurut Sugiyono (2015), jenis data dibedakan menjadi 2, yaitu kualitatif dan kuantitatif. Penelitian ini menggunakan data kualitatif. Data kualitatif adalah data yang terbuat dengan menggunakan kata-kata serta kalimat. Dalam data kualitatif ini menjelaskan fenomena atau objek yang diteliti. Data kualitatif dapat dikumpulkan dari hasil wawancara, analisis dokumen, diskusi hingga transkrip observasi. Data kualitatif dapat menggambarkan objek atau fenomena penelitian dengan detail dan disajikan dengan deskriptif tidak dijelaskan secara numerik.

1.6.4.2 Sumber Data

1.6.4.2.1 Data Primer

Sumber data primer dalam penelitian ini adalah infografis dalam Harian Umum Pikiran Rakyat edisi Juni — Agustus 2021

1.6.4.2.2 Data Sekunder

Dalam melengkapi data selain data primer peneliti menggunakan data sekunder sebagai pelengkap maupun pendukung dalam penelitian. Peneliti akan mengambil data sekunder dari karya ilmiah seperti buku, jurnal, skripsi terdahulu yang sudah ada.

1.6.5 Unit Analisis

Unit analisis merupakan satuan maupun komponen yang digunakan dalam penelitian berdasarkan fokus dan tujuan penelitian. Dalam penelitian ini unit analisis yang digunakan berupa tanda maupun elemen yang terkandung dalam infografis baik berupa warna, bentuk, ilustrasi dan lain – lain.

1.6.6 Teknik Pengumpulan Data

1.6.6.1 Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan terhadap objek yang diteliti.

1.6.6.2 Studi Dokumen

Studi dokumen merupakan cara pengumpulan data dengan menggunakan dokumen baik tulisan, gambar maupun video. Dokumen yang dikumpulkan tersebut guna melengkapi data dalam penelitian.

1.6.6.3 Studi Pustaka

Dalam studi Pustaka, peneliti mengumpulkan data melalui literatur baik berupa penelitian terdahulu, jurnal dan artikel yang berkaitan dan relevan dengan penelitian ini. Studi Pustaka dapat membantu peneliti dalam proses penelitian sebagai rujukan

1.6.7 Teknik Penentuan Keabsahan Data

Dalam menentukan keabsahan data peneliti menggunakan ketekunan pengamatan dan kecukupan referensi. Peneliti secara mendalam mengamati objek penelitian. Dengan meningkatkan ketekunan diharapkan peneliti mampu menggali makna dan memahami tanda pada infografis yang diteliti. Peneliti juga mencoba mengumpulkan sebanyak banyaknya data dalam penelitian melalui sumber penelitian berupa kajian kepustakaan. Dengan kecukupan referensi sebuah penelitian akan dapat diyakini hasil penelitiannya serta peneliti pun dapat menjelaskan hasil penelitiannya sesuai dengan rujukan yang ada. Hal tersebut dijelaskan oleh Ibrahim (2015: 127) yang

menyatakan bahwa ketersediaan sumber rujukan akan sangat menentukan derajat kepercayaan sebuah hasil penelitian sedangkan ketidakterediaan sumber rujukan akan mempersulit proses penelitian.

1.6.8 Teknik Analisis Data

Dalam menganalisis data dilakukan beberapa cara yaitu memeriksa data yang ada, merapihkan data tersebut, melakukan seleksi terhadap data agar dapat mengetahui data mana yang dapat diolah, mencari pola dan menentukan data yang penting dan relevan dengan penelitian.

Menurut Miles dan Huberman, kegiatan analisis terdiri dari tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi. Reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi sebagai sesuatu yang saling terjalin merupakan proses siklus dan interaksi pada saat sebelum, selama, dan sesudah pengumpulan data dalam bentuk sejar yang membangun wawasan umum yang disebut “analisis” (Ulber Silalahi, 2009: 339).