

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

Dengan beredarnya pandemi COVID-19 ini membuat seluruh dunia gempar seiring dengan gangguan dan penurunan dalam berbagai sektor serta aktivitas normal yang terganggu akibat pandemi ini mengharuskan semua orang wajib memahami sebab dan akibat dari COVID-19 agar dapat menjalankan protokol-protokol dalam mengurangi penyebaran pandemi di setiap wilayah, kota, dan negara. COVID-19 (coronavirus disease 2019) ini merupakan penyakit yang disebabkan oleh jenis coronavirus baru yaitu Sars-CoV-2, yang dilaporkan pertama kali di Wuhan Tiongkok pada tanggal 31 Desember 2019. COVID-19 ini dapat menimbulkan gejala gangguan pernafasan akut seperti demam diatas 38°C, batuk dan sesak nafas bagi manusia. Selain itu dapat disertai dengan lemas, nyeri otot, dan diare.

Sebelumnya dikarenakan meningkatnya kasus COVID-19 di Indonesia Presiden Joko Widodo (Jokowi) meminta agar masyarakat melakukan *social / physical distancing* guna mencegah penularan COVID-19. Kegiatan yang biasa dilakukan di luar, seperti bekerja, belajar dan beribadah dilaksanakan di dalam rumah. Masa-masa diberlakukannya pembatasan sosial dan pembatasan jarak fisik (*social distancing / physical distancing*) akibat pandemi COVID-19, namun pembatasan (*social / physical distancing*) tersebut telah usai dan pemerintah menganjurkan masyarakat untuk mulai melakukan kegiatan seperti biasa, dan tetap mematuhi protokol pencegahan COVID-19 yaitu *New Normal* yang merupakan perubahan perilaku atau kebiasaan untuk tetap menjalankan aktivitas seperti biasa

namun dengan selalu menerapkan protokol kesehatan di tengah pandemi COVID-19.

Penyajian data pada zaman ini cukup unik, apalagi dalam meningkatkan daya ketertarikan masyarakat pada suatu berita atau produk harus diikuti dengan penyajian informasi yang menarik. Melalui media Infografis inilah bisa dijadikan jalan keluar untuk masyarakat agar bisa belajar lebih mengenai segala berita dengan mudah dan menyenangkan. Infografis berasal dari kata *Infographics* dalam Bahasa Inggris yang merupakan singkatan dari *Information + Graphics* adalah bentuk visualisasi data yang menyampaikan informasi kompleks kepada pembaca agar dapat dipahami dengan lebih mudah dan cepat dengan informasi yang disajikan dalam bentuk teks yang dipadukan dengan elemen visual seperti grafik, gambar, ilustrasi, atau tipografi.

Menambahkan infografis pada suatu konten memungkinkan pembaca menjadi lebih tertarik dan mudah mencerna informasi yang di sampaikan. Dikarenakan secara psikologi, bahwa 90% bagian otak manusia lebih cepat menyerap informasi dalam bentuk visual dibandingkan teks. Selain itu, infografis juga identik dengan penambahan data berupa angka yang dikemas dengan paduan warna desain. Hal ini membuat suatu konten tampak lebih akurat dan atraktif di mata pembaca. Infografis memiliki banyak manfaat untuk penyampaian informasi. Pada era dimana informasi sangat membludak, para *audience* memiliki keterbatasan waktu dan energi untuk memahami maupun membaca informasi yang disampaikan. Oleh karena itu dibutuhkan suatu usaha untuk dapat berhasil mendapatkan perhatian dari *target audience* agar mau memahami apa yang ingin

kita sampaikan. Infografis dengan kekuatan visual yang menarik akan mengurangi *barrier* / halangan tersebut. *People will have much more interest*. Membuat infografis sendiri merupakan percampuran antara *skill* desain, analisis informasi, dan *storytelling*. Ketiga komponen tersebut adalah kunci dari infografis yang maksimal.

Dengan begitu praktikan menggunakan media sosial berupa aplikasi Instagram yang terkenal dan digemari oleh masyarakat karena mudahnya dalam mengakses dan menggunakan aplikasi tersebut dalam melakukan kerja praktik dengan mengembangkan informasi atau berita terkait COVID-19 dan pelaksanaan protokol kesehatan *New Normal* bagi khalayak dalam bentuk Infografis yang akan dikemas menggunakan desain grafis agar menjadi *content* yang sangat menarik dan menyenangkan sehingga mudah dipahami masyarakat dan juga mampu mempengaruhi *audience* dalam menjalankan *New Normal* sesuai dengan protokol yang sudah diterapkan. Nama akun Instagram yang akan kami gunakan yaitu “@C19.updates”, yang berarti COVID-19 *updates* atau informasi terbaru dari pandemi.

Praktikan akan mengunggah konten dua kali dalam seminggu dan didalam satu konten akan berisi tiga foto pada akun Instagram. Konten tersebut masing-masing akan diposting pada hari Rabu & Kamis pada pukul 17:00. Alasan praktikan memilih mengupload pada pukul 17:00 sore dikarenakan adanya sebuah perusahaan bernama Latergramme yang bergerak dalam bidang pelayanan untuk mengatur jadwal unggahan Instagram yang pernah melakukan suatu analisis pada hal ini. Maka dari itu kami memilih pukul 17:00 WIB untuk mengunggah konten ini karena

dapat dianggap sebagai saat yang tepat. Sebab, pada saat itulah biasanya orang-orang yang pulang dari kantor atau sekolah akan membuka aplikasi Instagram untuk mengisi waktu luang di perjalanan. Kemudian pada minggu terakhir akan terdapat 12 konten yang akan diunggah. Sama halnya dengan pemilihan hari rabu dan kamis, Penelitian Latergramme juga mengungkapkan bahwa hari terbaik dalam melakukan posting adalah hari Rabu. Sebab tema yang akan diunggah setiap minggunya berhubungan satu sama lain oleh karena itu hari kamis menjadi waktu yang terbaik sehingga informasi yang disampaikan dapat diterima dengan baik.

Jumlah tiap konten dalam sekali posting yaitu sebanyak 3 konten dengan begitu, dalam sepekan kami mempunyai 6 konten baru. Setiap minggu praktikan akan mengunggah konten dengan tema yang berbeda. Pada minggu pertama temanya adalah “Apa itu COVID-19?”, pada minggu kedua temanya adalah “Apa itu *New Normal*”, selanjutnya dengan minggu berikutnya sampai dengan minggu terakhir pada tanggal 15 oktober praktikan akan membahas tema yang berbeda-beda dan tentunya menarik untuk dibaca.

I.2 Bidang Kerja Praktik

Bidang Kerja Praktek yang telah dipilih sesuai dengan bidang ilmu yang diminati oleh penulis yaitu, bidang Ilmu Komunikasi yang nantinya akan berfokus pada komunikasi media yaitu media sosial. Pokok bahasan dalam kerja praktek ini merupakan hal-hal yang akan berkaitan dengan pengembangan serta memberikan informasi pada media massa dan juga menyalurkan karya tulis yang telah dibuat menjadi lebih menarik dengan menggunakan *graphic design* yang akan dijadikan

konten Infografis sehingga dapat menarik perhatian masyarakat serta mempengaruhi kesadaran masyarakat mengenai COVID-19 dan pelaksanaan *New Normal* yang baik dan benar sesuai protokol yang telah dianjurkan oleh pemerintah.

I.3 Tujuan Kerja Praktik

Adapun Tujuan dari kerja praktik ini yaitu:

1. Mahasiswa dapat memperoleh kesempatan untuk menerapkan ilmu pengetahuan yang telah diperoleh di Universitas untuk diterapkan dalam dunia kerja secara lebih dalam.
2. Mahasiswa dapat mengenal pelaksanaan dan proses desain yang sebenarnya di dunia kerja.
3. Mahasiswa dapat memperoleh pengetahuan serta pengalaman dalam pengerjaan desain grafis di masyarakat.
4. Mengasah kemampuan desain grafis dalam pembuatan suatu konten agar menjadi lebih menarik dan mempengaruhi perhatian sang pembaca.
5. Untuk memanfaatkan media sosial sebagai sarana penyaluran informasi yang tersalurkan dan dikemas dengan menarik agar mempengaruhi kesadaran masyarakat atas isu-isu yang sedang terjadi disekitar.

I.4 Manfaat Kerja Praktik

1. Mendapatkan pengalaman kerja dalam dunia desain grafis serta jurnalisme online.
2. Meningkatkan kreatifitas dan profesionalitas sebagai seorang *graphic designer* agar lebih matang dan siap dalam persaingan dunia kerja.

3. Memberikan pengetahuan dalam penentuan konsep sebuah desain iklan, logo, atau apapun dalam pembuatan suatu konten informasi.
4. Menambah referensi dalam desain grafis untuk menciptakan ilustrasi, tipografi, fotografi, atau grafis motion yang bisa diaplikasikan dalam berbagai bentuk materi promosi yang berkaitan dengan produk dan publik.

I.6. Tinjauan Pustaka

I.6.a Infografis

Kata Infografis berasal dari Bahasa Inggris yaitu *Infographics* dari singkatan *Information + Graphics* yang merupakan visualisasi data dalam menyalurkan suatu informasi yang kompleks terhadap pembacanya sehingga bisa dipahami dengan lebih efisien. Infografis merupakan bidang yang memiliki perkembangan yang signifikan dalam media massa setelah desainer bisa menggabungkan antara informasi berita ke *software* komputer untuk menjelaskan cerita yang tidak dapat dijelaskan menggunakan foto atau teks saja. Infografis kerap bisa menjabarkan cerita yang terlalu monoton apabila hanya dijelaskan menggunakan kata-kata dan tidak lengkap bila dijabarkan melalui foto saja.

Penerapan infografis bisa diterapkan ke dalam suatu blog, *newsletter*, konten penelitian, presentasi, dan laporan tahunan. Hal tersebut dapat membuat pembaca lebih tertarik karena bisa memberi tahu mereka informasi melalui media visual yang dapat menyediakan pembaca dengan informasi yang mudah diserap dan dipahami. Sebagai konsumen, pastinya kita mau ada statistik dan angka dalam

menunjang informasi yang dibaca, selain itu konsumen juga ingin angka dan statistik tersebut disajikan dengan media visual yang menarik dan tidak hanya menggunakan teks. Sebuah infografis menyediakan kemudahan bagi pembaca. Sebagian besar pembaca merupakan pelajar visual, jadi infografis memberi keuntungan kepada mereka serta manfaat jangka panjang bisnis. Perlu dipahami bahwa: *Infographic* merupakan teknik dalam menyajikan suatu informasi melalui media visual atau grafis, sehingga dapat mudah dipahami dan diterima oleh pembaca.

Sebagian besar orang atau pembaca salah mendefinisikan dengan menyebut kata infografik adalah karena pada infografis sering terlihat ada grafik (chart) apapun itu grafik batang atau *pie chart*. Padahal *infographic* sendiri itu sebenarnya sangat luas daripada sekedar *chart*. Kemungkinan lainnya adalah orang atau pembaca menyebutkan kata *infographic* (dalam Bahasa Inggris) secara lisan, lalu terdengar sebagai Infografik dalam Bahasa Indonesia. Kata *graphic* dari kata *Infographic* adalah visual atau gambar, yang apabila diterjemahkan ke dalam Bahasa Indonesia menjadi grafis, bukan grafik. Sama seperti penulisan yang benar adalah desain grafis, bukan desain grafik. Metode estetika yang dipakai dalam mengkaji nilai estetis sebuah infografis dari tema, pola, ragam hias, komposisi, ilustrasi dan pengolahan data. (Febrianto, 2014: 194-195)

Berikut jenis-jenis infografis dibawah ini:

1. Infografis Statis

Infografis statis merupakan Infografis yang berwujud gambar yang tidak bergerak. Sama halnya seperti infografis pada media cetak dan *website*. Infografis statis adalah infografis yang paling umum dan banyak digunakan orang. Infografis statis dapat digunakan pada berbagai media contohnya yaitu untuk acara pameran. Praktikan akan menggunakan Infografis jenis ini.

2. **Infografis Animasi**

Infografis animasi atau *infographic animated* merupakan Infografis berwujud video animasi dalam bentuk 2 dimensi atau 3 dimensi. Infografis ini dapat dipakai pada televisi dan juga media online seperti YouTube atau Vimeo. Infografis animasi lebih menarik dan *eye-catching* karena elemen visualnya yang menggunakan *motion* (pergerakan) dan juga audio (*music / sound effect*) yang bisa menegaskan suatu pesan atau informasi yang ingin diberikan. Dalam membuat infografis animasi dibutuhkan kemampuan yang beragam seperti *animator, illustrator, director, voice over, music aris*t dan lainnya.

3. **Infografis Interaktif**

Infografis interaktif merupakan infografis yang dimunculkan dalam website dan penggunaanya dapat berkomunikasi dengan informasi yang ditampilkan melalui user *interface* yang sudah didesain. Dengan adanya infografis

interaktif pengguna dapat mengeksplorasi informasi yang ingin didapatkan sesuai dengan keinginannya. Agar dapat membuat infografis interaktif dibutuhkan keahlian seperti desainer, yaitu UI/UX desainer, *illustrator*, dan *programmer*. Untuk infografis interaktif *programmer* atau *developer* memiliki peran utama agar infografis yang telah didesain dapat berfungsi semaksimal mungkin tanpa adanya permasalahan. houseofinfographics.com (dalam Jurnal Agatha & Michael, 2017: 45)

I.6.b Desain Grafis (*Graphic Design*)

Desain grafis merupakan wujud dari sebuah komunikasi visual yang memakai gambar dalam menyampaikan suatu pesan atau informasi dengan cara yang lebih efisien. Di dalam desain grafis ini teks pun dianggap gambar dikarenakan sebuah hasil dari abstraksi tanda-tanda yang dapat disuarakan. Desain grafis diaplikasikan dalam desain komunikasi serta "*fine art*". Sama halnya dengan jenis-jenis desain lainnya, desain grafis dapat berfokus kepada proses pembuatan, metode merancang, produk yang dihasilkan rancangan, atau juga disiplin ilmu yang diterapkan desain.

Desain grafis sudah ada cukup lama sehingga perannya yaitu mempermudah masyarakat dalam mengerti sesuatu. Namun, tidak seperti arsitektur, sastra, atau seni rupa, namun desain grafis telah berkembang tanpa banyak refleksi teoretis. Hal ini telah berkembang menjadi suatu praktik yang canggih dengan cara sedikit demi sedikit, dengan eKorts tersebar ditujukan pada pengembangan subarea, seperti

poster atau buku, tapi tanpa keduanya aparatus kritis dalam sastra atau dialog yang ada dalam arsitektur (Bennett, 2006).

Desain grafis pada umumnya digunakan sebagai alat komunikasi seperti diaplikasikan pada media-media statis, yaitu koran, majalah, buku, brosur, *catalog flyer*, pamflet, dan lain-lain. Seiring dengan berkembangnya zaman, desain grafis juga diaplikasikan pada media elektronik, yang kerap disebut sebagai desain multimedia atau desain interaktif.

Dalam perkembangan teknologi komunikasi dan informasi dewasa ini dapat memberikan suatu *trend* baru pada dunia industri komunikasi. Pesatnya perkembangan teknologi digital dan internet adalah salah satu poin penting dalam menciptakan perangkat multimedia, contohnya seperti media cetak yang saat ini juga sudah memiliki versi digital (*online*). Hal tersebut mempengaruhi secara signifikan ke dalam perubahan arus informasi dan cara kita berkomunikasi, dalam segi distribusi, produksi, dan konsumsinya. Perkembangan teknologi yang sangat besar ini selanjutnya berujung pada persaingan dalam media, sehingga segala kegunaan media berkolaborasi pada satu perangkat media. (Heri Iswandi, 2018: 101)

(Sitepu, 2006) mendefinisikan desain grafis sebagai metode mengutarakan pesan visual yang berbentuk gambar dan teks dari komunikator kepada komunikan. Saat mendesain surat kabar misalnya, desainer grafis membutuhkan pengetahuan tentang kebiasaan pembaca media agar dengan mudah mendesain susunan dan visual yang cocok. Ini dengan maksud agar pesan yang akan diutarakan oleh media

tersebut diterima dan tepat untuk pembaca. Desain grafis juga selayaknya disebut desain komunikasi visual. Dalam proses pembuatan desain promosi media cetak harus memperhatikan pemahaman dan pola pikir terhadap esensi dunia visual dan seni (estetika). Karena desain grafis menerapkan elemen dan prinsip dari komposisi desain dalam memproduksi suatu karya visual. (Setiyo, 2015: 20)

I.6.c Teknik Desain

- **Huruf atau Tipografi**

Menurut (Maharsi:2013:67) huruf merupakan suatu goresan, bentuk, dan lambang dari suatu sistem tulisan, seperti contohnya terdapat 26 huruf dalam alfabet Latin modern, atau 47 huruf dalam Hiragana. Pada suatu huruf terdapat satu fonem atau lebih dan juga fonem tersebut membentuk suatu bunyi dari bahasa yang dikeluarkannya. Banyak yang perlu diperhatikan ketika membuat huruf. Karena menyangkut bagian – bagian yang terdapat dalam huruf serta panduan – panduan dalam membuatnya.

- **Warna**

Menurut (Hendratman:2015:79) warna merupakan salah satu dari banyak susunan desain yang membentuk keindahan dan juga menyebabkan persepsi psikologis, sugesti, suasana tertentu. Walaupun warna terlihat sederhana, namun dibaliknya terdapat banyak metode atau cara dalam proses pembentukannya.

- **Gambar**

Gambar adalah suatu hasil karya yang berasal dari jiwa dan tidak untuk meniru milik orang lain. Arief Sadiman, Dkk (2003: 28-29): Media

grafis visual seperti halnya dengan media yang lain. Media grafis guna dalam menyalurkan suatu pesan dari sumber ke penerima pesan atau pembaca. Saluran yang digunakan untuk menyangkut indera penglihatan. Pesan yang akan disalurkan akan dituangkan ke dalam simbol-simbol komunikasi visual. Simbol-simbol tersebut perlu dipahami dan dimengerti artinya agar proses penyampian pesan dapat berhasil dan berjalan dengan efisien. Agar dapat menciptakan desain yang berkualitas dibutuhkan berbagai pertimbangan dalam mengorganisasikan elemen-elemen grafis sesuai dengan prinsip-prinsip desain.

- **Story Line**

Story line merupakan sketsa gambar yang disusun dan dirancang secara berurutan sesuai dengan naskah, dengan *storyboard* kita dapat menyampaikan ide cerita kita kepada orang lain dengan lebih efisien, karena kita dapat mengajak khayalan seseorang mengikuti gambar-gambar yang kita sajikan, sehingga menghasilkan persepsi yang sesuai pada ide cerita kita. (Muhammad Rizali, Zainal Warhat, Edwar Zebua, 2019: 296-297)