

# **BAB I**

## **LATAR BELAKANG**

### **A. Latar Belakang**

Menurut survey yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pengguna internet di Indonesia mencapai 215,63 juta pada tahun 2022-2023. Jumlah ini meningkat 2,67% dibandingkan periode sebelumnya sebanyak 210,03 juta pengguna. Jumlah pengguna internet tersebut setara dengan 78,19% dari total penduduk Indonesia yang berjumlah sebesar 275,77 juta jiwa. Indonesia juga memperoleh peringkat keempat pengguna internet terbanyak. Hal tersebut membuktikan dengan banyaknya fitur yang dihadirkan internet, jumlah pengguna internet semakin meningkat setiap tahunnya.

Tingginya jumlah pengguna internet di Indonesia mulai menggantikan media cetak yang awalnya digunakan masyarakat sebagai sarana untuk memperoleh informasi. Situasi ini mendorong para pemilik media, baik cetak maupun elektronik, untuk menerapkan konvergensi media atau memadukan perkembangan media massa dan teknologi ke dalam satu platform bersama.

*Trend* dan perkembangan teknologi menuntut para jurnalis masa kini agar dapat mengimbangi era digital dengan menyajikan informasi menggunakan jurnalis visual. Penyajian informasi dalam visualisasi yang lebih menarik juga menjadi salah satu alasan utama masyarakat lebih memilih media online. Hal ini digunakan untuk memenuhi karakter pengguna media online yang menggunakan teknik scanning atau membaca cepat, yang merupakan teknik paling umum.

Jurnalis visual adalah tampilan visual yang menampilkan berbagai jenis multimedia, termasuk kombinasi gambar, video, teks dan konten digital lainnya, dengan menggunakan data jurnalistik seperti peta atau grafik sebagai sumber informasi. Perkembangan jurnalistik visual dipengaruhi oleh desain grafis, foto jurnalistik, film, perkembangan televisi dan teknologi informasi.

Oleh karena itu, banyak media online yang semakin kreatif dengan mulai mengemas berita dengan cara yang singkat dan visual yang menarik, seperti infografis.

Adanya infografis dalam ranah jurnalistik visual, termasuk berita yang disampaikan melalui media cetak maupun online, membuat teks yang panjang menjadi lebih ringkas dan menarik sehingga berpotensi menghilangkan rasa bosan saat membaca berita.

Tingginya kebutuhan konten visual infografis yang sekarang semakin marak di dunia jurnalistik membuat media dituntut agar bisa mengembangkan sebuah informasi dalam mengemas ke dalam bentuk infografis yang dapat menarik minat masyarakat. Infografis adalah media informasi yang disajikan dalam bentuk teks dan dikaitkan dengan beberapa elemen visual seperti gambar, ilustrasi, bagan, dan tipografi. Transmisi informasi secara visual juga sudah dikenal sejak lama, seperti pada zaman dahulu dimana lukisan gua menggambarkan peristiwa ini. Para peneliti mengatakan bahwa komunikasi visual memiliki banyak keunggulan dibandingkan teks, karena manusia dapat menangkap informasi yang dikirimkan lebih cepat. Dengan memadukan informasi dan grafis, tampilan infografis akan menjadi lebih menarik.

Salah satu kelebihan dari infografis sendiri dikarenakan informasi yang ditangkap secara visual akan langsung diproses sekaligus oleh otak, beberapa dengan informasi yang disampaikan via teks atau kalimat, dimana informasi akan diproses secara linear (dari awal kalimat hingga ke ujung kalimat).

Di era digital seperti sekarang, infografis menjadi cara paling efektif untuk menyampaikan sebuah informasi. Pemilihan warna, penggunaan *font*, ilustrasi dalam infografis menjadi nilai penting bagi para pembaca. Infografis yang menarik merupakan infografis yang dapat menarik minat pertama pembacanya.

Infografis bisa disebut sebagai produk jurnalistik baru. Selain itu, infografis juga merupakan media yang sudah ada sejak lama. Oleh karena itu menarik untuk diteliti apa saja sifat-sifat dari media baru tersebut, sehingga dapat dikembangkan lebih lanjut menjadi salah satu produk jurnalistik yang memiliki dampak publik yang tinggi.

Di tengah perkembangan teknologi, diperlukan sebuah inovasi baru untuk berdaptasi dengan persaingan media massa. Infografis adalah cara yang menguntungkan untuk mempromosikan media karena banyak perusahaan media yang tidak memiliki konten infografis. Oleh karena itu, karakteristik infografis harus diidentifikasi ketika merancang sebuah infografis. Hal ini diperlukan untuk menyesuaikan target audiens media. Dengan begitu, pembaca bisa mendapatkan inovasi baru dari infografis sebagai media dalam penyampaian informasi.

Tujuan infografis bisa dikatakan sama dengan public speaking. Tujuan infografis dapat dibagi menjadi tiga kategori, yaitu untuk menginformasikan, menghibur dan menarik audiens untuk memperhatikan, meluangkan waktu untuk

membaca, menyimpulkan dan bertindak berdasarkan apa yang ada di dalam infografis (Krum:2013).

CNBC Indonesia.com menjadi salah satu media alternatif yang memanfaatkan tampilan visual infografis dalam mengemas informasi atau berita yang disampaikan.

CNBC Indonesia.com adalah situs berita yang berdiri sejak tahun 2018, CNBC Indonesia menyajikan berita tentang, makro ekonomi, pasar modal, industri keuangan, ekonomi internasional, politik, hukum serta pertahanan dan keamanan. CNBC Indonesia juga aktif menyebarkan informasi melalui *website* maupun melalui media sosial yang ditujukan kepada para pembaca milenial. Oleh karena itu, CNBC Indonesia ingin menyampaikan peristiwa kepada pembaca dengan berbagai pandangan.

Dengan menggunakan metode penyajian yang sederhana namun kuat, agar mudah dipahami pembaca, melalui teks, grafik, animasi dan video. Dengan menghadirkan infografis menarik dan kreatif menjadi daya tarik tersendiri bagi pembaca.

Relevansi penelitian ini dengan program studi jurnalistik merupakan upaya untuk mengetahui bagaimana tanda dan makna yang terdapat pada sebuah berita yang disampaikan dalam bentuk visual melalui ilustrasi infografis. Elemen visual dalam suatu berita membantu menciptakan emosional terhadap apa yang ingin disampaikan. Selain itu penggunaan ilustrasi pada infografis juga dapat menyederhanakan informasi yang kompleks sehingga akan mudah dipahami oleh pembaca.

Berdasarkan hal tersebut, peneliti tertarik menjadikan infografis pada media *online Cnbcindonesia.com* sebagai objek penelitian. Peneliti tertarik mengetahui makna dari ilustrasi dari infografis Cnbcindonesia.com dalam penyampaian berita untuk disajikan ke pembaca melalui analisis semiotika Charles Sanders Peirce dengan konsep *triangle of meaning*, yaitu *Sign*, *Object* dan *Interpertant*. Dengan menggunakan analisis semiotika Charles Sanders Peirce, peneliti dapat memperoleh wawasan yang mendalam dan komprehensif tentang bagaimana infografis berita di media *online* seperti Cnbcindonesia.com berfungsi sebagai alat komunikasi yang kompleks, menggambarkan dan mempengaruhi persepsi tentang isu-isu global yang sensitif. Berdasarkan uraian di atas maka dilakukan penelitian dengan judul “*Infografis Sebagai Bentuk Pengemasan Berita (Analisis Semiotika Infografis Berita Palestina-Israel Pada Media online CNBC Indonesia.Com)*”.

## **B. Fokus Penelitian**

Berdasarkan pada uraian latar belakang di atas berlandaskan teori *Triangle Of Meaning* yang dikemukakan Charles Sanders Peirce, Rumusan masalah dalam penelitian ini dapat diidentifikasi dalam pertanyaan berikut:

1. Bagaimana *Sign* (tanda) yang disajikan dalam ilustrasi Infografis berita Palestina-Israel pada Media *Online Cnbcindonesia.com*?
2. Bagaimana *Object* (objek) yang disajikan dalam ilustrasi Infografis berita Palestina-Israel pada Media *Online Cnbcindonesia.com*?
3. Bagaimana *Interpretant* (makna) yang dirujuk *Sign* (tanda) dan *Object* (objek) dalam ilustrasi Infografi berita Palestina-Israel pada Media *Online Cnbcindonesia.com*?

### C. Tujuan Penelitian

1. Untuk Mengetahui *Sign* (tanda) yang disajikan dalam ilustrasi Infografis berita Palestina-Israel pada Media *Online Cnbcindonesia.com*
2. Untuk Mengetahui *Object* (objek) yang disajikan dalam ilustrasi Infografis berita Palestina-Israel pada Media *Online Cnbcindonesia.com*
3. Untuk Mengetahui *Interpretant* (makna) yang dirujuk *Sign* (tanda) dan *Object* (objek) dalam ilustrasi Infografis berita Palestina-Israel pada Media *Online Cnbcindonesia.com*

### D. Kegunaan Penelitian

#### 1. Secara Akademis

- a. Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi Mahasiswa Jurnalistik yang akan melakukan penelitian serupa khususnya yang membahas Infografis
- b. Hasil penelitian diharapkan mampu menjadi pengetahuan dan wawasan pentingnya komunikasi visual dalam pembuatan infografis

#### 2. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi praktis komunikasi, agar menjadi masukan dan dapat diterapkan nya kreativitas dalam menyajikan informasi dalam bentuk infografis.

### E. Hasil Penelitian yang relevan

Untuk menghindari adanya kesamaan terhadap penelitian yang sudah diteliti sebelumnya, maka penyusun melakukan penelusuran terhadap penelitian sebelumnya. Yang selanjutnya ditinjau beberapa referensi dari berbagai hasil

penelitian terdahulu skripsi atau jurnal-jurnal yang berasal dari perpustakaan UIN Sunan Gunung Djati Bandung ataupun berasal dari sumber lain di luar perpustakaan UIN Sunan Gunung Djati Bandung yang dijadikan rujukan dalam melakukan penelitian ini. Dari hasil beberapa penelitian yang ditinjau, peneliti memilih tiga hasil penelitian yang akan dijadikan referensi dan gambaran bagi peneliti menganalisis topik yang serupa dengan penelitian dibawah. Berikut dibawah ini lima hasil penelitian yang relevan untuk dijadikan referensi pada penelitian ini:

Penelitian pertama yang dibuat oleh Muhammad Farhan Al-Rachman (2023) dengan judul ***“Kritik isu sosial bersumber berita jurnalistik yang di kemas humor dalam komik strip (Analisis Semiotika Charles Sanders Pada Akun Instagram @Grumphell edisi oktober-desember)”***. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analysis deskriptif. Hasil penelitian ini adalah deskripsi tanda (sign), objek (object), dan makna (interpretant) yang terdapat dalam komik strip pada akun Instagram @Gumpnhell. Penelitian ini menggunakan pendekatan semiotika dan metode kualitatif untuk menganalisis pesan yang terkandung dalam komik strip dengan humor. Paradigma interpretive digunakan untuk memahami perspektif subjektif individu dalam menginterpretasi makna dan tanda-tanda. Penelitian ini memiliki kegunaan akademis dalam bidang komunikasi visual dan praktis dalam memahami kajian semiotika dalam komik.

Penelitian kedua yang dibuat oleh Puan Samisara Pohan (2020) mengenai ***“Infografis sebagai bentuk pengemasan berita era jurnalisme online (analisis infografis Tirto.id)”***. Penelitian ini menggunakan paradig konstruktivis dan menggunakan pendekatan kualitatif. Menggunakan metode analisis isi dan

menggunakan pemikiran tipe infografis Mayank Yuvarj. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa berbagai jenis infografis dapat menyampaikan informasi secara efektif. Ringkasnya infografis dapat menyebabkan kesalahpahaman dan salah tafsir.

Penelitian ketiga, yang dibuat Ega Syafira (2022) Yang berjudul Analisis ***“Semiotika Infografis Covid-19 pada Media Online Pinterpolitik.com (bimbingan oleh Muhammad Haramain, M.Sos. dan Nahrul Hayat, M.I.Kom.)”***.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan melakukan kajian analisis semiotika serta menggunakan teknik observasi dan dokumentasi dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa tanda yang terdapat pada setiap infografis yang diteliti pada akun *pinterpolitik.com* memiliki makna tersendiri yang agar sulit dipahami oleh orang awam, selain itu untuk memahami infografis tersebut harus memiliki cara pikir yang digunakan oleh jurnalis desain grafis yang membuat infografis tersebut.

Penelitian keempat, yang dibuat oleh Muhammad Nur Arasid dan Ramita Hapsari (2019) Yang berjudul ***“Pemaknaan Ilustrasi Berita Infografis Pada Media Online (Analisis Semiotika pada Instagram CNBC Indonesia)***. Dengan menggunakan analisis semiotika Roland Barthes, yaitu denotasi, konotasi dan mitos yang terkandung dalam ilustrasi berita infografis, penelitian ini bertujuan untuk menentukan makna pada infografis. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa setiap infografis berita dari Instagram CNBC Indonesia selalu memiliki arti yang signifikan. Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa untuk memahami sebuah



ilustrasi, kita harus melihat lebih dekat aspek denotative dan konotatif dengan mitos sebagai pendampingnya.

Penelitian kelima, yang dibuat oleh Nurulita Tri Firdaus (2020) Yang berjudul ***“Analisis Semiotika Ilustrasi Infografis Vaksin Covid-19 Pada Media Kompas.com”*** Metode penelitian yang digunakan dalam jurnal ini adalah metode deskriptif kualitatif dengan menggunakan analisis semiotika model Charles Sanders Peirce. Kesimpulan dari jurnal ini mengatakan bahwa infografis digunakan media sebagai pengemasan informasi yang efektif dalam menyampaikan informasi tentang vaksin Covid-19. Infografis mampu mengatasi kecenderungan pembaca media online yang ingin mendapatkan informasi secara cepat. Dalam infografis vaksin Covid-19 yang diteliti terdapat penggunaan tanda-tanda dan symbol yang menggambarkan makna dan informasi mengenai vaksin tersebut.



Tabel 1.1  
Penelitian Relevan.

No.	Nama dan Judul Peneliti	Pendekatan dan Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Muhammad Farhan Al-Rachman (UIN Sunan Gunung Djati Bandung)  Skripsi (2023) <i>“Kritik isu sosial bersumber berita jurnalistik yang di kemas humor dalam komik strip (Analisis Semiotika Charles Sanders Pada Akun Instagram @Grumphell edisi oktober-desember)”</i>	Kualitatif Analisis Isi	Dalam analisis isi penelitian, ditemukan bahwa sekitar 47% postingan gambar pada akun Instagram @Gumphell mengandung konten yang mengkritik isu sosial. Hasil penelitian ini memberikan pemahaman mengenai analisis semiotika dalam komik strip.	Persamaannya terdapat Metode penelitian, yaitu menggunakan metode penelitian Analisis Semiotika Charles Sanders.	Perbedaan terdapat pada media yang diteliti dan objek yang diteliti. Media yang diteliti pada penelitian ini adalah akun Instagram @Grumphell dan objek yang diteliti adalah Komik Strip.

2.	<p>Puan Samisara Pohan (UIN Syarif Hidayatullah Jakarta)</p> <p>Skripsi (2020)</p> <p><i>“Infografis sebagai bentuk pengemasan berita era jurnalisme online (analisis infografis Tirto.id)”</i></p>	<p>Kualitatif, Analisis Isi</p>	<p>Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa berbagai jenis infografis dapat menyampaikan informasi secara efektif. Ringkasnya infografis dapat menyebabkan kesalahpahaman dan salah tafsir.</p>	<p>Persamaannya terdapat pada objek penelitian, yaitu infografis</p>	<p>Perbedaan terdapat pada media yang diteliti, yaitu Tirto.id</p>
3.	<p>Ega Syafira (Institut Agama Islam Negeri Parepare)</p> <p>Skripsi (2022)</p> <p><i>“Semiotika Infografis Covid-19 pada Media</i></p>	<p>Kualitatif, Analisis Isi</p>	<p>Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa tanda yang terdapat pada setiap infografis yang diteliti pada akun pinterpolitik.com memiliki makna</p>	<p>Persamaannya terdapat pada objek penelitian dan mediannya, yaitu meneliti infografis dan menggunakan analisis semiotika Charles Sanders.</p>	<p>Perbedaannya terdapat pada tema penelitian dan media yang diteliti, yaitu penelitian ini menggunakan tema Covid-19 pada media <i>online</i> Pinterpolitik.com</p>

	<p><i>Online</i> <i>Pinterpolitik.com</i>”</p>		<p>tersendiri yang agar sulit dipahami oleh orang awam, selain itu untuk memahami infografis tersebut harus memiliki cara pikir yang digunakan oleh jurnalis desain grafis yang membuat infografis tersebut.</p>		
<p><b>4.</b></p>	<p>Muhammad Nur Arasid dan Ramita Hapsari (Universitas Gunadarma) Jurnal (2019) “<i>Pemaknaan Ilustrasi Berita Infografis Pada Media Online (Analisis Semiotika pada</i></p>	<p>Kualitatif, Analisis Isi</p>	<p>Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa setiap infografis berita dari Instagram CNBC Indonesia selalu memiliki arti yang signifikan. Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa</p>	<p>Persamaannya terdapat pada objek dan media yang diteliti, yaitu objeknya adalah Infografis dan media CNB Indonesia.</p>	<p>Perbedaanya terdapat pada Analisis Semiotika yang digunakan yaitu Analisis Semiotika Ronald Barthes.</p>

	<p><i>Instagram CNBC Indonesia).</i></p>		<p>untuk memahami sebuah ilustrasi, kita harus melihat lebih dekat aspek denotative dan konotatif dengan mitos sebagai pendampingnya.</p>		
<p><b>5.</b></p>	<p>Nurulita Tri Firdaus (Universitas Bhayangkara Surabaya)  Jurnal (2020) <i>“ Analisis Semiotika Ilustrasi Infografis Vaksin Covid-19 Pada Media Kompas.com ”</i></p>	<p>Kualitatif Analisis Isi</p>	<p>Hasil dari jurnal ini mengatakan bahwa infografis digunakan media sebagai pengemasan informasi yang efektif dalam menyampaikan informasi tentang vaksin Covid-19. Infografis mampu mengatasi kecenderungan</p>	<p>Persamaannya terdapat pada objek yang diteliti, yaitu infografis.</p>	<p>Perbedaannya terdapat pada media yang diteliti yaitu media Kompas.com</p>

			<p>pembaca media online yang ingin mendapatkan informasi secara cepat. Dalam infografis vaksin Covid-19 yang diteliti terdapat penggunaan tanda-tanda dan symbol yang menggambarkan makna dan informasi mengenai vaksin tersebut.</p>		
--	--	--	---	--	--

## **F. Landasan Pemikiran**

### **1. Landasan Teoritis**

Berbagai aspek desain grafis, seni visual dan media visual, seperti film, televisi dan internet, termasuk kedalam teori komunikasi visual yang membahas bagaimana pesan yang disampaikan melalui media visual dan bagaimana *audiens* memahami dan menafsirkannya.

Komunikasi visual menggunakan indra visual untuk menangkap pesan dari objek visual dan kemudian mengirimkannya ke otak untuk menginterpretasikan maknanya. Proses komunikasi visual melibatkan elemen visual seperti simbol, huruf, warna, foto, grafik, ilustrasi dan elemen lainnya melalui berbagai jenis media.

Menurut Keith Kenney (2009), komunikasi visual merupakan proses interaksi manusia yang menyampaikan konsep melalui media visual. Ada dua hal penting yang perlu diperhatikan dalam komunikasi visual: pertama, dari sudut pandang pembuat pesan, bagaimana simbol, huruf, warna, foto, gambar, grafik dan bentuk lainnya agar memiliki pesan tertentu. Kedua dari sudut pandang penerima pesan, bagaimana mereka memahami makna dari simbol, huruf, warna, foto, gambar, grafik dan lainnya.

Dalam penelitian ini komunikasi visual digunakan pada ilustrasi infografis pada media online. Infografis merupakan salah satu media baru yang dapat digunakan untuk menyampaikan pesan kepada khalayak.

Namun, ketika memaknai pesan dalam ilustrasi pada infografis akan mendapatkan pesan yang berbeda-beda disetiap orangnya. Perbedaan

tersebut dapat dipengaruhi oleh banyak faktor, antara lain pengetahuan, pengalaman dan perspektif atau sudut pandang. Proses pemaknai dan pandangan sebuah pesan dalam ilustrasi infografis dapat dibangun melalui tanda-tanda visual yang ada.

Berhubungan dengan infografis yang penuh dengan simbol ini dapat melakukan analisis semiotika. Dalam penelitian, analisis semiotika bertujuan untuk mengungkapkan pesan tersirat melalui tanda-tanda yang disisipkan dalam ilustrasi yang dibuat oleh *design creator*.

## 2. Kerangka Konseptual

### a. Media Online

Pada dasarnya setiap informasi memerlukan saluran untuk sampai kepada penerimanya, saluran ini sering disebut dengan media. Menurut Indah Suryawati dalam buku Pengantar Jurnalistik: Teori dan praktek mengatakan bahwa media massa adalah alat atau media yang digunakan untuk menyampaikan pesan. Dari sumber (komunikator) kepada khalayak (penerima) dengan menggunakan alat komunikasi mekanis, seperti surat kabar, radio, televisi, film dan internet (Suryawati:2011).

Media lama, seperti televisi, film, surat kabar dan buku tidak serta merta mati begitu saja akan tetapi mereka diproses dan diubah menjadi media baru sesuai dengan kemajuan teknologi di masa sekarang.

Media online adalah generasi ketiga setelah media cetak dan elektronik, menurut Romli, ini merupakan bentuk penyederhanaan dari



bentuk media konvensional dan merujuk pada perkembangan teknologi digital yang mengubah teks, grafik, gambar dan video menjadi data digital berbentuk byte (Romli:2012).

Media online juga merupakan produk jurnalistik yang paling populer dan mudah diakses Romli (2018). Media online bersifat multifungsi karena dapat digunakan dimana saja dan kapan saja. Hal ini sangat berguna bagi orang yang ingin membaca atau mendapatkan informasi secara cepat. Dengan menggunakan internet kita dapat dengan mudah mendapatkan berbagai jenis informasi dengan mudah.

#### **b. Berita**

Menurut Dja'far Assegaf, berita adalah laporan tentang fakta atau ide yang terkumpul, yang dapat menarik perhatian orang. Berita adalah fakta, ide atau opini aktual yang menarik dan akurat yang dianggap penting oleh banyak pembaca, pendengar dan penonton. Fakta apapun tidak dapat dianggap sebagai sebuah berita jika tidak dianggap penting, aktual, dan menarik oleh banyak orang.

Dalam buku *News Writing & Reporting*, James M. Neal dan Suzanne S. Brown mengkritik pendapat bahwa berita hanya muncul setelah peristiwa. Mereka juga percaya bahwa kecenderungan, kondisi, situasi dan interpretasi adalah bagian dari berita. Berita penting bagi khalak luas adalah kecenderungan kenaikan harga kebutuhan pokok. Ada kecenderungan bahwa situasi dan keadaan akan menjadi perhatian

publik. Situasi dan kondisi masyarakat itu sendiri akan menghasilkan berbagai interpretasi yang menarik untuk diberitakan.

Berita adalah salah satu bentuk pesan media. Jika peristiwa berdasarkan definisi tersebut, maka meskipun berbeda namun tetap terdapat perasamaan yang menghubungkan berita, antara lain: patut diperhatikan, istimewa dan terkini. Jadi, suatu peristiwa bisa dijadikan berita apabila unsur-unsur tersebut ada. Tidak semua artikel dapat digolongkan sebagai berita, hanya artikel yang memuat fakta dan tidak bias saja yang dapat dikategorikan menjadi sebuah berita.

### c. Infografis

Smiciklas (2012) mendefinisikan infografis sebagai “visualisasi data atau ide” dengan cara menyampaikan informasi yang kompleks kepada publik dengan cepat yang mudah dipahami. Dengan menggunakan infografis dapat mengembangkan keterampilan visualisasi dan pengorganisasian ide.

Infografis merupakan produk jurnalistik yang menjadi salah satu elemen visual penting dalam dunia jurnalistik. Setiap tahunnya infografis terus berkembang hingga memberi warna disetiap penyajiannya.

Infografis juga dikenal sebagai Jurnalistik Visual yang digunakan dalam pemberitaan sebuah berita ataupun non berita. Istilah ini lebih umum dipahami sebagai gambar biasa yang tidak memiliki nilai. Akan tetapi jika infografis dipelajari secara menyeluruh, infografis dapat

berfungsi sebagai cara baru untuk menyampaikan informasi secara visual.

Infografis adalah istilah infografik yang diambil dari bahasa Inggris yang terdiri dari *information* dan *graphics*. Jadi Infografis adalah informasi berupa data yang disajikan dalam bentuk visual atau gambar untuk memudahkan pemahaman pembaca. Selain mempresentasikan angka, infografis juga mengandung elemen visual yang menarik seperti ilustrasi, gambar, teks dan grafik.

Proses berpikir dan konseptual yang jelas dengan menghubungkan satu sama lain, dari satu subjek ke subjek lainnya menjadikan infografis sebagai cara yang mudah untuk menggabungkan data naskah panjang dengan Bahasa visual yang lebih sederhana.

## **G. Langkah-Langkah Penelitian**

### **1. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian ini merupakan tempat yang ditentukan sebagai subjek, yang dimana penentuan lokasi penelitian ini sangat penting untuk penelitian kualitatif. Lokasi penelitian ditentukan sesuai dengan apa yang menjadi tujuan peneliti. Penelitian ini akan dilakukan pada portal media *online Cnbcindonesia.com* yaitu dengan tema terkait pemberitaan konflik Palestina dan Israel yang dikemas dalam bentuk infografis. Sedangkan alamat redaksinya berlokasi di Jl. Kapten P. Tendean No.Kav 12-14A, RT.2/RW.2, Mampang Prapatan, Jakarta Selatan

## 2. Paradigma dan Pendekatan

Menurut Lexy J. Moleong (2021), paradigma adalah pola atau model bagaimana sesuatu dibangun (bagian dan hubungan) atau sebagai bagian dari aktivitas (perilaku dengan konten atau dimensi tertentu). Sedangkan Prof. Kasiram mengatakan paradigma adalah hubungan yang merupakan acuan longgar dalam penelitian yang berbentuk asumsi, teorema, aksioma, postulat atau konsep yang digunakan sebagai pedoman penelitian.

Dalam penelitian ini menggunakan paradigma kritis. Paradigma Kritis dikenal sebagai metode artistik karena proses penelitiannya lebih mengandalkan kreativitas serta disebut juga metode interpretative karena lebih fokus pada interpretasi yang ditemukan dalam analisis.

Paradigma kritis sangat menaruh perhatian terhadap pembongkaran aspek-aspek tersembunyi di balik suatu kenyataan yang tampak (*virtual reality*).

Paradigma Kritis mengkaji mengenai pengemasan pemberitaan Palestina-Israel dalam bentuk Infografis oleh CNBC Indonesia.com

Fokus pendekatan penelitian “Analisis Semiotika Infografis Pemberitaan Palestina-Israel pada Media *Online* CNBC Indonesia.Com” menggunakan pendekatan kualitatif. Menurut Denzim dan Lincoln dalam Moleong (2011:5), menjelaskan bahwa penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menggunakan latar alamiah, yang mempunyai tujuan untuk menerjemahkan fenomena yang terjadi serta dapat direalisasikan menggunakan metode yang ada. Pendekatan kualitatif juga menghasilkan

data berbentuk deskriptif dengan cara mempelajari keadaan suatu objek. Teknik pengumpulan data dalam pendekatan ini dilakukan dengan cara menggabungkan suatu data dengan data lainnya yang nantinya akan menghasilkan suatu makna.

Dalam penelitian semiotika, data sering kali dikumpulkan dalam bentuk gambar, teks atau media lain yang kemudian dianalisis untuk mengetahui makna dan pesan yang tersembunyi di dalamnya. Data semiotika seringkali kompleks dan subjektif sehingga memerlukan metode yang fleksibel terhadap konteks data tersebut.

Oleh karena itu, metode kualitatif cocok pada penelitian semiotika, karena memungkinkan peneliti memperoleh pemahaman yang lebih dalam terhadap tanda yang nantinya dianalisis.

### **3. Metodologi Penelitian**

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian ini adalah Analisis semiotika Charles Sanders Peirce. Ia mengemukakan salah satu konsep semiotika adalah teori segita makna atau triangle of meaning. Konsep ini terdiri dari tiga aspek yaitu Sign, Object, Interpretant sangat penting untuk dianalisis pada sebuah karya agar pembaca memahami pesan apa yang disampaikan pembuat dalam karyanya sebagai makna yang utuh.

#### 4. Jenis Data dan Sumber Data

##### a. Jenis Data

Karena penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan pendekatan kualitatif, maka jenis data yang digunakan merupakan verbal atau kata-kata dan diperoleh dari analisis semiotika pada infografis yang diambil dari Media *Online* CNBC Indonesia.com

##### b. Sumber Data

Dalam penelitian ini peneliti memfokuskan kepada dua sumber data, antara lain:

###### 1) Sumber Data Primer

Data yang didapat langsung dari objek penelitian. Data primer dalam penelitian ini didapat berupa infografis terbaru pada Media Online Cnbcindonesia.com yang membahas mengenai konflik antara "*Palestina dan Israel*"

###### 2) Sumber Data Sekunder

Data sekunder berisikan dokumen pendukung berupa studi pustaka Serta mengacu pada informasi yang sudah dikumpulkan dari sumber data yang telah ada dan biasanya merupakan catatan atau dokumentasi dengan mengutip sejumlah teori dari sejumlah bacaan, seperti buku, jurnal, ataupun karya tulis lain yang relevan dengan topik penelitian penulis.

## 5. Teknik Pengumpulan Data

Data merupakan informasi mentah yang didapatkan peneliti sesudah melakukan observasi. Dalam hal ini data membantu peneliti untuk membuat suatu analisis. Penelitian ini menggunakan beberapa teknik pengumpulan data antara lain:

### a. Observasi

Informan Observasi dilakukan dengan mengamati dan menganalisis arsip gambar berupa infografis dalam portal media *Online Cnbcindonesia.com* terkait konflik antara Palestina dan Israel edisi terbaru.

### b. Dokumentasi

Teknik dokumentasi adalah dengan mengumpulkan data berupa dokumen internal dan eksternal sebagai bahan analisis. Dokumentasi ini dilakukan guna mendapatkan data sekunder atau pendukung untuk melengkapi seluruh rangkaian analisis, dengan mengumpulkan infografis dalam portal media *Online Cnbcindonesia.com* terkait konflik antara Palestina dan Israel edisi terbaru.

## 6. Teknik Penentuan Keabsahan Data

Teknik penentuan keabsahan data dalam penelitian ini meliputi:

### a. Ketekunan

Meningkatkan ketekunan dalam melakukan analisis terhadap sumber data primer dan sumber data skunder, dengan melakukan pengecekan

dan pengamatan kebenaran data secara bertahap, membuat peneliti memahami data-data tersebut terutama pada objek penelitian yaitu Infografis pemberitaan konflik Palestina dan Israel edisi terbaru yang dimuat oleh *Cnbcindonesia.com* yang bertujuan informasi atau analisa tidak ada yang terlewat,

b. Menggunakan Bahan Referensi

Menggunakan bahan referensi yang relevan juga merupakan langkah yang penting untuk memperkaya wawasan peneliti dan juga menguji serta mengoreksi hasil penelitian yang dilakukan. Untuk menunjang hal tersebut, dapat dilakukan dengan mengumpulkan data-data yang relevan dari buku, jurnal, dan literature lainnya.

## 7. Teknik Analisis Data

Analisis data yang dilakukan oleh peneliti dilakukan setelah semua data yang dibutuhkan telah terkumpul. Tekniknya dengan mendeskripsikan data yang telah diperoleh, yang merupakan hasil dari seluruh observasi dan dokumentasi. Peneliti mendeskripsikan data sebagaimana adanya dan didukung dengan data yang diperoleh dari dokumen arsip serta sumber lain yang memiliki kaitan dengan topik penelitian ini. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik Analisis semiotika Charles Sanders Peirce untuk menemukan makna-makna yang terdapat dalam pemberitaan konflik Palestina dan Israel yang dikemas dalam bentuk infografis pada portal media *Online Cnbcindonesia.com* edisi terbaru.



Metode deskriptif adalah teknik untuk mengumpulkan data, mengklasifikasikannya, menganalisisnya, dan menafsirkannya sebagai gambar objektif dari suatu skenario, metode ini melibatkan langkah-langkah seperti pengumpulan data, analisis kategorisasi, dan penarikan kesimpulan. Ini digunakan untuk mendapatkan pemahaman umum tentang situasi yang sedang terjadi. Untuk membuat. Adapun langkah analisis data meliputi:

a. Penggolongan data,

Mengelompokkan seluruh data merupakan tahap paling awal yang dilakukan pada penelitian ini. Data tadi dihasilkan berdasarkan data primer dan skunder. Data primer berdasarkan penelitian ini berupa file gambar berbentuk infografis pada portal media *online Cnbcindonesia.com*. Kemudian data skunder berupa dokumen pendukung berupa studi pustaka Serta mengacu pada informasi yang sudah dikumpulkan dari sumber data yang telah ada dan biasanya merupakan catatan atau dokumentasi dengan mengutip sejumlah teori dari sejumlah bacaan, seperti buku, jurnal, ataupun karya tulis lain yang relevan dengan topik penelitian penulis.

b. Reduksi Data

Merupakan proses pemilihan reduksi data, menggunakan Analisis Semiotika Pierce, yaitu *Triangle of meaning (sign, object, dan interpretant)*. Lalu digabungkan menggunakan pemahaman terkait konflik Palestina dan Israel berkaitan dengan objek penelitian.

c. Penyajian Data,

Agar penelitian ini mudah dipahami, output data yang sudah direduksi tersaji dengan bentuk table yang merupakan gambaran mengenai Analisis Semiotika Peirce.

d. Penarikan Kesimpulan,

Merupakan kegiatan pencitraan secara menyeluruh terhadap hasil-hasil selama seluruh bidang obyek penelitian..

## 8. Rencana Jadwal Penelitian

Penelitian ini merencanakan pada Infografis berita Palestina – Israel pada media *online Cnbcindonesia.com* edisi terbaru. Penelitian ini akan dilakukan dalam waktu 8 bulan, mulai dari November 2023 hingga Juni 2024, dengan uraian sebagai berikut



**Tabel 1.2**  
Jadwal Rencana Penelitian

Kegiatan	Waktu Kegiatan							
	NOV	DES	JAN	FEB	MAR	APR	MEI	JUN
Penyusunan Proposal penelitian								
Bimbingan proposal								
Seminar Usulan Proposal								
Pengumpulan data primer dan skunder								
Penelitian skripsi								
Sidang Hasil penelitian Skripsi								