

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan suatu organisasi maupun sebuah perusahaan tidak bisa lepas dari adanya fungsi atau peran manajemen Hubungan Masyarakat (Humas) yang sangat penting untuk dapat membangun komunikasi dengan masyarakat. Secara umum, fungsi atau peran praktisi Humas adalah memanajemen dan mempertahankan hubungan yang baik dan bermanfaat antara sebuah perusahaan atau organisasi dengan publiknya. Salah satu cara Humas dalam menjaga hubungan dengan masyarakat adalah dengan menjadi penyedia informasi (publisitas) yang dapat bermanfaat untuk masyarakat dan juga perusahaan.

Salah satu fungsi praktisi humas adalah melakukan publisitas atau biasanya juga dikenal sebagai “informasi publik” (Cutlip et al. 2011, 13). Publisitas dapat berupa informasi seputar pengumuman pembukaan tempat bisnis baru, peluncuran produk-produk baru, klarifikasi sebuah isu masalah dan informasi-informasi lainnya yang memiliki nilai manfaat untuk publik. Publisitas biasanya berbentuk sebuah *press release*, majalah, brosur, naskah pidato atau sebuah media tertentu yang pesannya disusun dan direncanakan lalu disebarakan untuk memenuhi kepentingan public. Selain itu, humas juga perlu mampu dalam mengatur Website dan media online

perusahaan sebagai bentuk dari pekerjaan dan tugas dalam mengikuti perkembangan alat penyampai informasi baru.

Pada instansi pemerintahan, humas atau yang biasanya disebut sebagai pejabat *public affairs* mempunyai tugas utama yaitu memberi informasi (Cutlip et al., 2011, 468). Peran atau tugas tersebut mempunyai tujuan untuk memastikan terjadinya arus informasi yang baik dari pemerintah kepada masyarakat. Selain itu, menurut Morissan (2008, 90) praktisi humas pemerintah mempunyai fungsi yaitu untuk membantu dan menyebarkan informasi serta menjelaskan kegiatan atau kebijakan yang dilakukan dan dibuat oleh pemerintah kepada masyarakat.

Dalam membantu peran dan fungsi sebagai penyampai informasi, praktisi humas memerlukan sebuah media yang dapat membantu proses arus penyebaran. Media digunakan humas untuk menyampaikan informasi pada level komunikasi internal dan juga komunikasi eksternal. Pada komunikasi eksternal humas menggunakan beberapa media di antaranya adalah : koran, majalah, radio dan televisi. Pesatnya perkembangan zaman yang berbanding setara dengan kemajuan teknologi ikut membantu mengubah proses komunikasi menjadi lebih maju lagi. Munculnya internet telah menjadi faktor terbesar perubahan proses komunikasi menjadi sangat luas dan dalam (Cutlip et al., 2011, 287). Hal tersebut membuat banyak masyarakat dapat mencari dan menemukan informasi-informasi dengan mudah namun kemudahan tersebut juga memiliki kekurangan yaitu banyak informasi yang disebarkan tidak memiliki sumber yang kredibel. Oleh sebab itu, humas

pemerintah sebagai penyedia dan pemberi informasi yang memiliki kredibilitas perlu mengikuti perkembangan zaman tersebut dan menggunakan internet. Selain itu, humas pemerintah juga memiliki tantangan yaitu sumber informasi di internet juga banyak yang memiliki kredibilitas. Hal ini membuat humas pemerintah ikut menggunakan infografis sebagai bentuk mengadopsi ide dan hal praktis dalam menyampaikan informasi di dunia internet. Humas pemerintah menggunakan infografis sebagai salah satu media penyampai informasi yang menarik dan mudah dimengerti oleh masyarakat.

Infografis merupakan salah satu media yang dapat digunakan komunikator untuk menyampaikan informasi kepada komunikan. Pada dasarnya infografis berasal dari kata *infographics* dalam bahasa Inggris yang merupakan singkatan dari *information* dan *graphics* yang merujuk kepada pengertian sebuah konten kreatif yang terdiri dari perpaduan warna, teks informasi, grafik dan gambar/foto (Kemkominfo, 2018, ix). Kombinasi tersebut ditujukan untuk memudahkan penyampaian informasi kepada setiap orang yang melihat agar dapat menangkap informasi yang diberikan lewat visualisasi data.

Dalam instansi pemerintahan infografis juga sering digunakan untuk tujuan melakukan penyampaian informasi kepada masyarakat. Infografis dalam pemerintahan dibagi menjadi empat kategori jenis konten yaitu : Infomasi Harian (*Daily Issue*), Program Pemerintah, Edukasi dan Informasi Publik, dan tentang Indonesia (Kemkominfo 2018, 3). Infografis informasi harian mempunyai tujuan

menyampaikan informasi teraktual atau topik yang sedang hangat di dalam masyarakat. Sedangkan, pada infografis edukasi dan informasi publik mempunyai tujuan untuk memberikan informasi panduan tentang sesuatu hal atau menunjukkan sebuah jadwal. Lalu dalam infografis program pemerintah memiliki tujuan untuk mensosialisasikan program pemerintah, menyampaikan informasi penting dan juga panduan program yang dibentuk oleh pemerintah. Pada infografis jenis tentang Indonesia memuat hiburan dan informasi yang menarik (Kemkominfo, 2018, 3).

Pada proses pembuatan atau penyusunan infografis perlu dilakukan riset terlebih dahulu agar sumber-sumber informasi yang diperoleh dapat dipertanggungjawabkan dan masih banyak lagi proses pembuatan infografis mulai dari pemilihan warna, fakta aktual dan *up to date*, gambar dan lain-lain. Mengidentifikasi khalayak yang akan menerima pesan atau informasi yang akan disampaikan melalui media infografis merupakan salah satu proses penting, mengingat perbedaan karakter, latar belakang serta sosial yang dapat mempengaruhi kemampuan seseorang dalam menerima informasi yang ada.

Dalam buku Kiat Bikin Infografis Keren yang diterbitkan oleh Kementerian Komunikasi Dan Informatika Republik Indonesia (Kemkominfo) tahun 2018 menyebutkan bahwa terdapat kriteria-kriteria standar konten dalam penyusunan infografis yang berkualitas baik. Berikut merupakan kriteria-kriteria infografis berkualitas baik menurut Kemkominfo (2018, 2) yaitu : Berorientasi pada tujuan infografis, berdasarkan riset dan sumber yang dapat dipertanggungjawabkan dan

tanggal produksi sebagai referensi aktualitas, relevansi dengan kebutuhan pembaca, struktur visual yang harmonis dan menarik, keterbacaan (*Readability*), memiliki unsur persuasi, lugas (*Simplicity*), konsistensi dengan *brand guideline* dan kemudahan untuk dibagikan (*Shareability*). Berdasarkan apa yang dikemukakan diatas, maka infografis dapat membawa perubahan dan menjadi hal baru serta penting pada dunia praktik hubungan masyarakat dalam menyampaikan pesan kepada publik. Perubahan dan hal baru tersebut juga termasuk ke dalam bagaimana humas harus dapat membuat infografisnya sendiri, hal ini dikarenakan infografis dalam praktik hubungan masyarakat bukan hanya sekedar menaruh informasi dan menarik seperti infografis pada jurnalistik. Namun, infografis harus dapat menjembatani perusahaan atau instansi pemerintah dengan masyarakat atau publiknya. Hal tersebut juga memiliki dampak pada humas agar dapat mengelola dan juga menggunakan aplikasi pembuat infografis sendiri.

Pada unit kerja eselon I di dalam Departemen Pertanian RI yaitu Direktorat Jenderal Hortikultura (Ditjen Hortikultura), praktisi humas memberikan pelayanan kepada masyarakat dengan menggunakan infografis sebagai salah satu media penyampai infografis. Hal tersebut berdasarkan peraturan Menteri Pertanian Permentan 20 tahun 2016 Uraian Pekerjaan Unit Kerja Eselon IV, Subag Hukum dan Humas halaman 36-42 yang menyatakan bahwa Subag Hukum dan Humas Direktorat Jenderal Hortikultura mempunyai tugas pokok yaitu melakukan penyiapan bahan informasi dan dokumentasi, melakukan penyiapan bahan dan pelayanan informasi

publik bidang hortikultura serta melakukan pendokumentasian informasi publik bidang hortikultura. Dalam hal ini menyusun infografis merupakan tupoksi humas hortikulturas sebagai penyedia dan penyusun informasi publik.

Infografis yang disusun oleh humas Ditjen Hortikultura disebarakan melalui media sosial Facebook (Direktorat Jenderal Hortikultura) dan Instagram milik Ditjen Hortikultura (@ditjenhorti). Contoh infografis yang telah dibuat oleh humas Ditjen Hortikultura dan disebarakan lewat media sosial adalah infografis tentang fermentasi ekstrak kenikir sebagai pengendalian organisme pengganggu tanaman (OPT) untuk menanggulangi hama serangga yang terjadi. Tujuan Infografis tentang fermentasi ekstrak kenikir yang disusun adalah untuk memberikan panduan seputar metode fermentasi ekstrak kenikir serta kandungan yang ada dalam kenikir kepada para petani dan masyarakat yang mempunyai atau menanam tanaman komoditas hortikultura.



Gambar.1.1 Infografis Fermentasi Ekstrak Kenikir

Adapun penelitian sebelumnya yang dijadikan penulis sebagai referensi dan bahan pertimbangan untuk mendapatkan sudut pandang yang berbeda dengan penulis sebelumnya serta topik penelitian yang berbeda, adalah skripsi berjudul “Infografis Penguatan Reputasi Kehumasan Pemerintah melalui Narasi Tunggal Sosialisasi Paket Kebijakan Ekonomi” yang disusun oleh Lisa Adhrianti, Program Jurusan Komunikasi, Universitas Bengkulu. Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui bagaimana infografis dapat menguatkan reputasi humas pemetintah oleh Satuan Tugas Khusus (SATGASUS) *Government Public Relations* (GPR), sedangkan pada penelitian ini penulis ingin mengetahui bagaimana penyusunan konten infografis yang disusun oleh humas Ditjen Hortikultura sebagai bagian dari fungsi humas yaitu melakukan penyampaian informasi kepada publik. Oleh karena itu, pada penelitian

ini penulis ingin melakukan penelitian tentang proses penerapan kriteria infografis yang disusun oleh humas Ditjen Hortikultura.

Penulis ingin memfokuskan penelitian bagaimana Subag Hukum dan Humas Ditjen Hortikultura menyusun infografis, bagaimana Subag Hukum dan Humas Ditjen Hortikultura mendapatkan informasi, bagaimana melakukan riset sebelum nantinya akan menjadi sebuah informasi yang akan diangkat, bagaimana penyusunan teks, pemilihan gambar atau foto dan aplikasi yang digunakan oleh humas hortikultura dalam menyusun infografis. Penyusunan konten infografis tersebut lah yang menjadi masalah dalam penelitian. Selain itu, pengangkatan tema mengenai infografis oleh praktisi humas dikarenakan adanya sebuah riset yang dilakukan oleh Dr. Albert Mehrabiann, seorang professor psikologi dari Universitas California, Los Angeles mengatakan bahwa manusia lebih menerima dengan baik komunikasi secara visual (Arifin, et al, 2015, 2).

1.2 Perumusan Masalah

Dalam proses penyampaian informasi, tentunya diperlukan strategi penyusunan konten serta media yang tepat agar informasi yang disusun dapat diterima oleh komunikan. Dalam hal ini, Dirjen Hortikultura selaku penyedia dan penyampai informasi memerlukan strategi dalam menyusun infografis yang digunakan agar informasi yang disampaikan dapat dipahami oleh masyarakat yang membaca. Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis ingin mengetahui

bagaimana proses penerapan kriteria infografis sebagai media penyampai informasi dalam praktik hubungan masyarakat pada Direktorat Jenderal Hortikultura. Oleh karena itu penulis merumuskan masalah penelitian lewat pertanyaan yaitu bagaimana pengelolaan penerapan kriteria infografis sebagai media penyampai informasi dalam praktik hubungan masyarakat pada Direktorat Jenderal Hortikultura?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana proses penerapan kriteria infografis sebagai media penyampai informasi dalam praktik hubungan masyarakat pada Direktorat Jenderal Hortikultura.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan sebagai pengembang Ilmu Sosial dan Komunikasi dan juga dijadikan referensi bagi mahasiswa yang juga melakukan kajian terhadap infografis sebagai media penyampai informasi oleh praktisi humas Direktorat Jenderal Hortikultura.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat pada pengetahuan tentang infografis sebagai media penyampai informasi oleh praktisi humas Direktorat Jenderal Hortikultura.

3. Manfaat Sosial

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pandangan bagi masyarakat ataupun penulis selanjutnya, yang menjadikan tulisan ini sebagai referensi tentang infografis sebagai media penyampai informasi oleh Humas Direktorat Jenderal Hortikultura.

1.5 Sistematika Penelitian

JUDUL: Judul penelitian adalah kalimat pernyataan yang secara spesifik mencerminkan isi penelitian dan sebaiknya dinyatakan dengan singkat, jelas dan tidak bersifat ambigu (dapat menimbulkan penafsiran ganda).

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bagian ini berisi:

- Penjelasan mengenai gejala atau fenomena yang hendak diteliti dengan mempergunakan data-data empiris yang ada.
- Rasionalisasi atau argumentasi yang menyatakan bahwa penelitian ini perlu dilakukan.
- Penelitian terdahulu terhadap topik yang sama serta perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan.

B. Perumusan Masalah

Bagian ini berisi:

- Masalah penelitian (*research problem*) yang berada pada level konsep.
- Pernyataan masalah (*problem statement*) berupa kalimat pertanyaan yang diturunkan dari level konsep.

C. Tujuan Penelitian

Tujuan untuk menyelesaikan atau menjawab masalah penelitian

D. Manfaat Penelitian

- Manfaat Akademis yaitu kegunaan penelitian bagi perkembangan keilmuan dalam ilmu komunikasi.
- Manfaat Praktis yaitu kegunaan penelitian bagi para praktisi atau industri dalam topik yang diteliti.
- Manfaat Sosial yaitu kegunaan atau sumbangsih hasil penelitian bagi perkembangan kehidupan masyarakat apabila hasil penelitian diterapkan.

E. Sistematika Penulisan

Bagian ini menjabarkan tentang struktur penulisan dari skripsi secara menyeluruh dari awal sampai akhir secara bab per bab. Tidak sekedar menyebutkan sub-bab yang ada dalam tiap bab tetapi menjelaskan kandungan dari masing-masing sub-bab tersebut.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

Bagian ini berisi berbagai teori dan/atau konsep yang relevan dengan masalah yang hendak diteliti.

B. Kerangka Teoritis

Bagian ini berisi konstruksi teoritis (*theoretical/logical construct*) atau biasa juga disebut teorisasi yang merupakan sintesa dari serangkaian teori atau konsep yang akan dipergunakan. Sintesa itu pada dasarnya mengambil bentuk gambaran sistematis dari kinerja teori dalam memberikan jawaban atau alternatif jawaban dari permasalahan penelitian yang telah ditetapkan.

C. Kerangka Berpikir

Berisi sistematika pemikiran yang disusun menjadi bagan kerangka berpikir.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Paradigma Penelitian

Bagian ini berisi paradigma penelitian yang dipilih sesuai dengan masalah penelitian.

B. Pendekatan Penelitian

Penjelasan atas pendekatan yang akan digunakan dan rasionalisasi atau argumentasi mengapa pendekatan itu relevan dengan masalah yang hendak diteliti.

C. Metode Penelitian

Menjelaskan metode penelitian yang akan dipergunakan, misalnya: etnografi, fenomenologi, atau analisis teks. Penjelasan mencakup rasionalisasi atau argumentasi mengapa metode penelitian itu relevan dengan masalah yang hendak diteliti.

D. Metode Pengambilan Informan

Menjelaskan bagaimana informan diambil. Bagian ini berisi:

- Kriteria informan kunci dan informan
- Teknik pengambilan informan seperti: maximum variation, emergent, snowball, typical, dan sebagainya.

E. Sumber Data

Pada bagian ini dijelaskan dari mana data akan diambil. Penjelasan mencakup sumber data primer dan sumber data sekunder.

F. Metode Pengumpulan Data

Bagian ini menjelaskan metode yang akan digunakan untuk mengumpulkan data dari sumber data misalnya wawancara mendalam, observasi partisipatif, *focus group discussion* (FGD). Jika melakukan penelitian terhadap teks misalnya dengan dokumentasi. Bagian ini sangat krusial bagi penelitian karena metode pengumpulan data sangat menentukan kualitas.

Contoh kutipan langsung yang lebih dari 3 baris

Intelektual menurut Sutrisno (2004:45) adalah:

Para pemakai akal budi untuk analisis realitas dan pengembangan ilmu yang tidak perlu mengaitkan komitmen itu dalam bingkai kesejahteraan masyarakat. Jadi, intelektual lebih tampil sebagai profesi murni yang data yang akan didapatkan sedangkan kualitas data akan sangat memengaruhi kualitas penelitian yang dilakukan.

G. Teknik Analisis Data

Bagian ini berisi tentang bagaimana data yang sudah ada dianalisis. Analisis data adalah upaya untuk melakukan reduksi data sehingga dari koleksi data mentah (*raw data*) sehingga bisa didapatkan data yang sudah terseleksi (*selected data*). Misalnya, dengan melakukan coding.

H. Teknik Interpretasi Data

Interpretasi data meliputi bagaimana menafsirkan hasil analisis data sehingga didapatkan jawaban dari masalah penelitian yang nantinya akan menjadi kesimpulan penelitian. Interpretasi itu berupa penafsiran atas hasil analisis data dengan mempergunakan teori yang ada sebagai lensa untuk memahami lebih jauh hasil analisis data yang sudah ada. Secara singkat, menginterpretasi data berarti memahami lebih dalam atau sampai kepada hal-hal yang ada dibalik data deskriptif dengan berupaya melakukan salah satu dari tiga: (1) membuat yang jelas menjadi semakin jelas, (2) meragukan segala yang tampak dengan jelas, (3) membuat apa yang tersembunyi menjadi tampak dengan jelas.

I. Keabsahan Data

Bagian ini berisi tentang bagaimana metode pengumpulan data dan koleksi data yang ada dinilai kualitasnya. Setiap paradigma memiliki kriteria yang berbeda untuk menilai keabsahan data sehingga keputusan tentang penilaian keabsahan data musti dikembalikan kepada paradigma yang dipilih. Misalnya, paradigma interpretivisme akan mempergunakan otentisitas (authenticity) dan keterpercayaan (trustworthiness) sebagai kriteria absah atau tidaknya data yang ada. Metode yang dapat digunakan misalnya adalah triangulasi.

BAB IV PEMBAHASAN

Bagian ini berisi:

- A. Penyajian gambaran umum tentang subjek penelitian yang dipilih dan profil informan kunci dan informan yang telah dipilih.
- B. Pemaparan hasil penelitian berupa penyajian data-data terseleksi yang didapat dari analisis data.
- C. Interpretasi dan diskusi mengenai pokok-pokok temuan penelitian dengan mempergunakan kerangka teoritis yang telah dibuat sebagai lensanya sehingga didapatkan pengetahuan dan pemahaman yang mendalam terhadap permasalahan yang diteliti.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Kesimpulan adalah pokok-pokok analisis dan interpretasi data yang harus menjawab permasalahan penelitian.

B. Saran

- Saran Akademis yaitu saran yang berkaitan dengan bagaimana memajukan kualitas keilmuan bidang ilmu komunikasi misalnya saran mengenai agenda penelitian selanjutnya.
- Saran Praktis yaitu saran yang berkaitan dengan praktik dalam bidang komunikasi yang sesuai dengan topik penelitian yang dikerjakan.
- Saran Sosial yaitu saran yang diberikan untuk dapat memajukan kualitas hidup masyarakat sesuai dengan topik penelitian yang dikerjakan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Humas

Sebagaimana yang penulis pelajari, humas adalah sebuah bagian dari sebuah organisasi atau perusahaan yang dimana mempunyai sebuah tujuan yaitu menjalin dan menjaga sebuah hubungan komunikasi yang baik dengan media maupun publik yang memiliki sebuah manfaat untuk organisasi atau perusahaan itu sendiri. Menurut Cutlip et al (2011, 6) Humas atau *Public Relations* (PR) adalah fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan antara organisasi dengan publik yang memengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut. Lalu menurut Frank Jefkins (dalam Morrisson 2008, 8) humas pada intinya senantiasa berkenaan dengan kegiatan-kegiatan penciptaan pemahaman melalui pengetahuan, dan melalui kegiatan-kegiatan tersebut diharapkan akan muncul suatu dampak yakni perubahan yang positif.

2.1.1 Humas Pemerintah

Pada fungsinya sebagai penghubung atau seseorang yang menjembatani perusahaan dengan publiknya, humas juga ada dan diperlukan dalam pemerintahan. Humas pemerintah biasa disebut *public affairs* (Cutlip et al 2011, 465). *Public Affairs* adalah bidang khusus humas yang memiliki tujuan untuk membangun dan mempertahankan hubungan dengan pemerintah dan komunitas lokal agar dapat

mempengaruhi kebijakan publik (Morrisan 2008, 24). Dalam Cutlip dijelaskan bahwa Humas pemerintah memiliki tugas utama yaitu memberikan informasi. Informasi yang diberikan oleh humas pemerintah merupakan informasi yang mendidik, bukan lobi untuk mendapatkan hasil yang diinginkan.

2.1.2 Fungsi Humas Pemerintah

Sama seperti humas secara umum, humas pemerintah juga mempunyai fungsi yang tidak terlepas dari aspek dan level pemerintahan. Fungsi humas pemerintah adalah sebagai berikut :

1. Memberi informasi konstituen tentang aktivitas agen pemerintah.
2. Memastikan kerja sama aktif dalam program pemerintah seperti voting, *curbside recycling*, dan juga kepatuhan kepada program aturaan seperti menggunakan sabuk pengaman, aturan dilarang merokok.
3. Mendorong warga mendukung kebijakan dan program yang sudah ditetapkan.
4. Melayani sebagai advokat public untuk administrator pemerintah seperti mengelola isu publik di dalam organisasi dan meningkatkan aksesibilitas public ke pejabat administrasi.
5. Mengelola informasi internal berupa *newsletter* organisasi, pengumuman elektronik, dan situs internet untuk karyawan.
6. Memfasilitasi hubungan media, menjaga hubungan dengan media lokal, memberikan informasi kepada pers tentang organisasi.

7. Membangun komunitas dan bangsa seperti mengkampanyekan kesehatan publik dengan dukungan dari pemerintah lewat program sosial dan pembangunan.

2.2 Khalayak/Publik

Khalayak (publik) adalah kelompok atau orang-orang yang berkomunikasi dengan suatu organisasi, baik secara internal maupun eksternal (Jefkins 1992, 71). Khalayak merupakan salah satu unsur yang tidak bisa dilepaskan dalam kegiatan-kegiatan humas. Unsur ini juga yang menyebabkan penyebaran suatu pesan yang disampaikan praktisi humas tidak dilakukan secara pukul rata atau sama kepada semua orang. Dalam pemilihan khalayak, humas lebih diskriminatif, dimana ada unsur-unsur atau segmen-segmen tertentu yang sengaja dipilih agar pesan yang disampaikan dapat efektif. Setiap organisasi memiliki khalayak khusus yang dipilih sesuai dengan tujuan dari sebuah organisasi agar dapat menjalin komunikasi yang baik secara internal maupun secara eksternal.

Ada tiga aspek yang perlu diketahui komunikator atau organisasi dalam memilih khalayaknya agar penyampaian pesan dapat menjadi efektif. Aspek yang pertama adalah aspek sosiodemografik, yaitu khalayak dipilih melalui jenis kelamin, usia, populasi, lokasi, tingkat pendidikan, bahasa, agama, pekerjaan, ideology dan pemilikan media. Aspek kedua dalam pemilihan khalayak adalah dari aspek profil psikologis yaitu emosi, pendapat mereka dan keinginan mereka. Aspek terakhir

adalah aspek perilaku khalayak yaitu hobi, nilai dan norma, mobilitas sosial dan perilaku komunikasi (Cangara 2006, 135-137).

Menurut James Grunig (dalam Morrisson 2008, 161) para pihak yang berkepentingan dengan organisasi atau perusahaan, masing-masing dikategorikan ke dalam :

1. Bukan Khalayak, yaitu orang-orang yang tidak terlibat atau terpengaruh oleh organisasi atau perusahaan. Keterlibatan mereka sangat rendah sehingga tidak memiliki pengaruh kepada organisasi dan juga sebaliknya.
2. Khalayak Tersembunyi, yaitu orang-orang yang tidak menyadari hubungan atau keterkaitan yang mereka miliki dengan organisasi atau perusahaan sehubungan dengan masalah yang dihadapi.
3. Khalayak Sadar, yaitu orang-orang yang menyadari memiliki keterkaitan dengan organisasi atau perusahaan namun belum melakukan komunikasi satu sama lainnya
4. Khalayak Aktif, yaitu orang-orang yang menyadari adanya keterkaitan dengan organisasi atau perusahaan dan sudah melakukan komunikasi antara satu sama lainnya dalam mempengaruhi permasalahan yang terkait.

2.3 Infografis

Infografis merupakan sebuah gambar yang memberikan kita sebuah informasi. Infografis dapat berupa grafik, bagan, peta dan hal-hal lain. Infografis membuat informasi menjadi mudah untuk dimengerti. Kita dapat melihat infografis dimana saja, infografis dapat ada di buku, koran, televisi, website, poster dan lain-lain (Oxlade, 2014, 4). Sebuah infografis memuat sebuah gambar, simbol, ilustrasi, data statistik dan desain-desain menarik. Sedangkan menurut Smiciklas (2012, 3) infografis di definisikan sebagai visualiasasi data atau ide yang mencoba untuk menyampaikan informasi kompleks kepada audience dengan cara tertentu dan dapat mudah dipahami atau mudah dimengerti.

Infografis dianggap menjadi salah satu media yang efektif dalam mengkomunikasikan dan menvisualisasikan data atau informasi yang kompleks. Penggunaan infografis telah digunakan oleh banyak lembaga-lembaga internasional dan nasional, seperti Bank Dunia (*World Bank*) pada level internasional hingga Kementerian Komunikasi dan Informatika yang berada pada level nasional (Satria, 2016, 5). Ke-efektifitasan infografis terletak pada visualisasi data yang baik, sehingga mampu mempengaruhi pembaca untuk mau menalaah secara detail maksud dari infografis yang dibaca.

2.3.1 Penyusunan Infografis

Infografis di buat untuk memudahkan masyarakat atau pembacanya tertarik dan mudah untuk dimengerti. Oleh karena itu infografis mempunyai beberapa kriteria atau langkah yang dapat dijadikan acuan sebagai penyusunan infografis yang berkualitas. Berikut kriteria-kriteria atau langkah-langkah dalam menyusun infografis yang berkualitas baik :

1. Berorientasi pada Tujuan Infografis

Hasil infografis yang diproduksi harus berorientasi pada masing-masing tujuan jenis konten. Tujuan dari konten-konten pemerintahan umumnya dibagi menjadi 5 hal yakni untuk memberikan informasi dan panduan, sosialisasi, menghibur dan memberikan informasi teraktual.

2. Riset, Sumber dan Waktu Produksi

Infografis yang diproduksi perlu melalui proses riset dari sumber-sumber yang dapat dipertanggungjawabkan. Pemilahan data yang dilakukan menggunakan pendekatan dasar statistik dengan tujuan positif, pemilahan data menggunakan pendekatan logika (identitas, kontradiksi, korelasi dan kombinasi), memiliki informasi yang komprehensif dan akurat, konten memuat sumber yang dapat divalidasi lisensi/ijin penggunaan aset (gambar, ilustrasi, video, audio) yang didapat dari internet dan yang terakhir mencantumkan tanggal produksi agar pembaca mengetahui apakah informasi tersebut masih berlaku.

3. Relevan dengan Kebutuhan Pembaca

Hasil infografis yang diproduksi harus relevan. Infografis harus aktual, sesuai dengan kenyataan yang ada sekarang, *up to date* dengan kebutuhan pembaca saat ini, menawarkan informasi baru atau teknik penyampaian terkini dan ilustrasi atau gambar yang mendukung.

4. Struktur Visual

Infografis yang diproduksi harus memiliki struktur visual yang baik. Infografis perlu memiliki keseimbangan visual, kombinasi simbol, ilustrasi, gambar, font yang serasi dalam gaya, simbol, ilustrasi, gambar, font sesuai dengan karakter topik yang ditampilkan, palet warna sesuai karakter topik, pemilihan warna yang mudah diserap mata, elemen desain dengan proporsi yang akurat, tampilan terstruktur pada grid yang rapi dan professional dan memiliki komposisi elemen audiovisual yang bagus (untuk infografis dinamis).

5. Keterbacaan (*Readability*)

Infografis yang diproduksi dapat mudah dibaca dan dipahami. Teks dalam infografis tidak perlu panjang, lalu ukuran font tidak terlalu kecil sehingga susah dibaca (minimal font size 9 poin), infografis menggunakan Bahasa Indonesia yang baik dan benar dan adanya jarak antar font ideal (tidak terlalu rapat).

6. Persuasi

Infografis yang diproduksi perlu memiliki unsur persuasi agar menarik minat pembaca. Unsur persuasi dapat digunakan pada judul infografis, dimana pemilihan judul infografis dapat mengarahkan pembaca untuk terus membaca infografis dan menimbulkan rasa penasaran. Unsur persuasi juga dapat digunakan pada level atau sisi visual dari infografis.

7. Lugas (*Simplicity*)

Infografis yang diproduksi perlu bersifat lugas atau langsung pada point yang ingin dijelaskan. Infografis perlu memiliki alur yang tidak rancu atau urut sesuai dengan alur paparan, lalu memiliki satu ide sentral yang menjadi fokus, tidak menimbulkan bias, ambigu dan kesalahpahaman, serta perlu memilih istilah yang mudah dipahami oleh semua orang.

8. Sesuai *Brand Guideline*

Infografis yang diproduksi harus sesuai dengan *brand guideline* dan tidak melanggar ketentuan yang ada. Infografis perlu memiliki ciri yang konsisten terhadap brand atau pihak perusahaan.

9. Mudah Dibagikan (*Shareability*)

Infografis yang sudah diproduksi harus dapat dibagikan dengan mudah ke dalam website, berbagai platform media, terutama media digital atau media sosial (Kemkominfo 2018, 2-8)

Jason Lankow juga menjelaskan beberapa proses penyusunan infografis sebelum menjadi visualisasi data yang efektif membutuhkan kolaborasi dari beberapa langkah yaitu :

1. *The Creative Brief and Ideation*

Merupakan pondasi awal dari proyek penyusunan infografis. Pada tahap ini penyusun infografis membuat ringkasan ide-ide dan penciptaan atau pemilihan informasi apa yang akan di angkat untuk dijadikan arah panduan dalam menyusun infografis.

2. *Research and Data Analysis*

Dalam tahap ini informasi yang sebelumnya di bentuk, kembali dilakukan pengujian dan analisis data agar informasi yang akan dimuat dalam infografis dapat di pertanggungjawabkan ke akuratan nya.

3. *Content Creation*

Informasi yang telah dibuat dan di uji atau di analisis lalu di bentuk ke dalam konten informasi yang padat dan bahasanya mudah dimengerti agar khalayak yang ditujukan atau dipilih oleh penyusun infografis dapat dengan mudah menyerap dengan baik informasi yang disampaikan.

4. *Design and Data Visualization*

Pada tahap ini penyusun infografis membuat sebuah template atau wadah mode infografis yang dibuat dengan bantuan aplikasi tools pembuat infografis seperti *Ichart*, *Pixlr*, *Canva* dll. Setelah itu, informasi yang telah

dibuat menjadi sebuah konten informasi yang akan diangkat lalu di taruh ke dalam template infografis. Konten informasi yang ditaruh di dalam template infografis dapat berupa sebuah gambar, animasi, data statistik dsb.

5. *Distribution*

Pada tahap akhir adalah tujuan dari penyusunan infografis tersebut yaitu, pendistribusian atau penyebaran infografis melalui media sosial, media massa, banner, media cetak dll. Dalam penyebarannya lewat media sosial infografis harus sesuai dengan platform media sosial yang akan digunakan, karena setiap media sosial memiliki ukuran gambar yang berbeda dengan yang lainnya (Lankow 2012, 4)

2.4 Riset Visualisasi Data

Dalam penelitian yang di publikasikan pada 15 September 2014 mengatakan visualisasi bekerja terhadap sudut pandang manusia dikarenakan kita merespon kepada proses visualisasi data lebih baik dari pada tipe data lainnya. Faktanya, otak manusia memproses gambar 60.000 kali lebih cepat dibandingkan teks, dan 90 persen informasi yang disampaikan ke otak kita adalah data visual atau gambar (www.t-sciences.com, diakses 12 Juli 2019).

Adapun juga penelitian yang dilakukan oleh Dr. Albert Mehrabian, seorang profesor psikologi dari Universitas California, Los Angeles mengatakan bahwa ada beberapa tingkat pemahaman yang lebih baik pada saat kita berkomunikasi. Pada

hasil penelitiannya dikatakan kita memahami perkataan atau komunikasi verbal sebanyak 7 persen saja, kemudian 38 persen didapat dari komunikasi non-verbal (suara atau audio) sedangkan persentase terbesar yakni 55 persen didapat dari *body language* atau termasuk ke dalam komunikasi secara visual yang dimana melibatkan komunikasi lewat postur tubuh, ekspresi wajah dan *gesture* (Arifin, et al, 2015, 2). Dari kedua penelitian tersebut maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa penyampaian informasi lewat visualisasi data dapat menjadi media mudah diterima oleh masyarakat yang melihat.

2.5 Teori Difusi Inovasi

Teori ini meneliti bagaimana ide-ide baru, hal praktis atau objek diadopsi oleh individu-individu dan organisasi. Sejak tahun 1950-an, Everett M. Rogers telah mengembangkan model yang sangat komprehensif tentang bagaimana inovasi-inovasi diadopsi. Berdasarkan tingkatan kesiapan dalam menerima ide atau objek baru, pengadopsi dikelompokkan menjadi lima kelompok, yaitu: (a) *innovators*, petualang yang paling awal mengadopsi ide-ide baru. Menurut Rogers, kelompok ini lebih cosmopolitan dibanding anggota kelompok lainnya; (b) *early adopter*, tokoh-tokoh lokal (kurang cosmopolitan dibanding innovator), biasanya derajatnya tinggi sebagai pemuka pendapat dalam sistem sosial; (c) *early majority*, penuh pertimbangan, sering berinteraksi dengan anggota kelompoknya, kadangkala menempati posisi kepemimpinan; (d) *late majority*, skeptis (ragu-ragu), seringkali mengadopsi inovasi karena kondisi ekonomi tidak menentu atau meningkatnya

tekanan jaringan; (e) *laggards*, orang-orang lokal tradisional, termasuk nyaris terisolasi dan poin rujukannya selalu berorientasi ke masa lalu (Ardianto 2010, 111).

Teori difusi akhir-akhir ini banyak digunakan sebagai pendekatan komunikasi pembangunan, terutama di negara Indonesia atau dunia ketiga. Teori difusi merupakan proses dimana suatu inovasi dikomunikasikan melalui saluran tertentu dalam jangka waktu tertentu di antara para anggota suatu sistem sosial. Difusi adalah suatu jenis komunikasi khusus yang berkaitan dengan penyebaran pesan-pesan sebagai ide baru. Sedangkan komunikasi didefinisikan sebagai proses dimana para pelakunya menciptakan informasi dan saling bertukar informasi tersebut untuk mencapai pengertian bersama. Dalam teori difusi inovasi, komunikator yang mendapatkan pesan dari media massa, sangat kuat memengaruhi media massa, akan memengaruhi massa untuk mengikutinya (Ardianto, 2010,111).

Berdasarkan penjelasan teori difusi inovasi diatas peneliti menyimpulkan bahwa Direktorat Jenderal Hortikultura menggunakan infografis sebagai media penyampai informasi merupakan suatu bentuk adopsi sebuah inovasi baru dalam menyampaikan informasi kepada publik masyarakat secara menarik dan juga mudah dimengerti.

2.6 Kerangka Teoritis

Humas merupakan sebuah jembatan penghubung antara masyarakat dengan sebuah perusahaan atau organisasi. Hubungan yang terjadi antara masyarakat dengan perusahaan mempunyai sebuah kepentingan yang sama-sama menguntungkan kedua belah pihak. Dalam ruang lingkup pekerjaannya, humas dibagi menjadi beberapa bidang pekerjaan salah satunya adalah humas pemerintah atau biasanya disebutnya *public affairs*. Humas pemerintah mempunyai tugas utama yaitu memberi informasi kepada khalayak. Khalayak yang dimaksud dalam ruang lingkup pemerintahan tentu saja adalah masyarakat itu sendiri. Pemberian informasi yang dilakukan oleh humas pemerintah memiliki tujuan yaitu, mendidik dan juga mensosialisasikan program-program yang pemerintah. Pada proses komunikasi penyampaian dan penerimaan pesan, khalayak dan pesan informasi memiliki ikatan yang berkesinambungan. Pemilihan khalayak dapat membuat pesan informasi agar praktisi humas dapat membuat tujuan, strategi dan taktik dengan jelas dan efektif, lalu pesan yang disampaikan oleh humas juga perlu menarik minat, persuasif dan mudah dimengerti agar khalayak yang membaca dapat menerima pesan dengan baik.

Kegiatan pemberian atau penyampaian yang dilakukan oleh humas pemerintah tentu memiliki alat atau media yang membantu agar pesan yang ingin disampaikan dapat menjadi pesan yang terserap baik oleh masyarakat. Salah satu media yang biasanya digunakan oleh humas pemerintah adalah infografis, merupakan sebuah media yang mengutamakan penyampaian pesan lewat visualisasi data yang

menarik. Informasi yang disampaikan melalui infografis di ubah ke dalam format sebuah gambar, teks dan simbol, ilustrasi, data statistik hingga desain-desain yang dapat menarik minat untuk melihat atau membaca sehingga informasi yang disampaikan oleh humas dapat dipraktikan oleh masyarakat. Selain itu dalam riset yang sudah dijelaskan diatas juga membuktikan bahwa visualisasi data yang disampaikan lewat infografis merupakan cara yang cukup efektif dapat diserap oleh masyarakat atau khalayak.

Untuk itu maka infografis membutuhkan proses penyusunan yang cukup panjang dan tidak mudah, hal tersebutlah yang membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada humas Ditjen Hortikultura dalam proses penerapan kriteria infografis sebelum dapat dibagikan melalui media sosial. Dalam proses penyusunan infografis menurut Kemkominfo terdapat beberapa kriteria dalam infografis sebelum dapat disebarakan (Kemkominfo, 2018, 3-8), yaitu :

1. Berorientasi pada masing-masing jenis tujuan infografis,
2. Konten informasi harus berdasarkan riset dan sumber yang dapat dipertanggungjawabkan serta tanggal produksi sebagai referensi aktualitas,
3. Relevansi dengan kebutuhan pembaca,
4. Struktur visual yang harmonis dan menarik,
5. Keterbacaan informasi yang disusun (*Readability*),
6. Memiliki unsur persuasi,
7. Lugas (*Simplicity*),

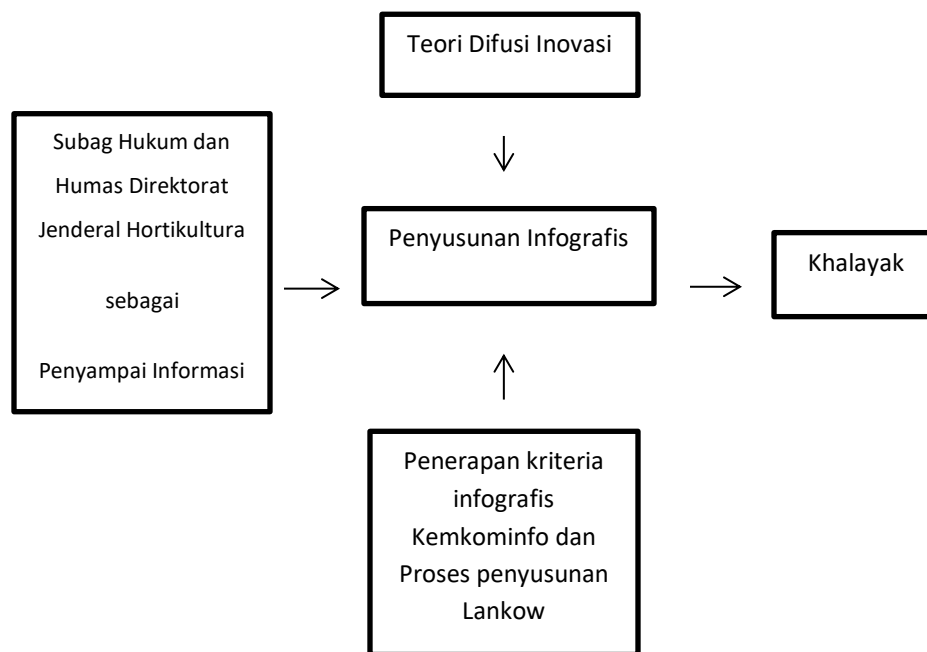
8. Konsistensi dengan *brand guideline* dan
9. Kemudahan untuk dibagikan (*Shareability*)

Selain itu penulis juga berpaku pada proses penyusunan infografis yang dijelaskan oleh Lankow (2012, 4). Berikut merupakan prosesnya yaitu :

1. *The Creative Brief and Ideation*
2. *Research and Data Analysis*
3. *Content Creation*
4. *Design and Data Visualization*
5. *Distribution*

Penggunaan kriteria dan proses yang digunakan dalam penyusunan infografis oleh praktisi humas Subag Hukum dan Humas Direktorat Jenderal Hortikultura merupakan salah satu bentuk adopsi ide atau hal praktis yakni menggunakan infografis sebagai media penyampai informasi dalam bentuk data visual.

2.7 Kerangka Berfikir



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian

Paradigma dilihat sebagai dasar dari kepercayaan maupun keyakinan yang dipegang oleh individu dalam melihat atau memberikan pandangan terhadap sesuatu hal. Sifat paradigma dapat disamakan dengan Teologi dan Kosmologi yang dimana hanya didasarkan oleh sebuah keyakinan saja (Denzin dan Lincoln, 2017, 107). Paradigma dibagi menjadi 4 yaitu, positivisme, post-positivisme, kritis dan konstruktivisme. Dalam paradigma terdapat 3 pertanyaan yaitu ontologi, atau juga dikenal sebagai dimensi yang menjadi focus utama dalam menganalisis masing-masing paradigma. Pada penelitian ini paradigma yang digunakan oleh peneliti adalah konstruktivisme.

Konstruktivisme dalam dimensi ontologi mengatakan bahwa realitas dapat dipahami dalam berbagai bentuk, berbasis sosial, dan berdasarkan pengalaman individual bahkan hingga lintas budaya. Konstruksi realitas dapat berubah, sebagaimana adanya sebuah realitas. Dalam epistemologi, konstruktivisme bersifat transaksional dan subyektif. Peneliti dan objek penelitiannya diasumsikan terhubung secara interaktif sehingga apa yang menjadi temuan penelitian sesungguhnya terbentuk saat proses interaktif tersebut berjalan. Setelah itu, konstruktivisme pada dimensi metodologi mengatakan bahwa konstruktivisme

mempunyai sifat memberikan pemahaman (hermeneutika) dan menyatakan bahwa segala sesuatu hadir akibat dua hal bertentangan (dialektika). Variabel dan personal yang menjadi sifat dasar dari konstruksi sosial menyarankan bahwa konstruksi individu dapat diperoleh dan disempurnakan hanya lewat dari interaksi antara peneliti dengan responden (Denzin dan Lincoln, 2005, 111).

3.2 Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah Pendekatan Kualitatif. Penelitian dengan pendekatan kualitatif tidak seperti berita yang dibuat oleh jurnalis-jurnalis yang memiliki sifat *to the point* , melainkan hasil dari investigasi yang mendalam dengan ibarat kita mencari tau apa arti dibalik dari sebuah cerita yang diceritakan orang lain, bagaimana hal tersebut bisa terjadi, mengapa dapat sampai ke telinga kita. Esensinya penelitian dengan pendekatan kualitatif adalah mencari tau sebuah pemahaman dari sebuah peristiwa yang dianggap unik dan terjadi pada lingkungan kita.

Menurut Erikson (dalam Anggito dan Setiawan, 2018, 7) penelitian kualitatif berusaha untuk menemukan dan menggambarkan secara naratif kegiatan yang dilakukan dan dampak dari tindakan yang dilakukan terhadap kehidupan mereka. Penelitian kualitatif berbeda dengan penelitian kuantitatif yang dalam analisisnya dibantu dengan bantuan ilmu statistik yang akurat, tetapi menggunakan rumus 5W+1H (Ardianto, 2010, 58). Peneliti kualitatif percaya bahwa “kebenaran” adalah

dinamis dan dapat ditemukan hanya melalui penelaahan terhadap orang-orang dalam interaksinya dengan situasi sosial kesejarahan (Danim, 2002, 35). Berdasarkan pendapat ahli diatas peneliti memperoleh gambaran bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang mendeskripsikan sesuatu hal yang terjadi lewat hasil analisis melalui sebuah hasil observasi interaksi dan pertanyaan-pertanyaan yang membantu peneliti untuk mencari tau dengan pasti bagaimana hal tersebut dapat terjadi.

Sebagai peneliti yang memakai pendekatan kualitatif sudah seharusnya mengetahui karakteristik dari penelitian dengan pendekatan kualitatif. Menurut Bogdan dan Biklen (1982, 27-29) mengatakan bahwa karakteristik dari penelitian kualitatif adalah sebagai berikut : 1. Dilakukan pada kondisi yang alamiah atau peneliti langsung datang ke sumber data penelitian atau objek yang menjadi bahan penelitian. Oleh karena itu dalam penelitian ini peneliti akan terjun langsung menemui humas Ditjen Hortikultura terkait dengan penelitian yang diteliti. 2. Penelitian kualitatif bersifat deskriptif. Data yang dikumpulkan penulis berupa kata-kata dan gambar, dalam hal ini maka data dalam penelitian ini adalah berupa kata-kata yang menjelaskan proses pembuatan infografis dan juga gambar infografis yang dibuat oleh humas Ditjen Hortikultura. 3. Penelitian kualitatif lebih menekankan pada proses dibandingkan produk atau *outcome*. Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya, yang menjadi focus dalam penelitian ini adalah proses pembuatan yang dilakukan oleh humas Ditjen Hortikultura sebagai penyampai informasi. 4. Penelitian kualitatif melakukan analisis data secara induktif yaitu, dalam penelitian ini peneliti

tidak mencari data fakta untuk melakukan uji teori. 5. Penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari data yang diamati, yang berarti dalam penelitian ini peneliti perlu mengeksplorasi data secara mendalam. Oleh karena itu maka penelitian ini nantinya akan menggunakan wawancara mendalam sebagai metode yang digunakan dalam mendapatkan data.

3.3 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan peneliti adalah metode kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif deskriptif ditujukan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan fenomena-fenomena yang ada, baik bersifat alamiah maupun rekayasa manusia, yang lebih memperhatikan mengenai karakteristik, kualitas dan keterkaitan antar kegiatan. Selain itu, penelitian deskriptif tidak memberikan perlakuan, manipulasi atau pengubahan pada variable-variabel yang diteliti, melainkan menggambarkan suatu kondisi yang apa adanya. Satu-satunya perlakuan yang diberikan hanyalah penelitian itu sendiri, yang dilakukan melalui observasi, wawancara dan dokumentasi (Nana Syaodih, 2011, 73).

Menurut Ardianto (2010, 60) juga menjelaskan bahwa ciri lain metode deskriptif kualitatif ialah menitik beratkan pada observasi dan alamiah (*natural setting*). Peneliti terjun kelapangan, bertindak sebagai pengamat. ia membuat kategori perilaku, mengamati gejala, dan mencatatnya dalam buku observasi. Ia tidak berusaha memanipulasi data. Pada kesimpulan yang didapatkan peneliti pada kedua definisi

kualitatif deskriptif maka peneliti menyimpulkan bahwa dalam penelitian ini peneliti akan mendeskripsikan bagaimana penerapan kriteria infografis dalam praktik hubungan masyarakat pada Direktorat Jenderal Hortikultura.

3.4 Metode Pengambilan Informan

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan kualitatif oleh karena itu subyek penelitian pada penelitian ini disebut informan. Informan adalah orang yang diwawancarai dan diminta informasinya, atau orang yang diperkirakan menguasai dan memahami data, informasi atau fakta dari suatu obyek penelitian (Rukajat, 2018, 18). Adapun teknik yang digunakan oleh peneliti dalam menentukan informan. Teknik yang digunakan peneliti adalah teknik *purposive sampling*.

Teknik *purposive sampling* adalah teknik yang memberikan pertimbangan-pertimbangan tertentu (kriteria-kriteria) dalam pengambilan sampelnya (Fitrah dan Luthfiyah, 2017, 161). Dalam penelitian ini peneliti memberikan kriteria terhadap sampel penelitiannya yaitu, praktisi humas Ditjen Hortikultura yang mengatur dan menyusun infografis adalah sebagai berikut ini :

1. Bapak Rico selaku Kepala Sub Bagian Hukum dan Humas Ditjen Hortikultura
2. Bapak Alif staff Hukum dan Humas Ditjen Hortikultura selaku pelaksana infografis

3. Kristrianto Dimas dan Septiani Ayu selaku mahasiswa magang yang menjadi Triangulasi Data dalam penelitian ini.

3.5 Sumber Data

Terdapat dua sumber data yang ada dalam sebuah penelitian sosial, yaitu sumber data primer dan sekunder. Data primer merupakan data yang dikumpulkan berdasarkan interaksi langsung peneliti dengan narasumber atau objek penelitiannya (Bungin, 2011, 132). Data primer dalam penelitian ini adalah data wawancara mendalam dengan humas Ditjen Hortikultura yang terpilih menjadi informan yang memenuhi kriteria seperti yang sudah dijelaskan diatas.

Sedangkan data sekunder adalah data yang dikumpulkan melalui sumber-sumber data sesudah data primer (Bungin, 2011, 132). Data sekunder diklasifikasi menjadi dua, yaitu :

- a. Internal data, yaitu tersedia tertulis pada sumber data sekunder. Contoh pada sebuah perusahaan dapat berupa faktur, laporan penjualan, pengiriman laporan hasil riset dan sebagainya.
- b. Eksternal data, yaitu data yang diperoleh dari sumber luar. Contoh data eksternal adalah data data yang diperoleh dari badan atau lembaga yang aktivitasnya mengumpulkan data atau keterangan dalam sebuah masalah (Bungin, 2011, 132).

Dalam penelitian ini data sekunder dengan jenis data internal yaitu data yang berupa gambar infografis serta data-data yang berkaitan langsung dengan infografis yang disusun oleh humas Ditjen Hortikultura.

3.6 Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah wawancara mendalam. Wawancara mendalam dilakukan dengan cara bertatap muka langsung dengan informan (Ardianto, 2010, 178). Wawancara mendalam mempunyai beberapa ciri. Pertama, wawancara mendalam biasanya digunakan kepada jumlah informan yang sedikit atau hanya satu orang saja. Kedua, menyediakan latar belakang terperinci yang terelaborasi dengan opini, nilai, pengalaman dan perasaan informan. Ketiga, peneliti tidak hanya memerhatikan jawaban verbal, namun juga melihat respons-respons non-verbal. Keempat, wawancara biasanya dilakukan dalam waktu yang lama. Kelima, memungkinkan untuk memberikan pertanyaan yang berbeda atas informan satu dengan yang lain (Kriyantono, 2006, 98).

3.7 Teknik Analisis Data

Menurut Nasution (2003, 129-134) mengatakan bahwa analisis data penelitian kualitatif harus dimulai dari awal, yaitu ketika data yang didapat dari lapangan harus segera dijadikan ke dalam bentuk tulisan, dalam penelitian ini maka dari audio wawancara yang dilakukan lalu dibuat ke dalam bentuk tulisan (transkrip wawancara). Berikut merupakan langkah-langkah yang dijelaskan menurut Nasution :

1. Mereduksi Data

Data yang sudah diperoleh dalam bentuk transkrip perlu direduksi, dirangkum, difokuskan pada tujuan penelitian lalu dipilih hal-hal pokok yang berkaitan dengan tujuan penelitian. Data yang telah direduksi akan memberikan hasil yang tajam terhadap apa yang diteliti.

2. Men-*display* Data

Data yang telah direduksi dan dipilih menurut tema penelitian lalu dibuat ke dalam bentuk grafiks maupun tabel agar data tidak tertumpuk dengan data yang tidak diperlukan.

3. Mengambil Kesimpulan dan Verifikasi

Data yang telah dikumpulkan lalu dicari pola, tema, hubungan, persamaan hipotesis, kemudian ditarik kesimpulan. Kesimpulan tersebut masih tentatif, kabur atau diragukan. Akan tetapi, dengan bertambahnya data, kesimpulan tersebut akan

lebih grounded. Verifikasi dapat singkat dengan mencari data baru, dapat pula dilakukan oleh satu grup untuk mendapatkan persetujuan bersama agar lebih menjamin validitas dan *confirmability*.

4. Menganalisis Data

Menganalisis data sewaktu pengumpulan data akan menghasilkan lembar rangkuman dengan tingkatan kode rendah, menengah (kode pola) dan tinggi (memo).

5. Membuat lembar rangkuman

Untuk memperoleh inti data yang dicari, peneliti dapat bertanya, siapa, peristiwa atau situasi apa, tergantung dengan tema yang dihadapi dalam lapangan lalu membuat rangkuman terhadap informasi yang perlu perhatian khusus peneliti.

6. Menggunakan Matriks dalam Analisis Data.

Matriks dapat memberi bantuan yang sangat berguna dalam mengolah dan menganalisis data yang banyak, yang terdiri dari matriks, memasukkan data ke dalam matriks, menganalisis data matriks.

Lalu menurut Matt Holland (dalam Daymon dan Holloway, 2008, 367), analisis data tidak dilakukan dalam satu tahap saja. Analisis data kualitatif merupakan proses sistematis yang berlangsung terus-menerus, bersamaan dengan pengumpulan data. Berikut beberapa teknik analisis data kualitatif, meliputi :

1. Pendekatan umum analisis data kualitatif, yaitu induktif pada awalnya, namun menjadi deduktif pada tahap selanjutnya
2. Menyusun data sebelum menganalisis
3. Melakukan Koding (*coding*) dan kategorisasi (*categorizing*) terhadap bukti
4. Menemukan pola dan proposisi kerja
5. Menafsirkan data
6. Mengevaluasi penafsiran anda, dan menunjukkan validitas serta reliabilitasnya
7. Beberapa isu analitis khusus, meliputi analisis berbagai sumber, dokume, catatan lapangan, dan analisis sekunder
8. Perangkat lunak analisis data (Matt Holland dalam Daymon dan Holloway, 2008, 367).

3.8 Teknik Interpretasi Data

Pada tahap ini peneliti akan melakukan interpretasi terhadap data yang sudah peneliti analisis sebelumnya. Interpretasi adalah mendapatkan makna dan pemahaman terhadap kata-kata dan tindakan para partisipan riset, dengan memunculkan konsep dan teori (atau teori berdasar generalisasi yang menjelaskan temuan anda. Kemudian, komunikasikan makna temuan anda pada yang lain melalui laporan tertulis (Daymond dan Holloway, 2008, 369).

Interpretasi data merupakan tahap interpretasi terhadap hasil analisis data. Pada bagian ini peneliti mendiskusikan hasil analisis data, melalui interpretasi terhadap hasil analisis data, dengan menggunakan kerangka pemikiran atau kerangka teori yang semula ditetapkan. Jadi, interpretasi data bermakna sebagai proses rekonseptualisasi terhadap hasil analisis yang sifatnya empiris (Kriyantono, 2006, 87). Pada tahap ini, peneliti akan melakukan pencarian makna dan pemahaman terhadap data-data yang sebelumnya sudah di analisis oleh peneliti. Lalu, peneliti akan memunculkan kerangka teoritis yang ada dan dijelaskan pada bab sebelumnya. Kemudian peneliti akan membuat hasil berupa laporan terkait dengan hasil penemuan yang peneliti dapatkan.

3.9 Keabsahan Data

Keabsahan data merupakan padanan dari konsep validitas dan keandalan menurut versi penelitian kualitatif dan disesuaikan dengan tuntutan pengetahuan, kriteria dan paradigmanya sendiri. Untuk menetapkan keabsahan data diperlukan teknik pemeriksaan dan pelaksanaan teknik pemeriksaan didasarkan atas sejumlah kriteria tertentu. Ada empat kriteria yang digunakan yaitu : derajat kepercayaan, keteralihan, kebergantungan dan kepastian.

1. Derajat kepercayaan, pada dasarnya menggantikan konsep validitas internal dan nonkualitatif. Kriteria ini berfungsi: pertama, melaksanakan inkuiri sedemikian rupa sehingga tingkat kepercayaan penemuannya dapat dicapai; kedua, memperjuangkan derajat kepercayaan hasil-hasil penemuan dengan jalan pembuktian oleh peneliti pada kenyataan ganda yang sedang diteliti.
2. Keteralihan, sebagai persoalan yang empiris bergantung pada kesamaan antara konteks pengirim dan penerima. Untuk melakukan pengalihan tersebut seorang peneliti hendaknya mencari dan mengumpulkan kejadian empiris tentang kesamaan konteks. Dengan demikian peneliti bertanggung jawab untuk menyediakan pengalihan tersebut. Untuk keperluan itu peneliti harus melakukan penelitian kecil untuk memastikan usaha memverifikasi tersebut.

3. Kebergantungan, konsep kebergantungan lebih luas dari pada reliabilitas, hal tersebut disebabkan peninjauan yang dari segi bahwa konsep itu diperhitungkan segala-galanya yaitu yang ada pada reliabilitas itu sendiri ditambah faktor-faktor yang tersangkut.
4. Kriteria kepastian, objektivitas-subjektivitasnya sesuatu hal bergantung pada orang seorang. Selain itu masih ada unsur kualitas yang melekat pada konsep objektivitas itu. Hal ini digali dari pengertian bahwa jika sesuatu itu objek, berarti dapat dipercaya, faktual, dan dapat dipastikan. Subjektif berarti tidak dapat dipercaya, atau melenceng. Pengertian terkahir ilmiah yang dijadikan tumpuan pengalihan pengertian objektivitas-subjektivitas menjadi kepastian (Fitrah dan Luthfiyah, 2017, 92).

Keabsahan data merupakan standar kebenaran data hasil penelitian yang lebih menekankan pada/informasi daripada sikap dan jumlah orang. Dalam penelitian kualitatif, temuan atau data dapat diintakan valid apabila tidak ada perbedaan antara yang dilaporkan peneliti dengan apa yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti (Fitrah dan Luthfiyah, 2017, 93). Dalam penelitian ini peneliti juga menggunakan model triangulasi. Model triangulasi, artinya mengulang atau mengklarifikasi dengan aneka sumber. Jika yang diperlukan triangulasi data, dapat dilakukan dengan cara mencari data-data lain sebagai pembanding.

Orang yang terlibat dapat dimintai keterangan lebih lanjut tentang data yang diperoleh (Endraswara, 2009, 224). Dalam penelitian ini maka mahasiswa magang yakni Kristrianto Dimas dan Septi Ayu Rosita menjadi triangulasi data peneliti seputar dengan data yang ingin didapatkan peneliti yakni pengelolaan penerapan kriteria infografis dalam praktik hubungan masyarakat pada Direktorat Jenderal Hortikultura.

BAB IV

PEMBAHASAN

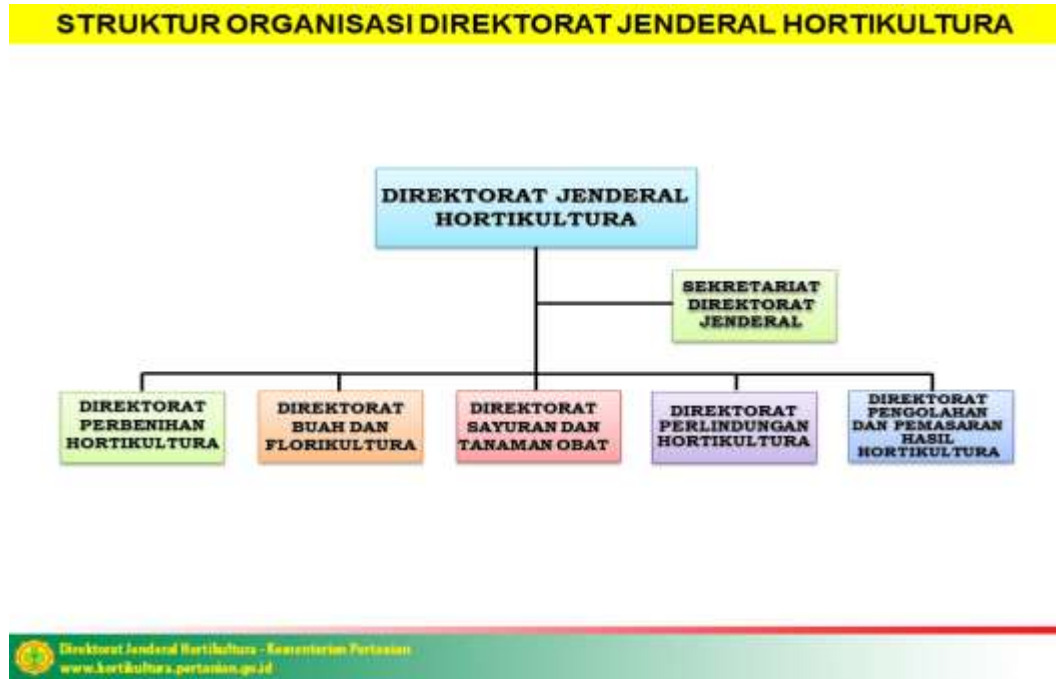
4.1 Direktorat Jenderal Hortikultura

Indonesia adalah sebuah negara agraris dengan memiliki iklim tropis yang berada pada garis katulistiwa. Mayoritas penduduknya Indonesia adalah petani yang dalam perkembangannya kemudian mengarah kepada industri, namun demikian sektor pertanian masih memiliki peran dan arti penting diantara sektor-sektor lainnya seperti kehutanan, perikanan, pariwisata dan lain sebagainya dalam mendukung perkembangan dan kemajuan perekonomian Indonesia. Peran penting tersebut tidak luput ditopang dengan kebijakan pemerintah untuk membentuk sebuah institusi atau departemen untuk menangani pertanian Indonesia yaitu Departemen Pertanian Republik Indonesia. Departemen Pertanian RI pada saat ini memiliki 12 eselon I yang menangani 12 bidang salah satunya adalah Direktorat Jenderal Hortikultura yang khusus menangani pertanian sub sektor hortikultura.

Direktorat Jenderal Hortikultura adalah unit kerja Eselon I di dalam Departemen Pertanian RI yang ditetapkan dengan Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 9 tahun 2005 tentang Kedudukan, Tugas dan Fungsi Susunan Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Negara Republik Indonesia dan Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 10 tahun 2005 tentang unit Organisasi dan Tata Kerja Eselon I Kementerian Negara Republik Indonesia sebagaimana telah diubah

dengan Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor : 15 tahun 2005, yang kemudian dijabarkan lebih lanjut dalam Peraturan Menteri Pertanian Nomor : 299/Kpts/OT.140/7/2005 jo 11/Permentan/OT.140/2/2007 tentang Organisasi dan Tata Kerja Departemen Pertanian cq Direktorat Jenderal Hortikultura dan Peraturan Menteri Pertanian Nomor : 341/Kpts/OT.140/9/2005 jo 12/Permentan/OT.140/2/2007 tentang Kelengkapan Organisasi dan Tata Kerja Departemen Pertanian cq Direktorat Jenderal Hortikultura yang saat ini berdiri. Direktorat Jenderal Hortikultura dalam perkembangan organisasinya selalu dinamis dan berkembang mengikuti tuntutan perkembangan agribisnis di lapang mengingat perkembangan produk agribisnis hortikultura sangat potensial dan prospektif dimasa mendatang yang memerlukan pendekatan pertanian terpadu (PPT), serta permintaan dan prospek pasar yang terus berkembang seiring perkembangan jumlah penduduk, tingkat kesejahteraan dan pendapatan masyarakat.

Dalam perkembangannya Direktorat Jenderal Hortikultura mengalami reorganisasi sebanyak 4 kali yaitu :



Tabel 4.1. Struktur Organisasi Direktorat Jenderal Hortikultura

1. Direktorat Jenderal Produksi Hortikultura dan Aneka Tanaman

Direktorat Jenderal Produksi Hortikultura dan Aneka Tanaman berdiri didasari dengan dikeluarnya Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 177 tahun 2000 tentang Susunan Organisasi dan Tugas Departemen Pertanian yang kemudian ditindaklanjuti dengan Keputusan Menteri Pertanian Nomor 160/Kpts/OT.210/3/2000 tentang Organisasi dan Tata Kerja Departemen Pertanian dan Keputusan Menteri Pertanian Nomor 327/Kpts/OT.210/7/2000 tentang

Kelengkapan Organisasi dan Tata Kerja Departemen Pertanian. Direktorat Jenderal Produksi Hortikultura dan Aneka Tanaman adalah pecahan dari Direktorat Jenderal Tanaman Pangan dan Hortikultura yang merupakan cikal bakal berdirinya Direktorat Jenderal Bina Produksi Hortikultura yang kemudian saat ini berdiri menjadi Direktorat Jenderal Hortikultura. Susunan organisasi Direktorat Jenderal Produksi Hortikultura dan Aneka Tanaman adalah sebagai berikut :

- a. Sekretariat Direktorat Jenderal;
- b. Direktorat Benih;
- c. Direktorat Tanaman Buah;
- d. Direktorat Tanaman Sayuran dan Tanaman Hias;
- e. Direktorat Aneka Tanaman;
- f. Direktorat Perlindungan Tanaman.

2. Direktorat Jenderal Bina Produksi Hortikultura

Berdasarkan Keputusan Presiden RI Nomor : 165 Tahun 2001 tentang Kedudukan, Tugas dan Fungsi serta Susunan Organisasi dan Tata Kerja Departemen Pertanian, dan Keputusan Presiden RI No : 172 tahun 2001, kemudian dijabarkan lebih lanjut dalam Keputusan Menteri Pertanian Nomor : 01/Kpts/OT.210/1/ 2001 tentang Organisasi dan Tata Kerja Departemen Pertanian dan Keputusan Menteri Pertanian 99/Kpts/OT.210/2/2001 tentang Kelengkapan Organisasi dan Tata Kerja Departemen Pertanian sebagaimana telah diubah dengan Keputusan Menteri

Pertanian No : 392/kpts/OT.210/7/2001 dan dipertegas lagi dengan keputusan Direktur Jenderal Bina Produksi Hortikultura Nomor : 01/HK.050/2/2003 tentang Rincian Tugas Unit Kerja Eselon IV lingkup Direktorat Jenderal Bina Produksi Hortikultura, Direktorat Jenderal Bina Produksi Hortikultura memiliki susunan organisasi eselon II sebagai berikut :

- a. Sekretariat Direktorat Jenderal ;
- b. Direktorat Perbenihan;
- c. Direktorat Tanaman Buah;
- d. Direktorat Tanaman Sayuran, Hias dan Aneka Tanaman;
- e. Direktorat Pengembangan Usaha
- f. Direktorat Perlindungan Hortikultura

3. Direktorat Jenderal Bina Produksi Hortikultura

Berdasarkan Keputusan Presiden RI Nomor : 165 Tahun 2001 tentang Kedudukan, Tugas dan Fungsi serta Susunan Organisasi dan Tata Kerja Departemen Pertanian, dan Keputusan Presiden RI Nomor : 172 tahun 2001, kemudian dijabarkan lebih lanjut dalam Keputusan Menteri Pertanian Nomor : 01/Kpts/OT.210/1/2001 juncto Keputusan Menteri Pertanian Nomor : 257/Kpts/OT.140/4/2004 tentang Organisasi dan Tata Kerja Departemen Pertanian dan Keputusan Menteri Pertanian Nomor : 99/Kpts/OT.210/2/2001 juncto Keputusan Menteri Pertanian Nomor : 258/Kpts/OT.140/4/2004 tentang Kelengkapan Organisasi dan Tata Kerja

Departemen Pertanian dan dipertegas lagi dengan keputusan Direktur Jenderal Bina Produksi Hortikultura Nomor : 01/HK.050/2/2003 tentang rincian tugas unit kerja Eselon IV lingkup Direktorat Jenderal Bina Produksi Hortikultura, Direktorat Jenderal Bina Produksi Hortikultura kembali mengalami reorganisasi dengan susunan eselon II sebagai berikut:

- a. Sekretariat Direktorat Jenderal;
- b. Direktorat Perbenihan;
- c. Direktorat Tanaman Buah;
- d. Direktorat Tanaman Sayuran dan Biofarmaka;
- e. Direktorat Tanaman Hias;
- f. Direktorat Perlindungan Hortikultura.

4. Direktorat Jenderal Hortikultura

Dalam perkembangan selanjutnya Direktorat Jenderal Bina Produksi Hortikultura mengalami reorganisasi menjadi Direktorat Jenderal Hortikultura sebagai mana diatur dengan Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 9 tahun 2005 dan Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 10 tahun 2005 sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor : 15 tahun 2005 dan ditindaklanjuti dengan Peraturan Menteri Pertanian Nomor : 299/Kpts/OT.140/7/2005 jo 11/Permentan/OT.140/2/2007 dan Peraturan Menteri Pertanian Nomor : 341/Kpts/OT.140/9/2005 12/Permentan/OT.140/2/2007. Seperti

diterangkan dimuka pada saat ini Direktorat Jenderal Hortikultura memiliki susunan organisasi eselon II sebagai berikut :

- a. Sekretariat Direktorat Jenderal;
- b. Direktorat Perbenihan dan Sarana Produksi;
- c. Direktorat Budidaya Tanaman Buah;
- d. Direktorat Budidaya Tanaman Sayuran dan Biofarmaka;
- e. Direktorat Budidaya Tanaman Hias;
- f. Direktorat Perlindungan Tanaman Hortikultura.

II. Visi :

“Terwujudnya Industri Hortikultura Ramah Lingkungan yang Kuat dan Mandiri untuk Kesejahteraan Petani”

III. Misi :

Melakukan percepatan pengembangan kawasan hortikultura yang ramah lingkungan

Meningkatkan penerapan teknik budidaya dan pasca panen yang baik dengan pendekatan ramah lingkungan;

Menguatkan Sistem dan Industri Perbenihan Hortikultura;

Menguatkan Sistem Perlindungan Hortikultura, serta mitigasi dan adaptasi dampak perubahan iklim;

Mengembangkan pelaku usaha dan kelembagaan hortikultura yang profesional;

Menerapkan tata kelola pengembangan hortikultura yang bersih, dan transparan dan profesional;

Mendukung pengembangan bio – industri hortikultura berkelanjutan;

Mendorong kerjasama dan kemitraan usaha serta perdagangan komoditas hortikultura yang transparan, jujur dan berkeadilan.

IV. Tujuan :

Meningkatkan produksi hortikultura yang aman konsumsi, bermutu dan diproduksi secara ramah lingkungan;

Meningkatkan ketersediaan produk hortikultura untuk memenuhi kebutuhan konsumsi, industri dan ekspor;

Mempertahankan mutu dan menekan kehilangan produk hortikultura;

Meningkatkan produksi dan ketersediaan benih bermutu;

Menekan kehilangan hasil hortikultura akibat dari serangan OPT dan dampak perubahan lingkungan, serta kehilangan hasil pascapanen (http://hortikultura.pertanian.go.id/?page_id=7, diakses pada tanggal 24 Juli 2019).

4.2 Tugas Pokok dan Fungsi Subag Hukum dan Humas Direktorat Jenderal Hortikultura

Tertulis dalam Permentan 20 Tahun 2016 Uraian Pekerjaan Unit Kerja Eselon IV, Subbagian Hukum dan Hubungan Masyarakat halaman 36-42 yaitu sebagai berikut :

Subbagian Hukum dan Hubungan Masyarakat mempunyai tugas melakukan penyiapan bahan penyusunan rancangan peraturan perundang-undangan, bantuan hukum, dan pelaksanaan hubungan masyarakat, serta informasi publik dan urusan perpustakaan. Uraian tugas pekerjaan tersebut meliputi:

a. Melakukan penyiapan bahan penyusunan rencana kerja dan anggaran Subbagian Hukum dan Hubungan Masyarakat, yang kegiatannya terdiri atas:

1. melakukan pengumpulan data penyusunan bahan rencana kerja dan anggaran Subbagian Hukum dan Hubungan Masyarakat;
2. melakukan pengolahan dan analisis data penyusunan bahan rencana kerja dan anggaran Subbagian Hukum dan Hubungan Masyarakat;
3. melakukan penyusunan kerangka acuan kerja (KAK), rencana anggaran biaya (RAB) dan rencana operasional kegiatan (ROK) Subbagian Hukum dan Hubungan Masyarakat; dan
4. melakukan penyajian konsep rencana kerja dan anggaran Subbagian Hukum dan Hubungan Masyarakat.

Hasil kerja:

Konsep rencana kerja dan anggaran, KAK, RAB dan ROK Subbagian Hukum dan Hubungan Masyarakat.

b. Melakukan penyiapan bahan evaluasi pelaksanaan peraturan perundang-undangan di bidang hortikultura, yang kegiatannya terdiri atas:

1. melakukan pengumpulan bahan evaluasi peraturan perundang-undangan;
2. melakukan pengolahan bahan evaluasi peraturan perundang-undangan;
3. melakukan penyiapan bahan evaluasi peraturan perundang-undangan; dan
4. melakukan penyajian bahan evaluasi peraturan perundangundangan.

Hasil kerja:

Konsep laporan evaluasi peraturan perundang-undangan.

c. Melakukan penyiapan bahan penyusunan rancangan peraturan perundang-undangan di bidang hortikultura, yang kegiatannya terdiri atas:

1. melakukan pengumpulan bahan untuk penyusunan peraturan perundang-undangan;
2. melakukan pengolahan bahan untuk penyusunan peraturan perundang-undangan;
3. melakukan penyiapan konsep peraturan perundangundangan; dan
4. melakukan penyajian konsep peraturan perundangundangan.

Hasil kerja:

Konsep rancangan peraturan perundang-undangan di bidang hortikultura.

d. Melakukan penyiapan bahan pelaksanaan harmonisasi rancangan peraturan perundang-undangan di bidang hortikultura.

Hasil kerja:

Konsep rancangan harmonisasi rancangan peraturan perundang-undangan di bidang hortikultura.

e. Melakukan penyiapan bahan dan penyelenggaraan sosialisasi peraturan perundang-undangan di bidang hortikultura, yang kegiatannya terdiri atas:

1. melakukan pengumpulan bahan sosialisasi peraturan perundang-undangan;
2. melakukan penyusunan materi sosialisasi peraturan perundang-undangan;
3. melakukan penyiapan bahan penyelenggaraan sosialisasi peraturan perundang-undangan; dan
4. melakukan penyelenggaraan sosialisasi peraturan perundang-undangan.

Hasil kerja:

Konsep laporan penyelenggaraan sosialisasi peraturan perundang-undangan di bidang hortikultura.

f. Melakukan penyiapan bahan penyusunan bantuan hukum bidang hortikultura, yang kegiatannya terdiri atas:

1. melakukan pengumpulan bahan bantuan hukum;
2. melakukan pengolahan bahan bantuan hukum;
3. melakukan penyusunan bahan bantuan hukum; dan
4. menyajikan bahan bantuan hukum.

Hasil kerja:

Konsep bahan bantuan hukum bidang hortikultura.

g. Melakukan penyiapan bahan penyusunan perjanjian bidang hortikultura, yang kegiatannya terdiri atas:

1. mengumpulkan bahan perjanjian;
2. mengolah bahan perjanjian;
3. menyusun bahan perjanjian; dan
4. menyajikan bahan perjanjian.

Hasil kerja:

Konsep bahan perjanjian bidang hortikultura.

h. Melakukan penyiapan bahan penyusunan informasi dan dokumentasi peraturan perundang-undangan, yang kegiatannya terdiri atas:

1. melakukan pengumpulan bahan penyusunan informasi dan dokumentasi peraturan perundang-undangan;
2. melakukan pengolahan bahan informasi dan dokumentasi peraturan perundang-undangan;
3. melakukan penyusunan informasi dan dokumentasi peraturan perundang-undangan;
4. menyajikan informasi dan dokumentasi peraturan perundang-undangan; dan
5. melakukan penggandaan dan mendistribusikan dokumen peraturan perundang-undangan.

Hasil kerja:

Konsep penyusunan informasi dan dokumentasi peraturan perundang-undangan bidang hortikultura

i. Melakukan penyiapan bahan pelaksanaan hubungan masyarakat, yang kegiatannya terdiri atas:

1. melakukan penyiapan dan mengumpulkan bahan untuk penjelasan pers, konperensi pers, kunjungan pers, wawancara, liputan media cetak dan elektronik serta
2. program hubungan masyarakat lain sesuai dengan prosedur yang berlaku;
3. melakukan penyiapan dan menyusun bahan pameran, publikasi dan dokumentasi serta kegiatan hubungan masyarakat lainnya;

4. melakukan pengumpulan, mengolah dan menyiapkan bahan analisis pendapat umum; dan
5. melakukan penyiapan penyelenggaraan liputan rapat dan hubungan dengan lembaga tinggi negara, pemerintah, organisasi profesi dan asosiasi.

Hasil kerja:

Konsep laporan pelaksanaan hubungan masyarakat.

j. Melakukan penyiapan bahan penyediaan dan pelayanan informasi publik bidang hortikultura, yang kegiatannya terdiri atas:

1. melakukan pengumpulan bahan informasi publik;
2. melakukan pengujian konsekuensi informasi publik yang termasuk dalam kategori dikecualikan dari informasi yang terbuka untuk publik yang ditetapkan oleh pejabat yang berwenang;
3. melakukan penyiapan bahan dan menyediakan pelayanan atas permintaan informasi dari pemohon baik lembaga/individu; dan
4. melakukan penyiapan bahan sosialisasi pelayanan informasi publik.

Hasil kerja:

Konsep laporan pelayanan informasi publik bidang hortikultura.

k. Melakukan pendokumentasian informasi publik bidang hortikultura, yang kegiatannya terdiri atas:

1. melakukan identifikasi, mengumpulkan dan menginventarisasi semua jenis informasi publik yang sudah dilakukan, sedang dikerjakan maupun direncanakan;
2. melakukan pengklasifikasian informasi yang memudahkan penelusuran informasi; dan
3. melakukan pengolahan dan penyimpanan data/informasi publik yang diperoleh.

Hasil kerja:

Konsep laporan pendokumentasian informasi publik bidang hortikultura.

l. Melakukan pengelolaan perpustakaan Direktorat Jenderal Hortikultura, yang kegiatannya terdiri atas:

1. melakukan pengumpulan, mengolah dan menyajikan bahan pustaka;
2. melakukan penyiapan bahan bimbingan pengelolaan perpustakaan;
3. melakukan pemberian pelayanan perpustakaan;
4. melakukan pelestarian, memelihara dan merawat bahan pustaka; dan
5. melakukan penyiapan kerja sama perpustakaan dan koordinasi dengan instansi terkait.

Hasil kerja:

Konsep laporan pengelolaan perpustakaan Direktorat Jenderal Hortikultura.

m. Melakukan pengembangan website Direktorat Jenderal Hortikultura.

Hasil kerja:

Konsep laporan pengembangan website Direktorat Jenderal Hortikultura.

n. Melakukan tugas kedinasan lain berdasarkan penugasan pimpinan.

Hasil kerja:

Laporan pelaksanaan tugas kedinasan lain.

o. Melakukan penyusunan dan penyajian laporan kegiatan serta pertanggungjawaban keuangan Subbagian Hukum dan Hubungan Masyarakat.

Hasil kerja:

Laporan kegiatan dan pertanggungjawaban keuangan Subbagian Hukum dan Hubungan Masyarakat.

p. Melakukan penyimpanan dan pemeliharaan dokumen kegiatan Subbagian Hukum dan Hubungan Masyarakat.

Hasil kerja:

Dokumen kegiatan Subbagian Hukum dan Hubungan Masyarakat.

4.3 Profil Informan Kunci

1. Bapak Rico Simajuntak selaku Kasubag Hukum dan Humas Direktorat Jenderal Hortikultura
2. Bapak Alif Syahban selaku staff Subag Hukum dan Humas Direktorat Jenderal Hortikultura

4.4 Profil Informan yang telah Dipilih (Triangulasi)

1. Kristrianto Dimas selaku mahasiswa Universitas Pakuan yang melaksanakan magang atau PKL di Subag Hukum dan Humas Direktorat Jenderal Hortikultura
2. Septiani Ayu Rosita selaku mahasiswi Institut Pertanian Bogor yang melaksanakan magang atau PKL di Subag Hukum dan Humas Direktorat Jenderal Hortikultura

4.5 Analisis Data

Pada penelitian ini peneliti memakai proses analisis data menurut Nasution (2003, 129-134) mengatakan bahwa analisis data penelitian kualitatif harus dimulai dari awal, yaitu ketika data yang didapat dari lapangan harus segera dijadikan ke dalam bentuk tulisan, dalam penelitian ini maka dari audio wawancara yang dilakukan lalu dibuat ke dalam bentuk tulisan (transkrip wawancara). Berikut merupakan hasil analisis data menurut Nasution yang dilakukan oleh peneliti :

4.5.1 Infografis Sebagai Media Penyampai Informasi

Infografis merupakan salah satu media yang digunakan Subag Hukum dan Humas Direktorat Jenderal Hortikultura dalam menjalankan tugasnya untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat. Menurut Oxlade (2014, 4) infografis merupakan sebuah gambar yang memberikan kita sebuah informasi. Infografis dapat berupa grafik, bagan, peta dan hal-hal lain. Infografis membuat informasi menjadi mudah untuk dimengerti. Selain itu, menurut Smiciklas (2012, 3) mengatakan bahwa infografis di definisikan sebagai visualiasasi data atau ide yang mencoba untuk menyampaikan informasi kompleks kepada audience dengan cara tertentu dan dapat mudah dipahami atau mudah dimengerti. Kedua pengertian tersebut berkaitan dengan apa yang dikatakan oleh informan peneliti yaitu Bapak Rico :

Infografis itu kita bisa mendeskripsikan semua apa yang ingin kita sampaikan terkait hortikultura secara lebih ringkas, terperinci, dan valid. Artinya gini kita cukup bermain angka ada bagan alurnya jadi semuanya itu gini lebih singkat yang.. yang yang yang.. jelasnya infografis itu menyampaikan informasi secara lebih ringkas dan mudah diterima oleh masyarakat.

mudah diterima dalam arti kata mudah dipahami.. mudah di mengerti.. (Bapak Rico Simanjuntak, wawancara tanggal 24 Juli 2019).

Adapun salah satu informan peneliti yang juga berpendapat tentang infografis yaitu salah satu mahasiswa magang di Subag Hukum dan Humas Direktorat Jenderal Hortikultura :

Infografis yang bagus itu yang simple pastinya.. kedua yang menarik.. menarik ini juga ga terlalu wah ya.. (Kristianto Dimas,wawancara tanggal 24 Juli 2019).

Begitu juga dengan Septiani selaku mahasiswi Institut Pertanian Bogor yang turut melaksanakan magang di Subag Hukum dan Humas Direktorat Jenderal Hortikultura :

Intinya infografis kan menyampaikan info dalam bentuk yang menarik gitu (Septiani Ayu Rosita, wawancara tanggal 24 Juli 2019).

4.5.2 Berorientasi pada Tujuan Infografis

Hasil infografis yang diproduksi harus berorientasi pada masing-masing tujuan jenis konten. Tujuan dari konten-konten pemerintahan umumnya dibagi menjadi 5 hal yakni untuk memberikan informasi dan panduan, sosialisasi, menghibur dan memberikan informasi teraktual. Pada proses ini pembuat infografis memilah informasi apa yang akan diangkat ke dalam infografis yang akan dibuat. Pada hasil wawancara dengan informan peneliti mendapati penjelasan informan yang mengacu ke dalam point berorientasi pada tujuan infografis.

Informasi yang disampaikan oleh direktorat jendral hortikultura adalah komoditas-komoditas pertanian yang ada di bawah kewenangan direktorat jendral hortikultura atau jenis-jenis komoditas yang merupakan komoditas pertanian hortikultura contohnya di sini adalah sayuran, buah-buahan, tanaman obat dan biofarmaka dan kemudian juga ya seperti bawang merah, bawang putih, cabe, dan sebagai ya pokoknya yang hortikultura ya bunga, buah bunga hortikultura dan tanaman obat seperti biofarmaka

tapi juga bagaimana menginformasikan terkait dengan perlindungannya penanganan hamanya disini dalam arti POPT nya Pengendalian Organisme pengganggu tanaman jadi semua ada di direktorat perlindungan yang berhubungan dengan salah satu yang ada di direktorat jendral hortikultura.

oh biasanya kalau di sub bagian hukum humas hortikultura itu ide tersebut artinya kita senantiasa berkumpul rapat dalam menentukan apa infografis yang ingin kita angkat yang pada saat itu menjadi hot issue atau isu yang lagi hangat..(Bapak Rico, wawancara tanggal 24 juli 2019).

Hal ini juga dikemukakan oleh informan peneliti lainnya yaitu, Bapak Alif selaku staff Subag Hukum dan Humas Direktorat Jenderal Hortikultura.

karena ketika kita membuat sebuah infografis yang perlu kita perhatikan adalah info apa yang harus kita sampaikan, info apa yang kita harus sampaikan dan manfaatnya untuk apa ke masyarakat .

gini, kita membuat infografis tentang apa namanya cabe misalnya

kita membuat infografis tentang cabe manfaatnya apa kemudian pengelolaanya seperti apa seandainya cabe ini engga hanya untuk sambel misalnya.. atau ga hanya dijual dalam bentuk kiloan tapi bisa dibuat kaya semacam olahan (Bapak Alif,wawancara tanggal 24 Juli 2019).

4.5.3 Riset, Sumber dan Waktu Produksi (Kemenkominfo), *Research and Data Analysis* (Lankow)

Infografis yang diproduksi perlu melalui proses riset dari sumber-sumber yang dapat dipertanggungjawabkan. Pemilahan data yang dilakukan menggunakan pendekatan dasar statistik dengan tujuan positif, pemilahan data menggunakan pendekatan logika (identitas, kontradiksi, korelasi dan kombinasi), memiliki informasi yang komprehensif dan akurat, konten memuat sumber yang dapat divalidasi lisensi/ijin penggunaan aset (gambar, ilustrasi, video, audio) yang didapat dari internet dan yang terakhir mencantumkan tanggal produksi agar pembaca mengetahui apakah informasi tersebut masih berlaku. (Kemkominfo 2018, 2-8)

Selain itu Lankow juga mengemukakan tentang *Research and Data Analysis*. Dalam tahap ini informasi yang sebelumnya di bentuk, kembali dilakukan pengujian dan analisis data agar informasi yang akan dimuat dalam infografis dapat di pertanggungjawabkan ke akuratnya (Lankow 2012, 4). Berikut merupakan hasil dari wawancara yang dilakukan peneliti dengan informan yang memuat inti-inti pada point-point diatas :

kalau untuk bertanya mengenai budidaya sentra-sentranya untuk tanaman buah2an ada di direktorat buah dan florikultura yg dibidangi untuk buah buahan dan aneka bunga lalu ketika mau berbicara mengenai sayuran dan tanaman obat kita ada direktorat SDO, direktorat sayuran dan tanaman obat yg menangani aspek budi daya perlindungan yang ada di untuk di sayuran dan tanaman obat demikian juga untuk perbenihan, ada direktorat perbenihan bagaimana kita mendapatkan benih yang berkualitas yang tersertifikasi semua persyaratannya, sentra perbenihannya bagaimana ini nya semua ada di direktorat perbenihan

kami menggunakan infografis untuk penyampaian informasi kepada masyarakat yang secara ringkas..

dan jelas... serta valid datanya..

Infografis itu kita bisa mendeskripsikan semua apa yang ingin kita sampaikan terkait hortikultura secara lebih ringkas, terperinci, dan valid. Artinya gini kita cukup bermain angka ada bagan alurnya jadi semuanya itu gini lebih singkat yang.. yang yang yang.. jelasnya infografis itu menyampaikan informasi secara lebih ringkas dan mudah diterima oleh masyarakat.

iya.. dan kami arahkan bagaimana selalu melihat atau mencari sumber informasi lainnya yang ada di google bahwa terkait datanya, baik data produksinya, konsumsinya, ekspor impornya harus valid.

jadwal tidak selalu saya berikan.. andai begini yang penting dalam satu target itu ada dalam satu bulan itu paling engga ada sekitar 20 infografis yang bisa disebar luaskan kepada masyarakat. Sehingga masyarakat selalu bertambah ilmu pengetahuannya dan pemahamannya tentang keberadaan hortikultura.

secara simple.. ringkas dan jelas..

ya valid. Yang utama itu adalah harus valid. Jangan memberikan informasi yang salah kepada masyarakat (Bapak Rico, wawancara tanggal 24 Juli 2019).

Hal serupa juga dikemukakan oleh informan lain peneliti yaitu Bapak Alif selaku staff Subag Hukum dan Humas yang mengatur dan membuat infografis.

sesuai kebutuhan aja

jadi kita biasanya si terjadwal ya.. kata pimpinan tuh terjadwal misalnya dalam satu hari tuh kita target bikin infografis tuh tiga..

iyaa kita targetnya tiga tapi ketika kita banyak kesibukkan misalnya kita itu apa namanya ada liputan di luar atau apaaa ya biasanya si satu... atau dua ya minimal ada yang naik di media sosial..

nahhh menarik nihhh.. informasi yang kita dapatkan pastinya dari .. karyawan-karyawati yang ada di ditjen hortikultura ini gitu khususnya yang ada di bagian teknis yang melakukan apa namanya yang melakukan

penelitian yang melakukan studi kesana nah kita dapat informasi dari situ nah yang kedua adalah kalau berbicara masalah data yang ada di infografis kita akan dapatkan dari subag data dan informasi atau kalau engga lagi ya kita liat bisa datanya BPS kita mengacu pada data BPS misalnya nih orang menanyakan tentang Ekspor Impor kita bisa mengacu pada data BPS kenapa karena satu satunya lembaga yang paling valid mengeluarkan data itu adalah BPS..

menurut saya si kalau masalah batas waktu atau kadaluarsanya sebuah informasi itu menurut saya ya.. tidak ada kenapa karena informasi itu selalu dibutuhkan masyarakat

terkecuali mungkin kalau permintaan pimpinan saya mau dibuatkan infografis seperti ini ya batasnya misalnya hari ini kalau bisa jadi gitu tapi kan itu bukan sebuah batas yang apa namanya harus seperti gitu ya kan kita fleksibel aja si sebenarnya .. pimpinan juga sangat bijak memberikan perintah gitu

oh ya saya sendiri ... kemudian saya melakukan apa namanya melakukan kajian ini berkali-kali dan saya melihat bahwa ternyata ketika kita membuat sebuah infografis yang memiliki banyak gambar gitu ada banyak warna ya banyak warna dan gambar orang kadang pecah konsentrasinya.. pecah konsentrasinya jadi bingung.. yang mana harus saya baca dan mana yang harus saya lihat dan yang mana *kata-kata tidak jelas* sehingga orang hanya cenderung melihat sekilas dan tidak membaca.. (Bapak Alif, wawancara tanggal 24 Juli 2019).

Selanjutnya adalah Dimas selaku mahasiswa yang melakukan magang juga turut mengemukakan hal yang sama.

.. waktu pertama magang disini dapetnya dari brosur.. brosur yang ada disini

iya dari perpustakaan.. saya ngambil beberapa brosur terus waktu itu yang nugas pertama .. mas aries.. terus yang kedua waktu itu pas nugas.. saya ngambil brosur yang banyak terus dia pilih.. kamu bikin ini aja nih .. cabai.. nah kalau mas alif dia pas waktu itu tugasnya untuk tanaman obat..

terus saya searching di google... ya beberapa website terpercaya lah..

.. waktu pertama magang disini.. bikin aja tapi gausah ditarget gitu.. bikin aja mas. Bikin aja dimas infografis oh yauda mas tapi ga ditargetin harus beres jam berapa.. berapa banyaknya.. tapi karena apa si kemarin-kemarin

tuh seperti untuk ada lomba.. PPID kan ada lomba untuk penilaian.. jadi infografis juga diperbanyak jadi kaya waktu kemarin beres ada acara PPID di Bogor.. pertemuan gitu..

iya .. ke Bogor itu di targetin sehari itu lima.. satu hari lima .. iya lima tapi dikurangin sama mas alif jadi tiga..

Gambar.. google biasanya.. google kita crop di Photoshop.. sekiranya ada yang bisa di ambil dari freepict misalkan gambar.. .. cabe ini.. cabe ini kan animasi ya itu di freepict ada.. di freepict ada.. jadi kita freepict ada formatnya.. nih misalkan ini saya download dalam bentuk rar nah dia format itu bisa langsung di buka di Ai.. jadi udah ada download foto, font terus ada opsi Ainya.. nah dia terus dibuka di Ai.. jadi pas di buka di Ai ini bisa di ilangin apa ke gambar-gambar ini bisa di ambil (Kristianto Dimas, wawancara tanggal 24 Juli 2019).

Lalu hal serupa juga ditemukan pada informan terakhir peneliti yaitu Septiani selaku mahasiswi Institut Pertanian Bogor yang menjalankan PKL di Subag Hukum dan Humas Hortikultura.

jadikan kalau sumber itu kalau sebelum bikin kan nyari konten, nah biasanya kita nanya dulu konsultasi biasanya ke pak aris...

engga bukan ke mentor.. yang nyuruh kita infografis aja.. nah ke pak aris atau engga ke pak alif nanya, pak kira-kira konten yang cocok gitu apa ya yang pas buat gitu jangan manfaat terus jangan khasiat terus.. kaya waktu itu coba cari macam-macam apa tanaman obat buat bayi gitu.. jadi kaya kita konsultasi dulu gitu kalau engga kalau ada buah-buah yang aneh gitu tetep kita disuruh cari tau.

yang unik gitu, kita cari tau.. menarik lah pokoknya. Konten yang menarik.. mereka yang cari eh mereka yang usulin.. tapi entar kalau buat sumber-sumbernya kita cari sendiri..

biasanya sih kalau sumber mah ga nentu matokin kemana, tapi kadang kalau disini ada...

iya.. kaya brosur-brosur gitu kalau ada mah ambil dari situ aja..

tapi kalau seumpamanya gak ada kaya kan buah unik kan ga mungkin ada disini.. itu gak ada patokannya.. yang penting kaya semuanya sama rata-rata hasilnya sama..

biasanya dari google tapi kaya biasanya iya dari google, kalau dari sini sih biasanya mah foto pak dirtjen doang sih..

biasanya sih kalau infografis yang udah dibuat itu dikirim ke pak aris kalau gak pak alif lewat whatsapp. Kita sngganya minimal tiga perhari.. (Septiani Ayu Rosita, wawancara tanggal 24 Juli 2019).

4.5.4 Relevan dengan Kebutuhan Pembaca

Hasil infografis yang diproduksi harus relevan. Infografis harus aktual, sesuai dengan kenyataan yang ada sekarang, *up to date* dengan kebutuhan pembaca saat ini, menawarkan informasi baru atau teknik penyampaian terkini dan ilustrasi atau gambar yang mendukung. Hal ini peneliti lihat dalam hasil wawancara dengan Bapak Rico berkaitan dengan relevansi dengan kebutuhan pembaca. Berikut adalah hasil yang didapatkan :

kalau kita bilang keinginan masyarakat ya kita gak tau. Tapi gini infografis itu kita buat untuk lebih memberikan pengertian atau pemahaman kepada masyarakat luas mengenai keberadaan Ditjen hortikultura, termasuk tadi saya katakan ketika kami kumpul rapat ada isu menarik apa atau ada hot issue apa yang terkait dengan keberadaan hortikultura itu yang sedang hangat di masyarakat. Contoh ketika kami tau ada apa misalnya aksi buang-buang cabe, bagaimana kami memberikan membuat filler atau film bagaimana bisa memanfaatkan cabe yang ini wah cabe tuh ketika panen bisa di olah menjadi produk olahan yang lebih bermanfaat juga dan... (Bapak Rico, wawancara tanggal 24 Juli 2019).

Selain itu peneliti juga mendapati hasil yang sama dengan salah satu informan lain peneliti yaitu Bapak Alif

ada.. adaa.. kadang kadang kita dapat request itu dari komentar di facebook, di twitter atau di instagram kita sendiri..gitu kan. Bahwa misalnya ya mereka si tidak mengatakan saya but.. mau dong infografis seperti ini apa .. tapi dia saya mau dong infografis seperti infografis apa informasi seperti ini.. saya butuh informasi seperti ini misalnya informasi cara menanam

jeruk.. informasi cara menanam pisang misalnya.. oh yauda kita kasih dalam bentuk infografis..

emhmm karena ketika kita membuat sebuah infografis yang perlu kita perhatikan adalah info apa yang harus kita sampaikan, info apa yang kita harus sampaikan dan manfaatnya untuk apa ke masyarakat .

gini, kita membuat infografis tentang .. apa namanya cabe misalnya

kita membuat infografis tentang cabe manfaatnya apa kemudian pengelolaanya seperti apa seandainya cabe ini engga hanya untuk sambel misalnya.. atau ga hanya dijual dalam bentuk kiloan tapi bisa dibuat kaya semacam olahan.

saya pernah membuat infografis yang .. apa namanya .. apa namanya ya urban farming ya jadi bawang putih yang ditumbuhkan kemudian jadi vas bunga gitu kan jadi jadi.. bawang putih yang kita tumbuhkan kemudian jadi yang berbentuk ... apa namanya.. tanaman hias gitu.. ah itu kan sampai di apa sampai di komentarin banyak sekali netizen sampai viral seperti itu.. ya bahkan ... Twitter istana sampau me Re-twt itu.. nah itu menarik sekali ternyata sesuatu yang aneh dan langka itu.. itu yang disukai oleh publik dan itu sangat mengedukasi pasti..

ahaa terus di sisi lain saya pernah membuat .. infografis itu yang buah-buah langka..

ahh buah-buah langka ini ternyata sangat disukai oleh publik.. kenapa? Karena itu bener bener teredukasi publik.. masyarakat teredukasi.. ohhh ternyata ada buah yang kaya gini dan manfaat seperti ini ya.. jadi seperti itu... oke (Bapak Alif, wawancara tanggal 24 Juli 2019).



Gambar 4.1 Infografis Tentang Cabai yang Dikemukakan oleh Bapak Alif

4.5.5 Struktur Visual dan *Design and Data Visualization*

Infografis yang diproduksi harus memiliki struktur visual yang baik. Infografis perlu memiliki keseimbangan visual, kombinasi simbol, ilustrasi, gambar, font yang serasi dalam gaya, simbol, ilustrasi, gambar, font sesuai dengan karakter topik yang ditampilkan, palet warna sesuai karakter topik, pemilihan warna yang mudah diserap mata, elemen desain dengan proporsi yang akurat, tampilan terstruktur pada grid yang rapi dan professional dan memiliki komposisi elemen audiovisual yang bagus (untuk infografis dinamis).

Selain itu hal ini juga turut berkaitan dengan proses penyusunan yang dikemukakan oleh Lankow yaitu *Design and Data Visualization* yakni, pada tahap ini penyusun infografis membuat sebuah template atau wadah mode infografis yang dibuat dengan bantuan aplikasi tools pembuat infografis seperti *Ichart*, *Pixlr*, *Canva* dll. Setelah itu, informasi yang telah dibuat menjadi sebuah konten informasi yang akan diangkat lalu di taruh ke dalam template infografis. Konten informasi yang ditaruh di dalam template infografis dapat berupa sebuah gambar, animasi, data statistik dsb. Hal tersebut berkaitan dengan yang dikemukakan oleh informan peneliti yaitu Bapak Alif.

yang pertama unsur-unsur dalam infografis itu adalah info apa yang ingin disampaikan pastinya isi gituloh isi terus konten pastinya kan kontennya harus menarik dong... jangan sampe banyak warna..

sebenarnya warna yang paling bagus untuk sebuah infografis adalah warna hitam dan putih.. kenapa saya bilang hitam dan putih.. karena hitam dan putih adalah warnanya yang melekat di memori otak pembaca atau yang melihat.. jadi ketika anda membuat infografis dan gambar.. misalnya gambar orangnya, gambar objeknya hitam mungkin latarnya bisa putih

tulisannya hitam gitu jadi lebih lebih cepet diserap oleh memori dibandingkan banyak warna karena ketika banyak warna itu.. itu akan membingungkan pembaca..

oh ya saya sendiri ... kemudian saya melakukan apa namanya melakukan kajian ini berkali-kali dan saya melihat bahwa ternyata ketika kita membuat sebuah infografis yang memiliki banyak gambar gitu ada banyak warna ya banyak warna dan gambar orang kadang pecah konsentrasinya.. pecah konsentrasinya jadi bingung.. yang mana harus saya baca dan mana yang harus saya lihat dan yang mana *kata-kata tidak jelas* sehingga orang hanya cenderung melihat sekilas dan tidak membaca..

perlu, jadi orang tuh kalau misalnya simple apasih menarik tapi simple gitu kan jadi kaya enak aja gitu ngeliatnya enak terus orang tertarik membaca wah ini apasi yang disampaikan.. udah langsung keserap gitu.. jadi menurut saya si masih banyak yang harus diperhatikan.. yang lain adalah fontnya misalkan.. font tulisan itu tidak boleh lebih dari tiga font.. karena tiga font itu udah banyak banget harusnya dua atau satu font aja.. model jenis textnya gitu.. seperti itu

.. kalau di infografis di kementerian pertanian.. dia sudah punya .. karakter sendiri..

ahh kalau di kementerian pertanian itu kan karakternya berbentuk .. ijo-ijo gitu.. yang kehijau-hijauan gitu.. kenapa? Karena itu mencirikan .. kesuburan .. apa namanya kesuburan tanah dan .. hijaunya tumbuhan pertanian Indonesia.. aa kalau di . Apa namanya di infografis di ditjen hortikultura itu ya kita sebenarnya pernah menetapkan sebuah karakter bahwa kita hijau kekuning-kuningan gitu gitu

iya karena hijau kekuning-kuningan itu artinya sebuah .. buah misalnya yang sudah matang atau segar.. sesuatu yang sudah mantap biasanya kan warnanya kekuning-kuningan dan yang kekuning-kuningan itu kan lebih disukai iya biasanya emas...(Bapak Alif, wawancara tanggal 24 Juli 2019).

Hal yang serupa juga dikemukakan informan lain peneliti yakni Dimas selaku pelaksana pembuat infografis.

Pertama waktu datang di kasih taunya Canva.. dikasih tau Canva sama mentor saya.. mas alif .. tapi saya bagi dua kalo misalkan sayanya kurang mood mengeditnya untuk edit cepet edit cepet gitu pake Canva tapi kalau untuk mengeditnya yang lama saya pake Adobe Illustrator..

iya ini Adobe Illustrator

awal cara buatnya .. download .. ini kaya templatanya gini downloadnya di Freepict.com

download.. kaya misalnya ini semuanya di download.. nah di adobe illustrator itu kan .. mas mau ngilangin ini.. nanti bakal ada menunya gitu.. misalnya ini bisa di ilangin... terus ini tuh kita tuh jadi kek semuanya manual gitu.. satu satu.. jadi lebih enak gitu . Apa namanya e.. watermark disini.. jadi kalau pake Illustrator itu ya semua ukuran ini bisa disamain.. kaya gitu

pertama .. buat didepan.. pertama ide sendiri soalnya ini mau diposting di instagram.. saya kasih ke mas aris yang minta infografis.. bikin infografis.. nah saya itu bikin infografisnya itu per-slide.. jadi kalau di instagram itu bisa di slide ya jadi sepuluh.. saya bikinnya pertama ini doang nah pas saya konsultasi ke mas alif katanya bikin lagi nih watermarknya terus tambahkan tanda panah biar orang ngerti bisa di swipe..

Teks yang bagus pertama.. menurut saya ya.. yang mudah dibaca orang.. terus sekiranya ada kata-kata yang rancu.. misalkan ada kata-kata yang dingerti orang gitu.. bahasa-bahasa kaya ilmiah..

iya.. pengertian-pengertian yang sekiranya orang ga ngerti ya paling nanti kita searching di google dulu... ada ga kata gantinya selain ini.. jadi lebih ngerti.. terus kan kalau misalkan nanti posting di instagram ya.. kalau misalkan saya si di can.. jadi gini.. ini.. sebenarnya ga terlalu mepet nih mas jadi bisa di longgarin gitu hurufnya..

ada spacenya terus ini kan tadinya mepet terus saya spasi terus dijauhin gini.. jadi biar orang tuh enak.. di canva juga..

kalau font si.. waktu awal-awal pake ariel.. karena kata mas alif dibilang.. di horti pakanya ariel jadi nurut aja tapi saya lama-lama agak bosan juga.. terus akhirnya saya download font gratis di Dafont.com. kan tuh banyak font.. jadi saya download-downloadin font yang banyak jenisnya si

Gambar.. google biasanya.. google kita crop di Photoshop.. sekiranya ada yang bisa di ambil dari freepict misalkan gambar.. .. cabe ini.. cabe ini kan animasi ya itu di Freepict ada.. di freepict ada.. jadi kita freepict ada formatnya.. nih misalkan ini saya download dalam bentuk rar nah dia format itu bisa langsung di buka di Ai.. jadi udah ada download foto, font terus ada opsi Ainya.. nah dia terus dibuka di Ai.. jadi pas di buka di Ai ini bisa di ilangin apa ke gambar-gambar ini bisa di ambil

Canva dan Adobe Ilustrator

waktu itu si .. contohnya yang ini ya kalau waktu itu mas alif nilainya infografis yang cabe ini katanya adalah warnanya tu gampang.. enak diliat gitu.. ga terlalu rame misalkan ada merah.. ada kuning ijo warnanya ga kontras tabrakan gitu tuh warnanya ga enak.. saya buat ini kata mas alif ini .. lumayan dan warna.. warnanya ga terlalu banyak dan orang juga ngeliatnya ga pusing gitu.. warnanya yang gampang-gampanng liat aja yang gelap ketemu gelap misalkan ada backgroundnya gelap tulisannya jangan terlalu terang.. kaya misalkan saya cokelat kan saya cokelat ini ngambil dari sini jadi ga terlalu mencolok..

misalkan beliau bilang ada perubahan.. saya rubah.. saya terkadang Tanya ke mas alif juga sebelum ke mas aries.. karena dia mentor juga.. jadi misalkan ada ... kesalahan.. dim ini jangan terlalu gini kata-katanya atau logonya jangan terlalu kecil.. nah itu saya rubah nah kalau misalkan udah oke di mas alif tinggal posting gitu aja..(Kristianto Dimas, wawancara tanggal 24 Juli 2019).



Gambar 4.2 Proses Menyusun Infografis (informan Dimas)

Selain itu, Septiani selaku pelaksana pembuat infografis juga turut mengemukakan hal yang sama menurut Pak Alif dan Dimas.

aplikasi kalau saya sama hana karna sebelumnya di design komunikasi itu belajar Coreldraw. Kalau saya sendiri ada tambahan Adobe Photoshop..

nah kalau kaya Evita dimas itu kaya masih canva. Eh dimas Illustration.. kita tuh beda-beda..

jadi gini, kalau Coreldraw sama Illustration itu kalau canva ya tau lah itu online... online bisa bikin sendiri, template nya dari sana. Nah kalau Coreldraw sama illustration itu kan itunya vector gitu ya.. vector tuh garis..

bukan garis-garis eh apasih garis yang kaya mereka tuh lebih ke kartun gitu..

pokoknya kaya buat design-design infografis bagus itu.. Corel atau engga illustration.. nah Cuma kendala nya itu kalau di Corel itu susah untuk nentuin karakteristiknya gimana.. kaya kita tuh design nya harus bener khayalan kita..

iya, jadi kita harus bisa cari imajinasi kita..

iya.. kalau template itu kan susah disana gak ada template..

iya, blank kaya kertas kosong kita harus kaya ibaratnya gambar itu.

terus kalau Coreldraw itu kendalanya lagi biasanya nih ya kalau masih baru make tuh warna..

kalau warna tuh kan gatau entah RGB nya laptop tuh sama hape beda. Jadi kita mau warna hijau, hijaunya udah bagus nih disini entar pas dikirim ke mentor itu lewat whatsapp hijaunya terang banget gitu.

kurangnya tuh disitu jadi kita kaya sepinter-pinternya kita make aja gitu. Kalau photoshop kan kaya misalnya foto..

photoshop mah kalau tau mah kan itu ada *magic wand tool* itu biar instan

oh, fontnya.. kalau teks tuh gimana ya.. sebenarnya kalau warna sendiri buat corel itu kita dikasih tau sama pak alif kalau warna itu jangan terlalu banyak..

iya.. kenapa.. karena gimana sih kaya intinya infografis kan menyampaikan info dalam bentuk yang menarik gitu kalau kebanyakan warna kan kita

kaya jadi freak jadi aneh.. nah akhirnya kaya ditentukan gitu tapi kalau warna aku sendiri sih lebih senang sama kaya gimana ya kaya nyamain aja gitu loh, kaya garis sana nya warna...jadi biar kaya gak banyak warna..

kalau font juga namanya infografis kan harus menarik, font nya juga harus semenarik mungkin jadi kita tuh biasanya kalau font nya itu kita download sendiri ada aplikasi dafont kan. . kalau tau pasti banyak-banyak itu, banyak-banyak font..

iyaa... kalau infografiskan kaya ini, pak alif kan pernah bilang kalau bikin infografis jangan kebanyakan tulisan.. ibaratnya orang kan males liat kalau tulisan kan kalau liat ke gambar. Infografis tuh buat visualisasi tulisan yang ada.. kalau misal mau ada datanya kan bisa di caption.. gak harus ada di infografis. Buat mempermudah aja orang-orang yang males baca (Septiani Ayu Rosita, wawancara tanggal 24 Juli 2019).



Gambar 4.3 Proses Pembuatan Infografis (Informan Septi)

4.5.6 Keterbacaan (*Readability*) dan *Content Creation*

Infografis yang diproduksi dapat mudah dibaca dan dipahami. Teks dalam infografis tidak perlu panjang, lalu ukuran font tidak terlalu kecil sehingga susah dibaca (minimal font size 9 poin), infografis menggunakan Bahasa Indonesia yang baik dan benar dan adanya jarak antar font ideal (tidak terlalu rapat). Hal yang sama juga disebutkan oleh Lankow yaitu pada tahap *Content Creation* yaitu dimana dalam tahap ini informasi yang telah dibuat dan di uji atau di analisis lalu di bentuk ke dalam konten informasi yang padat dan bahasanya mudah dimengerti agar khalayak yang ditujukan atau dipilih oleh penyusun infografis dapat dengan mudah menyerap dengan baik informasi yang disampaikan.

Pada point ini peneliti menemukan pada hasil wawancara yang dikemukakan oleh informan peneliti yaitu Bapak Alif.

sebenarnya warna yang paling bagus untuk sebuah infografis adalah warna hitam dan putih.. kenapa saya bilang hitam dan putih.. karena hitam dan putih adalah warnanya yang melekat di memori otak pembaca atau yang melihat.. jadi ketika anda membuat infografis dan gambar.. misalnya gambar orangnya, gambar objeknya hitam mungkin latarnya bisa putih tulisannya hitam gitu jadi lebih lebih cepet diserap oleh memori dibandingkan banyak warna karena ketika banyak warna itu.. itu akan membingungkan pembaca..

perlu, jadi orang tuh kalau misalnya simple apasih menarik tapi simple gitu kan jadi kaya enak aja gitu ngeliatnya enak terus orang tertarik membaca wah ini apasi yang disampaikan.. udah langsung keserap gitu.. jadi menurut saya si masih banyak yang harus diperhatikan.. yang lain adalah fontnya misalkan.. font tulisan itu tidak boleh lebih dari tiga font.. karena tiga font itu udah banyak banget harusnya dua atau satu font aja.. model jenis textnya gitu.. seperti itu (Bapak Alif, wawancara tanggal 24 Juli 2019).

Hal yang dikemukakan oleh Dimas juga sama dengan apa yang dikemukakan oleh Bapak Alif

Teks yang bagus pertama.. menurut saya ya.. yang mudah dibaca orang.. terus sekiranya ada kata-kata yang rancu.. misalkan ada kata-kata yang dingerti orang gitu.. bahasa-bahasa kaya ilmiah..

iya.. pengertian-pengertian yang sekiranya orang ga ngerti ya paling nanti kita searching di google dulu... ada ga kata gantinya selain ini.. jadi lebih ngerti.. terus kan kalau misalkan nanti posting di instagram ya.. kalau misalkan saya si di can.. jadi gini.. ini.. sebenarnya ga terlalu mepet nih mas jadi bisa di longgarin gitu hurufnya..

ada spacenya terus ini kan tadinya mepet terus saya spasi terus dijauhin gini.. jadi biar orang tuh enak.. di canva juga..

kalau font si.. waktu awal-awal pake ariel.. karena kata mas alif dibilang.. di horti pakenya ariel jadi nurut aja tapi saya lama-lama agak bosen juga.. terus akhirnya saya download font gratis di Dafont.com. kan tuh banyak font.. jadi saya download-downloadin font yang banyak jenisnya si

waktu itu si contohnya yang ini ya kalau waktu itu mas alif nilainya infografis yang cabe ini katanya adalah warnanya tu gampang.. enak dilihat gitu.. ga terlalu rame misalkan ada merah.. ada kuning ijo warnanya ga kontras tabrakan gitu tuh warnanya ga enak.. saya buat ini kata mas alif ini lumayan dan warna.. warnanya ga terlalu banyak dan orang juga ngeliatnya ga pusing gitu.. warnanya yang gampang-gampanng liat aja yang gelap ketemu gelap misalkan ada backgroundnya gelap tulisannya jangan terlalu terang.. kaya misalkan saya cokelat kan saya cokelat ini ngambil dari sini jadi ga terlalu mencolok.. (Kristianto Dimas, wawancara tanggal 24 Juli 2019).

Selain itu, Septiani juga mengemukakan hal yang sama terkait dengan keterbacaan (*readability*).

oh, fontnya.. kalau teks tuh gimana ya.. sebenarnya kalau warna sendiri buat corel itu kita dikasih tau sama pak alif kalau warna itu jangan terlalu banyak..

iya.. kenapa.. karena gimana sih kaya intinya infografis kan menyampaikan info dalam bentuk yang menarik gitu kalau kebanyakan warna kan kita

kaya jadi freak jadi aneh.. nah akhirnya kaya ditentukan gitu tapi kalau warna aku sendiri sih lebih senang sama kaya gimana ya kaya nyamain aja gitu loh, kaya garis sana nya warna...jadi biar kaya gak banyak warna..

kalau font juga namanya infografis kan harus menarik, font nya juga harus semenarik mungkin jadi kita tuh biasanya kalau font nya itu kita download sendiri ada aplikasi dafont kan. . kalau tau pasti banyak-banyak itu, banyak-banyak font..

iyaa... kalau infografiskan kaya ini, pak alif kan pernah bilang kalau bikin infografis jangan kebanyakan tulisan.. ibaratnya orang kan males liat kalau tulisan kan kalau liat ke gambar. Infografis tuh buat visualisasi tulisan yang ada.. kalau misal mau ada datanya kan bisa di caption.. gak harus ada di infografis. Buat mempermudah aja orang-orang yang males baca (Septiani Ayu Rosita, wawancara tanggal 24 Juli 2019).



Gambar 4.4 infografis dengan jenis teks (font) dan kata-kata ilmiah yang dikemukakan oleh informan.

4.5.7 Persuasi

Infografis yang diproduksi perlu memiliki unsur persuasi agar menarik minat pembaca. Unsur persuasi dapat digunakan pada judul infografis, dimana pemilihan judul infografis dapat mengarahkan pembaca untuk terus membaca infografis dan menimbulkan rasa penasaran. Unsur persuasi juga dapat digunakan pada level atau sisi visual dari infografis. Hal ini sesuai dengan apa yang dikemukakan oleh Bapak Alif. Berikut adalah hasil wawancara yang dikemukakan oleh Bapak Alif :

yang pertama unsur-unsur dalam infografis itu adalah info apa yang ingin disampaikan pastinya isi gituloh isi terus konten pastinya kan kontennya harus menarik dong... jangan sampe banyak warna..

sebenarnya warna yang paling bagus untuk sebuah infografis adalah warna hitam dan putih.. kenapa saya bilang hitam dan putih.. karena hitam dan putih adalah warnanya yang melekat di memori otak pembaca atau yang melihat.. jadi ketika anda membuat infografis dan gambar.. misalnya gambar orangnya, gambar objeknya hitam mungkin latarnya bisa putih tulisannya hitam gitu jadi lebih lebih cepet diserap oleh memori dibandingkan banyak warna karena ketika banyak warna itu.. itu akan membingungkan pembaca..

perlu, jadi orang tuh kalau misalnya simple apasih menarik tapi simple gitu kan jadi kaya enak aja gitu ngeliatnya enak terus orang tertarik membaca wah ini apasi yang disampaikan.. udah langsung keserap gitu.. jadi menurut saya si masih banyak yang harus diperhatikan.. yang lain adalah fontnya misalkan.. font tulisan itu tidak boleh lebih dari tiga font.. karena tiga font itu udah banyak banget harusnya dua atau satu font aja.. model jenis textnya gitu.. seperti itu

saya pernah membuat infografis yang .. apa namanya .. apa namanya ya urban farming ya jadi bawang putih yang ditumbuhkan kemudian jadi vas bunga gitu kan jadi jadi.. bawang putih yang kita tumbuhkan kemudian jadi yang berbentuk ... apa namanya.. tanaman hias gitu.. ah itu kan sampai di apa sampai di komentarin banyak sekali netizen sampai viral seperti itu.. ya bahkan ... Twitter istana sampau me Re-twt itu.. nah itu menarik sekali

ternyata sesuatu yang aneh dan langka itu.. itu yang disukai oleh publik dan itu sangat mengedukasi pasti..

ahaa terus di sisi lain saya pernah membuat .. infografis itu yang buah-buah langka..

ahh buah-buah langka ini ternyata sangat disukai oleh publik.. kenapa? Karena itu benar benar teredukasi publik.. masyarakat teredukasi.. ohhh ternyata ada buah yang kaya gini dan manfaat seperti ini ya.. jadi seperti itu... oke (Bapak Alif, wawancara tanggal 24 Juli 2019).

Hal serupa juga dikemukakan oleh Dimas selaku mahasiswa magang yang menjadi pelaksana pembuat infografis

Teks yang bagus pertama.. menurut saya ya.. yang mudah dibaca orang.. terus sekiranya ada kata-kata yang rancu.. misalkan ada kata-kata yang dingerti orang gitu.. bahasa-bahasa kaya ilmiah..

iya.. pengertian-pengertian yang sekiranya orang ga ngerti ya paling nanti kita searching di google dulu... ada ga kata gantinya selain ini.. jadi lebih ngerti.. teruss kan kalau misalkan nanti posting di instagram ya.. kalau misalkan saya si di can.. jadi gini.. ini.. sebenarnya ga terlalu mepet nih mas jadi bisa di longgarin gitu hurufnya..

ada spacenya terus ini kan tadinya mepet terus saya spasi terus dijauhin gini.. jadi biar orang tuh enak.. di canva juga..

waktu itu si .. contohnya yang ini ya kalau waktu itu mas alif nilainya infografis yang cabe ini katanya adalah warnanya tu gampang.. enak dilihat gitu.. ga terlalu rame misalkan ada merah.. ada kuning ijo warnanya ga kontras tabrakan gitu tuh warnanya ga enak.. saya buat ini kata mas alif ini .. lumayan dan warna.. warnanya ga terlalu banyak dan orang juga ngeliatnya ga pusing gitu.. warnanya yang gampang-gampang liat aja yang gelap ketemu gelap misalkan ada backgroundnya gelap tulisannya jangan terlalu terang.. kaya misalkan saya cokelat kan saya cokelatnya ini ngambil dari sini jadi ga terlalu mencolok..

infografis yang bagus itu yang simple pastinya.. kedua yang menarik.. menarik ini juga ga terlalu wah ya.. maksudnya menarik dimata orang dimata kita juga enak.. terus carilah gambar yang sekiranya orang mau lihat gitu..

enak dilihat ehmmm biar ga bosan.. biar kaya misalkan kaya ditjen horti.. ditjen horti bikin infografis mengenai buah apa gitu.. ya gambar buah

tentang misalkan katakana apel dan buah apel itu kek Cuma ditjen doang yang punya gambar itu.. jadi suatu hari inget.. jadi.. oh ini yang punya gambar ini ditjen hortikultura

sepenglihatan si.. saya mantau ignya ... ditjen horti yang paling bagus itu yang waktu saya bikin.. nanas

... tentang nanas dan sumber vitamin C.. nanas itu sumber vitamin C.. saya buat gambar nanas itu.. animasi juga.. ga nanas buah gitu (Kristianto Dimas, wawancara tanggal 24 Juli 2019).

Selain Dimas, Septi selaku mahasiswi magang juga mengemukakan hal serupa seperti yang sudah Bapak Alif dan Dimas kemukakan

oh, fontnya.. kalau teks tuh gimana ya.. sebenarnya kalau warna sendiri buat corel itu kita dikasih tau sama pak alif kalau warna itu jangan terlalu banyak..

iya.. kenapa.. karena gimana sih kaya intinya infografis kan menyampaikan info dalam bentuk yang menarik gitu kalau kebanyakan warna kan kita kaya jadi freak jadi aneh.. nah akhirnya kaya ditentukan gitu tapi kalau warna aku sendiri sih lebih seneng sama kaya gimana ya kaya nyamain aja gitu loh, kaya garis sana nya warna...jadi biar kaya gak banyak warna..

kalau font juga namanya infografis kan harus menarik, font nya juga harus semenarik mungkin jadi kita tuh biasanya kalau font nya itu kita download sendiri ada aplikasi dafont kan. . kalau tau pasti banyak-banyak itu, banyak-banyak font..

iyaa... kalau infografiskan kaya ini, pak alif kan pernah bilang kalau bikin infografis jangan kebanyakan tulisan.. ibaratnya orang kan males liat kalau tulisan kan kalau liat ke gambar. Infografis tuh buat visualisasi tulisan yang ada.. kalau misal mau ada datanya kan bisa di caption.. gak harus ada di infografis. Buat mempermudah aja orang-orang yang males baca.



Gambar 4.5 infografis berisi informasi unik yang dikemukakan oleh
Informan peneliti yakni Bapak Alif

4.5.8 Lugas (*Simplicity*)

Infografis yang diproduksi perlu bersifat lugas atau langsung pada point yang ingin dijelaskan. Infografis perlu memiliki alur yang tidak rancu atau urut sesuai dengan alur paparan, lalu memiliki satu ide sentral yang menjadi fokus, tidak menimbulkan bias, ambigu dan kesalahpahaman, serta perlu memilih istilah yang mudah dipahami oleh semua orang. Hal kelugasan dikemukakan oleh Bapak Rico dalam wawancaranya, berikut hal yang dikemukakan :

kami menggunakan infografis untuk penyampaian informasi kepada masyarakat yang secara ringkas..

dan jelas... serta valid datanya..

Infografis itu kita bisa mendeskripsikan semua apa yang ingin kita sampaikan terkait hortikultura secara lebih ringkas, terperinci, dan valid. Artinya gini kita cukup bermain angka ada bagan alurnya jadi semuanya itu

gini lebih singkat yang.. yang yang yang.. jelasnya infografis itu menyampaikan informasi secara lebih ringkas dan mudah diterima oleh masyarakat.

mudah diterima dalam arti kata mudah dipahami.. mudah di mengerti.. (Bapak Rico, wawancara tanggal 24 Juli 2019).

Hal serupa juga dikemukakan oleh staff Bapak Rico yaitu Bapak Alif selaku pelaksana pembuat infografis Subag Hukum dan Humas Ditjen Hortikultura.

yang pertama unsur-unsur dalam infografis itu adalah info apa yang ingin disampaikan pastinya isi gituloh isi terus konten pastinya kan kontennya harus menarik dong... jangan sampe banyak warna..

sebenarnya warna yang paling bagus untuk sebuah infografis adalah warna hitam dan putih.. kenapa saya bilang hitam dan putih.. karena hitam dan putih adalah warnanya yang melekat di memori otak pembaca atau yang melihat..

perlu, jadi orang tuh kalau misalnya simple apasih menarik tapi simple gitu kan jadi kaya enak aja gitu ngeliatnya enak terus orang tertarik membaca wah ini apasi yang disampaikan.. udah langsung keserap gitu.. jadi menurut saya si masih banyak yang harus diperhatikan.. yang lain adalah fontnya misalkan.. font tulisan itu tidak boleh lebih dari tiga font.. karena tiga font itu udah banyak banget harusnya dua atau satu font aja.. model jenis textnya gitu.. seperti itu

saya pernah membuat infografis yang .. apa namanya .. apa namanya ya urban farming ya jadi bawang putih yang ditumbuhkan kemudian jadi vas bunga gitu kan jadi jadi.. bawang putih yang kita tumbuhkan kemudian jadi yang berbentuk ... apa namanya.. tanaman hias gitu.. ah itu kan sampai di apa sampai di komentarin banyak sekali netizen sampai viral seperti itu.. ya bahkan ... Twitter istana sampau me Re-twt itu.. nah itu menarik sekali ternyata sesuatu yang aneh dan langka itu.. itu yang disukai oleh publik dan itu sangat mengedukasi pasti..

ahaa terus di sisi lain saya pernah membuat .. infografis itu yang buah-buah langka..

ahh buah-buah langka ini ternyata sangat disukai oleh publik.. kenapa? Karena itu bener bener teredukasi publik.. masyarakat teredukasi.. ohhh ternyata ada buah yang kaya gini dan manfaat seperti ini ya.. jadi seperti itu... oke (Bapak Alif, wawancara tanggal 24 Juli 2019).

Apa yang disampaikan oleh Bapak Alif juga dikemukakan oleh Dimas selaku mahasiswa magang yang mempunyai tugas untuk membuat infografis.

Teks yang bagus pertama.. menurut saya ya.. yang mudah dibaca orang.. terus sekiranya ada kata-kata yang rancu.. misalkan ada kata-kata yang dingerti orang gitu.. bahasa-bahasa kaya ilmiah..

iya.. pengertian-pengertian yang sekiranya orang ga ngerti ya paling nanti kita searching di google dulu... ada ga kata gantinya selain ini.. jadi lebih ngerti.. terus kan kalau misalkan nanti posting di instagram ya.. kalau misalkan saya si di can.. jadi gini.. ini.. sebenarnya ga terlalu mepet nih mas jadi bisa di longgarin gitu hurufnya..

infografis yang bagus itu yang simple pastinya.. kedua yang menarik.. menarik ini juga ga terlalu wah ya.. maksudnya menarik dimata orang dimata kita juga enak.. terus carilah gambar yang sekiranya orang mau lihat gitu..

enak dilihat ehmm biar ga bosan.. biar kaya misalkan kaya ditjen horti.. ditjen horti bikin infografis mengenai buah apa gitu.. ya gambar buah tentang misalkan katakana apel dan buah apel itu kek Cuma ditjen doang yang punya gambar itu.. jadi suatu hari inget.. jadi.. oh ini yang punya gambar ini ditjen hortikultura (Kristianto Dimas, wawancara tanggal 24 Juli 2019).

Demikian juga dengan apa yang dikemukakan oleh Septi juga terkait dengan apa yang telah dikemukakan oleh informan-informan sebelumnya.

oh, fontnya.. kalau teks tuh gimana ya.. sebenarnya kalau warna sendiri buat corel itu kita dikasih tau sama pak alif kalau warna itu jangan terlalu banyak..

iya.. kenapa.. karena gimana sih kaya intinya infografis kan menyampaikan info dalam bentuk yang menarik gitu kalau kebanyakan warna kan kita kaya jadi freak jadi aneh.. nah akhirnya kaya ditentukan gitu tapi kalau warna aku sendiri sih lebih seneng sama kaya gimana ya kaya nyamain aja gitu loh, kaya garis sana nya warna...jadi biar kaya gak banyak warna..

kalau font juga namanya infografis kan harus menarik, font nya juga harus semenarik mungkin jadi kita tuh biasanya kalau font nya itu kita download

sendiri ada aplikasi dafont kan. . kalau tau pasti banyak-banyak itu, banyak-banyak font..

iyaa... kalau infografiskan kaya ini, pak alif kan pernah bilang kalau bikin infografis jangan kebanyakan tulisan.. ibaratnya orang kan males liat kalau tulisan kan kalau liat ke gambar. Infografis tuh buat visualisasi tulisan yang ada.. kalau misal mau ada datanya kan bisa di caption.. gak harus ada di infografis. Buat mempermudah aja orang-orang yang males baca (Septiani Ayu Rosita, wawancara tanggal 24 Juli 2019).

4..5.9 Sesuai *Brand Guideline*

Infografis yang diproduksi harus sesuai dengan *brand guideline* dan tidak melanggar ketentuan yang ada. Infografis perlu memiliki ciri yang konsisten terhadap brand atau pihak perusahaan. Pada point, peneliti menemukan pada apa yang dikemukakan oleh Bapak Rico.

Kami kalau dibilang ciri khusus itu mungkin ga ini, tapi mungkin yang jelas kami memberikan brand artinya memberikan logo bahwa ketika itu adalah infografis-infografis yang dibuat oleh sub bagian hukum humas hortikultura bahwa itu biasanya kami logo kami stamp dengan logo ditjen hortikultura. Jadi ketika ada yang mengklaim itu, kami bisa mengatakan atau bisa menuntut bahwa itu bukti pelanggaran hukum karena memang itu hak paten daripada ditjen hortikultura (Bapak Rico, wawancara tanggal 24 Juli 2019).

Hal serupa juga diungkapkan oleh Bapak Alif dalam wawancara, berikut yang beliau kemukakan :

ada beberapa infografis yang kita berikan logo khususnya biasanya ya dibuat oleh teman-teman yang PKL ya.. kadang dia memberikan logo itu ga masalah tapi ada juga beberapa yang seperti yang saya sudah jelaskan tadi.. ini tidak perlu ada logo.. (Bapak Alif, wawancara tanggal 24 Juli 2019).

Pada hal yang dikemukakan oleh Bapak Alif dan Bapak Rico juga turut dikemukakan oleh Dimas selaku mahasiswa yang melakukan magang.

ciri khasnya satunya watermark.. biar kalau ada orang lain ngambil .. ketawan gitu.. (Kristianto Dimas, wawancara tanggal 24 Juli 2019).



Gambar 4.6 Logo Directorate Jenderal Hortikultura pada tiap infografis yang dikemukakan oleh informan yakni, Bapak Rico dan Bapak Alif.

4.5.10 Mudah Dibagikan (*Shareability*) dan *Distribution*

Infografis yang sudah diproduksi harus dapat dibagikan dengan mudah ke dalam website, berbagai platform media, terutama media digital atau media sosial. Sedangkan menurut proses yang dikemukakan Lankow pada tahap ini pendistribusian atau penyebaran infografis melalui media sosial, media massa, banner, media cetak dll. Dalam penyebarannya lewat media sosial infografis harus sesuai dengan platform media sosial yang akan digunakan, karena setiap media sosial memiliki ukuran gambar yang berbeda dengan yang lainnya. Hal

tersebut berkaitan dengan apa yang dikemukakan oleh Bapak Rico dalam wawancaranya.

nah.. untuk penggunaan media sosial kami biasa menggunakan artinya ketika yang kami posting ya artinya adalah hasil-hasil liputan kami. Liputan kami dalam bentuk kegiatan yang kami liput biasanya kami tayangkan dalam bentuk pemberitaan kami posting di facebook demikian juga di Instagram dan di twitter serta youtube kami. Terkait dengan pembuatan artinya yang bersifat tayangan kami buat fillernya untuk kami tayangkan di youtube director jendral hortikultura dengan potongan-potongan pendeknya bisa ditayangkan di Instagram dan di twitter apa di facebook tapi juga selain itu kami menggunakan infografis untuk penyampaian informasi kepada masyarakat yang secara ringkas..

iya. Makanya ketika selesai dibuat itu tidak serta merta langsung di posting di media sosial, biasanya kita diskusikan dulu kita telaah kembali apakah data yang disampaikan sudah benar infografisnya juga sudah menarik atau belum baru ketika itu kita katakan yes baru bisa di posting di media sosial (Bapak Rico, wawancara tanggal 24 Juli 2019).

Terkait dengan hal yang sama Bapak Alif juga turut mengemukakan pendistribusian infografis.

saya pernah membuat infografis yang .. apa namanya .. apa namanya ya urban farming ya jadi bawang putih yang ditumbuhkan kemudian jadi vas bunga gitu kan jadi jadi.. bawang putih yang kita tumbuhkan kemudian jadi yang berbentuk ... apa namanya.. tanaman hias gitu.. ah itu kan sampai di apa sampai di komentarin banyak sekali netizen sampai viral seperti itu.. ya bahkan ... Twitter istana sampau me Re-twt itu.. nah itu menarik sekali ternyata sesuatu yang aneh dan langka itu.. itu yang disukai oleh publik dan itu sangat mengedukasi pasti.. (Bapak Alif, wawancara tanggal 24 Juli 2019).

Dalam hal ini, Dimas selaku pelaksana tugas pembuatan infografis juga menjelaskan proses pendistribusian infografis.

saya udah di export udah jadi saya kirim ke mas aries..

WA

Instagram

.. belum tau si soalnya yang diminta sering tuh buat instagram... belum tau twitter.. mungkin ada cuman ga ngeliat juga sudah diposting belumnyaa (Kristianto Dimas, wawancara tanggal 24 Juli 2019).

Hal serupa juga dikemukakan oleh Septi selaku mahasiswi yang juga melakukan magang dan melaksanakan tugas pembuatan infografis

terus kalau Coreldraw itu kendalanya lagi biasanya nih ya kalau masih baru make tuh warna..

kalau warna tuh kan gatau entah RGB nya laptop tuh sama hape beda. Jadi kita mau warna hijau, hijaunya udah bagus nih disini entar pas dikirim ke mentor itu lewat whatsapp hijaunya terang banget gitu.

Instagram sama twitter tapi kan karena kebanyakan orang pakai Instagram jadi Instagram jadi lebih banyak (Septiani Ayu Rosita, wawancara tanggal 24 Juli 2019).

4.5.11 Teori Difusi Inovasi

Teori ini meneliti bagaimana ide-ide baru, hal praktis atau objek diadopsi oleh individu-individu dan organisasi. Sejak tahun 1950-an, Everett M. Rogers telah mengembangkan model yang sangat komprehensif tentang bagaimana inovasi-inovasi diadopsi. Berdasarkan tingkatan kesiapan dalam menerima ide atau objek baru, pengadopsi dikelompokkan menjadi lima kelompok, yaitu: (a) *innovators*, petualang yang paling awal mengadopsi ide-ide baru. Menurut Rogers, kelompok ini lebih cosmopolitan dibanding anggota kelompok lainnya; (b) *early adopter*, tokoh-tokoh lokal (kurang cosmopolitan dibanding innovator), biasanya derajatnya tinggi sebagai pemuka pendapat dalam sistem sosial; (c) *early majority*, penuh pertimbangan, sering berinteraksi dengan anggota kelompoknya, kadangkala menempati posisi kepemimpinan; (d) *late majority*, skeptis (ragu-ragu), seringkali mengadopsi inovasi karena kondisi ekonomi tidak menentu atau meningkatnya tekanan jaringan; (e) *laggards*, orang-orang lokal tradisional, termasuk nyaris terisolasi dan poin rujukannya selalu berorientasi ke masa lalu (Ardianto 2010, 111). Berikut merupakan hasil yang dikemukakan oleh informan yaitu Bapak Rico terkait dengan Difusi Inovasi :

bagian hukum dan humas ditjen hortikultura dalam penyampaian informasi atau penyebarluasan informasi kepada publik atau masyarakat. menggunakan media-media seperti media cetak, koran, majalah demikian juga media online dan media tv selain itu kita juga mengoptimalkan penggunaan media sosial.. dalam hal ini menggunakan facebook, twitter, instagram dan youtube yang semuanya kita logokan atau kita stampelkan dan kita berikan namanya itu semua media sosialnya direktorat jendral hortikultura.

semuanya kita gunakan untuk menyampaikan informasi terkait direktorat jendral hortikultura kepada masyarakat luas.

informasi yang disampaikan oleh direktorat jendral hortikultura adalah komoditas-komoditas pertanian yang ada dibawah kewenangan direktorat jendral hortikultura atau jenis-jenis komoditas yang merupakan komoditas pertanian hortikultura (Bapak Rico, wawancara tanggal 24 Juli 2019).

Selain itu informan lain yakni Bapak Alif juga turut mengemukakan pendapat terkait dengan teori difusi inovasi sebagai berikut :

humas ini adalah seperti ya kalau di analogikan seperti dengan juru bicara pemerintah gitu ya.. jadi kita itu mengkomunikasikan apa yang ada di direktorat jendral hortikultura ini kepada masyarakat kita lah yang mengkomunikasikan itu.. mengkomunikasikannya dalam berbagai bentuk baik dalam bentuk pemberitaan... videografis.. infografis gitu.. dan banyak hal yang bisa kita berikan informasi kepada publik (Bapak Alif, wawancara tanggal 24 Juli 2019).

4.6 Tujuan dan Alasan Pemakaian Infografis di Subag Hukum dan Humas Direktorat Jenderal Hortikultura

Dalam pemakaian media infografis sebagai media penyampai informasi oleh Subag Hukum dan Humas Ditjen Hortikultura tentu saja memiliki tujuan dan alasan mengapa menggunakan infografis sebagai salah satu media yang digunakan dalam menyampaikan informasi kepada publik. Berikut adalah hasil wawancara yang dikemukakan oleh Bapak Rico terkait dengan tujuan dan alasan pemakaian infografis.

iya terimakasih buat fajar, jadi.. bagian hukum dan humas ditjen hortikultura dalam penyampaian informasi atau penyebaran informasi kepada publik atau masyarakat. menggunakan media-media seperti media

cetak, koran, majalah demikian juga media online dan media tv selain itu kita juga mengoptimalkan penggunaan media sosial.. dalam hal ini menggunakan facebook, twitter, instagram dan youtube yang semuanya kita logokan atau kita stampelkan dan kita berikan namanya itu semua media sosialnya direktorat jendral hortikultura. sedangkan yg tadi media cetak, media online dan media tv adalah media-media yang bersifat nasional dan media-media tersebut juga adalah media media mainstream contohnya Kompas, rakyat merdeka, republika media cetaknya. media onlinenya juga bisa kompas.com, republika.co.id, terus rn.co.id, terus detik.com kumparan dan lain sebagainya jadi media tv nya tv one, metro tv, Kompas tv, e news tv dan masih banyak lain sebagainya lah pokoknya kita melakukan kordinasi dengan media media tersebut dan semuanya kita gunakan untuk menyampaikan informasi terkait direktorat jendral hortikultura kepada masyarakat luas.

nah.. untuk penggunaan media sosial kami biasa menggunakan artinya ketika yang kami posting ya artinya adalah hasil-hasil liputan kami. Liputan kami dalam bentuk kegiatan yang kami liput biasanya kami tayangkan dalam bentuk pemberitaan kami posting di facebook demikian juga di Instagram dan di twitter serta youtube kami. Terkait dengan pembuatan artinya yang bersifat tayangan kami buat fillernya untuk kami tayangkan di youtube nya direktor jendral hortikultura dengan potongan-potongan pendeknya bisa ditayangkan di Instagram dan di twitter apa di facebook tapi juga selain itu kami menggunakan infografis untuk penyampaian informasi kepada masyarakat yang secara ringkas..

Infografis itu kita bisa mendeskripsikan semua apa yang ingin kita sampaikan terkait hortikultura secara lebih ringkas, terperinci, dan valid. Artinya gini kita cukup bermain angka ada bagan alurnya jadi semuanya itu gini lebih singkat yang.. yang yang yang.. jelasnya infografis itu menyampaikan informasi secara lebih ringkas dan mudah diterima oleh masyarakat.

mudah diterima dalam arti kata mudah dipahami.. mudah di mengerti.. (Bapak Rico, wawancara tanggal 24 Juli 2019).

Hal serupa juga turut Bapak Alif kemukakan dalam wawancara yang dilakukan bersama beliau.

ya banyak yang pertama adalah sebenarnya .. sebenarnya di subag hukum humas ini dibagi dua ya.. Hukum.. hukum dan humas. Hukum itu menangani masalah tentang permasalahan hukum yang ada di hortikultura ini.. kemudian humas adalah hubungan masyarakat, .. bagaimana kita berhubungan dengan .. masyarakat di luar sana.. pastinya.. masyarakat itu ya dibagi banyak termasuk .. mahasiswa seperti anda ini gitu kan.. .. petani.. pastinya dan yang mungkin stakeholder diluar sana yang lain.. ehem.. .. humas ini adalah seperti ya kalau di analogikan seperti dengan juru bicara pemerintah gitu ya.. jadi kita itu mengkomunikasikan apa yang ada di direktorat jenderal hortikultura ini kepada masyarakat kita lah yang mengkomunikasikan itu.. mengkomunikasikannya dalam berbagai bentuk baik dalam bentuk pemberitaan.. .. videografis.. infografis gitu.. dan banyak hal yang bisa kita berikan informasi kepada publik..

Ohh yaaa saya tentunya.. pastinya mengerjakan itu karena ya saya memang diberikan tugas untuk membuat ... informasi-informasi melalui infografis

langsung dari pimpinan (Bapak Alif, wawancara tanggal 24 Juli 2019).

Lalu dalam wawancara dengan Dimas selaku mahasiswa magang, peneliti juga menemukan point terkait dengan tujuan dan alasan pemakaian infografis.

iya dari perpustakaan.. saya ngambil beberapa brosur terus waktu itu yang nugasin pertama .. mas aries.. terus yang kedua waktu itu pas nugasin.. saya ngambil brosur yang banyak terus dia pilih.. kamu bikin ini aja nih .. cabai.. nah kalau mas alif dia pas waktu itu tugasnya untuk tanaman obat..

waktu pertama magang disini.. bikin aja tapi gausah ditarget gitu.. bikin aja mas. Bikin aja dimas infografis oh yauda mas tapi ga ditargetin harus beres jam berapa.. berapa banyaknya.. (Kristianto Dimas, wawancara tanggal 24 Juli 2019).

4.7 Hambatan dan Penyelesaian dalam Tahap Penyusunan Infografis

Pada setiap hal tentunya terjadi sebuah hal yang mengakibatkan adanya hambatan yang terjadi dalam sebuah prosesnya. Demikian pula dengan adanya penyelesaian pada setiap hambatan yang terjadi, pada sub bab ini peneliti akan menjabarkan hambatan-hambatan yang terjadi pada proses penyusunan infografis yang didapatkan dari hasil wawancara. Berikut merupakan hasil yang didapatkan peneliti dari hasil transkrip wawancara dengan salah satu informan :

kalau warna tuh kan gatau entah RGB nya laptop tuh sama hape beda. Jadi kita mau warna hijau, hijaunya udah bagus nih disini entar pas dikirim ke mentor itu lewat whatsapp hijaunya terang banget gitu (Septiani Ayu Rosita, wawancara tanggal 24 Juli 2019).

Pada hal ini Septi mengemukakan hal yang dapat menjadi solusi langsung dari hambatan yang terjadi.

kurangnya tuh disitu jadi kita kaya sepinter-pinternya kita make aja gitu. Kalau photoshop kan kaya misalnya foto..

photoshop mah kalau tau mah kan itu ada magic wand tool itu biar instan (Septiani Ayu Rosita, wawancara tanggal 24 Juli 2019).

Berikut juga merupakan hambatan dan penyelesaian yang dikemukakan dari hasil wawancara dengan informan.

biasanya dari google tapi kaya biasanya iya dari google, kalau dari sini sih biasanya mah foto pak dirtjen doang sih.. (Septiani Ayu Rosita, wawancara tanggal 24 Juli 2019).

Penyelesaian

biasanya sih kalau sumber mah ga nentu matokin kemana, tapi kadang kalau disini ada...

iya.. kaya brosur-brosur gitu kalau ada mah ambil dari situ aja.. (Septiani Ayu Rosita, wawancara tanggal 24 Juli 2019).

4.8 Interpretasi Data

Pada tahap ini data yang telah melalui proses analisis akan dilakukannya interpretasi data yaitu, peneliti akan mendeskripsikan hasil analisis data yang telah didapatkan agar peneliti dapat menemukan hasil dari penelitian atau menjawab rumusan masalah peneliti.

4.8.1 Infografis Sebagai Media Penyampai Informasi

Infografis sebagai media visualisasi data menjadi salah satu media penyampai informasi yang dapat dikatakan mudah untuk dibaca dan juga menarik untuk terus membacanya. Ketertarikan infografis disebabkan oleh isi dari konten infografis itu sendiri. Dalam isi kontennya, infografis memuat data-data berupa gambar, bagan data, grafik data hingga sebuah peta. Isi konten tersebut membuat khalayak atau publik tertarik untuk melihat. Namun perlu diketahui bahwa infografis bukan hanya tentang banyaknya dan menariknya sebuah gambar atau visualisasi data didalamnya. Infografis juga harus dibuat menjadi media penyampai informasi yang singkat, padat dan jelas.

Jika kita melihat apa yang dikemukakan Oxlade (2014, 4) bahwa infografis merupakan sebuah gambar yang memberikan kita sebuah informasi. Infografis dapat berupa grafik, bagan, peta dan hal-hal lain. Infografis membuat informasi menjadi mudah untuk dimengerti. Hal ini sama dengan apa yang telah dikemukakan oleh salah satu informan peneliti. Dimana infografis merupakan media dalam mendeskripsikan informasi secara lebih ringkas, terperinci dan valid. Penggunaan angka-angka dalam sebuah bagan menjadikan informasi lebih singkat.

Hal lain yang dikemukakan oleh informan peneliti tentang infografis sebagai media penyampai informasi yaitu infografis merupakan cara menyampaikan informasi dengan simple namun tidak menghilangkan unsur menarik didalamnya. Dengan mempertahankan kedua hal tersebut informasi dalam infografis mudah diterima oleh masyarakat dan juga mudah dimengerti. Apa yang telah dikemukakan diatas mengacu pada definisi yang dikemukakan oleh Smiciklas (2012, 3) yakni bahwa infografis di definisikan sebagai visualiasasi data atau ide yang mencoba untuk menyampaikan informasi kompleks kepada audience dengan cara tertentu dan dapat mudah dipahami atau mudah dimengerti.

4.8.2 Berorientasi pada Tujuan Infografis, *The Creative Brief and Ideation*

Kriteria utama dalam proses penerapan kriteria infografis yang dikemukakan oleh Kemkominfo adalah kriteria menentukan tujuan dan menjadi sebuah dasar dari tersusunnya sebuah infografis. Pada kriteria utama ini lah Subag Hukum dan Humas Hortikultura merundingkan ide-ide dan memilih informasi apa yang akan dijadikan bahan konten informasi dalam infografis yang akan disusun. Dalam hasil analisis, Bapak Rico selaku Kasubag Hukum dan Humas Ditjen Hortikultura mengemukakan bahwa pada Subag Hukum dan Humas Hortikultura senantiasa berkumpul dalam sebuah rapat yang menentukan infografis apa yang akan diangkat, membicarakan isu-isu apa yang sedang menjadi hot issue. Contoh isu yang dikemukakan oleh Bapak Rico adalah isu aksi petani membuang-buang cabai. Dalam hal ini maka terjadinya musyawarah terkait dengan isu tersebut yaitu, untuk membuat informasi kepada masyarakat untuk dapat memanfaatkan cabai menjadi produk olahan lain yang bermanfaat.

Ide-ide yang hadir dan menjadi sebuah keputusan tidak selalu didapatkan dari Bapak Rico selaku Kasubag namun, ide-ide tersebut juga turut muncul dari staff-staff yang menjadi bagian dari Subag Hukum dan Humas Hortikultura. Bapak Rico Juga mengemukakan bahwa nantinya setelah ide pemilihan topik informasi didapatkan maka mahasiswa dan mahasiswi magang akan diberikan pengarahan untuk dapat melakukan praktik kerja dalam membuat infografis. Hal serupa juga dikemukakan oleh Bapak Alif selaku staff Subag Hukum dan Humas Hortikultura untuk

memperhatikan pemilihan konten informasi agar mempunyai manfaat terhadap masyarakat. Begitu juga dengan Dimas dan Septi, yang turut mengemukakan hal yang serupa dengan informan peneliti sebelumnya. Dimas dan Septi mengungkapkan bahwa selain mendapat ide dari dari staff yang mengatur infografis Hukum dan Humas Direktorat, sebagai mahasiswa-mahasiswi magang juga turut memberikan ide masukan terhadap isu-isu yang ada namun melalui diskusi bersama dengan para staff yang mengatur infografis.

Dalam hal ini, apa yang telah dikemukakan oleh informan-informan peneliti memiliki keterkaitan dengan kriteria dan proses penyusunan yang dikemukakan oleh Kemekominfo dan Lankow yang menyebutkan bahwa hasil infografis yang diproduksi harus berorientasi pada masing-masing tujuan jenis konten. Tujuan dari konten-konten pemerintahan umumnya dibagi menjadi 5 hal yakni untuk memberikan informasi dan panduan, sosialisasi, menghibur dan memberikan informasi teraktual (Kemkominfo, 2018, 2-8). Hal tersebut juga mengacu pada salah satu proses penyusunan menurut Lankow (2012, 4) yakni *The Creative Brief and Ideation*, yang dimana pada tahap ini merupakan pondasi awal dari proyek penyusunan infografis. Pada tahap ini penyusun infografis membuat ringkasan ide-ide dan penciptaan atau pemilihan informasi apa yang akan di angkat untuk dijadikan arah panduan dalam menyusun infografis.

4.8.3 Riset, Sumber dan Waktu Produksi (Kemenkominfo), *Research and Data Analysis* (Lankow)

Pada tahap ini semua informasi yang akan dijadikan konten informasi memiliki beberapa syarat sebelum dapat diangkat ke dalam infografis. Menurut Kemenkoinfo (2018, 2-8) infografis yang diproduksi perlu melalui proses riset dari sumber-sumber yang dapat dipertanggungjawabkan. Pemilahan data yang dilakukan menggunakan pendekatan dasar statistik dengan tujuan positif, pemilahan data menggunakan pendekatan logika (identitas, kontradiksi, korelasi dan kombinasi), memiliki informasi yang komprehensif dan akurat, konten memuat sumber yang dapat divalidasi lisensi/ijin penggunaan aset (gambar, ilustrasi, video, audio) yang didapat dari internet dan yang terakhir mencantumkan tanggal produksi agar pembaca mengetahui apakah informasi tersebut masih berlaku. Dari apa yang dikemukakan oleh Kemkominfo terdapat 3 syarat yaitu informasi datang dari sumber yang dapat dipertanggung jawabkan, informasi yang didapatkan harus melalui proses riset dan informasi perlu mencantumkan tanggal produksi.

Hal ini berkaitan dengan tahap yang dikemukakan oleh Lankow (2012, 4) yaitu dalam tahap ini informasi yang sebelumnya di bentuk, kembali dilakukan pengujian dan analisis data agar informasi yang akan dimuat dalam infografis dapat di pertanggungjawabkan ke akuratanannya. Pada hasil analisis data yang peneliti lakukan, peneliti mendapati keterkaitan dengan apa yang dikemukakan oleh Bapak Rico dalam wawancaranya. Konten informasi dalam infografis Subag Hukum dan

Humas Ditjen Hortikultura didapatkan dari masing-masing divisi yang ada pada Direktorat Jenderal Hortikultura, seperti mengenai budidaya untuk buah-buahan didapatkan dari Direktorat Buah dan Florikultura, mengenai sayuran dan tanaman obat maka informasi datang dari Direktorat SDO lalu informasi mengenai benih dengan kualitas tersertifikasi datang dari Direktorat Perbenihan dan lain-lain. Selain itu hal serupa juga dikemukakan oleh Bapak Alif yakni bahwa selain mendapatkan informasi dari masing-masing divisi yang melakukan studi, Subag Hukum dan Humas Hortikultura juga mendapatkan data informasi terkait Ekspor dan Impor dari Badan Pusat Statistik (BPS).

Pada wawancara dengan Bapak Rico, peneliti juga mendapati point Waktu Produksi. Dikemukakan oleh Bapak Rico bahwa Subag Hukum dan Humas Hortikultura senantiasa berkumpul dalam sebuah rapat untuk membicarakan isu-isu atau informasi yang sedang hangat di masyarakat. Selain itu, target dalam memproduksi infografis yakni kurang lebih 20 infografis setiap bulannya atau 1-3 infografis setiap hari. Namun, tidak terdapat jadwal untuk memproduksi infografis yang diberikan oleh Bapak Rico selaku Kasubag Hukum dan Humas Hortikultura.

4.8.4 Relevan dengan Kebutuhan Pembaca

Menurut Kemkominfo (2018, 2-8) mengemukakan bahwa hasil infografis yang diproduksi harus relevan. Infografis harus aktual, sesuai dengan kenyataan yang ada sekarang, *up to date* dengan kebutuhan pembaca saat ini, menawarkan informasi baru atau teknik penyampaian terkini dan ilustrasi atau gambar yang mendukung. Dalam hasil analisis terkait dengan relevansi informasi dengan kebutuhan pembaca, Bapak Rico mengemukakan dalam wawancaranya bahwa Subag Hukum dan Humas Hortikultura selalu melakukan rapat atau diskusi terlebih dahulu untuk membicarakan isu-isu yang sedang hangat di dalam masyarakat. Contoh isu yang diangkat dan dibicarakan di kalangan petani komoditas hortikulutra adalah saat petani melakukan aksi membuang-buang cabai, saat itu humas melakukan rapat terkait dengan isu tersebut lalu membuat informasi terkait pemanfaatan cabai sebagai olahan lain, hal ini dikemukakan dalam hasil wawancara dengan Bapak Rico dan Bapak Alif. Pada hasil analisis peneliti juga menemukan point terkait dengan relevan dengan kebutuhan pembaca yakni dikemukakan bahwa Subag Hukum dan Hukum Hortikultura juga melaksanakan request informasi dengan bentuk infografis yang didapatkan melalui komentar yang ada pada media sosial Ditjen Hortikultura.

4.8.5 Struktur Visual dan *Design and Data Visualization*

Pada proses pembuatan, infografis yang baik adalah infografis yang memiliki struktur visual yakni gambar, teks, warna, desain, dan lain-lain. Selain itu dalam tahap ini juga akan dipaparkan aplikasi pembantu yang digunakan oleh Subag Hukum dan Humas Ditjen Hortikultura dalam menyusun infografis. Pada apa yang telah dikemukakan oleh informan peneliti yaitu Bapak Alif, unsur pertama yang menjadikan infografis menarik adalah penggunaan warna yang tidak terlalu banyak. Pada infografis penggunaan warna yang baik adalah warna hitam dan putih, ini dikarenakan 2 warna tersebut menjadi warna yang melekat pada memori otak pembaca atau yang melihatnya. Beliau juga mengemukakan bahwa pada penggunaan banyak warna dalam infografis membuat kehilangan konsentrasinya dan membingungkan pembaca akibatnya pembaca tidak tertarik untuk melanjutkan dalam melihat maupun membaca infografis.

Terkait dengan warna informan peneliti yakni Dimas dan Septi jug turut mengemukakan bahwa warna yang baik dalam infografis adalah warna yang tidak banyak dan kontras dengan warna lainnya, ketika warna background infografis berwarna gelap maka penggunaan warna yang tidak terlalu terang adalah pilihan yang baik. Selain itu dalam infografis Ditjen Hortikultura juga sempat memiliki karakteristik warna yaitu warna hijau kekuning-kuningan yang memiliki sebuah arti kematangan dari sebuah buah atau warna dari buah yang segar.

Pada hasil analisis data wawancara juga peneliti menemukan bahwa dalam teks (font), infografis yang baik adalah infografis yang tidak memiliki jenis font lebih dari 3 jenis. Penggunaan 1-2 jenis font merupakan batas dari penggunaan jenis font yang baik dalam infografis. Hal serupa juga dikemukakan oleh informan lain peneliti terkait dengan teks dan font. Pada teks informasi yang ada dalam infografis perlu memiliki spasi yang tidak terlalu berdekatan. Lalu pada hal jenis font, informan yang melaksanakan tugas sebagai penyusun infografis memanfaatkan salah satu website untuk mendownload jenis-jenis font yakni Dafont.com.

Dalam tahap menyusun infografis Subag Hukum dan Humas Ditjen Hortikultura menggunakan aplikasi pembantu yakni seperti Canva, Corel Draw, Adobe Photoshop dan Adobe Illustrator. Informan juga menjelaskan beberapa hal tentang aplikasi yang digunakan. Pada penggunaan Canva dikemukakan bahwa aplikasi pembantu tersebut merupakan aplikasi online yang memiliki hamper 60.000 template yang langsung dapat digunakan, lalu pada Corel Draw, Adobe Photoshop dan Adobe Illustrator merupakan aplikasi yang menyusun infografis dengan tidak ada template yang dapat digunakan, yang berarti penyusunan infografis bermulai dari sebuah template kosong yang kita bentuk atau susun sendiri (manual) hingga akhir.

Hal diatas berkaitan dengan proses Struktur Visual menurut Kemkominfo dan *Design and Data Visualization* menurut Lankow yakni dalam Infografis yang diproduksi harus memiliki struktur visual yang baik. Infografis perlu memiliki keseimbangan visual, kombinasi simbol, ilustrasi, gambar, font yang serasi dalam

gaya, simbol, ilustrasi, gambar, font sesuai dengan karakter topik yang ditampilkan, palet warna sesuai karakter topik, pemilihan warna yang mudah diserap mata, elemen desain dengan proporsi yang akurat, tampilan terstruktur pada grid yang rapi dan professional dan memiliki komposisi elemen audiovisual yang bagus (Kemkominfo 2018, 2-8).

Selain itu hal ini juga turut berkaitan dengan proses penyusunan yang dikemukakan oleh Lankow (2012, 4) yaitu *Design and Data Visualization* yakni, pada tahap ini penyusun infografis membuat sebuah template atau wadah mode infografis yang dibuat dengan bantuan aplikasi tools pembuat infografis seperti *Ichart*, *Pixlr*, *Canva* dll. Setelah itu, informasi yang telah dibuat menjadi sebuah konten informasi yang akan diangkat lalu di taruh ke dalam template infografis. Konten informasi yang ditaruh di dalam template infografis dapat berupa sebuah gambar, animasi, data statistik dsb.

4.8.6 Keterbacaan (*Readability*) dan *Content Creation*

Pada infografis pada dasarnya membahas tentang bagaimana informasi yang ada, agar dapat dibaca dengan baik dan dapat dimengerti. Infografis yang diproduksi dapat mudah dibaca dan dipahami. Teks dalam infografis tidak perlu panjang, lalu ukuran font tidak terlalu kecil sehingga susah dibaca (minimal font size 9 poin), infografis menggunakan Bahasa Indonesia yang baik dan benar dan adanya jarak

antar font ideal (tidak terlalu rapat) (Kemekominfo, 2018, 2-8). Hal yang sama juga disebutkan oleh Lankow (2012, 4) yaitu pada tahap *Content Creation* yaitu dimana dalam tahap ini informasi yang telah dibuat dan di uji atau di analisis lalu di bentuk ke dalam konten informasi yang padat dan bahasanya mudah dimengerti agar khalayak yang ditujukan atau dipilih oleh penyusun infografis dapat dengan mudah menyerap dengan baik informasi yang disampaikan.

Dalam tahap ini informan yakni Bapak Alif, Dimas dan Septi mengemukakan bahwa penggunaan warna pada teks atau informasi yang baik adalah dengan warna yang dapat terserap dengan mudah oleh memori otak yakni tidak menggunakan banyak warna. Lalu penggunaan jenis teks (font) tidak terlalu banyak, cukup menggunakan 2 jenis font dalam satu infografis. Meskipun teks dalam infografis terlihat simple namun hal tersebut yang menjadi unsur yang menarik dan membuat pembaca infografis nyaman dalam membaca. Selain itu informan peneliti yakni Dimas juga mengungkapkan bahwa ketika ada kata-kata yang sulit untuk dimengerti seperti kata-kata ilmiah perlu dicari dengan kata lainnya dan digantikan atau mencari pengertian-pengertian dari kata-kata tersebut dan menjelaskannya dalam infografis. Hal tersebut mengingat bahwa tujuan dari infografis adalah untuk melakukan visualisasi data dari sebuah informasi.

4.8.7 Persuasi

Pada hasil analisis data wawancara peneliti dengan informan, terdapat point atau inti-inti percakapan yang berkaitan dengan point Persuasi. Dikemukakan oleh Bapak Alif bahwa unsur yang harus diperhatikan adalah unsur menarik dalam infografis. Infografis yang menarik adalah infografis yang tidak memiliki banyak warna didalamnya agar pembaca tidak kehilangan minat membaca karena terlalu banyak yang hadir dalam infografis dan membuat konsentrasinya hilang. Infografis yang baik adalah infografis yang simple tanpa menghilangkan unsur menarik didalamnya. Bapak Alif pernah mengemukakan bahwa beliau pernah membuat infografis yang menarik perhatian dan disukai masyarakat yang disebarakan melalui media sosial Twitter hingga akun Twitter istana negara mere-twt postingannya Ditjen Hortikultura. Selain itu, Septi selaku mahasiswi magang juga mengemukakan bahwa salah satu infografis yang disusun juga menjadi salah satu postingan yang diperdebatkan. Dalam infografis tersebut memuat informasi tentang buah pisang yang berbintik hitam justru lebih sehat dan mampu meningkatkan sel kekebalan tubuh serta melawan sel kanker. Infografis tersebut memiliki jumlah like serta komentar yang cukup tinggi hingga salah satu komentar menanyakan apakah informasi tersebut hoax atau tidak, namun langsung dijelaskan bahwa informasi tersebut datang dari banyak sumber yang valid.

Apa yang diungkapkan oleh informan peneliti berkaitan dengan yang dikemukakan oleh Kemkominfo dan Lankow yaitu infografis yang diproduksi perlu memiliki unsur persuasi agar menarik minat pembaca. Unsur persuasi dapat digunakan pada judul infografis, dimana pemilihan judul infografis dapat mengarahkan pembaca untuk terus membaca infografis dan menimbulkan rasa penasaran). Unsur persuasi juga dapat digunakan pada level atau sisi visual dari infografis (Kemkominfo, 2018, 2-8).

4.8.8 Lugas (*Simplicity*)

Dalam infografis diperlukannya unsur lugas atau menunjukkan point-point penting yang ada dalam sebuah informasi. Infografis yang diproduksi perlu bersifat lugas atau langsung pada point yang ingin dijelaskan. Infografis perlu memiliki alur yang tidak rancu atau urut sesuai dengan alur paparan, lalu memiliki satu ide sentral yang menjadi fokus, tidak menimbulkan bias, ambigu dan kesalahpahaman, serta perlu memilih istilah yang mudah dipahami oleh semua orang (Kemkominfo, 2018, 2-8). Pada hasil analisis data yang didapatkan peneliti, informan-informan mengemukakan hal-hal yang mengacu dan berkaitan pada kriteria lugas dalam infografis. Informan peneliti mengemukakan bahwa infografis adalah cara mendeskripsikan apa yang ingin disampaikan oleh Subag Hukum dan Humas Hortikultura secara lebih ringkas, terperinci dan juga valid.

Hal ini dikarenakan agar pesan yang disampaikan Subag Hukum dan Humas Ditjen Hortikultura sebagai penyampai informasi dapat mudah dipahami dan mudah diterima dengan baik. Adapun hal yang serupa juga dikemukakan oleh informan peneliti yakni Dimas terkait dengan unsur lugas dalam infografis. Dimas mengemukakan bahwa adanya sebuah proses untuk membantu pembaca infografis agar informasi yang disampaikan tidak rancu atau susah dimengerti. Dimas menjelaskan ketika informasi dalam infografis memuat kata-kata ilmiah yang khalayak atau masyarakat jarang ketahui, maka sudah menjadi tugas penyusun infografis untuk mencari kata pengganti atau menjelaskan arti dari kata tersebut.

4.8.9 Sesuai Brand Guideline

Pada unsur selanjutnya dijelaskan bahwa infografis perlu sesuai dengan Brand Guideline. Infografis yang diproduksi harus sesuai dengan *brand guideline* dan tidak melanggar ketentuan yang ada. Pada infografis memerlukan ciri yang konsisten terhadap brand atau pihak perusahaan (Kemkominfo, 2018, 2-8). Pada hasil wawancara dengan informan peneliti yakni Bapak Rico, Bapak Alif dan Dimas mengemukakan bahwa infografis yang disusun Subag Hukum dan Humas Hortikultura memberikan brand logo atau watermark Ditjen Hortikultura. Pemberian logo atau watermark tersebut dilakukan agar ketika ada oknum yang mengklaim infografis tersebut dapat dituntut dan menjadi bukti pelanggaran hak paten. Meskipun

begitu, Bapak Alif juga menjelaskan bahwa ada beberapa infografis yang dibuat oleh mahasiswa-mahasiswi magang yang tidak mencantumkan logo ataupun watermark, hal ini beliau kemukakan karena beliau berpendapat bahwa sebagai humas dalam instansi pemerintahan tugasnya juga adalah memberikan ilmu kepada masyarakat. Hal ini tentu berbeda dengan apa yang telah dikemukakan Bapak Rico selaku Kasubag Hukum dan Humas Hortikultura yang menjadi pimpinan Bapak Alif.

4.8.10 Mudah Dibagikan (*Shareability*) dan *Distribution*

Dalam kriteria dan tahap terakhir penyusunan infografis dikemukakan oleh Kemkominfo dan Lankow yakni proses penyebaran atau distribusi infografis. Infografis yang sudah diproduksi harus dapat dibagikan dengan mudah ke dalam website, berbagai platform media, terutama media digital atau media sosial (Kemkominfo, 2018, 2-8). Hal tersebut juga berkaitan pada proses penyusunan yang dikemukakan oleh Lankow (2012, 4) yakni pendistribusian atau penyebaran infografis melalui media sosial, media massa, banner, media cetak dll. Dalam penyebarannya lewat media sosial infografis harus sesuai dengan platform media sosial yang akan digunakan, karena setiap media sosial memiliki ukuran gambar yang berbeda dengan yang lainnya.

Kedua hal diatas terdapat pada apa yang dikemukakan oleh Bapak Rico dan Dimas yakni Pada hal yang serupa dengan penyebaran atau pendistribusian juga dikemukakan yakni ketika infografis telah selesai maka di langsung diposting di media sosial, namun melewati proses diskusi kembali agar informasi dapat ditelaah ulang. Begitu juga dengan yang dikemukakan Dimas selaku mahasiswa magang. Setelah informan telah selesai mengerjakan infografis maka akan dikirim kepada staff Subag Hukum dan Humas yang mengatur infografis. Jika informasi sudah benar dan menarik maka infografis akan dimuat atau diposting di media sosial seperti Facebook, Instagram dan Twitter.

4.8.11 Teori Difusi Inovasi

Berdasarkan tingkatan kesiapan dalam menerima ide atau objek baru menurut Everett M. Rogers, Direktorat Jenderal Hortikultura termasuk ke dalam kelompok *early adopter*. Dikemukakan oleh Everett M. Rogers bahwa kelompok *early adopter* merupakan tokoh-tokoh lokal (kurang cosmopolitan dibanding innovator), biasanya derajatnya tinggi sebagai pemuka pendapat dalam sistem sosial. Dalam hal ini, dikemukakan oleh kedua informan peneliti, Direktorat Jenderal Hortikultura menempati tempat sebagai tokoh lokal dan juga pemuka pendapat dalam sistem sosial yakni sebagai salah satu instansi pemerintah yang menjadi juru bicara dalam menjembatani antara pemerintahan dengan masyarakatnya.

Informan juga mengemukakan bahwa Direktorat Jenderal Hortikultura ikut turut mengoptimalkan penggunaan infografis dalam media sosial Direktorat Jenderal Hortikultura. Hal tersebut tentu berkaitan dengan teori yang digunakan peneliti, dimana teori difusi inovasi mengasumsikan tentang bagaimana suatu ide baru, hal praktis atau objek diadopsi oleh individu-individu dan organisasi. Direktorat Jenderal Hortikultura mengadopsi pemakaian infografis dalam media sosial sebagai bentuk baru dalam optimalisasi penyampaian atau penyebaran suatu informasi kepada masyarakat luas.

4.9 Tujuan atau Alasan Pemakaian Infografis di Subag Hukum dan Humas Direktorat Jenderal Hortikultura

Penggunaan infografis oleh Subag Hukum dan Humas Hortikultura sebagai salah satu media yang digunakan dalam menyampaikan informasi tentu saja memiliki latar belakang tujuan atau alasan. Pada hasil analisis wawancara dengan informan-informan, hal yang didapatkan oleh peneliti tentang alasan pemakaian infografis oleh Subag Hukum dan Humas Ditjen Hortikultura adalah agar dapat membantu melakukan tugas dalam penyampaian informasi atau penyebaran informasi kepada publik atau masyarakat. Subag Hukum dan Humas Ditjen Hortikultura mempunyai tugas yaitu menjadi juru bicara yang dapat menjembatani masyarakat dengan pemerintah. Pada praktik kerjanya Subag Hukum dan Humas

Ditjen Hortikulutra menggunakan banyak media seperti media cetak yakni koran dan majalah. Selain itu, Subag Hukum dan Humas Ditjen Hortikultura juga menggunakan media tv dan media online serta mengoptimalkan penggunaan dari media sosial yakni Facebook, Twitter dan Instagram. Pada media sosial Subag Hukum dan Humas Ditjen Hortikultura menggunakan infografis untuk menyampai informasi kepada masyarakat dikarenakan dalam pemakaian infografis, Subag Hukum dan Humas Ditjen Hortikultura dapat mendeskripsikan informasi terkait dengan hortikulutra secara ringkas, terperinci dan valid agar dapat dipahami dan mudah diterima oleh masyarakat dengan baik.

4.10 Hambatan dan Penyelesaian dalam Tahap Penyusunan Infografis

Pada setiap hal tentunya terjadi sebuah hal yang mengakibatkan adanya hambatan yang terjadi dalam sebuah prosesnya. Demikian pula dengan adanya penyelesaian pada setiap hambatan yang terjadi, pada sub bab ini peneliti akan menjabarkan hambatan-hambatan yang terjadi pada proses penyusunan infografis yang didapatkan dari hasil wawancara. Berikut merupakan hasil yang didapatkan peneliti dari analisis data yang dilakukan.

Kendala yang terjadi pada proses penyusunan infografis adalah warna RGB yang berbeda antara Personal Computer (PC) dengan Smartphone yang mengakibatkan perbedaan warna ketika proses akhir pembuatan yang dilakukan oleh Septiani yakni melakukan pengirim kepada Staff yang mengatur infografis di Subag Hukum dan Humas Ditjen Hortikultura. Penyelesaian yang dikemukakan oleh Septiani ketika menggunakan aplikasi pembuat infografis di PC adalah dengan memilih perwarnaan dengan bijak.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Infografis Direktorat Jenderal Hortikultura disusun melalui proses penerapan kriteria yang cukup banyak, untuk membantu penyusunan agar infografis yang disusun dapat mempunyai kriteria kualitas yang baik. Tahap pemutusan dan musyawarah merupakan tahap pertama proses penerapan kriteria infografis sebagai media penyampai informasi. Pada tahap ini tim Subag Hukum dan Humas semua berkumpul dalam sebuah diskusi untuk merundingkan isu-isu yang akan diangkat pada infografis. Tahap kedua adalah melakukan riset dan analisis pada bahan informasi. Dalam hal ini Subag Hukum dan Humas Ditjen Hortikultura biasa mendapatkan sumber dari masing-masing divisi yang ada di Ditjen Hortikultura dan juga mendapatkan informasi yang berasal dari sumber-sumber terpercaya lainnya, salah satunya adalah Badan Pusat Statistik (BPS).

Tahap ketiga, informasi yang diangkat ke dalam bentuk infografis harus relevan dengan kebutuhan pembaca. Infografis harus membawa isu atau berita yang *up to date* dan hangat di kalangan masyarakat. Tahap keempat adalah mendesain dan memvisualisasikan data lewat struktur visual yakni, gambar, teks, pemilihan warna dan lain-lain. Tahap kelima, Subag Hukum dan Humas Ditjen Hortikultura biasa menggunakan *Canva*, *Corel Draw*, *Adobe Photoshop* dan *Adobe Illustrator* sebagai

aplikasi pembuat infografis. Tahap keenam, infografis Ditjen Hortikultura juga turut memberikan penjelasan atau kata ganti pada kata-kata ilmiah yang jarang orang ketahui agar mempermudah masyarakat untuk mengerti.

Tahap ketujuh, pada setiap infografis yang disusun, informasi yang diberikan memuat informasi yang unik dan jarang atau belum diketahui oleh masyarakat luas sebagai unsur persuasi yang menarik masyarakat. Tahap kedelapan, infografis tidak lepas dari unsur lugas (*simplicity*). Dalam infografis Ditjen Hortikultura, Tim Subag Hukum dan Humas memberikan logo Ditjen Hortikultura pada tiap infografis yang disusun. Tahap terakhir dalam proses penerapan kriteria infografis adalah membagikan atau mendistribusikan infografis lewat berbagai media sosial Ditjen Hortikultura seperti Facebook, Twitter dan Instagram. Kendala hadir pada saat proses pembuatan infografis menggunakan PC atau laptop lalu dikirim kepada staff Subag Hukum dan Humas Ditjen Hortikultura untuk didiskusikan kembali.

5.2 Saran

1. Saran Akademis

Peneliti memiliki saran terhadap peneliti-peneliti yang menjadikan skripsi ini sebagai referensi untuk lebih memperluas kajian infografis dalam bidang ilmu komunikasi.

2. Saran Praktis

Peneliti memiliki saran kepada praktisi Humas agar dapat menguasai dan mengenal infografis serta aplikasi penyusun atau pembuatnya.

3. Saran Sosial

Peneliti memiliki saran terhadap masyarakat untuk dapat memahami perkembangan dan proses penyusun infografis dikarenakan infografis merupakan salah satu media penyampai informasi yang sudah sering digunakan dalam media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Anggito, Albi dan Johan Setiawan. 2018. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: CV Jejak.
- Ardianto, Elvinaro. 2010. *Metodologi Penelitian untuk Public Relations: Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya Bandung.
- Arifin, Yulyani., Michael Yosep Ricky, dan Violitta Yesmaya. 2015. *Digital Multimedia*. Bina Nusantara: Jakarta.
- Bogdan, R.C., dan Biklen, S.K. 1982. *Qualitative Research for Education: An Introduction to Theory and Method*. Boston: Allyn and Bacon, Inc.
- Bungin, Burhan. 2011. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana Predana Media Group.
- Cangara, Hafied. 2006. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Cutlip, Scoot M., Allen H. Center, dan Glen M. Broom. 2011. *Effective Public Relations*, Edisi Kesembilan. Jakarta: Kencana.
- Danim, Sudarwan. 2002. *Menjadi Peneliti Kualitatif*, Bandung: Pustaka Setia.
- Daymon, Christine., dan Immy Holloway. 2008. *Metode-metode Riset Kualitatif: dalam Public Relations dan Marketing Communications*. Yogyakarta: Penerbit Bentang.
- Denzin, Norman K., dan Lincoln, Yvonna S. 2005. *The Sage Handbook of Qualitative Research: Third Edition*. United States of America: Sage Publications.
- Fitrah, M. dan Luthfiyah. (2017). *Metode Penelitian: Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus*. CV Jejak: Sukabumi.
- Hesse-Biber, Sharlene Nagy., dan Patricia Leavy. 2011. *The Practice of Qualitative Research: Second Edition*. United States of America: Sage Publications.
- Jefkins, Frank. 1992. *Public Relations* (Edisi Keempat). Jakarta : Erlangga.
- Kemkominfo. 2018. *Kiat Bikin Infografis Keren dan Berkualitas Baik*. Jakarta: Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia.
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.

- Lankow, Jason. 2012. *Infographics: The Power of Visual Storytelling*. New York: Columbia University.
- M.A., Morissan. 2008. *Manajemen Public Relations: Strategi Menjadi Humas Profesional*. Jakarta: Kencana.
- Sukmadinata, Nana Syaodih. 2012. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nasution. 2003. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Tarsito.
- Oxlade, Chris. 2014. *Environment Infographic*. London: British Library.
- Ritchie, J. dan Lewis. J. 2003. *Qualitative Research Practice: A Guide for Social Science Students and Researchers*. London: Sage Publications.
- Rukajat, A. 2018. *Manajemen Pembelajaran*. Yogyakarta: Deepublish.
- Smiciklas, Mark. 2012. *The Power of Infographics: Using Picture to Communicate and Connect with Your Audiences*. United States of America: Pearson Education.

B. Laman Maya (Website)

- Pertanian Hortikultura. 2019. Diakses terakhir pada tanggal 24 Juli 2019. http://hortikultura.pertanian.go.id/?page_id=7
- T-sciences, 2014, diakses terakhir pada tanggal 12 Juli 2019, <http://www.t-sciences.com/news/humans-process-visual-data-better>

C. Undang-Undang dan Peraturan Kementrian

Permentan 20 Tahun 2016 Uraian Pekerjaan Unit Kerja Eselon IV

Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 15 tahun 2005

Peraturan Menteri Pertanian Nomor: 299/Kpts/OT.140/7/2005 jo 11/Permentan/OT.140/2/2007

Peraturan Menteri Pertanian Nomor: 341/Kpts/OT.140/9/2005 12/Permentan/OT.140/2/2007

LAMPIRAN

DATA DAN KODING TRANSKRIP WAWANCARA

KEPALA SUB BAGIAN HUKUM DAN HUMAS DIREKTORAT JENDERAL
HORTIKULTURA, STAFF SUB BAGIAN HUKUM DAN HUMAS
DIREKTORAT JENDERAL HORTIKULTURA SERTA MAHASISWA DAN
MAHASISWI YANG MELAKSANAKAN MAGANG DIREKTORAT JENDERAL
HORTIKULTURA

No.	Nama	Jabatan
1.	Rico Simanjuntak	Kepala Sub-bagian Hukum dan Humas Direktorat Jenderal Hortikultura
2.	Alif Syahban	Staff Sub-bagian Hukum dan Humas Direktorat Jenderal Hortikultura
3.	Kristianto Dimas	Mahasiswa magang Sub-bagian Hukum dan Humas Direktorat Jenderal Hortikultura (Triangulasi)
4.	Septiani Ayu Rosita	Mahasiswi magang Sub-bagian Hukum dan Humas Direktorat Jenderal Hortikultura (Triangulasi)

PEDOMAN WAWANCARA

Draft Wawancara

(Pak Rico selaku Kepala Sub Bagian Humas dan Hukum Direktorat Jenderal Hortikultura)

1. Apa yang menjadi tugas utama menjadi humas dalam instansi pemerintah, Direktorat Jenderal Hortikultura?
2. Media apa saja yang digunakan Humas Dirjen Hortikultura dalam menjalankan tugas sebagai penyampai informasi?
3. Apa saja yang biasa disampaikan oleh humas Dirjen Hortikultura lewat media infografis? (kebijakan pemerintah, apa saja yang dilakukan hortikultura, informasi seputar hortikultura)
4. Apakah infografis yang disusun oleh humas hortikultura merupakan tugas yang diberikan oleh Pak Rico secara langsung atau merupakan tugas yang diberikan oleh Pak Suwandi selaku Direktur Jenderal Hortikultura?
5. Pada penggunaan berbagai media yang membantu humas hortikultura dalam menyampaikan pesan, apakah infografis termasuk media yang efektif dalam menyampaikan pesan?

Draft Wawancara Infografis Humas Direktorat Jenderal Hortikultura

(Kepada penyusun infografis Humas Direktorat Jenderal Hortikultura)

1. Dalam penyampaian informasi melalui media sosial mengapa humas Dirjen Hortikultura memilih Infografis sebagai salah satu media yang digunakan?
2. Apakah humas Dirjen Hortikultura pernah membuat infografis berdasarkan keinginan (request) informasi dari masyarakat itu sendiri?
3. Apa saja yang biasa disampaikan oleh humas Dirjen Hortikultura lewat media infografis? (kebijakan pemerintah, apa saja yang dilakukan hortikultura, informasi seputar hortikultura)
4. Kapan saja humas Dirjen Hortikultura membuat infografis?
5. Dalam penyusunan konten informasi untuk infografis yang akan dibuat, lewat mana humas Dirjen Hortikultura mendapatkan sumber informasi ?
6. Sumber informasi yang didapatkan humas Dirjen Hortikultura lewat divisi-divisi yang ada di Dirjen Hortikulutra, apakah melalui riset yang dilakukan oleh tiap divisi?
7. Dalam pembuatan konten informasi apakah ada jadwal yang dibuat oleh humas Dirjen Hortikultura kepada masing-masing divisi yang ada dalam Dirjen Hortikultura untuk memberikan informasi-informasi yang dapat dijadikan bahan informasi untuk infografis dan pemberitaan lewat media lainnya?

8. Apakah ada batas waktu untuk bahan informasi untuk dijadikan konten informasi? (informasi yang dibuat kedalam infografis selalu *up to date*)
9. Adakah unsur persuasi yang digunakan oleh humas Dirjen Hortikultura dalam infografis yang telah disusun?
10. Apa saja konten yang ada di dalam infografis yang dibuat oleh humas Dirjen Hortikultura? (teks,gambar,design,logo)
11. Adakah *brand guideline* yang dipakai dalam infografis yang disusun oleh humas Dirjen Hortikultura?
12. Aplikasi pembantu apa yang sering digunakan untuk menyusun infografis?
13. Bagaimana dan dimana saja (lewat media sosial apa saja) penyebaran infografis yang telah dibuat?
14. Apakah infografis yang sudah di sebarakan melalui media sosial pernah menjadi postingan yang paling banyak respodennya? Kapan infografis tersebut pernah menjadi salah satu postingan terbaik humas hortikultura? apa isi dari infografis tersebut?

DATA DAN KODING TRANSKRIP WAWANCARA

TRANSKRIP WAWANCARA PAK RICO

Selaku Kasubag Hukum dan Humas Direktorat Jenderal Hortikultura

F : selamat pagi pak rico selaku kasubag hukum dan humas ditjen hortikultura. ee terimakasih pak sudah meluangkan waktu untuk melakukan wawancara dgn saya. langsung saja pak saya dengan pertanyaan saya.. ee.. media apa saja yang biasa digunakan oleh humas hukum dan humas ditjen hortikultura dalam menjalankan tugas sebagai penyampai informasi?

R: iya terimakasih buat fajar, jadi.. bagian hukum dan humas ditjen hortikultura dalam penyampaian informasi atau penyebaran informasi kepada publik atau masyarakat. menggunakan media-media seperti media cetak, koran, majalah demikian juga media online dan media tv selain itu kita juga mengoptimalkan penggunaan media sosial.. dalam hal ini menggunakan facebook, twitter, instagram dan youtube yang semuanya kita logokan atau kita stampelkan dan kita berikan namanya itu semua media sosialnya direktorat jendral hortikultura. sedangkan yg tadi media cetak, media online dan media tv adalah media-media yang bersifat nasional dan media-media tersebut juga adalah media media mainstream contohnya kompas, rakyat merdeka, republika media cetaknya. media onlinenya juga bisa kompas.com, republika.co.id, terus rn.co.id, terus detik.com kumparan dan lain sebagainya jadi media tv nya tv one, metro tv, kompas tv, e news tv dan masih banyak lain sebagainya lah pokoknya kita melakukan kordinasi dengan media media tersebut dan semuanya kita gunakan untuk menyampaikan informasi terkait direktorat jendral hortikultura kepada masyarakat luas.

F: kalau boleh tau pak informasinya biasanya yang disampaikan oleh dirjen hortikultura itu apa aja pak? Berupa apa aja?

R: ya... informasi yang disampaikan oleh direktorat jendral hortikultura adalah komoditas-komoditas pertanian yang ada dibawah kewenangan direktorat jendral hortikultura atau jenis-jenis komoditas yang merupakan komoditas pertanian hortikultura contohnya disini adalah sayuran, buah-buahan, tanaman obat dan biofarmaka dan kemudian juga ee... ya seperti bawang merah, bawang putih, cabe, dan sebagai ya pokoknya yang hortikultura ya bunga, buah bunga hortikultura dan tanaman obat seperti biofarmaka serta umbi-umbian seperti ya ee bawang merah, bawang putih, cabe dan lain-lain dan itu juga kita bukan cuma dari sisi budidayanya ya tapi juga bagaimana menginformasikan terkait dengan perlindungannya penanganan hamanya disini dalam arti POPT nya Pengendalian Organisme pengganggu tanaman jadi semua ada di direktorat perlindungan yang berhubungan dengan salah satu yang ada di direktorat jendral hortikultura. jadi itulah semua komoditas yang terkait dengan hortikultura itu yang kita sampaikan atau yang kita sebar luaskan kepada masyarakat.

F: saya boleh lebih nanya lebih lanjut pak tentang yang tentang informasi yang tadi tentang OPT bapak bilang itu dapat dari.. sumber.. informasi bapak dapat darimana pak?

R: direktorat perlindungan.

F: ee.. untuk informasi-informasi lain mungkin ada tempat lain pak? Untuk mendapatkan sumber informasi tersebut?

R: ada. ee.. kalau untuk bertanya mengenai budidaya sentra-sentranya untuk tanaman buah-buahan ada di direktorat buah dan florikultura yg dibidangi untuk buah buahan dan aneka

bunga lalu ketika mau berbicara mengenai sayuran dan tanaman obat kita ada direktorat SDO, direktorat sayuran dan tanaman obat yg menangani aspek budi daya perlindungan yang ada di untuk di sayuran dan tanaman obat demikian juga untuk perbenihan, ada direktorat perbenihan bagaimana kita mendapatkan benih yang berkualitas yang tersertifikasi semua persyaratannya, sentra perbenihannya bagaimana ini nya semua ada di direktorat perbenihan

F: Baik pak. Saya mau mundur lagi pak ke bagian yang penggunaan media sosial pak. Dalam media sosial biasanya informasi yang disampaikan oleh humas itu apa bentuknya seperti apa pak?

R: nah.. untuk penggunaan media sosial kami biasa menggunakan artinya ketika yang kami posting ya artinya adalah hasil-hasil liputan kami. Liputan kami dalam bentuk kegiatan yang kami liput biasanya kami tayangkan dalam bentuk pemberitaan kami posting di facebook demikian juga di Instagram dan di twitter serta youtube kami. Terkait dengan pembuatan artinya yang bersifat tayangan kami buatkan fillernya untuk kami tayangkan di youtubnya director jenderal hortikultura dengan potongan-potongan pendeknya bisa ditayangkan di Instagram dan di twitter apa di facebook tapi juga selain itu kami menggunakan infografis untuk penyampaian informasi kepada masyarakat yang secara ringkas..

F: secara ringkas...

R: dan jelas... serta valid datanya..

F: Terimakasih pak.. boleh tau pak mengapa memilih infografis dalam meny... dalam menjadikan salah satu media yang digunakan oleh humas untuk menyampaikan sebuah pesan atau informasi pak?

R: Infografis itu kita bisa mendeskripsikan semua apa yang ingin kita sampaikan terkait hortikultura secara lebih ringkas, terperinci, dan valid. Artinya gini kita cukup bermain angka ada bagan alurnya jadi semuanya itu gini lebih singkat yang.. yang yang yang.. jelasnya infografis itu menyampaikan informasi secara lebih ringkas dan mudah diterima oleh masyarakat.

F: Baik pak..

R: mudah diterima dalam arti kata mudah dipahami.. mudah di mengerti..

F: untuk memilih.. ee.. untuk infografis tersebut ee..ee.. ide tersebut didapatkan dari siapa dan gimana pak awalnya pak?

R: oh biasanya kalau di sub bagian hukum humas hortikultura itu ide tersebut artinya kita senantiasa berkumpul rapat dalam menentukan apa infografis yang ingin kita angkat yang pada saat itu menjadi hot issue atau isu yang lagi hangat.. itu tujuannya adalah untuk meredam isu-isu yang kurang baik untuk supaya masyarakat lebih mengerti dan memahami perkembangan daripada isu-isu yang mencuat di masyarakat. Nah jadi selalu kita gali dengan musyawarah atau rapat terlebih dahulu dalam lingkup sebagai humas dan hukum dan humas hortikultura.

F: Baik pak.. kalau begitu.. ee.. pernah gak pak.. ee.. infografis tersebut tuh dibentuk atau dibuat dikarenakan adanya sebuah keinginan dari masyarakat atau request dari masyarakat tentang mungkin ada kebijakan informasi...

R: oh ya kalau, kalau kita bilang keinginan masyarakat ya kita gak tau. Tapi gini infografis itu kita buat untuk lebih memberikan pengertian atau pemahaman kepada masyarakat luas

mengenai keberadaan dirjen hortikultura, termasuk tadi saya katakan ketika kami kumpul rapat ada isu menarik apa atau ada hot issue apa yang terkait dengan keberadaan hortikultura itu yang sedang hangat di masyarakat. Contoh ketika kami tau ada apa misalnya aksi buang-buang cabe, bagaimana kami memberikan membuat filler atau film bagaimana bisa memanfaatkan cabe yang ini wah cabe tuh ketika panen bisa di olah menjadi produk olahan yang lebih bermanfaat juga dan.....eee

F: produk lain..

R: ya. Produk lain. Artinya, seperti bon cabe, saos cabe. Bon cabe itu tidak harus di jual dalam bentuk cabe segartapi bisa diolah lagi menjadi saos bisa menjadi bon cabe yak an seperti itu. Nah itu yang kami berikan dalam bentuk filler atau tayangan video dan juga dalam bentuk infografis sehingga apa masyarakat tuh memahami bahwa cabe itu tidak harus dikonsumsi atau di jual dalam bentuk cabe segar.

F: baik.. baik..

R: tapi dalam bentuk olahan daripada cabe yang bisa dimanfaatkan oleh masyarakat seperti itu. Nah ide itu muncul dari staff-staff saya dari sebagian humas, tidak harus selalu dari saya..

F: oh tidak selalu dari bapak tapi..

R: nahhh.. tapi juga bisa muncul, semua itu muncul kalau kami rapat kami rembukan ide itu muncul dari semua individu yang ada di sebagian humas..

F: siapa saja kalau boleh...

R: bahkan terkadang semua komponen.. semua staff yang ada.. bahkan kami juga memanfaatkan memberikan pengarahan kepada mahasiswa-mahasiswa yang melakukan praktek kerja lapangan disub bagian hukum dan humas.

F: anak magang pak?

R: iya anak magang.. itu biasanya untuk membuatnya, tapi idenya biasanya muncul dari staff sub bagian humas hortikultura.

F: jadi untuk anak magang hanya untuk melakukan pembuatannya saja..

R: iya..

F: idenya datang dari staff?

R: iya.. dan kami arahkan bagaimana selalu melihat atau mencari sumber informasi lainnya yang ada di google bahwa terkait datanya, baik data produksinya, konsumsinya, ekspor impornya harus valid.

F: harus jelas ya pak..

R: berdasarkan data yang ada harus jelas.. karena kita tidak boleh menyampaikan informasi kepada masyarakat yang bias...

F: yang sembarang ya pak..

R: iya, yang sembarangan. Iya.

F: jadi, semua yang disampaikan oleh humas itu perlu ada sumber yang real ya pak?

R: iya. Makanya ketika selesai dibuat itu tidak serta merta langsung di posting di media sosial, biasanya kita diskusikan dulu kita telaah kembali apakah data yang disampaikan sudah benar infografisnya juga sudah menarik atau belum baru ketika itu kita katakan yes baru bisa di posting di media sosial.

F: baik pak.. baik pak.. ee.. untuk jadwal nih pak dalam pembuatan infografis ada gak pak jadwal yang diberikan pak?

R: hmm.. jadwal tidak selalu saya berikan.. andai begini yang penting dalam satu target itu ada dalam satu bulan itu paling engga ada sekitar 20 infografis yang bisa disebar luaskan kepada masyarakat. Sehingga masyarakat selalu bertambah ilmu pengetahuannya dan pemahamannya tentang keberadaan hortikultura.

F: oke pak. Ee.. untuk infografis humas ditjen hortikultura ada gak pak ciri khususnya? yang membedakan dari infografis-infografis lainnya pak?

R: Kami kalau dibilang ciri khusus itu mungkin ga ini, tapi mungkin yang jelas kami memberikan brand artinya memberikan logo bahwa ketika itu adalah infografis-infografis yang dibuat oleh sub bagian hukum humas hortikultura bahwa itu biasanya kami logo kami stamp dengan logo ditjen hortikultura. Jadi ketika ada yang mengklaim itu, kami bisa mengatakan atau bisa menuntut bahwa itu bukti pelanggaran hukum karena memang itu hak paten daripada ditjen hortikultura.

F: baik,baik,baik.. ee pertanyaan terakhir nih pak untuk hari ini. Ee.. bapak selaku kasubag hukum dan humas.. ee.. menurut bapak efektif tidak pak penggunaan infografis yang disebar luaskan?

R: jelas. Jelas sangat efektif kalau fajar boleh lihat bahwa media cetak nasional pun sekarang bukan media online banyak menggunakan media apa infografis sebagai gambaran...

F: visual..

R: berita yang gambaran visual berita yang ingin mereka sampaikan kepada masyarakat. Boleh kamu lihat di media-media besar seperti kompas.. apa.. sekarang banyak yang menggunakan infografis, karena apa? Infografis itu penyampaian informasi kepada masyarakat secara lebih ringkas dan jelasartinya apa.. dia tidak perlu menulis Panjang berita. Contohnya paling gampang fajar lihat contohnya yang paling gampang itu contoh alur misalnya alur pembuatan KTP, itu cukup dibikin bagannya itu yang disampaikan kepada masyarakat atau bagaimana proses terjadinya kejahatan criminal pembunuhan ini dia akan memberikan rekonstruksi itu sebagai dengan menggunakan bagan-bagan infografis ga perlu lagi dia bikin tulisan semuanya yang Panjang tapi dengan infografis tuh menyampaikan informasi kepada masyarakat.

F: secara simple..

R: secara simple.. ringkas dan jelas..

F: dan tentunya pasti valid..

R: ya valid. Yang utama itu adalah harus valid. Jangan memberikan informasi yang salah kepada masyarakat.

F: terimakasih pak, telah meluangkan waktu.

R: sama-sama.

F: untuk melakukan wawancara dengan saya.. saya menutup wawancara ini. Terimakasih..

R: terimakasih.

No.	Pernyataan	Tema	Point Kesimpulan dan Verifikasi
1.	informasi yang disampaikan oleh direktorat jendral hortikultura adalah komoditas-komoditas pertanian yang ada dibawah kewenangan direktorat jendral hortikultura atau jenis-jenis komoditas yang merupakan komoditas pertanian hortikultura contohnya disini adalah sayuran, buah-buahan, tanaman obat dan biofarmaka dan kemudian juga ee... ya seperti bawang merah, bawang putih, cabe, dan sebagai ya pokoknya yang hortikultura ya bunga, buah bunga hortikultura dan tanaman obat seperti biofarmaka tapi juga bagaimana menginformasikan terkait dengan perlindungannya penanganan hamanya disini dalam arti POPT nya Pengendalian Organisme pengganggu tanaman jadi semua ada di direktorat perlindungan yang berhubungan dengan salah satu yang ada di direktorat jendral hortikultura.	Proses Penyusunan Infografis Kemekoimfo	Berorientasi pada Tujuan Infografis (kemenkoimfo)
2.	kalau untuk bertanya mengenai budidaya	Proses penyusunan	Research and Data

	sentra-sentranya untuk tanaman buah-buahan ada di direktorat buah dan florikultura yg dibidangi untuk buah buahan dan aneka bunga lalu ketika mau berbicara mengenai sayuran dan tanaman obat kita ada direktorat SDO, direktorat sayuran dan tanaman obat yg menangani aspek budi daya perlindungan yang ada di untuk di sayuran dan tanaman obat demikian juga untuk perbenihan, ada direktorat perbenihan bagaimana kita mendapatkan benih yang berkualitas yang tersertifikasi semua persyaratannya, sentra perbenihannya bagaimana ini nya semua ada di direktorat perbenihan	infografis oleh Kemenkominfo dan Lankow Teori Persuasi Aristoteles	Analysis Riset, Sumber, Waktu Produksi Ethos (Kredibilitas Sumber) Logos (Argumen dari gambaran asli dan Fakta)
	nah.. untuk penggunaan media sosial kami biasa menggunakan artinya ketika yang kami posting ya artinya adalah hasil-hasil liputan kami. Liputan kami dalam bentuk kegiatan yang kami liput biasanya kami tayangkan dalam bentuk pemberitaan kami posting di facebook demikian juga di Instagram dan di twitter serta	Proses penyusunan infografis menurut Kemenkominfo dan Lankow	Kemudahan Dibagikan (Shareability) Distribution

	youtube kami. Terkait dengan pembuatan artinya yang bersifat tayangan kami buat fillernya untuk kami tayangkan di youtube. Director jendral hortikultura dengan potongan-potongan pendeknya bisa ditayangkan di Instagram dan di twitter apa di facebook tapi juga selain itu kami menggunakan infografis untuk penyampaian informasi kepada masyarakat yang secara ringkas..		
3	kami menggunakan infografis untuk penyampaian informasi kepada masyarakat yang secara ringkas.. dan jelas... serta valid datanya..	Proses penyusunan infografis menurut Kemenkominfo dan Lankow	Lugas (simplicity) Riset, sumber dan waktu produksi Research and Data Analysis
4.	Infografis itu kita bisa mendeskripsikan semua apa yang ingin kita sampaikan terkait hortikultura secara lebih ringkas, terperinci, dan valid. Artinya gini kita cukup bermain angka ada bagan alurnya jadi semuanya itu gini lebih singkat yang.. yang yang yang.. jelasnya infografis itu menyampaikan informasi secara lebih ringkas dan mudah diterima	Proses penyusunan infografis menurut Kemenkominfo dan Lankow Teori Persuasi	Lugas Riset, sumber dan waktu produksi Research and data analysis Ethos

	oleh masyarakat. mudah diterima dalam arti kata mudah dipahami.. mudah di mengerti..		Logos
5.	oh biasanya kalau di sub bagian hukum humas hortikultura itu ide tersebut artinya kita senantiasa berkumpul rapat dalam menentukan apa infografis yang ingin kita angkat yang pada saat itu menjadi hot issue atau isu yang lagi hangat.. Nah jadi selalu kita gali dengan musyawarah atau rapat terlebih dahulu dalam lingkup sebagai humas dan hukum dan humas hortikultura.	Proses penyusunan infografis menurut Kemenkominfo dan Lankow	Berorientasi pada masing-masing jenis tujuan infografis The Creative Brief and Ideation
6.	kalau kita bilang keinginan masyarakat ya kita gak tau. Tapi gini infografis itu kita buat untuk lebih memberikan pengertian atau pemahaman kepada masyarakat luas mengenai keberadaan dirjen hortikultura, termasuk tadi saya katakan ketika kami kumpul rapat ada isu menarik apa atau ada hot issue apa yang terkait dengan keberadaan hortikultura itu yang sedang hangat di masyarakat. Contoh ketika kami tau ada apa misalnya aksi buang-buang cabe,	Proses penyusunan infografis menurut Kemenkominfo dan Lankow	Relevan dengan Kebutuhan Pembaca Berorientasi pada Tujuan Infografis The Creative Brief and Ideation

	bagaimana kami memberikan membuat filler atau film bagaimana bisa memanfaatkan cabe yang ini wah cabe tuh ketika panen bisa di olah menjadi produk olahan yang lebih bermanfaat juga dan.....eee		
7.	Nah ide itu muncul dari staff-staff saya dari sebagian humas, tidak harus selalu dari saya.. nahhh.. tapi juga bisa muncul, semua itu muncul kalau kami rapat kami rembukan ide itu muncul dari semua individu yang ada di sebagian humas bahkan terkadang semua komponen.. semua staff yang ada.. bahkan kami juga memanfaatkan memberikan pengarahan kepada mahasiswa-mahasiswa yang melakukan praktek kerja lapangan disub bagian hukum dan humas. iya anak magang.. itu biasanya untuk membuatnya, tapi idenya biasanya muncul dari staff sub bagian humas hortikultura.	Proses penyusunan infografis menurut Lankow	The Creative Brief and Ideation

8.	iya.. dan kami arahkan bagaimana selalu melihat atau mencari sumber informasi lainnya yang ada di google bahwa terkait datanya, baik data produksinya, konsumsinya, ekspor impornya harus valid.	Proses penyusunan infografis menurut Kemenkominfo Teori Persuasi	Riset, Sumber dan Waktu Produksi Ethos Logos
9.	iya. Makanya ketika selesai dibuat itu tidak serta merta langsung di posting di media sosial, biasanya kita diskusikan dulu kita telaah kembali apakah data yang disampaikan sudah benar infografisnya juga sudah menarik atau belum baru ketika itu kita katakan yes baru bisa di posting di media sosial.	Proses penyusunan infografis menurut Kemenkominfo Lankow	The Creative Brief and Ideation Distribution Mudah Dibagikan (<i>Shareability</i>)
10	jadwal tidak selalu saya berikan.. andai begini yang penting dalam satu target itu ada dalam satu bulan itu paling engga	Proses penyusunan infografis menurut	Riset, Sumber dan Waktu Produksi

	ada sekitar 20 infografis yang bisa disebar luaskan kepada masyarakat. Sehingga masyarakat selalu bertambah ilmu pengetahuannya dan pemahamannya tentang keberadaan hortikultura.	Kemenkominfo	
11.	Kami kalau dibilang ciri khusus itu mungkin ga ini, tapi mungkin yang jelas kami memberikan brand artinya memberikan logo bahwa ketika itu adalah infografis-infografis yang dibuat oleh sub bagian hukum humas hortikultura bahwa itu biasanya kami logo kami stamp dengan logo ditjen hortikultura. Jadi ketika ada yang mengklaim itu, kami bisa mengatakan atau bisa menuntut bahwa itu bukti pelanggaran hukum karena memang itu hak paten daripada ditjen hortikultura.	Proses penyusunan infografis menurut Kemenkominfo	Sesuai <i>Brand Guideline</i>

12.	berita yang gambaran visual berita yang ingin mereka sampaikan kepada masyarakat. Boleh kamu lihat di media-media besar seperti kompas.. apa.. sekarang banyak yang menggunakan infografis, karena apa? Infografis itu penyampaian informasi kepada masyarakat secara lebih ringkas dan jelasartinya apa.. dia tidak perlu menulis Panjang berita. Contohnya paling gampang fajar lihat contohnya yang paling gampang itu contoh alur misalnya alur pembuatan KTP, itu cukup dibikin bagannya itu yang disampaikan kepada masyarakat atau bagaimana proses terjadinya kejahatan criminal pembunuhan ini dia akan memberikan rekonstruksi itu sebagai dengan menggunakan bagan-bagan infografis ga perlu lagi dia bikin tulisan semuanya yang Panjang tapi dengan infografis tuh menyampaikan informasi kepada masyarakat.	Alasan penggunaan infografis terkait dengan riset visualisasi data	
13.	secara simple.. ringkas dan jelas.. ya valid. Yang utama itu adalah harus valid. Jangan memberikan informasi	Proses penyusunan infografis menurut Kemenkominfo dan	Riset, Sumber dan Waktu Produksi Ethos

	yang salah kepada masyarakat	Lankow Teori Persuasi	Logos Research and data analysis
--	------------------------------	------------------------------	--

Dari analisis data transkrip wawancara dengan Bapak Rico diatas, peneliti dapat membuat sebuah rangkuman bahwa dalam wawancara tersebut peneliti mendapatkan inti-inti yang berkaitan langsung dengan penelitian yang sedang dilakukan. Sesuai dengan yang sudah dijelaskan pada bab sebelumnya inti-inti yang didapatkan tergolong kedalam proses penyusunan infografis oleh Kemenkominfo dan Lankow serta terkait dengan Teori persuasi yang digunakan oleh peneliti.

TRANSKRIP WAWANCARA PAK ALIF

Selaku Staff Subag Hukum dan Humas Ditjen Hortikultura

F : Baik, selamat pagi ee.. pak alif ee..

P : iya selamat pagi

F : hari ini saya ingin mewawancarai bapak seputar tentang proses pembuatan infografis di humas direktorat jenderal hortikultura pak..

P : iya.. anda ini dari wartawan mana

F : saya dari uki untuk terkait dengan skripsi saya

P : iya okee UKI itu apa?

F : UKI itu kepanjangan dari Universitas Kristen Indonesia

P : ohhhh yayaya kenapa gimana ini?

F : saya mau nanya dulu nih pak,eee.. tugas pokoknya humas disini di horti ini apa pak?

P : ya banyak yang pertama adalah sebenarnya ee.. sebenarnya di subag hukum humas ini dibagi dua ya.. Hukum.. hukum dan humas. Hukum itu menangani masalah tentang permasalahan hukum yang ada di hortikultura ini.. kemudian humas adalah hubungan masyarakat, ee.. bagaimana kita berhubungan dengan eee..

masyarakat di luar sana.. pastinya.. masyarakat itu ya dibagi banyak termasuk ee.. mahasiswa seperti anda ini gitu kan.. ee.. petani.. pastinya dan yang mungkin stakeholder diluar sana yang lain.. ehem.. ee.. humas ini adalah seperti ya kalau di analogikan seperti dengan juru bicara pemerintah gitu ya.. jadi kita itu mengkomunikasikan apa yang ada di direktorat jenderal hortikultura ini kepada masyarakat kita lah yang mengkomunikasikan itu.. mengkomunikasikannya dalam berbagai bentuk baik dalam bentuk pemberitaan.. eee.. videografis.. infografis gitu.. dan banyak hal yang bisa ee kita berikan informasi kepada publik..

F : baik pak saya mau nanya.. ee disini tentang penyampaian informasi melalui infografis.. bapak selaku humas disini juga mengerjakan infografis tentunya?

P : Ohh yaaa saya tentunya.. pastinya mengerjakan itu karena ya saya memang diberikan tugas untuk ee membuat eee... informasi-informasi melalui infografis

F : kalau boleh tau eee itu tugas langsung diberikan oleh pak rico?

P : langsung dari pimpinan

F : pimpinan pak pak rico sebagai pimpinan

P : iya betul ehemmm

F : baik pak, kalau begitu saya mau lagi.. lanjut pak ee.. infografis itu pernah dibuat sesuai dengan keinginan masyarakat ga pak? Ada masyarakat yang ingin sesuatu.. ee.. kaya saya ingin informasi tentang ini.. apakah ada request gitu pak?

P : ada.. adaa.. kadang kadang kita dapat request itu dari komentar di facebook, di twitter atau di instagram kita sendiri..gitu kan. Bahwa misalnya ya mereka si tidak mengatakan saya but.. mau dong infografis seperti ini apa ee.. tapi dia saya mau dong infografis seperti infografis eee apa informasi seperti ini.. saya butuh informasi seperti ini misalnya informasi cara menanam jeruk.. informasi cara menanam eee pisang misalnya.. oh yauda kita kasih dalam bentuk infografis..

F : baik

P : eee nah seperti itu

F : eeee untuk pembuatan infografis itu kapan saja pak ? di humas membuat humas ditjen hortikulutra ee membuatnya pak

P : sesuai kebutuhan aja

F : sesuai kebutuhan?

P : jadi kita eeee biasanya si terjadwal ya.. kata pimpinan tuh terjadwal misalnya dalam satu hari tuh kita target bikin infografis tuh tiga..

F : tiga dalam seminggu pak itu?

P : dalam sehari.

F : dalam sehari?

P : iyaa kita targetnya tiga tapi ketika kita banyak kesibukkan misalnya kita itu eee apa namanya ada liputan di luar atau apaaa ya biasanya si satu... atau dua ya minimal ada yang naik di media sosial..

F: ohh minimal ada yang naik ya pak di media sosial.. boleh tau pak apa aja media sosialnya?

P : ada twitter.. twitternya @ditjenhorti facebooknya ditjenhortikultura terus ada youtubenanya.. terus ada instagramnya.. terus ada webnya..

F : oh ada webnya juga pak.. ada websitenya pak?

P : ada websitenya..

F : kalau boleh tau nih pak ee dari infografis kita udah bahas infografis saya boleh tau ga si pak sumber informasi infografis yang didapatkan dari ee yang didapatkan humas itu dari mana pak informasinya?

P : nahhhh menarik nihhh.. informasi yang kita dapatkan pastinya dari ee.. karyawan-karyawati yang ada di ditjen hortikultura ini gitu khususnya yang ada di bagian teknis yang melakukan apa namanya yang melakukan penelitian yang melakukan ee studi kesana nah kita dapat informasi dari situ nah yang kedua adalah kalau berbicara masalah data yang ada di infografis kita akan dapatkan dari dari subag data dan informasi atau kalau engga lagi ya kita liat bisa datanya BPS kita mengacu pada data BPS misalnya nih orang menanyakan tentang Ekspor Impor kita bisa mengacu pada

data BPS kenapa karena satu satunya lembaga yang paling valid mengeluarkan data itu adalah BPS..

F : BPS sendiri, badan gitu badan apa itu pak? Badan apa?

P : kamu gatau BPS ? BPS itu Badan Pusat Statistik.

F : oh ya Terima kasih bapak telah menjelaskan

P : eeehmm

F : untuk infografis sendiri ini apa ada batas waktu ga pak ee untuk misalnyaee informasi tersebut disampaikan untuk seminggu ini misalnya tentang jagung di Indonesia itu ada kadaluarsanya ga informasi tersebut?

P : Ee menurut saya si kalau masalah batas waktu atau kadaluarsanya sebuah informasi itu menurut saya ya.. tidak ada kenapa karena informasi itu selalu dibutuhkan masyarakat

F : Dibutuhkan gimana pak

P : terkecuali mungkin kalau eee permintaan pimpinan saya mau dibuatkan infografis seperti ini ya batasnya misalnya hari ini kalau bisa jadi gitu tapi kan itu bukan sebuah batas yang apa namanya harus seperti gitu ya kan kita fleksibel aja si sebenarnya ee.. pimpinan juga sangat bijak memberikan ee perintah gitu

F : kalau gitu saya mau nanya lebih lanjut lagi pak

P : emm

F : kalau di infografis itu ada unsur persuasinya ga untuk mendapatkan hati masyarakat yang membacanya pak

P : unsur persuasif maksudnya

F : ehm iya

P : ya pastinya ada dong ya karena

F : bisa dijelaskan pak gimana

P : emhmm karena ketika kita membuat sebuah infografis yang perlu kita perhatikan adalah ee info apa yang harus kita sampaikan, info apa yang kita harus sampaikan dan manfaatnya untuk apa ke masyarakat .

F : manfaatnya ?

P : gini, kita membuat infografis tentang ee.. apa namanya cabe misalnya

F : Cabe

P : kita membuat infografis tentang cabe manfaatnya apa kemudian pengelolaanya seperti apa seandainya cabe ini engga hanya untuk sambel misalnya.. atau ga hanya dijual dalam bentuk kiloan tapi bisa dibuat kaya semacam olahan.

F : olahan lain

P : nah misalnya cabe yang udah di goreng atau cabe yang udah dikeringkan atau cabe yang dalam bentuk bubuk atau mungkin jus cabe... sampean udah pernah coba jus cabe?

F : aduhh.. saya ga berani pak.. pedes banget itu

P : haha nanti misalnya...

F : oke okee kalau gitu pak ee di infografis tersebut bisa ngejelasin ga pak.. unsur-unsurnya didalemnya biasanya apa aja pak

P : yang pertama unsur-unsur dalam infografis itu adalah ee info apa yang ingin disampaikan pastinya isi gituloh isi terus konten pastinya kan kontennya harus menarik dong... jangan sampe banyak warna..

F : Ohh.. boleh jelaskan pak warnanya seperti apa yang

P : sebenarnya warna yang paling bagus untuk sebuah infografis adalah warna hitam dan putih.. kenapa saya bilang hitam dan putih.. karena hitam dan putih adalah warnanya yang melekat di memori otak pembaca atau yang melihat.. jadi ketika anda membuat infografis dan gamb.. misalnya gambar orangnya, gambar objeknya hitam mungkin latarnya bisa putih tulisannya hitam gitu jadi lebih lebih cepet diserap oleh memori dibandingkan banyak warna karena ketika banyak warna itu.. itu akan membingungkan pembaca..

F : oh malah membingungkan?

P : membingungkan.

F : karena saya setau saya kalau semakin banya warna yang ada ee.. otak kita semakin terang.. ee.. terangsang pak untuk melihat ee.. informasi yang disebutkan itu.

P : kajian saya tidak seperti itu

F : tidak seperti itu?

P : ternyata setelah saya melakukan eee.. riset yaa

F : bapak sendiri?

P : oh ya saya sendiri eee... kemudian saya melakukan apa namanya ee... ee.. melakukan kajian ini berkali-kali dan saya melihat bahwa ternyata ketika kita membuat sebuah infografis yang memiliki banyak gambar gitu ada banyak warna ya banyak warna dan gambar orang kadang pecah konsentrasinya.. pecah konsentrasinya jadi bingung.. yang mana harus saya baca dan mana yang harus saya lihat dan yang mana *kata-kata tidak jelas* sehingga orang hanya cenderung melihat sekilas dan tidak membaca..

F : jadi unsur simple tuh perlu ya pak?

P : perlu, jadi orang tuh kalau misalnya simple apasih menarik tapi simple gitu kan jadi kaya enak aja gitu ngeliatnya enak terus orang tertarik membaca wah ini apasi yang disampaikan.. udah langsung keserap gitu.. jadi menurut saya si masih banyak yang harus diperhatikan.. yang lain adalah fontnya misalkan.. font tulisan itu tidak

boleh lebih dari tiga font.. karena tiga font itu udah banyak banget harusnya dua atau satu font aja.. model jenis textnya gitu.. seperti itu

F : kalau untuk infografis di hortikultura punya ciri khusus ga pak?

P : ee.. kalau di infografis di kementerian pertanian.. dia sudah punya ee.. karakter sendiri..

F : bisa jelaskan?

P : ahh kalau di kementerian pertanian itu kan karakternya berbentuk ee.. ijo-ijo gitu.. yang kehijau-hijauan gitu.. kenapa? Karena itu mencirikan ee.. kesuburan eee.. apa namanya kesuburan tanah dan ee.. hijaunya tumbuhan pertanian Indonesia.. aa kalau di eee. Apa namanya di infografis di ditjen hortikultura itu ya kita sebenarnya pernah menetapkan sebuah karakter bahwa kita hijau kekuning-kuningan gitu gitu

F : oh pernah pak?

P : iya karena hijau kekuning-kuningan itu artinya sebuah ee.. buah misalnya yang sudah matang atau segar.. sesuatu yang sudah mantap biasanya kan warnanya kekuning-kuningan dan yang kekuning-kuningan itu kan lebih disukai iya biasanya emas...

F : ohhh kalau itu saya juga suka.. suka sekaliii hahaha

P : masnya juga mas kan hahaha

F : hahaha iya pakk

P : engga emas itu ada ada karakter tapi saya si lebih sering kalau misalnya ditjen hortikultura biar orang ga bosen gitu kan ee.. gausah pake karakter gitukan gausah pake tema gitu kan udah.. bebas aja gitu.. iya bebas aja gitu dan ketika misalnya di copy paste oleh orang silahkan dibagikan oleh orang silahkan saja itu kan ilmu silahkan aja beredar dengan bebasnya gitu..

F : gapapa gitu?

P : iya ga masalah itu kan ilmu tidak..

F : tidak meributkan tentang hak cipta?

P : engga usah gaperlu sebenarnya..

F : jadi ini lebih untuk ke pejalaran kepada masyarakat?

P : iyaa betul..

F : ohh bagus sekali pak bagus sekali

P : iyaaa jangan karena kita membatasi orang dengan hak cipta akhirnya dia males menggunakan itu.. ah ini kan punyaanya direktorat jenderal hortikultura.. bagaimana kalau dia orang yang kontra dengan pemerintah.. kalau orang yang pro dengan pemerintah mungkin asik-asik aja.. tapi kalau orang yang kontra dengan pemerintah.. ah ngapain gue bagiin misalnya gitu kan. Apalagi misalnya orang yang oposisi

dengan pemerintah gitu.. males dia bacanya karena dia sudah mindsetnya.. ah saya males dengan pemerintah pemerintah.. tapi ketika kita memberikan mungkin ee.. apa namanya karakter tentang ee.. pemerintah dia dengan asiknya membagikan itu dan itu ilmukan...

F : itu bagus sekali pak.. ini menjembatani dan mengayomi masyarakat luas pak..

P : iyaa

F : kalau boleh tau selain itu kalau di infografis ee.. humas dirjen e. ditjen hortikultura ini apa diberikan sebuah logo?

P : ee ada beberapa infografis yang kita berika logo khususnya biasanya ya dibuat oleh teman-teman yang PKL ya.. kadang dia memberikan logo itu ga masalah tapi ada juga beberapa yang seperti yang saya sudah jelaskan tadi.. ini tidak perlu ada logo..

F : karena ee.. tugasnya disini ingin memberikan pelajaran ya pak

P : iya.. bukan apa ya kitaa.. kita apa ya.. tidak ingin membatasi bahwa itu adalah hak cipta dari dirjen hortikultura.. pemerintah itu kan untuk rakyat.. yang membaca itu kan masyarakat udah kasih aja dengan bebasnya.. siapa tau itu bisa dijadikan profile picture di handphonenya dia kan? Kalau mungkin ada background ee... pemerintahnya males juga kali ya.. ah itu kan hak cipta orang.. seperti itu.. saya si fine-fine aja..

F : ohhh bagus.. kalau begitu langsung saja nih pak pembuatannya.. pembuatan infografisnya.. dalam pembuatan infografis bapak menggunakan aplikasi apa aja pak?

P : ohh macem-macem.. saya biasa menggunakan aplikasi Canva.. aplikasi android yang lain lah pokoknya.. masih ada beberapa tuh pokoknya aplikasi yang bisa kita gunakan tapi saya biasa gunain canva.. ah terus bisa juga ee.. pake Photoshop.. Corel...

F : Photoshop?

P : iyaa.. Corel... ehee itu

F : untuk aplikasi yan sering digunakan apa pak tadi pak ? mohon maaf

P : Canva

F : di dalam itu ee.. infografis itu ada templatnya atau seperti apa pak? Bisa dijelaskan lagi pak

P : ada sekita enam puluh ribu template disitu anda tinggal memilih saja.. enak sekali sebenarnya menggunakan.. lebih simple lebih gampang lah seperti itu..

F : nah kalau begitu saya mau nanya pak ketika proses pembuatan infografis sudah selesai ee.. bagaimana dan dimana saja infografis tersebut disebarkan pak?

P : mekanismenya adalah ketika infografis sudah selesai kita buat kita serahkan dulu kepada pimpinan.. kalau udah dari pimpinan baru boleh kita sebar di seluruh media sosial kita

F : media sosialnya yang tadi disebutkan ya seperti Facebook, Twitter, dan juga Instagram?

P : ehmm betullll

Suara telfon pak alif berbunyi

F : baik pak untuk pertanyaan saya yang terakhir untuk hari ini.. saya mau nanya pak ketika infografis sudah disebar di media sosial pernah ada infografis yang memiliki respon banyak ga pak?

P : ohhhh pernah.. pernah..

F : contohnya bisa dikasih tau pak?

P : saya pernah membuat infografis yang ee.. apa namanya eee.. apa namanya ya urban farming ya jadi bawang putih yang ditumbuhkan kemudian jadi vas bunga gitu kan jadi jadi.. bawang putih yang kita tumbuhkan kemudian jadi yang berbentuk ee... apa namanya.. tanaman hias gitu.. ah itu kan sampai di apa sampai di komentarin banyak sekali netizen sampai viral seperti itu.. ya bahkan eee... Twitter istana sampau me Re-tweet itu.. nah itu menarik sekali ternyata sesuatu yang aneh dan langka itu.. itu yang disukai oleh publik dan itu sangat mengedukasi pasti..

F : ehh boleh tau pak kapan itu? Bapak masih inget?

P : ohh ya sekitar 2018 lahh

F : 2018?

P : ahaa terus di sisi lain saya pernah membuat ee.. infografis itu yang buah-buah langka..

F : buah-buah langka?

P : ahh buah-buah langka ini ternyata sangat disukai oleh public.. kenapa? Karena itu bener bener teredukasi publik.. masyarakat teredukasi.. ohhh ternyata ada buah yang kaya gini dan manfaat seperti ini ya.. jadi seperti itu... oke?

F : baik pak.. terima kasih sudah meluangkan waktunya..

P : sama-sama

F : sudah melakukan wawancara dengan saya.. saya mengakhiri wawancara ini

P : iya terima kasih banyak ya...

No.	Pernyataan	Tema	Point Kesimpulan dan Verifikasi
1.	Ohh yaaa saya tentunya.. pastinya mengerjakan itu karena ya saya memang diberikan tugas untuk ee membuat eee... informasi-informasi melalui infografis langsung dari pimpinan	Proses penyusunan infografis	The Creative Brief and Ideation
2.	ada.. adaa.. kadang kadang kita dapat request itu dari komentar di facebook, di twitter atau di instagram kita sendiri..gitu kan. Bahwa misalnya ya mereka si tidak mengatakan saya but.. mau dong infografis seperti ini apa ee.. tapi dia saya mau dong infografis seperti infografis eee apa informasi seperti ini.. saya butuh informasi seperti ini misalnya informasi cara menanam jeruk.. informasi cara menanam eee pisang misalnya.. oh yauda kita kasih dalam bentuk infografis..	Proses penyusunan infografis Kemenkominfo	Relevan dengan Kebutuhan Pembaca

3.	sesuai kebutuhan aja jadi kita eeee biasanya si terjadwal ya.. kata pimpinan tuh terjadwal misalnya dalam satu hari tuh kita target bikin infografis tuh tiga.. iyaa kita targetnya tiga tapi ketika kita banyak kesibukkan misalnya kita itu eee apa namanya ada liputan di luar atau apaaa ya biasanya si satu... atau dua ya minimal ada yang naik di media sosial..	Proses penyusunan infografis Kemekominfo	Riset, Sumber dan Waktu Produksi
4.	nahhh menarik nihhh.. informasi yang kita dapatkan pastinya dari ee.. karyawan-karyawati yang ada di ditjen hortikultura ini gitu khususnya yang ada di bagian teknis yang melakukan apa namanya yang melakukan penelitian yang melakukan ee studi kesana nah kita dapat informasi dari situ nah yang kedua adalah kalau berbicara masalah data yang ada di infografis kita akan dapatkan dari dari subag data dan informasi atau kalau engga lagi ya kita liat bisa datanya BPS kita mengacu pada data BPS misalnya nih orang menanyakan tentang Ekspor Impor kita bisa mengacu pada data BPS kenapa karena satu satunya lembaga yang paling valid mengeluarkan data itu adalah BPS..	Proses penyusunan infografis Kemekominfo dan Lankow Teori Persuasi	Riset, Sumber dan Waktu Produksi Research and Data Analysis Ethos Logos

5.	Ee menurut saya si kalau masalah batas waktu atau kadaluarsanya sebuah informasi itu menurut saya ya.. tidak ada kenapa karena informasi itu selalu dibutuhkan masyarakat terkecuali mungkin kalau eee permintaan pimpinan saya mau dibuatkan infografis seperti ini ya batasnya misalnya hari ini kalau bisa jadi gitu tapi kan itu bukan sebuah batas yang apa namanya harus seperti gitu ya kan kita fleksibel aja si sebenarnya ee.. pimpinan juga sangat bijak memberikan ee perintah gitu	Proses penyusunan infografis Kemekominfo	Riset, Sumber dan Waktu Produksi
6.	emhmm karena ketika kita membuat sebuah infografis yang perlu kita perhatikan adalah ee info apa yang harus kita sampaikan, info apa yang kita harus sampaikan dan manfaatnya untuk apa ke masyarakat . gini, kita membuat infografis tentang ee.. apa namanya cabe misalnya kita membuat infografis tentang cabe manfaatnya apa kemudian pengelolaanya seperti apa seandainya cabe ini engga hanya untuk sambel misalnya.. atau ga hanya dijual dalam bentuk kiloan tapikan bisa dibuat kaya semacam olahan.	Proses penyusunan infografis Kemekominfo	Relevan dengan Kebutuhan Pembaca Berorientasi pada Tujuan Infografis
7.	yang pertama unsur-unsur dalam infografis itu	Proses penyusunan	Struktur Visual

adalah ee info apa yang ingin disampaikan pastinya isi gituloh isi terus konten pastinya kan kontennya harus menarik dong... jangan sampe banyak warna.. sebenarnya warna yang paling bagus untuk sebuah infografis adalah warna hitam dan putih.. kenapa saya bilang hitam dan putih.. karena hitam dan putih adalah warnanya yang melekat di memori otak pembaca atau yang melihat.. jadi ketika anda membuat infografis dan gambar.. misalnya gambar orangnya, gambar objeknya hitam mungkin latarnya bisa putih tulisannya hitam gitu jadi lebih lebih cepet diserap oleh memori dibandingkan banyak warna karena ketika banyak warna itu.. itu akan membingungkan pembaca.. oh ya saya sendiri eee... kemudian saya melakukan apa namanya ee... ee.. melakukan kajian ini berkali-kali dan saya melihat bahwa ternyata ketika kita membuat sebuah infografis yang memiliki banyak gambar gitu ada banyak warna ya banyak warna dan gambar orang kadang pecah konsentrasinya.. pecah kosentrasinya jadi bingung.. yang mana harus saya baca dan mana yang harus saya lihat dan yang mana *kata-kata tidak jelas*	infografis Kemekominfo dan Lankow Hal ini juga berkaitan dengan riset yang dilakukan terhadap visualisasi data	Keterbacaan (<i>Readability</i>) Persuasi Lugas (<i>Simplicity</i>) Riset, Sumber dan Waktu Produksi Content Creation Design and Data Visualization
---	---	---

	sehingga orang hanya cenderung melihat sekilas dan tidak membaca..		
8.	perlu, jadi orang tuh kalau misalnya simple apasih menarik tapi simple gitu kan jadi kaya enak aja gitu ngeliatnya enak terus orang tertarik membaca wah ini apasi yang disampaikan.. udah langsung keserap gitu.. jadi menurut saya si masih banyak yang harus diperhatikan.. yang lain adalah fontnya misalkan.. font tulisan itu tidak boleh lebih dari tiga font.. karena tiga font itu udah banyak banget harusnya dua atau satu font aja.. model jenis textnya gitu.. seperti itu	Proses penyusunan infografis Kemekominfo dan Lankow	Design and Data Visualization Content Creation Lugas (<i>Simplicity</i>) Keterbacaan (<i>Readability</i>) Struktur Visual Persuasi
9.	ee.. kalau di infografis di kementerian pertanian.. dia sudah punya ee.. karakter sendiri.. ahh kalau di kementerian pertanian itu kan karakternya berbentuk ee.. ijo-ijo gitu.. yang kehijau-hijauan gitu.. kenapa? Karena itu mencirikan ee.. kesuburan eee.. apa namanya kesuburan tanah dan ee.. hijaunya tumbuhan	Proses penyusunan infografis Kemekominfo	Sesuai <i>Brand Guideline</i> Struktur Visual

	pertanian Indonesia.. aa kalau di eee. Apa namanya di infografis di ditjen hortikultura itu ya kita sebenarnya pernah menetapkan sebuah karakter bahwa kita hijau kekuning-kuningan gitu gitu iya karena hijau kekuning-kuningan itu artinya sebuah ee.. buah misalnya yang sudah matang atau segar.. sesuatu yang sudah mantap biasanya kan warnanya kekuning-kuningan dan yang kekuning-kuningan itu kan lebih disukai iya biasanya emas...		
10.	ee ada beberapa infografis yang kita berikan logo khususnya biasanya ya dibuat oleh teman-teman yang PKL ya.. kadang dia memberikan logo itu ga masalah tapi ada juga beberapa yang seperti yang saya sudah jelaskan tadi.. ini tidak perlu ada logo..	Proses penyusunan infografis Kemekominfo	Sesuai <i>Brand Guideline</i>
11.	ohh macem-macem.. saya biasa menggunakan aplikasi Canva.. aplikasi android yang lain lah pokoknya.. masih ada beberapa tuh pokoknya aplikasi yang bisa kita gunakan tapi saya biasa gunain canva.. ah terus bisa juga ee.. pake Photoshop.. Corel... Canva ada sekita enam puluh ribu template disitu	Proses penyusunan infografis Lankow	Design and Data Visualization

	anda tinggal memilih saja.. enak sekali sebenarnya menggunakan.. lebih simple lebih gampang lah seperti itu..		
12.	mekanismenya adalah ketika infografis sudah selesai kita buat kita serahkan dulu kepada pimpinan.. kalau udah dari pimpinan baru boleh kita sebarkan di seluruh media sosial kita	Proses penyusunan infografis Lankow	The Creative Brief and Ideation
13.	saya pernah membuat infografis yang ee.. apa namanya eee.. apa namanya ya urban farming ya jadi bawang putih yang ditumbuhkan kemudian jadi vas bunga gitu kan jadi jadi.. bawang putih yang kita tumbuhkan kemudian jadi yang berbentuk ee... apa namanya.. tanaman hias gitu.. ah itu kan sampai di apa sampai di komentarin banyak sekali netizen sampai viral seperti itu.. ya bahkan eee... Twitter istana sampau me Re-tweet itu.. nah itu menarik sekali ternyata sesuatu yang aneh dan langka itu.. itu yang disukai oleh publik dan itu sangat mengedukasi pasti.. ahaa terus di sisi lain saya pernah membuat ee.. infografis itu yang buah-buah langka.. ahh buah-buah langka ini ternyata sangat disukai oleh publik.. kenapa? Karena itu bener	Proses penyusunan infografis Kemenkominfo dan Lankow Teori Persuasi	Mudah Dibagikan (<i>Shareability</i>) Distribution Relevan dengan Kebutuhan Pembaca Persuasi Pathos

	bener teredukasi publik.. masyarakat teredukasi.. ohhh ternyata ada buah yang kaya gini dan manfaat seperti ini ya.. jadi seperti itu... oke?		
--	---	--	--

Dari analisis data transkrip wawancara dengan Bapak Alif diatas, peneliti dapat membuat sebuah rangkuman bahwa dalam wawancara tersebut peneliti mendapatkan inti-inti yang berkaitan langsung dengan penelitian yang sedang dilakukan. Sesuai dengan yang sudah dijelaskan pada bab sebelumnya dan pada analisa sebelumnya bahwa peneliti mendapati inti-inti yang tergolong kedalam proses penyusunan infografis oleh Kemenkominfo dan Lankow serta terkait dengan Teori persuasi yang digunakan oleh peneliti.

TRANSKRIP WAWANCARA DIMAS

Selaku anak magang atau PKL dari Universitas Pakuan di Subag Hukum dan Humas
Direktorat Jenderal Hortikultura

F : eee selamat pagi ee...

D : pagi.. pagi...

F : eh selamat siang.. terima kasih sebelumnya udah bisa ngeluangin waktu wawancara sama saya.. boleh perkenalin diri? Namanya siapa dulu..

D : kenalin nama saya Kristanto Dimas, saya dari bogor.. kuliah di universitas pakuan semester 6 konsentrasi humas..

F : Kosentrasi humas.. ee.. boleh tau disini udah berapa lama.. udah magang di horti ini?

D : udah masuk ee.. sebulan

F : sebulan ?

D : sebulan

F : berarti udah mengetahui lah proses pembuatan dari infografis.. cara kerjanya humas disini lah..

D : ehmm ehmm ehmmm

F : yauda lanjut langsung aja ya ke tahap pembuatannya aja ? Disini ee.. si dimas ini pake aplikasi apa? Untuk membantu buat infografis

D : Pertama waktu dateng di kasih taunya Canva.. dikasih tau Canva sama mentor saya.. mas alif ee.. tapi saya bagi dua kalo misalkan sayanya kurang mood mengeditnyaa untuk edit cepet edit cepet gitu pake Canva tapi kalau untuk mengeditnya yang lama saya pake Adobe Illustrator..

F : lebih detail lagi lah ya?

D : iya lebih detail lagi ehmm iya

F : untuk adobe.. ini adobe?

D : iya ini Adobe Illustrator

F : boleh jelasin? Itu gimana awalnya? Awal cara buatnya

D : awal cara buatnya ee.. download ee.. ini kaya templatanya gini downloadnya di Freepict.com

F : ohh jadi templatanya itu gaada di template ini? Harus download?

D : download.. kaya misalnya ini semuanya di download.. nah di adobe illustrator itu kan ee.. mas mau ngilanginn ini.. nanti bakal ada menunya gitu.. misalnya ini bisa di ilangin... terus ini tuh kita tuh jadi kek semuanya manual gitu.. satu satu.. jadi lebih

enak gitu ee. Apa namanya e.. watermark disini.. jadi kalau pake Illustrator itu ya semua ukuran ini bisa disamain.. kaya gitu

F : oh itu boleh tau ga oh itu ada watermark itu.. buat sendiri?

D : iya itu buat sendiri

F : itu disuruh atau ide sendiri?

D : pertama ee.. buat didepan.. pertama ide sendiri soalnya ini mau diposting di instagram.. saya ngasih ke mas aris yang minta infografis.. bikin infografis.. nah saya itu bikin infografisnya itu per-slide.. jadi kalau di instagram itu bisa di slide ya jadi sepuluh.. saya bikinnya pertama ini doang nah pas saya konsultasi ke mas alif katanya bikin lagi nih watermarknya terus tambahin tanda panah biar orang ngerti bisa di swipe..

F : boleh tau ga bisanya tuh sumber informasi dapetnya dari mana? Informasi yang bakal dijadiin konten di infografis

D : ee.. waktu pertama magang disini dapetnya dari brosur.. brosur yang ada disini

F : oh jadi dapet dari perpustakaan..

D : iya dari perpustakaan.. saya ngambil beberapa brosur terus waktu itu yang nugasin pertama ee.. mas aries.. terus yang kedua waktu itu pas nugasin.. saya ngambil brosur yang banyak terus dia pilih.. kamu bikin ini aja nih ee.. cabai.. nah kalau mas alif dia pas waktu itu tugasnya untuk tanaman obat..

F : oh biofarma.. biofarmaka?

D : ehmm ehmm terus saya searching di google... ya beberapa website terpercaya lah..

F : bisa ga satu.. satu aja contohnya apa tuh yang pernah di inget?

D : eee..... apa ya..... lupa..

F : ohh ntar deh.. pertanyaan yang lain dulu... biasanya di kasih target ga? Kalau membuat infografis disini..

D : eee.. waktu pertama magang disini.. bikin aja tapi gausah ditarget gitu.. bikin aja mas. Bikin aja dimas infografis oh yauda mas tapi ga ditargetin harus beres jam berapa.. berapa banyaknya.. tapi karena apa si kemarin-kemarin tuh seperti untuk ada lomba.. PPID kan ada lomba untuk penilaian.. jadi infografis juga diperbanyak jadi kaya waktu kemarin beres ada acara PPID di Bogor.. pertemuan gitu..

F : ohhh dinas..

D : iya ehmm ehmm.. ke Bogor itu di targetin sehari itu lima.. satu hari lima ee.. iya lima tapi dikurangin sama mas alif jadi tiga..

F : nahh lanjut nih ke bagian konten di dalam infografis itu.. untuk teks.. bisa jelasin ga gimana yang bagus?

D : Teks yang bagus pertama.. menurut saya ya.. yang mudah dibaca orang.. terus sekiranya ada kata-kata yang rancu.. misalkan ada kata-kata yang dingerti orang gitu.. bahasa-bahasa kaya ilmiah..

F : ohh pengertian-pengertian?

D : iya.. pengertian-pengertian yang sekiranya orang ga ngerti ya paling nanti kita searching di google dulu... ada ga kata gantinya selain ini.. jadi lebih ngerti.. teruss kan kalau misalkan nanti posting di instagram ya.. kalau misalkan saya si di can.. jadi gini.. ini.. sebeneernya ga terlalu mepet nih mas jadi bisa di longgarin gitu hurufnya..

F : ohh ada spacenya?

D : ada spacenya terus ini kan tadinya mepet terus saya spasi terus dijauhin gini.. jadi biar orang tuh enak.. di canva juga..

F : jadi kelihatan lah yaa.. kalau fontnya ada berapa jenis yang dipake tuh kalau font?

D : kalau font si.. waktu awal-awal pake ariel.. karena kata mas alif dibilang.. di horti pakenya ariel jadi nurut aja tapi saya lama-lama agak bosan juga.. terus akhirnya saya download font gratis di Dafont.com. kan tuh banyak font.. jadi saya download-downloadin font yang banyak jenisnya si

F : jadi lebih banyak lagi pemakaiannya.. kalau untuk gambar.. dapet darimana?

D : Gambar.. google biasanya.. google kita crop di Photoshop.. sekiranya ada yang bisa di ambil dari freepict misalkan gambar.. ee.. cabe ini.. cabe ini kan animasi ya itu

di Freepict ada.. di freepict ada.. jadi kita freepict ada formatnya.. nih misalkan ini saya download dalam bentuk rar nah dia format itu bisa langsung di buka di Ai.. jadi udah ada download foto, font terus ada opsi Ainya.. nah dia terus dibuka di Ai.. jadi pas di buka di Ai ini bisa di ilangin apa ke gambar-gambar ini bisa di ambil

F : Cuma cabenya tok?

D : iya cabenya aja yang bisa di ambil

F : untuk warna.. ada ga ee.. warna-warna yang bagus gitu untuk infografis.. yang mudah dibaca atau yang menarik?

D : waktu itu si ee.. contohnya yang ini ya kalau waktu itu mas alif nilainya infografis yang cabe ini katanya adalah warnanya tu gampang.. enak diliat gitu.. ga terlalu rame misalkan ada merah.. ada kuning ijo warnanya ga kontras tabrakan gitu tuh warnanya ga enak.. saya buat ini kata mas alif ini ee.. lumayan dan warna.. warnanya ga terlalu banyak dan orang juga ngeliatnya ga pusing gitu.. warnanya yang gampang-gampanng liat aja yang gelap ketemu gelap misalkan ada backgroundnya gelap tulisannya jangan terlalu terang.. kaya misalkan saya cokelat kan saya cokelatnya ini ngambil dari sini jadi ga terlalu mencolok..

F : jadi ga terlalu mencolok.. jadi sesuai lah dengan infografis ini.. untuk template tadi download ya?

D : download.. download

F : kalau ide.. biasanya ide sendiri atau ide dari mentor.. dari staff?

D : balance sih.. ada yang dari saya ada yang dari mas alif ada yang dari mas aries kadang saya juga nanya juga.. pak ini.. kira-kira ini gimana misalkan..

F : diskusi lagi?

D : diskusi lagi.. biar dia enak saya juga enak gitu kalau dia minta rubah ya saya rubah lagi gitu jadi ga main saya langsung ide.. posting tuh engga

F : ada ciri khas ga? Yang disuruh untuk infografis yang dibuat

D : ciri khasnya satunya watermark.. biar kalau ada orang lain ngambil ee.. ketawan gitu..

F : ee.. iyaiya jadi bisa di pertanggungjawabkan lah

D : iyaaa ehmm ehmm

F : terus tadi mohon maaf aplikasinya apa aja yang digunakan?

D : Canva dan Adobe Illustrator

F : Kalau selesai nih.. sudah buat yang namanya infografis.. sudah jadi untuk bisa di upload.. itu prosesnya gimana lagi? Diapain?

D : saya udah di export udah jadi saya kirim ke mas aries..

F : lewat?

D : WA

F : ohh dipertanyakan lagi?

D : misalkan beliau bilang ada perubahan.. saya rubah.. saya terkadang Tanya ke mas alif juga sebelum ke mas aries.. karena dia mentor juga.. jadi misalkan ada eee... kesalahan.. dim ini jangan terlalu gini kata-katanya atau logonya jangan terlalu kecil.. nah itu saya rubah nah kalau misalkan udah oke di mas alif tinggal posting gitu aja..

F : jadi boleh nanya ga infografis.. yang bagus tuh yang gimana ?

D : infografis yang bagus itu yang simple pastinya.. kedua yang menarik.. menarik ini juga ga terlalu wah ya.. maksudnya menarik dimata orang dimata kita juga enak.. terus carilah gambar yang sekiranya orang mau lihat gitu..

F : enak dilihat?

D : enak dilihat ehmm biar ga bosan.. biar kaya misalkan kaya ditjen horti.. ditjen horti bikin infografis mengenai buah apa gitu.. ya gambar buah tentang misalkan katakana apel dan buah apel itu kek Cuma ditjen doang yang punya gambar itu.. jadi suatu hari inget.. jadi.. oh ini yang punya gambar ini ditjen hortikultura

F : ada bisa dikenang lah

D : ehmm ehmm bisa disave juga atau segala macem..

F : ehmm boleh tau ga.. infografis yang pernah dibuat dimas ada ga yang respondennya banyak? Yang bisa jadi bagus gitu dilihat orang-orang jadi responden.. dari dari kan dikirim ke media sosial.. ada ga respon-respon yang baik dan paling banyak gitu yang pernah dibikin dimas gitu

D : sepenglihatan si.. saya mantau ignya eee... ditjen horti yang paling bagus itu yang waktu saya bikin.. nanas

F : bisa jelasin nanasnya itu gimana infografisnya ? tentang apa?

D : eee... tentang nanas dan sumber vitamin C.. nanas itu sumber vitamin C.. saya buat gambar nanas itu.. animasi juga.. ga nanas buah gitu

F : Ga asli..

D : iya cuman animasi aja.. saya itu juga download dari freepict juga si.. itu kalau gasalah liat likenya paling banyak kalau ga salah

F : untuk dimas ini infografis paling banyak untuk media sosial apa?

D : Instagram

F : Instagram? Untuk Twitter? Atau Facebook?

D : eee.. belum tau si soalnya yang diminta sering tuh buat instagram... belum tau twitter.. mungkin ada cuman ga ngeliat juga sudah diposting belumnyaa

F : yaudah ee.. untuk wawancara hari ini ee.. sekian dulu mungkin lain waktu ada tambahan saya ingin wawancara lagi sama dimas.. makasi yaa

D : iyaa sama-sama

No.	Pernyataan	Tema	Point Kesimpulan dan Verifikasi
1.	Pertama waktu dateng di kasih taunya Canva.. dikasih tau Canva sama mentor saya.. mas alif ee.. tapi saya bagi dua kalo misalkan sayanya kurang mood mengeditnyaa untuk edit cepet edit cepet gitu pake Canva tapi kalau untuk mengeditnya yang lama saya pake Adobe Illustrator.. iya ini Adobe Illustrator awal cara buatnya ee.. download ee.. ini kaya templatnya gini downloadnya di Freepict.com download.. kaya misalnya ini semuanya di download.. nah di adobe illustrator itu kan ee.. mas mau ngilanginn ini.. nanti bakal ada menunya gitu.. misalnya ini bisa di ilangin... terus ini tuh kita tuh jadi kek semuanya	Proses penyusunan infografis menurut Lankow	Design and Data Visualization The Creative Brief and Ideation

	manual gitu.. satu satu.. jadi lebih enak gitu ee. Apa namanya e.. watermark disini.. jadi kalau pake Ilustrator itu ya semua ukuran ini bisa disamain.. kaya gitu pertama ee.. buat didepan.. pertama ide sendiri soalnya ini mau diposting di instagram.. saya ngasih ke mas aris yang minta infografis.. bikin infografis.. nah saya itu bikin infografisnya itu per-slide.. jadi kalau di instagram itu bisa di slide ya jadi sepuluh.. saya bikinnya pertama ini doang nah pas saya konsultasi ke mas alif katanya bikin lagi nih watermarknya terus tambahin tanda panah biar orang ngerti bisa di swipe..		
2.	ee.. waktu pertama magang disini dapetnya dari brosur.. brosur yang ada disini iya dari perpustakaan.. saya ngambil beberapa brosur terus waktu itu yang nugasin pertama ee.. mas aries.. terus yang kedua waktu itu pas nugasin.. saya ngambil brosur yang banyak terus dia pilih.. kamu bikin ini aja nih ee.. cabai.. nah kalau mas alif dia pas waktu itu tugasnya untuk tanaman obat.. ehmm ehmm terus saya searching di google... ya beberapa website terpercaya lah..	Proses penyusunan infografis menurut Kemenkominfo dan Lankow Teori Persuasi	Berorientasi pada Tujuan Infografis Riset, Sumber dan Waktu Produksi Ethos Logos

3.	eee.. waktu pertama magang disini.. bikin aja tapi gausah ditarget gitu.. bikin aja mas. Bikin aja dimas infografis oh yauda mas tapi ga ditargetin harus beres jam berapa.. berapa banyaknya.. tapi karena apa si kemarin-kemarin tuh seperti untuk ada lomba.. PPID kan ada lomba untuk penilaian.. jadi infografis juga diperbanyak jadi kaya waktu kemarin beres ada acara PPID di Bogor.. pertemuan gitu.. iya ehmm ehmm.. ke Bogor itu di targetin sehari itu lima.. satu hari lima ee.. iya lima tapi dikurangin sama mas alif jadi tiga..	Proses penyusunan infografis menurut Kemenkominfo dan Lankow	Riset, Sumber dan Waktu Produksi The Creative Brief and Ideation
4.	Teks yang bagus pertama.. menurut saya ya.. yang mudah dibaca orang.. terus sekiranya ada kata-kata yang rancu.. misalkan ada kata-kata yang dingerti orang gitu.. bahasa-bahasa kaya ilmiah.. iya.. pengertian-pengertian yang sekiranya orang ga ngerti ya paling nanti kita searching di google dulu... ada ga kata gantinya selain ini.. jadi lebih ngerti.. teruss kan kalau misalkan nanti posting di instagram ya.. kalau misalkan saya si di can.. jadi gini.. ini.. sebenarnya ga terlalu mepet nih mas jadi bisa di longgarin gitu hurufnya..	Proses penyusunan infografis menurut Kemenkominfo dan Lankow	Content Creation Design and Data Visualization Lugas (<i>Simplicity</i>) Keterbacaan (<i>Readability</i>)

	ada spacenya terus ini kan tadinya mepet terus saya spasi terus dijauhin gini.. jadi biar orang tuh enak.. di canva juga.. kalau font si.. waktu awal-awal pake ariel.. karena kata mas alif dibilang.. di horti pakenya ariel jadi nurut aja tapi saya lama-lama agak bosan juga.. terus akhirnya saya download font gratis di Dafont.com. kan tuh banyak font.. jadi saya download-downloadin font yang banyak jenisnya si		Struktur Visual Persuasi
6.	Gambar.. google biasanya.. google kita crop di Photoshop.. sekiranya ada yang bisa di ambil dari freepict misalkan gambar.. ee.. cabe ini.. cabe ini kan animasi ya itu di Freepict ada.. di freepict ada.. jadi kita freepict ada formatnya.. nih misalkan ini saya download dalam bentuk rar nah dia format itu bisa langsung di buka di Ai.. jadi udah ada download foto, font terus ada opsi Ainya.. nah dia terus dibuka di Ai.. jadi pas di buka di Ai ini bisa di ilangin apa ke gambar-gambar ini bisa di ambil	Proses penyusunan infografis menurut Kemenkominfo dan Lankow	Riset, Sumber dan Waktu Produksi Struktur Visual Design and Data Visualization
7.	waktu itu si ee.. contohnya yang ini ya kalau waktu itu mas alif nilainya infografis yang cabe ini katanya adalah warnanya tu gampang.. enak diliat gitu.. ga terlalu rame	Proses penyusunan infografis menurut Kemenkominfo	The Creative Brief and Ideation Struktur Visual

	misalkan ada merah.. ada kuning ijo warnanya ga kontras tabrakan gitu tuh warnanya ga enak.. saya buat ini kata mas alif ini ee.. lumayan dan warna.. warnanya ga terlalu banyak dan orang juga ngeliatnya ga pusing gitu.. warnanya yang gampang-gampang liat aja yang gelap ketemu gelap misalkan ada backgroundnya gelap tulisannya jangan terlalu terang.. kaya misalkan saya cokelat kan saya cokelatnya ini ngambil dari sini jadi ga terlalu mencolok..	dan Lankow	Keterbacaan (<i>Readability</i>) Persuasi
	balance sih.. ada yang dari saya ada yang dari mas alif ada yang dari mas aries kadang saya juga nanya juga.. pak ini.. kira-kira ini gimana misalkan.. diskusi lagi.. biar dia enak saya juga enak gitu kalau dia minta rubah ya saya rubah lagi gitu jadi ga main saya langsung ide.. posting tuh engga	Proses penyusunan infografis menurut Lankow	The Creative Brief and Ideation
	ciri khasnya satunya watermark.. biar kalau ada orang lain ngambil ee.. ketawan gitu..	Proses penyusunan infografis menurut Kemenkominfo	Sesuai <i>Brand Guideline</i>
	Canva dan Adobe Illustrator	Proses penyusunan infografis menurut Lankow	Design and Data Visualization

	saya udah di export udah jadi saya kirim ke mas aries.. WA misalkan beliau bilang ada perubahan.. saya rubah.. saya terkadang Tanya ke mas alif juga sebelum ke mas aries.. karena dia mentor juga.. jadi misalkan ada eee... kesalahan.. dim ini jangan terlalu gini kata-katanya atau logonya jangan terlalu kecil.. nah itu saya rubah nah kalau misalkan udah oke di mas alif tinggal posting gitu aja..	Proses penyusunan infografis menurut Kemenkominfo dan Lankow	The Creative Brief and Ideation Struktur Visual Distribution Kemudahan Dibagikan (<i>Shareability</i>)
	infografis yang bagus itu yang simple pastinya.. kedua yang menarik.. menarik ini juga ga terlalu wah ya.. maksudnya menarik dimata orang dimata kita juga enak.. terus carilah gambar yang sekiranya orang mau lihat gitu.. enak dilihat ehmmm biar ga bosen.. biar kaya misalkan kaya ditjen horti.. ditjen horti bikin infografis mengenai buah apa gitu.. ya gambar buah tentang misalkan katakana apel dan buah apel itu kek Cuma ditjen doang yang punya gambar itu.. jadi suatu hari inget.. jadi.. oh ini yang punya gambar ini ditjen hortikultura	Proses penyusunan infografis menurut Kemenkominfo Teori Persuasi	Lugas (<i>Simplicity</i>) Persuasi Pathos

	sepenglihatan si.. saya mantau ignya eee... ditjen horti yang paling bagus itu yang waktu saya bikin.. nanas eee... tentang nanas dan sumber vitamin C.. nanas itu sumber vitamin C.. saya buat gambar nanas itu.. animasi juga.. ga nanas buah gitu iya cuman animasi aja.. saya itu juga download dari freepict juga si.. itu kalau gasalah liat likenya paling banyak kalau ga salah		
	Instagram eee.. belum tau si soalnya yang diminta sering tuh buat instagram... belum tau twitter.. mungkin ada cuman ga ngeliat juga sudah diposting belumnyaa	Proses penyusunan infografis menurut Kemenkominfo dan Lankow	Distribution Mudah Dibagikan (<i>Shareability</i>)

Dari analisis data transkrip wawancara dengan Dimas diatas, peneliti dapat membuat sebuah rangkuman bahwa dalam wawancara tersebut peneliti mendapatkan inti-inti yang berkaitan langsung dengan penelitian yang sedang dilakukan. Sesuai dengan yang sudah dijelaskan pada bab sebelumnya dan pada analisa sebelumnya bahwa peneliti mendapati inti-inti yang tergolong kedalam proses penyusunan

infografis oleh Kemenkominfo dan Lankow serta terkait dengan Teori persuasi yang digunakan oleh peneliti.

TRANSKRIP WAWANCARA SEPTIANI

Selaku Selaku anak magang atau PKL dari Institut Pertanian Bogor di Subag Hukum dan
Humas Direktorat Jenderal Hortikultura

F : selamat siang nih kepada septi dan hana. Ini disini septi sama hana jadi apa nih?

S : jadi mahasiswa magang

F : jadi mahasiswa magang.. darimana?

S : dari sekolah vokasi institut pertanian bogor

F : ohh

S : jurusan komunikasi

F : komunikasi.. udah lama nih di magang disini?

S : magang udah sebulan dua minggu, eh sebulan seminggu..

F : sebulan seminggu.. berarti udah kenal dong sama cara..

S : kerja..

F : cara kerja disini..

S : cara kerja dah tau..

F : kalau gitu boleh nanya gak nih seputar infografisnya nih disini..

S : boleh..

F : boleh, langsung aja nih ya kan tadi udah sempet wawancara sama pak rico, kalian ternyata disini jadi pembuatnya infografis. Kalau boleh tau kalian tuh dapet sumbernya dapet darimana?

S : jadikan kalau sumber itu kalau sebelum bikin kan nyari konten, nah biasanya kita nanya dulu konsultasi biasanya ke pak aris...

F : ke mentor ya?

S : engga bukan ke mentor.. yang nyuruh kita infografis aja.. nah ke pak aris atau engga ke pak alif nanya, pak kira-kira konten yang cocok gitu apa ya yang pas buat gitu jangan manfaat terus jangan khasiat terus.. kaya waktu itu coba cari macam-macam apa tanaman obat buat bayi gitu.. jadi kaya kita konsultasi dulu gitu kalau engga kalau ada buah-buah yang aneh gitu tetep kita disuruh cari tau.

F : yang unik-unik gitu ya? menarik yang pokoknya..

S : yang unik gitu, kita cari tau.. menarik lah pokoknya. Konten yang menarik.. mereka yang cari eh mereka yang usulin.. tapi entar kalau buat sumber-sumbernya kita cari sendiri..

F : cari sendiri.. sumber-sumbernya dari google?

S : iya..

F : tapi, boleh tau gak biasanya tuh dapet dari google tuh darimana sumbernya?

S : biasanya sih kalau sumber mah ga nentu matokin kemana, tapi kadang kalau disini ada...

F : disini, oh di perpustakaan ada ya?

S : iya.. kaya brosur-brosur gitu kalau ada mah ambil dari situ aja..

F : ohhh, jadi kaya yang udah tercetak aja gitu?

S : ehmm, tapi kalau seumpamanya gak ada kaya kan buah unik kan ga mungkin ada disini.. itu gak ada patokannya.. yang penting kaya semuanya sama rata-rata hasilnya sama..

F : jadi intinya sumbernya udah bagus gitu ya..ee terus kalau untuk penggunaan aplikasi biasanya pakai apa?

S : aplikasi kalau saya sama hana karna sebelumnya di design komunikasi itu belajar Coreldraw. Kalau saya sendiri ada tambahan Adobe Photoshop..

F : ehmm

S : nah kalau kaya Evita dimas itu kaya masih canva. Eh dimas Illustration.. kita tuh beda-beda..

F : oh beda-beda. Oh tergantung diajarinnya dari..

S : bukan tergantung diajarinnya, tapi tergantung kita bisanya apa..

F : ohh, bisanya apa... bisa jelasin gak sih kalau kaya tadi Coreldraw tuh bisa jelasin gak gimana caranya mungkin?

S : jadi gini, kalau Coreldraw sama Illustration itu kalau canva ya tau lah itu online... online bisa bikin sendiri, template nya dari sana. Nah kalau Coreldraw sama illustration itu kan itunya vector gitu ya.. vector tuh garis..

F : oh garis-garis doang?

S : bukan garis-garis eh apasih garis yang kaya mereka tuh lebih ke kartun gitu..

F : ohhh.. iya iya ngerti..

S : pokoknya kaya buat design-design infografis bagus itu.. Corel atau engga illustration.. nah Cuma kendala nya itu kalau di Corel itu susah untuk nentuin karakteristiknya gimana.. kaya kita tuh design nya harus bener khayalan kita..

F : oh khayalan kaya imajinasi?

S : iya, jadi kita harus bisa cari imajinasi kita..

F : sebaik-baiknya?

S : iya.. kalau template itu kan susah disana gak ada template..

F : iya bener-bener, kaya masih blank.

S : iya, blank kaya kertas kosong kita harus kaya ibaratnya gambar itu.

F : jadi kaya lebih bagus lagi sih kalo menurut....

S : iya betul.. makanya lebih bagus lagi tapi kaya kalau kita minim ide juga susah..

F : hahahaha

S : susah... jadinya susah.. terus kalau Coreldraw itu kendalanya lagi biasanya nih ya kalau masih baru make tuh warna..

F : warna? Kenapa tuh bisa jelasin ga warnanya?

S : kalau warna tuh kan gatau entah RGB nya laptop tuh sama hape beda. Jadi kita mau warna hijau, hijaunya udah bagus nih disini entar pas dikirim ke mentor itu lewat whatsapp hijaunya terang banget gitu.

F : oh iya iya ngerti.

S : kurangnya tuh disitu jadi kita kaya sepinter-pinternya kita make aja gitu. Kalau photoshop kan kaya misalnya foto..

F : ehmm

S : kaya pixel gitu misalnya kita ngedit fotonya pak ditjen dipotong..

F : kaya dipotong aja..

S : kaya dipotong aja terus di buat kata-kata, atau buah dipotong gitu..

F : ya aku juga pernah sih pake, tapi kalau aku tuh gak pake photoshop gara-gara kemaren mungkin gak terlalu kenal photoshop jadi belajar secara instan tuh pake pixlr di online juga tapi kaya sama kaya photoshop juga, ngedit-ngeditnya..

S : oh buat motong-motong gitu..

F : motong-motongnya..

S : tapi pasti gak lebih halus gitu...

F : iya, bener gak halus. Gak terlalu halus..

S : photoshop mah kalau tau mah kan itu ada magic wand tool itu biar instan.

F : disana juga ada sih sebenarnya tapi kaya emang bener kata septi gak terlalu halus.

S : iya gak halus. Kalau photoshop kan kalau gak halus juga kan bisa kita hapus-hapusin.

F : untuk teks gimana? Bisa jelasin gak kalau untuk teks?

S : teks gimana?

F : fontnya... warnanya..

S : oh, fontnya.. kalau teks tuh gimana ya.. sebenarnya kalau warna sendiri buat corel itu kita dikasih tau sama pak alif kalau warna itu jangan terlalu banyak..

F : jangan terlalu banyak?

S : iya.. kenapa.. karena gimana sih kaya intinya infografis kan menyampaikan info dalam bentuk yang menarik gitu kalau kebanyakan warna kan kita kaya jadi freak jadi aneh.. nah akhirnya kaya ditentukan gitu tapi kalau warna aku sendiri sih lebih seneng sama kaya gimana ya kaya nyamain aja gitu loh, kaya garis sana nya warna...jadi biar kaya gak banyak warna..

F : ehmm kaya warna-warna netral gitu ya..

S : kalau font juga namanya infografis kan harus menarik, font nya juga harus semenarik mungkin jadi kita tuh biasanya kalau font nya itu kita download sendiri ada aplikasi dafont kan. . kalau tau pasti banyak-banyak itu, banyak-banyak font..

F : ehmm, jadi tuh kesimpulannya tuh infografis yang dibuat tuh kalau bisa simple tapi menarik.. dan juga warna nya gak terlalu banyak..

S : iyaa... kalau infografiskan kaya ini, pak alif kan pernah bilang kalau bikin infografis jangan kebanyakan tulisan.. ibaratnya orang kan males liat kalau tulisan kan kalau liat ke gambar. Infografis tuh buat visualisasi tulisan yang ada.. kalau misal mau ada datanya kan bisa di caption.. gak harus ada di infografis. Buat mempermudah aja orang-orang yang males baca

F : kalau untuk ada ga kamu pernah dikasih sama mentor ciri-ciri khusus buat infografis?

S : eee bukan mentor aku sih, kalau mentor aku kan lebih kaya ke press realease ya bu desy. Biasanya kaya ke pak alif, pak arif kalau ya itu ya lebih banyak gambar usahakan tuh sedikitin tulisan.

F : kalau gambar tuh biasanya dapet sumbernya dari google atau ada yang dari sini juga?

S : biasanya dari google tapi kaya ee biasanya iya dari google, kalau dari sini sih biasanya mah foto pak dirtjen doang sih..

F : jadi tadi aplikasi pembantunya apa tadi bisa dijelasin? Coreldraw...

S : Coreldraw, photoshop, illustration sama canva...

F : terus kalau udah selesai nih proses pembuatan yang kamu bikin sama hana itu infografis yang udah dibuat dikemanain prosesnya?

S : biasanya sih kalau infografis yang udah dibuat itu dikirim ke pak aris kalau gak pak alif lewat whatsapp. Kita seengganya minimal tiga perhari..

F : oh tiga perhari, ada targetnya dong?

S : ada targetnya tapi ya gimanasih disini juga kan ya santai ya jadi kalau target juga gak terlalu ini lah.. sebisanya kita aja. Lagian kan cewe gak kaya cowok yang imajinasinya banyak gitu kan yang buat lagi buat lagi.

F : hahahaha

S : katanya kak dinan juga buat sampe tiga puluh kan?

F : oh iya dia pernah tiga puluh. Gua juga...

S : tuh kan.. selesai ga?

F : ya selesai tapi ya emang capek sih..

S : kan nyarinya susah belum konten-kontennya belum ini nya... terus ya kirim ke whatsapp terus nanti mereka yang posting di sosial media. Pak aris megang Instagram, pak alif nya twitter.

F : nah untuk infografisnya yang kamu sama hana buat pernah gak ada yang jadi responden terbanyak? Yang punya respondent terbanyak gitu?

S : ada tuh si hana tentang.. jadi dia tuh unik, jadi orang tuh pada nanya ini hoax apa engga gitu... tau pisang kan ada bitnik-bintik item gitu banyak dia bilang itu tuh berkhasiat gitu itu tuh banyak yang nanya sementara sumbernya itu gak jelas, jadi ya itu kalau respondent terbanyak kan gatau itu negative atau positif kan.. paling banyak itu..

F : oh gitu. Lucu juga ya ngebahas bintik di pisang.. lucu juga sih orang-orang jadi bingung itu asli apa engga.. terus infografis tadi dikirim kemana tuh? Lewat media sosial apa?

S : Instagram sama twitter tapi kan karena kebanyakan orang pakai Instagram jadi Instagram jadi lebih banyak.

F : yauda sekian untuk wawancara hari ini, terimakasih ya septi..

S : iya..

No.	Pernyataan	Tema	Point Kesimpulan dan Verifikasi
1.	jadikan kalau sumber itu kalau sebelum bikin kan nyari konten, nah biasanya kita nanya dulu konsultasi biasanya ke pak aris... engga bukan ke mentor.. yang nyuruh kita infografis aja.. nah ke pak aris atau engga ke pak alif nanya, pak kira-kira konten yang cocok gitu apa ya yang pas buat gitu jangan manfaat	Proses penyusunan infografis Kemenkominfo dan Lankow Teori Persuasi	Riset, Sumber dan Waktu Produksi The Creative Brief and Ideation Research and Data

	terus jangan khasiat terus.. kaya waktu itu coba cari macam-macam apa tanaman obat buat bayi gitu.. jadi kaya kita konsultasi dulu gitu kalau engga kalau ada buah-buah yang aneh gitu tetep kita disuruh cari tau. yang unik gitu, kita cari tau.. menarik lah pokoknya. Konten yang menarik.. mereka yang cari eh mereka yang usulin.. tapi entar kalau buat sumber-sumbernya kita cari sendiri.. biasanya sih kalau sumber mah ga nentu matokin kemana, tapi kadang kalau disini ada... iya.. kaya brosur-brosur gitu kalau ada mah ambil dari situ aja.. tapi kalau seumpamanya gak ada kaya kan buah unik kan ga mungkin ada disini.. itu gak ada patokannya.. yang penting kaya semuanya sama rata-rata hasilnya sama..		Analysis Ethos Logos (Solusi)
2.	aplikasi kalau saya sama hana karna sebelumnya di design komunikasi itu belajar Coreldraw. Kalau saya sendiri ada tambahan Adobe Photoshop.. nah kalau kaya Evita dimas itu kaya masih canva. Eh dimas Illustration.. kita tuh beda-beda..	Proses penyusunan infografis Kemekominfo dan Lankow	Design and Data Visualization (kendala) Kemudahan Dibagikan (Shareability)

	jadi gini, kalau Coreldraw sama Illustration itu kalau canva ya tau lah itu online... online bisa bikin sendiri, template nya dari sana. Nah kalau Coreldraw sama illustration itu kan itunya vector gitu ya.. vector tuh garis.. bukan garis-garis eh apasih garis yang kaya mereka tuh lebih ke kartun gitu.. pokoknya kaya buat design-design infografis bagus itu.. Corel atau engga illustration.. nah Cuma kendala nya itu kalau di Corel itu susah untuk nentuin karakteristiknya gimana.. kaya kita tuh design nya harus bener khayalan kita.. iya, jadi kita harus bisa cari imajinasi kita.. iya.. kalau template itu kan susah disana gak ada template.. iya, blank kaya kertas kosong kita harus kaya ibaratnya gambar itu. terus kalau Coreldraw itu kendalanya lagi biasanya nih ya kalau masih baru make tuh warna.. kalau warna tuh kan gatau entah RGB nya laptop tuh sama hape beda. Jadi kita mau warna hijau, hijaunya udah bagus nih disini entar pas dikirim ke mentor itu lewat whatsapp hijaunya		Distribution
--	--	--	--------------

	terang banget gitu. kurangnya tuh disitu jadi kita kaya sepinter-pinternya kita make aja gitu. Kalau photoshop kan kaya misalnya foto.. photoshop mah kalau tau mah kan itu ada magic wand tool itu biar instan		
3.	oh, fontnya.. kalau teks tuh gimana ya.. sebenarnya kalau warna sendiri buat corel itu kita dikasih tau sama pak alif kalau warna itu jangan terlalu banyak.. iya.. kenapa.. karena gimana sih kaya intinya infografis kan menyampaikan info dalam bentuk yang menarik gitu kalau kebanyakan warna kan kita kaya jadi freak jadi aneh.. nah akhirnya kaya ditentukan gitu tapi kalau warna aku sendiri sih lebih seneng sama kaya gimana ya kaya nyamain aja gitu loh, kaya garis sana nya warna...jadi biar kaya gak banyak warna.. kalau font juga namanya infografis kan harus menarik, font nya juga harus semenarik mungkin jadi kita tuh biasanya kalau font nya itu kita download sendiri ada aplikasi dafont kan. . kalau tau pasti banyak-banyak itu, banyak-banyak font..	Proses penyusunan infografis Kemenkominfo	Keterbacaan (<i>Readability</i>) Struktur Visual Lugas (<i>Simplicity</i>) Content Creation Persuasi

	iyaa... kalau infografiskan kaya ini, pak alif kan pernah bilang kalau bikin infografis jangan kebanyakan tulisan.. ibaratnya orang kan males liat kalau tulisan kan kalau liat ke gambar. Infografis tuh buat visualisasi tulisan yang ada.. kalau misal mau ada datanya kan bisa di caption.. gak harus ada di infografis. Buat mempermudah aja orang-orang yang males baca		
4.	biasanya dari google tapi kaya ee biasanya iya dari google, kalau dari sini sih biasanya mah foto pak dirtjen doang sih..	Proses penyusunan infografis Kemenkominfo	Riset, Sumber dan Waktu Produksi (kendala)
5.	biasanya sih kalau infografis yang udah dibuat itu dikirim ke pak aris kalau gak pak alif lewat whatsapp. Kita seengganya minimal tiga perhari.. ada targetnya tapi ya gimanasih disini juga kan ya santai ya jadi kalau target juga gak terlalu ini lah.. sebisanya kita aja. Lagian kan cewe gak kaya cowok yang imajinasinya banyak gitu kan yang buat lagi buat lagi. kan nyarinya susah belum konten-kontennya belum ini nya... terus ya kirim ke whatsapp terus nanti mereka yang posting di sosial media.	Proses penyusunan infografis Kemenkominfo	Riset, Sumber dan Waktu Produksi The Creative Brief and Ideation

	Pak aris megang Instagram, pak alif nya twitter.		
6.	ada tuh si hana tentang.. jadi dia tuh unik, jadi orang tuh pada nanya ini hoax apa engga gitu... tau pisang kan ada bintik-bintik item gitu banyak dia bilang itu tuh berkhasiat gitu itu tuh banyak yang nanya sementara sumbernya itu gak jelas, jadi ya itu kalau respondent terbanyak kan gatau itu negative atau positif kan.. paling banyak itu..	Proses penyusunan infografis Kemenkominfo	Persuasi (kendala)
7.	Instagram sama twitter tapi kan karena kebanyakan orang pakai Instagram jadi Instagram jadi lebih banyak.	Proses penyusunan infografis Kemenkominfo dan Lankow	Mudah Dibagikan (Shareability) Distribution

Dari analisis data transkrip wawancara dengan Septiani diatas, peneliti dapat membuat sebuah rangkuman bahwa dalam wawancara tersebut peneliti mendapatkan inti-inti yang berkaitan langsung dengan penelitian yang sedang dilakukan. Sesuai dengan yang sudah dijelaskan pada bab sebelumnya dan pada analisa sebelumnya bahwa peneliti mendapati inti-inti yang tergolong kedalam proses penyusunan infografis oleh Kemenkominfo dan Lankow serta terkait dengan Teori persuasi yang digunakan oleh peneliti.

Namun, hasil analisis data diatas memiliki perbedaan dengan hasil sebelumnya. Pada hasil analisa data transkrip dengan Septi selaku mahasiswi magang di Subag Hukum dan Humas Ditjen Hortikultura, peneliti menemukan terjadinya sebuah kendala dalam proses pembuatan infografis. Dimana kendala terjadi pada proses export gambar atau mendownload gambar pada aplikasi pembantu yang hasil warnanya tidak sama dengan yang ada ketika dikirim lewat media komunikasi whatsapp.

FOTO BERSAMA DENGAN NARASUMBER



