

Studi *Visual Information Flows*: Infografis Mahasiswa Mata Kuliah Identitas Merek

Mariati

Program Studi Desain Komunikasi Visual,
Fakultas Seni Rupa dan Desain, Universitas Tarumanegara
mariati@fsrd.untar.ac.id

Edy Chandra

Program Studi Desain Komunikasi Visual,
Fakultas Seni Rupa dan Desain, Universitas Tarumanegara
edyc@fsrd.untar.ac.id

Juven Anderson

Program Studi Desain Komunikasi Visual,
Fakultas Seni Rupa dan Desain, Universitas Tarumanegara
juvenanderson0110@gmail.com

Yussyca

Program Studi Desain Komunikasi Visual,
Fakultas Seni Rupa dan Desain, Universitas Tarumanegara
yussyca14@gmail.com

Sheren Juan Angela

Program Studi Desain Komunikasi Visual,
Fakultas Seni Rupa dan Desain, Universitas Tarumanegara
sherenjuanangela@gmail.com

Diterima: April, 2022 | **Disetujui:** April, 2022 | **Dipublikasi:** Agustus, 2022

ABSTRAK

Terlepas dari nilai estetika pada infografis, penelitian ini memfokuskan pada pembahasan visual information flows/alur informasi visual. Secara ringkas, infografis adalah sebuah alat/media informasi yang menggabungkan informasi (teks) dan grafik (data visual). Dari riset yang sudah ada sebelumnya dengan penemuan 12 tipe *visual information flows* (*The 12 VIF*) oleh (Lu, et al., 2020), peneliti melakukan studi eksperimen terhadap 265 mahasiswa dengan latar belakang pendidikan berbeda (DKV dan non-DKV) untuk merancang 65 infografis dalam berkelompok. Melalui metode penelitian *mixed methods* dengan model *embedded design*, penelitian ini bertujuan mengetahui pemahaman mahasiswa terhadap visual information flows serta pertimbangannya saat merancang sebuah infografis. Selain analisis 65 karya, peneliti melakukan survei terhadap 114 responden mahasiswa serta wawancara terhadap 5 dosen *team teaching* untuk mendapatkan korelasi data satu dengan yang lainnya. Hasil menunjukkan bahwa adanya korelasi dengan hasil desain infografis mahasiswa yang mengabaikan *visual information flows* dan lebih mementingkan estetika yaitu tata letak dan komposisi. Hasil juga menunjukkan bahwa mahasiswa paling banyak menggunakan tipe VIF Portrait dikarenakan terdapat similaritas dengan *briefing* tugas oleh dosen terkait ukuran bidang A4.

Kata Kunci: Desain, *Visual Information Flows*, Infografis

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Bermula dari pertanyaan ‘Seberapa penting kita membahas tentang infografis?’. Dari artikel ‘*Infographics in Education: Review on Infographics Design*’ (Naparini & Saad, 2017) memetakan jumlah artikel yang membahas tentang infografis. Dikumpulkan database dari *IEEE*, *Science Direct*, *Research Gate*, dan *Google Scholar* yaitu dengan total 55 artikel dari tahun 2004 – 2016. Angka ini termasuk dalam kategori rendah, padahal dari salah satu hasil penemuannya dengan riset terhadap 55 artikel itu mengungkapkan bahwa menggunakan dan merancang infografis dapat mengembangkan keterampilan literasi visual, dimana membantu guru untuk mengajar siswa dalam memahami dan mengevaluasi informasi visual. Penggunaan infografis dalam pembelajaran sudah tidak dapat dipungkiri kelebihannya, siswa dapat belajar dalam proses mengolah data yang kompleks menjadi lebih terstruktur dan sederhana. Dengan demikian, dapat pula mengurangi kejenuhan yang membaca teks dan lebih mudah bagi siswa untuk menyimpan informasi di dalam benak mereka.

Infografis juga digunakan industri meluas sebagai sarana promosi. Dengan menggabungkan konten visual pada strategi pemasaran akan sangat membantu menarik target. Infografis dianggap oleh marketer sebagai sarana promosi yang murah karena dapat digunakan repetisi pada platform yang berbeda. Dari SEJ (Agrawal, 2017) menjelaskan infografis dianggap lebih bermanfaat untuk pemasaran karena mampu mendapatkan *engagement* lebih besar di media sosial daripada konten lainnya. Buktinya terdapat pada *likes*, *comments*, dan *shares* oleh *audience*. Dikarenakan penggunaan data visual seperti grafik, diagram, dan kombinasi *timeline* lebih mudah diolah informasinya oleh pembaca.

Pada bahan ajar yang berjudul ‘Pengantar Infografis’ oleh Suwondo (2019), ada 4 elemen visual yang perlu dipertimbangkan dalam perancangan infografis yaitu: (1) *colour*; (2) *font*; (3) *icons*; dan (4) *flow*. Kemudian, pada sebuah riset yang dilakukan oleh (Harrison, Reinecke, & Chang, 2015) terhadap 1,278 partisipan untuk diuji perbandingannya setelah melihat infografis pada jarak 500 meter. Hasil menemukan bahwa orang-orang mengandalkan kesan pertama terhadap daya tarik sebuah infografis adalah berdasarkan efek paparan/tatapan semata. Kesan pertama ini sebagian besar dari warna dan kompleksitas visual. Begitu pula dengan riset (Dev, 2020) yang studi tentang konsep minimalis sebuah infografis daripada kampanye iklan luar ruang McDonald. Studi tersebut menemukan bahwa dari pola, warna, penempatan, kreativitas, komposisi dan pesan dari infografis yang desainnya minimalis, ternyata ilustrasi yang minimalistik, warna yang berani dan keakraban konsumen terhadap produk menjadi kekuatan kampanye.

Dalam riset ini, peneliti sebagai bagian dari *team teaching* dari mata kuliah Identitas Merek memberikan tantangan kepada mahasiswa program lintas prodi untuk merancang infografis sebagai karya tugas kuliah di Program Studi (Prodi) DKV-FSRD Universitas Tarumanagara. Yang dimaksud dengan tantangan yaitu mahasiswa yang mencari data mentah untuk disampaikan pada media infografis, namun mahasiswa program lintas prodi tidak sepenuhnya mempunyai latar kemampuan mengolah visual. Dari 265 mahasiswa yang diberikan tugas per/kelompok, sebanyak 124 mahasiswa tidak memiliki keterampilan mendesain poster yaitu dari mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis, dan Ilmu Komunikasi; dan sebanyak 141 mahasiswa memiliki keterampilan mendesain poster yaitu mahasiswa Program Studi Desain Komunikasi Visual dan Desain Interior.

Tujuan penelitian ini pada akhirnya mencari hasil dalam satuan persentase untuk jumlah infografis mahasiswa non-DKV dan DKV yang mengikuti 12 tipe *visual information flows* (VIF). VIF yang dijadikan acuan sebanyak 12 tipe, yang merupakan hasil riset daripada (Lu, et al., 2020) dimana akan dibahas lebih lanjut pada bab berikutnya. Selain itu, tujuan penelitian ini juga ingin mengetahui pemahaman mahasiswa terhadap *visual information flows* serta pertimbangannya saat merancang sebuah infografis.

KAJIAN TEORI

Infografis dan Klasifikasinya

Berdasarkan studi literatur, terdapat beberapa pengertian infografis yang disampaikan yaitu sebagai berikut:

1. Infografis merupakan visualisasi data, gagasan, informasi atau pengetahuan melalui bagan, grafis, jadwal, dan lainnya agar data, gagasan, informasi atau pengetahuan dapat disajikan lebih dari sekedar teks dan memiliki dampak visual yang cukup kuat dan lebih menarik (Kurniasih, 2016).
2. Infografis tidak sekedar hanya gambaran visual yang menyajikan grafik saja, melainkan menggambarkan sebuah ide atau data. Dengan istilah lainnya berupa sebuah upaya kegiatan, informasi, data dalam bentuk tulisan, lukisan, gambar sketsa, grafis, suara, video dan banyak jenis lainnya (Gebre & Pollman, 2017).
3. Infografis dirancang untuk menggabungkan kumpulan data terkait ke dalam sebuah gambaran yang terkait satu dengan lainnya, yang memiliki daya tarik secara visual (Krauss, 2012).
4. Infografis merupakan gabungan dari kata 'informasi' dan 'grafik' yang digunakan untuk menggabungkan data menjadi sebuah desain (Noh, Nudin, Shamsudin, & Narimah, 2014).

Secara ringkas, infografis adalah sebuah alat/media informasi. Tetapi di dalamnya tidak terlepas dari unsur desain dan alur. Dengan adanya desain pada infografis yang sederhana dan teratur, dapat memberikan panduan bagi pembaca untuk mengolah informasi dengan cepat dan efektif. Seperti yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, bahwa dari sekian elemen desain pada infografis, yang paling memberikan dampak adalah warna. Namun, warna adalah salah satu elemen visual yang memberikan dampak estetika. Jika dalam konteks penyampaian informasi, selain tampilan visual yang bisa menarik perhatian, diperlukan alur yang disusun sedemikian rupa untuk memudahkan pembaca mengikuti panduan membaca dari desainer. Seperti pada tulisan (Faucher, 2018), memberikan penjelasan terhadap jenis infografis berdasarkan alur cerita (*storytelling*) diantaranya:

1. *Short form storytelling*. Menggunakan 1 halaman yang memiliki batasan pada penggunaan teks, namun memiliki visual yang kuat.
2. *Medium form storytelling*. Menggunakan lebih dari 1 halaman, biasanya digunakan pada aplikasi online yang mendemokan konten jelas secara hierarki sehingga pembaca dapat mengamati langsung dan tertarik.
3. *Long form storytelling*. Infografis dibuat seperti menceritakan sebuah cerita yang menarik dan mendalam.
4. *The flowchart infographic*. Jenis ini sangat baik untuk menyajikan urutan konten dan proses pengambilan keputusan. Ada pengarahan menggunakan ikon penanda.
5. *The comparison infographic*. Biasanya membandingkan dua hingga tiga variabel dalam 1 infografis yang dibantu dengan elemen visual seperti gambar, judul dan warna sebagai pembeda antar variabel.

Infografis Dalam Perkembangan Media Baru

Dari beberapa prinsip desain infografis, hal yang paling utama adalah berorientasi terhadap *target audience*. Penting pula dibahas hubungan antara infografis dengan pembaca. Mengacu kepada pemikiran (Zhou & Qi, 2020) terhadap cara berpikir serta pengalaman pengguna pada desain infografis dalam media baru. Dikemukakan lebih lanjut bahwa visualisasi desain infografis dari perspektif pengalaman pengguna tidak hanya merupakan proses tunggal dalam menstramisikan bentuk informasi visual, tetapi juga merupakan output dari nilai estetika informasi yang berkelanjutan.

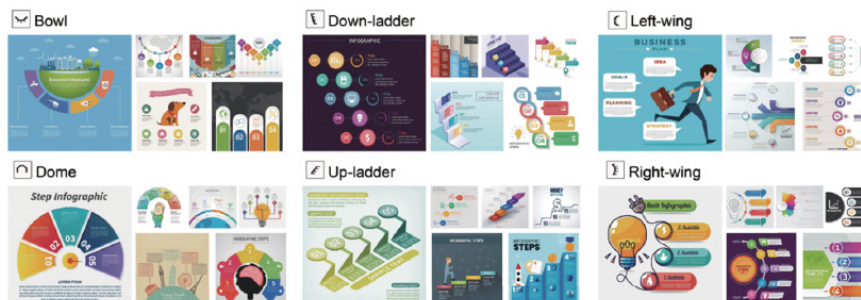
Visual Information Flows/Alur Informasi Visual

Melanjutkan pembahasan mengenai struktur informasi, diperlukan alur narasi pada infografis yang baik agar tidak membingungkan pembaca. Dengan penetapan alur informasi visual yang tepat, desainer dapat membantu mengarahkan pembaca terhadap urutan informasi yang perlu diketahui terlebih dahulu hingga kesimpulan. Peneliti memilih riset mengenai VIF ini karena belum banyak dibahas oleh peneliti lain dan menemukan riset yang menarik mengenai 12 VIF yang bisa dieksplor atau dibuktikan secara berkelanjutan. Selain itu, penggunaan VIF pada sebuah infografis dianggap penting oleh peneliti karena juga merupakan sebuah seni dalam berkomunikasi yang baik. Visual yang kreatif dan menonjol bisa menarik perhatian pembaca dengan satu tatapan, namun jika ingin pembaca menerima informasi dan memahaminya secara terstruktur, maka VIF ini adalah pertimbangan utama. Sebelum menyajikan alur informasi yang jelas, desainer perlu memahami data terlebih dahulu.

Peneliti melanjutkan eksperimen pada riset (Lu, et al., 2020), dimana riset ini mengumpulkan lebih dari 13,000 infografis untuk membangun VIF dengan menyatukan elemen-elemen visual berdasarkan prinsip Gestalt. Seperti yang kita ketahui, bahwa prinsip Gestalt (*similarity; continuation; closure; symmetry; figure-ground; proximity; common fate*) (Shikhrakar, 2020) sering digunakan oleh desainer sebagai panduan dalam menyusul elemen visual menjadi satu kesatuan. Dengan mengeksplor sekumpulan data infografis tersebut, (Lu, et al., 2020) menggunakan 3 prinsip gestalt (*proximity; similarity; regularity*) dan menjabarkan ke dalam 12 pola VIF (*taxonomy of visual information flows*) dari 2 (dua) dimensi desain utama yaitu:

1. Backbone Shape

Mengacu pada garis dimana kelompok visual yang paling selaras dengan narasi. Ada dua tipe dasarnya, yakni melingkar dan linier.



Gambar 1 Enam tipe VIF dari *Backbone Shape* (Sumber: (Lu, et al., 2020))

2. Content Placement

Mengacu pada cara elemen visual diatur sepanjang alur informasi yang masih ada kaitannya dengan *backbone shape*.



Gambar 2 Enam tipe VIF dari *Content Placement* (Sumber: (Lu, et al., 2020))

Mereka juga menekankan bahwa lampiran grafis yang bersifat artistik tidak hanya untuk menjadi estetika, tetapi juga untuk menarik perhatian pengguna dan membuat narasi pada infografis lebih jelas.

METODOLOGI

Dalam proses penelitian *visual information flow* pada infografis pada karya mahasiswa lintas prodi menggunakan dua tahap pendekatan metode penelitian. Metode survei, digunakan sebagai langkah awal untuk mengumpulkan data dalam sebuah populasi, dimana dalam prosesnya peneliti menyebarkan sebuah angket kepada para responden yang merupakan sample penelitian. Jumlah sample yang diambil adalah 114 dari 265 responden mahasiswa lintas prodi (DKV, Desain Interior, Manajemen Bisnis, dan Ilmu Komunikasi) yang merupakan representasi populasi mahasiswa/wi mata kuliah identitas merek. Dalam proses survei bertujuan secara khusus untuk mengumpulkan data klasifikasi terhadap 65 hasil karya infografis 114 mahasiswa yang merupakan bentuk hasil karya tugas kelompok.



Metode analisis konten, (analisis isi) dapat digunakan untuk menganalisis semua bentuk komunikasi, baik surat kabar, berita radio, iklan televisi maupun semua bahan-bahan dokumentasi yang lain (Asfar, 2019), termasuk infografis sebagai salah satu bentuk konten atau bagian dari konten pemberitaan. Atas pertimbangan ini peneliti mencoba melakukan analisis isi dari 65 hasil karya infografis atas dasar rujukan teori MinLu mengenai *visual information flows* (VIF).

PEMBAHASAN



Untuk memudahkan penyajian data yang jelas, digunakan arahan akhir yang telah ditentukan yaitu the 12 *Visual Information Flows/VIF* (Alur Informasi Visual). Peneliti mengumpulkan data untuk mengetahui tipe VIF mana yang paling banyak digunakan oleh para mahasiswa, terdiri dari 92 mahasiswa baik DKV dan 173 non-DKV yang diteliti. Mahasiswa bekerja dalam kelompok dengan sistem dicampur oleh dosen dan menghasilkan karya infografis sebagai hasil ujian tengah semester. Peneliti juga mengumpulkan data melalui survei dengan menyajikan 3 (tiga) pertanyaan biodata dan 5 (lima) pertanyaan terkait pertimbangan mahasiswa dalam proses mendesain infografis.

Setelah peneliti memilah data-data yang didapat, peneliti dapat menyimpulkan bahwa 1 karya infografis terdeteksi dua tipe VIF baik dari *backbone shape* maupun *content placement*. Ada pula 2 karya infografis yang tidak termasuk dalam tipe VIF manapun, sehingga memperbolehkan pembaca untuk menavigasi alur baca dengan sendirinya. Data yang diperoleh menunjukkan jumlah penggunaan tipe VIF oleh mahasiswa yaitu sebagai berikut:

Tabel 1 Hasil olah data karya infografis. (Sumber: Tim Peneliti, 2022)

NO	Tipe Visual Information Flows/VIF	Jumlah
Content Placement. Mengacu pada cara elemen visual diatur sepanjang alur informasi yang masih ada kaitannya dengan <i>backbone shape</i> .		
1.	 <p>Total: 5</p>	 <p>Total: 0</p>

3.	 <p>Total: 19</p>	4.	 <p>Total: 5</p>
5.	 <p>Total: 9</p>	6.	 <p>Total: 0</p>
<p>Backbone Shape. Mengacu pada garis dimana kelompok visual yang paling selaras dengan narasi. Ada dua tipe dasarnya, yakni melingkar dan linier.</p>			
7.	 <p>Total: 2</p>	8.	 <p>Total: 0</p>
9.	 <p>Total: 2</p>	10.	 <p>Total: 1</p>
11.	 <p>Total: 0</p>	12.	 <p>Total: 0</p>
<p>Tidak terdeteksi.</p>			

13.	 <p>Total: 2 Dirancang menggunakan tata letak grid pada umumnya.</p>	14.	 <p>Total: 20 Dirancang menggunakan lebih dari 1 tipe VIF</p>
-----	---	-----	---

Kemudian dari hasil 114 responden melalui penyebaran kuesioner, didapatkan beberapa fakta bahwa:

1. Sebanyak 98,2% mahasiswa mencari referensi desain terlebih dahulu.
2. Sebanyak 31,6% memilih tata letak dan komposisi untuk memenuhi bidang kertas yang menjadi pertimbangan utama dalam mendesain. Diikuti 29,8% yang memilih penggunaan gambar/ikon/ilustrasi yang mewakili tema.
3. Sebanyak 55,3% mahasiswa pernah mengetahui/mendengar/membaca mengenai *The Visual Information Flows*.
4. Jika dalam konteks estetika sebuah desain infografis, sebanyak 61.4% yang memilih tata letak dan komposisi paling penting untuk dipertimbangkan terlebih dahulu.

Sehingga jika dikaitkan dengan hasil olah data karya infografis mahasiswa, maka hipotesis yang dirangkum adalah sebagai berikut:

1. Mahasiswa mengetahui tentang *The Visual Information Flows*, namun tetap mempertimbangkan tata letak dan komposisi sebagai komponen paling penting dalam mendesain infografis.
2. Hal tersebut menunjukkan bahwa dalam tipe *visual information flows*, tipe *portrait* lah yang paling banyak digunakan dalam mendesain infografis dikarenakan dalam VIF terdapat 2 tipe yang similaritas dengan komposisi yaitu *portrait* dan *landscape*.
3. Namun, dikarenakan mahasiswa lebih memilih tata letak dan komposisi dalam desain, sehingga tidak memperhatikan *visual information flows* yang mempermudah pembaca untuk membacanya. Hal ini dibuktikan dari jumlah infografis yang menggunakan lebih dari 1 tipe VIF adalah yang paling banyak yaitu 20 karya infografis.

Pengumpulan data kualitatif dilakukan wawancara dengan 5 (lima) dosen *team teaching* yang mengajar di kelas tersebut berinisial EC, MR, MW, HM, SR. Pertanyaan wawancara terkait *briefing* yang diberikan kepada mahasiswa sebelum pengerjaan tugas infografis. Dari konten *briefing* yang diberikan, peneliti dapat menyimpulkan korelasi dan mengambil kesimpulan terhadap hasil data. Berikut adalah hasil wawancara:

1. Pada saat *briefing* tugas, dosen tidak membahas *visual information flows*.
2. Pada saat *briefing* tugas, dosen memberikan wewenang kepada mahasiswa untuk memilih gaya desain infografis.
3. Pada saat *briefing* tugas, dosen menyampaikan ukuran infografis yaitu A4 *portrait*.

SIMPULAN & REKOMENDASI

Berdasarkan metode pengumpulan *mixed methods* dari analisis 65 karya infografis mata kuliah identitas merek, survei terhadap 114 responden, dan wawancara dengan 5 dosen *team teaching* identitas merek, maka hasil yang dapat disimpulkan untuk menjawab rumusan masalah: 'Bagaimana pemahaman mahasiswa terhadap *visual information flows* (VIF) yang digunakan dalam proses mendesain sebuah infografis?' yaitu sebagai berikut:

1. Mahasiswa mengetahui tentang *visual information flows* (VIF), namun mengabaikannya saat mendesain infografis.
2. Mahasiswa lebih mementingkan tata letak dan komposisi sebuah infografis untuk memenuhi bidang ukuran yang ditentukan oleh dosen.
3. Mahasiswa lebih mementingkan estetika desain infografis daripada alur baca bagi pembaca.

Dari kesimpulan yang didapatkan, peneliti menyarankan beberapa hal yakni:

1. Salah satu prinsip penting dalam infografis yaitu mengenal *audience*. Untuk menargetkan *audience* agar memahami konten infografis yang telah dirancang, perlulah diperhatikan *visual information flows* sehingga memudahkan pembaca untuk membacanya sesuai dengan alur.
2. Materi mengenai *visual information flows* perlu dibahas pula di perkuliahan, sehingga mahasiswa dapat mempelajari cara merancang infografis yang baik dan efektif.

DAFTAR PUSTAKA

Agrawal, V. (2017, November 10). *SEJ-Content Marketing*. Retrieved from SEJ Search Engine Journal: <https://www.searchenginejournal.com/promoting-infographic/208596/#close>

Asfar, A. T. (2019). Analisis Naratif, Analisis Konten, dan Analisis Semiotik (Penelitian Kualitatif). 1-13.

Dev, N. (2020). Understanding Minimalism in Infographic Design: A Study on McDonald's - Pictogram Advertising Campaign. *International Journal of Research and Analytical Reviews (IJRAR)*, 841-846.

Faucher, P. (2018, July 23). *Infographics: A Primer for Researchers*. Retrieved from medium.com: <https://medium.com/knowledgenudge/infographics-a-primer-for-researchers-b17e5520704a>

Harrison, L., Reinecke, K., & Chang, R. (2015). Infographic Aesthetics: Designing for the First Impression. *Proceedings of the 33rd Annual ACM Conference on Human Factors in Computing Systems* (pp. 1187-1190). ACM Digital Library. Retrieved from valt.cs.tufts.edu: <http://valt.cs.tufts.edu/papers/infographic-aesthetics>.

Krauss, J. (2012). Infographics: More than Words Can Say. *Learning & Leading with Technology*, 10-14.

Kurniasih, N. (2016). Infografis. *Prosiding Makalah Seminar Nasional "Komunikasi, Informasi, dan Perpustakaan di Era Global"* (pp. 456-465). Sumedang: Lembaga Penelitian, Pengabdian Kepada Masyarakat, Dan Penerbitan (LP3), Fakultas Ilmu Komunikasi - Universitas Padjajaran.

Lu, M., Wang, C., Lanir, J., Zhao, N., Pfister, H., Cohen-Or, D., & Huang, H. (2020). Exploring Visual Information Flows in Infographics. *Conference on Human Factors in Computing Systems*. Hawai'i: ACM SIGCHI.

Naparin, H., & Saad, A. (2017). Infographics in Education: Review on Infographics Design. *The International Journal of Multimedia & Its Application*, 15-24.

Noh, M. A., Nudin, A. L., Shamsudin, W. N., & Narimah, N. (2014). The Use of Infographics as a Tool for Facilitating Learning. *International Colloquium of Art and Design Education Research (i-CADER 2014)*. Selangor: Springer.

Shikhrakar, S. (2020, 06 08). *7 Gestalt Principles of Design [Infographics Included]*. Retrieved from ux360.design: <https://ux360.design/gestalt-principles-design/>

Zhou, Y., & Qi, N. (2020). Research on Visualiation of Infographic Design under User Experience Thinking. *EWRE 2020*.