

LAPORAN PENELITIAN

**Karya Berita TV Infographic "Gonjang Ganjing Pindah
Ibukota", Program Metro Siang**



Oleh :

Nuryadi, S.Sos., M.I.Kom. (0312067301)

Fakultas Desain & Industri Kreatif

Program Studi Desain Komunikasi Visual

**UNIVERSITAS ESA UNGGUL
JAKARTA**

HALAMAN PENGESAHAN

LAPORAN PENELITIAN/ KARYA BERITA TV

Judul Kegiatan: "Karya Berita TV *Infographic* "Gonjang Ganjing Pindah Ibukota",

Program "Metro Siang

1. Ketua Pengusul

Nama : Nuryadi, S.Sos., M.I.Kom.
NIDN : 0312067301
Jabatan/Golongan : Asisten Ahli/ III
Jurusan/Fakultas : Desain Komunikasi Visual/ FDIK
Perguruan Tinggi : Universitas Esa Unggul
Bidang Keahlian : Desain Komunikasi Visual
Alamat Kantor/Telp/Faks/E-mail : Jl. Arjuna Utara 9, Kebon Jeruk, Jakarta Barat
11510/ 0215674223/ nuryadi.bayazid@gmail.com

2. Lokasi Kegiatan/Mitra

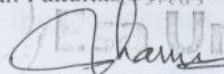
Lembaga : METRO TV
Wilayah Mitra (Kabupaten/Kota/Provinsi): Kedoya Jakarta Barat

3. Luaran yang dihasilkan : Karya Desain *Infographic* Gonjang Ganjing Pindah Ibukota.

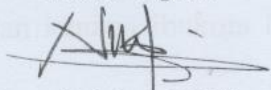
4. Jangka Waktu Pelaksanaan : 23 Agustus 2019

Jakarta, 6 Februari 2020

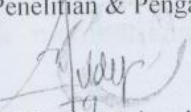
Mengetahui,
Dekan Fakultas Desain & Industri Kreatif


Fakultas desain & industri kreatif
(Oskar Judianto, S.Sn, MM, M.Ds.)

Ketua Pengusul


(Nuryadi, S.Sos., M.I.Kom.)

Menyetujui,
Kepala Lembaga Penelitian & Pengabdian Masyarakat


LPPM
(Dr. Erry Yudha Mulyani, M.Sc.)
NIK. 209100388

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas kesempatan dan kemampuan yang diberikan di dalam menjalankan tugas penelitian sebuah karya televisi tentang desain *information graphic* atau yang disingkat *infographic* yang berhubungan dengan informasi gonjang ganjing pindah ibukota. *Infographic* ini ditayangkan di program bulletin Metro Siang Metro TV tanggal 23 Agustus 2019, pukul 11.30 WIB.

Program Metro Metro Siang merupakan program buletin Senin sampai Minggu, yang mengulas secara mendalam kejadian yang sedang terjadi atau menjadi saat ini, berdurasi satu setengah jam. Melalui program ini Metro TV memberikan informasi kepada masyarakat tentang berita yang menjadi *hot issue* atau sedang hangat dibicarakan di media massa.

Pada tulisan ini, penulis, Nuryadi, S.Sos., M.I.Kom. (*Section Head of Content Enrichment Department*, Metro TV) mendapat tugas untuk mengembangkan kebutuhan informasi isu yang terkait tentang perpindahan ibukota, menjadi data visual yang diolah untuk memberikan pemahaman kepada pemirsa dengan mudah.

Infographic ini disajikan berupa nama Kalimantan Timur mencuat menjadi calon ibu kota pengganti DKI Jakarta. Lalu apa keistimewaan dari Kalimantan Timur sehingga mengalahkan provinsi lain? Dan apa sebetulnya urgensi harus pindah ibu kota? Konten informasi berita ini diperkaya dengan data visual berupa informasi alasan dipilihnya Kalimantan, keunggulan Kaltim jadi ibukota negara, kelemahan Kaltim sebagai ibukota negara, alokasi biaya pindah ibukota dan kenapa ibukota harus pindah.

Bentuk karya yang dilaporkan adalah kebutuhan desain visual *information graphic* dibangun melalui *current issue* atau berbagai fakta atau kejadian menarik yang sedang berkembang, untuk memberikan informasi yang akurat kepada pemirsa.

Semoga karya desain *information graphic* gonjang ganjing pindah ibukota dapat memberikan informasi yang dibutuhkan oleh pemirsa secara akurat dan bersifat informatif sehingga berguna bagi pemerintah, dan masyarakat umum.

Penulis

(Nuryadi, S.Sos., M.I.Kom)

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Nama Kalimantan Timur akhir-akhir ini mencuat namanya menjadi calon ibukota pengganti Jakarta, lalu apa istimewanya Kalimantan Timur sehingga mengalahkan provinsi lain, dana apa sebenarnya urgensi harus pindah ibukota, melalui program berita Metro Siang ini pemaparan informasi disajikan melalui *information graphic* untuk melihat lebih detail.

Melalui rapat terbatas pemerintah pada tanggal 29 April 2019, Presiden Joko Widodo memutuskan untuk memindahkan ibu kota negara ke luar Pulau Jawa. Pemindahan ibu kota ini tertuang dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional 2020-2024. Upaya pemindahan ibukota Indonesia dimulai pada tahun 2019 pada masa kepresidenan Joko Widodo.

Usulan pemindahan ibu kota Indonesia dari Jakarta ke lokasi lainnya telah didiskusikan sejak kepresidenan Soekarno hingga Susilo Bambang Yudhoyono. Presiden SBY mendukung ide untuk membuat pusat politik dan administrasi Indonesia yang baru, karena masalah lingkungan dan overpopulasi Jakarta.

Menurut Presiden Joko Widodo, alasan wilayah di Penajam Paser Utara dan Kutai Kertanegara dijadikan lokasi ibu kota baru adalah kecilnya risiko bencana alam di wilayah itu, lokasi yang "ada di tengah-tengah Indonesia", lokasi di dekat kota Balikpapan dan Samarinda yang sudah berkembang, "infrastruktur yang relatif lengkap", dan adanya 180 hektare tanah yang telah dikuasai pemerintah

Dalam pengumuman 26 Agustus 2019, Joko Widodo menyebutkan pemerintah akan segera merancang undang-undang untuk pemindahan ibu kota untuk disetujui Dewan Perwakilan Rakyat. Pembangunan akan dimulai pada 2020, dan pemindahan akan dilakukan bertahap dimulai dari 2024.

Informasi yang komprehensif perlu disampaikan dalam sebuah media massa agar menjangkau pemirsa yang lebih banyak. Televisi menjadi salah satu media yang paling kuat pengaruhnya lewat konten yang disajikan. Program berita televisi memiliki berbagai genre. Genre televisi mencakup bermacam jenis acara yang bertujuan untuk menghibur, memberi pengetahuan, serta mendidik para penonton. Jenis genre program televisi meliputi: program Informasi dan hiburan.

Menurut Vane-Gross (1994) menentukan jenis program berarti menentukan atau memilih daya tarik (*appeal*) dari suatu program. Adapun yang dimaksud dengan daya tarik di sini adalah bagaimana suatu program mampu menarik pemirsanya. Program *Metro Siang* menyajikan tayangan informasi yang sedang menjadi topik pembicaraan sekarang ini. Program *Metro Siang* dibangun melalui *current issue* atau berbagai fakta atau kejadian menarik yang terjadi di setiap harinya, mengajak para pemirsa melihat lebih dalam masalah yang menjadi perhatian utama oleh pemerintah dan masyarakat. Program *Metro Siang* bergenre informasi yang dikemas dalam informasi *terupdate*, *faktual* dan mendalam, *Variety News Program*, berdurasi 120 menit, target audiens berusia 17-35 tahun, Status Ekonomi Sosial: A, B, C+. Konten yang diangkat merupakan *Hot Issue* yang terjadi setiap hari, sesuatu yang menjadi viral di sosial media dan berita televisi. Program ini tayang setiap hari Senin-Minggu, jam 11:30-13:00 WIB dalam seminggu.

Untuk membentuk daya tarik suatu program, dibutuhkan sumber daya manusia yang mumpuni dalam memproduksi sebuah acara. Berita sudah tidak bisa dipungkiri, bakal diproduksi oleh setiap stasiun televisi. Kerja kreativitas dalam memproduksi sebuah acara dikerjakan oleh sebuah tim

bukan individu yang disebut Tim Kreatif. Di setiap stasiun televisi di dunia, tugas Tim Kreatif mempunyai fungsi memberikan ide, konsep, rancangan, dan naskah yang siap digarap oleh tim produksi. Dasarnya adalah riset, penulisan naskah, skenario drama, skenario non-drama, penjadwalan, *rundown* acara, dan tim desain yang membangun *look & feel*, set desain dan konten desain (*infographic design*).

Dalam menunjang dan penguatan sebuah penyampaian pesan dalam sebuah program televisi “*Metro Siang*”, dibutuhkan *graphic designer* yang dapat memberikan informasi terhadap konten beritanya berupa visual atau diistilahkan dengan *information graphic (Infographic)* dan tampilan konten yang menarik. Dalam disain grafis, teks juga dianggap gambar karena merupakan hasil abstraksi simbol-simbol yang bisa dibunyikan. Disain grafis dapat merujuk kepada proses pembuatan, metoda merancang, produk yang dihasilkan (rancangan), atau pun disiplin ilmu yang digunakan (ilmu disain). Perancangan desain *infographic* yang menarik membutuhkan disiplin ilmu desain. Seni disain grafis mencakup kemampuan kognitif dan keterampilan visual, termasuk di dalamnya tipografi, ilustrasi, fotografi, pengolahan dan pemilihan gambar, dan tata letak.

1.2. Masalah

Berdasarkan uraian di atas maka laporan penelitian karya berita televisi ini adalah:

Bagaimana merencanakan kebutuhan desain *infographic* Gonjang Ganjing Pindah Ibukota pada program “*Metro Siang*” yang menarik di Metro TV?

1.3. Tujuan

Merancang pengembangan kebutuhan desain *information graphic* atau yang disingkat *infographic* tentang isu perpindahan ibukota dalam konten program berita televisi bertujuan untuk memberikan penguatan

informasi dan menunjang pesan yang disampaikan dalam sebuah program berita televisi "*Metro Siang*".

1.4. Manfaat:

Manfaat dalam perancangan kebutuhan desain *information graphic* dalam konten program berita televisi "*Metro Siang*" adalah memberikan tampilan desain program khusus yang dapat digunakan untuk penguatan sebuah pesan atau konten program "*Metro Siang*". Bentuk disainnya meliputi alasan dipilihnya Kalimantan, keunggulan Kaltim jadi ibukota negara, kelemahan Kaltim sebagai ibukota negara, alokasi biaya pindah ibukota dan kenapa ibukota harus pindah.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. Televisi

Selama perkembangannya ini televisi telah memberi pengaruh besar bagi penontonnya. Televisi berkontribusi dalam membangun realitas sosial dalam bentuk pembelajaran dan konstruksi (Hawkins, 2001). Televisi menyajikan berbagai peristiwa dengan mengambil makna yang telah dibangun di internalnya atau diistilahkan dengan *agenda setting* tersendiri dan kemudian diinformasikan ke masyarakat. Dalam hal ini televisi membangun realitas sosialnya melalui program-program beritanya.

2.2. Berita Televisi

Berita- berita televisi merupakan salah satu jenis pesan media massa yang bisa dikatakan sebagai beban yang terlalu berat bagi kemampuan manusia dalam mengolah informasi (Cohen, 1998). Banyak orang mengatakan bahwa televisi merupakan sumber utama mereka untuk mendapatkan berita, tapi mereka tidak belajar banyak tentang dunia sekitar mereka. Mereka tidak menyadari bahwa berita televisi sangat rumit untuk mereka olah. Memahami hubungan asosiasi visual dan audio sangat dibutuhkan dalam proses pengolahan informasi dan membangun persepsi visual.

2.3. Visual Persuasion

Menurut Stephen Baker pada bukunya *Visual Persuasion* (1961), dalam persuasi visual, mengerti asosiasi yang ditimbulkan oleh gambar menjadi hal yang penting. Orang masih banyak yang berpendapat bahwa teks memiliki nilai pesan yang lebih tinggi dibandingkan ilustrasi.

2.4. *Information Graphic*

Information Graphic atau disingkat infografis merupakan representasi visual yang diharapkan dapat membangun makna dari konten yang disampaikan. Infographic merupakan data atau pengetahuan yang dimaksudkan untuk menyajikan informasi yang kompleks dengan cepat dan jelas melalui pesan visualnya (Newsom and Haynes, 2004, p: 236).

Infografis berasal dari kata *Infographics* dalam Bahasa Inggris yang merupakan singkatan dari *Information + Graphics* adalah bentuk visualisasi data yang menyampaikan informasi kompleks kepada pembaca agar dapat dipahami dengan lebih mudah dan cepat.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian karya berita televisi ini menggunakan metodologi studi kasus dan observasi langsung penulis terhadap obyek penelitian ini. Obyek penelitian/ karya berita televisi ini adalah *Information Graphic Design* program “*Metro Siang*” di Metro TV, yang dimulai dari pengembangan bentuk desain *infographic*, bulan Agustus 2019 sampai sekarang dan ditayangkan perdana pada tanggal 23 Agustus 2019. Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus.

Studi kasus ini memakai jenis “*single case*” Barzelay (1993) secara spesifik menyampaikan bahwa studi kasus tunggal adalah metode yang digunakan dengan tujuan untuk menganalisis bagaimana orang-orang membingkai dan menyelesaikan masalah.

BAB IV

PEMBAHASAN

Program *Metro Siang* adalah program pengembangan berita televisi baru di Metro TV yang menyiarkan informasi yang terkait berita terhangat dan menjadi pusat perhatian media. Metro TV menyajikan tayangan ini setiap hari Senin sampai Minggu pukul 11.30 – 13.00 WIB. Program *Metro Siang* menjadikan Metro TV menjadi referensi dalam mengulas informasi selama sepekan. Program ini bergenre informatif, memiliki objektif program yaitu menyajikan tayangan berita melalui pesan-pesan yang akurat dan mendalam mengenai informasi yang mencerdaskan pemirsa dalam melihat *current issue* atau berbagai fakta atau kejadian menarik yang terjadi di setiap harinya.

Bentuk karya desain grafis konten yang dikembangkan dalam menunjang sebuah program "*Metro Siang*", meliputi:

- Alasan dipilihnya Kalimantan,
- Keunggulan Kaltim jadi ibukota negara,
- Kelemahan Kaltim sebagai ibukota negara,
- Alokasi biaya pindah ibukota dan
- Kenapa ibukota harus pindah

Di dalam pengembangan kebutuhan infografis, pemikiran konsep sebuah program menjadi hal penting yang harus dipertimbangkan. Konsep sebuah program meliputi:

- Objektif program
- Tone and Manner
- Konsep Program

- Jenis Konten
- Siapa Audiensnya
- Konsep Set/ Virtual Set

Dengan mempertimbangkan kebutuhan program tersebut, kita dapat merancang kebutuhan desain grafis sebuah program berita televisi dengan berdiskusi dan brainstorming terhadap kebutuhan grafis konten atau desain infographic yang program tersebut butuhkan.

Berikut ini pembahasan tentang "Rancangan Kebutuhan Desain Infographic Kronologi Program Berita Televisi *Metro Siang* sebagai berikut:

1. Tone and Manner

Program *Metro Siang* ini memiliki *Tone: Young, Female, Modern, Elegant and Entertaining*. Konsep desain *opening bumper* (OBB) yang dibangun dan dengan aksen merah dan biru sebagai penguat informasi program, seperti di atas ini. Menggunakan ikon merah putih pada judul tulisan, diharapkan membangun persepsi yang kuat terhadap program berita *Metro Siang*, sebuah program yang memberitakan tentang informasi berita terbaru dan teraktual.



2. Design Infographic Alasan dipilihnya Kalimantan

Infographic yang diinformasikan di awal pengembangan program adalah mengapa Kalimantan mencuat namanya untuk menggantikan ibukota Jakarta, mengalahkan provinsi lainnya.



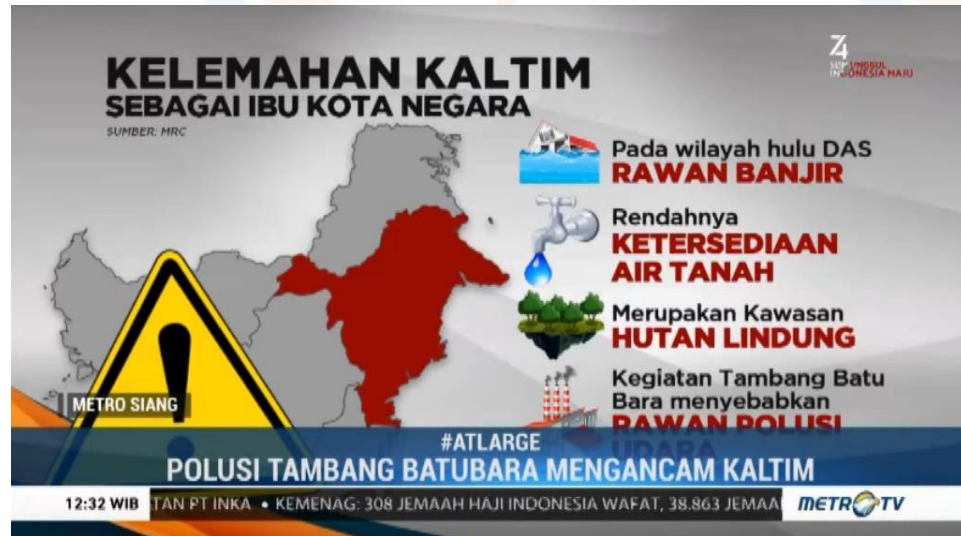
3. Desain Infographic Keunggulan Kalimantan Timur jadi ibukota negara

Berisi berita yang memaparkan alasan mengapa Kalimantan Timur yang mencuat namanya dan apa keunggulan Kaltim jadi ibukota negara.



4. Desain Infographic Kelemahan Kaltim sebagai ibukota negara,

Infographic Berisi berita yang memaparkan alasan mengapa Kalimantan Timur yang mencuat namanya dan apa kelemahan Kaltim jadi ibukota negara.



5. Desain Infographic Alokasi biaya pindah ibukota

Infographic berisi berita yang memaparkan alokasi biaya pindah ibukota negara.



6. Desain *Infographic* Kenapa ibukota harus pindah

Infographic ini berisi berita yang memaparkan kenapa ibukota harus pindah.



BAB V

KESIMPULAN

Di dalam mengembangkan sebuah program berita di televisi yang berbasis audio visual, dibutuhkan kerja kreativitas dalam memproduksi sebuah acara dikerjakan oleh sebuah tim bukan individu yang disebut Tim Kreatif. Tim desain *graphic* juga sangat berperan di dalam menentukan *look design* dan kebutuhan konten *graphic* di dalam menginformasikan beritanya.

Proses *brainstorming*, diskusi dan mengetahui konsep sebuah program sangat menentukan dalam konsep desain yang akan dikembangkan. Semoga penelitian karya ini bermanfaat buat pengembangan sebuah program baru berikutnya.

Desain *infographic* bertujuan memberikan kemudahan kepada pemirsa dalam pemahaman berita televisi yang disampaikan. Dari banyaknya data yang ada tentang berita terhangat peristiwa yang terjadi seperti gonjang ganjing pindah ibukota dan sebagainya. Program Metro Siang mengklasifikasikan data tersebut menjadi berbagai informasi yang diharapkan dapat memberikan informasi yang lengkap dan bermanfaat bagi pemirsa di dalam mendapatkan informasi yang utuh dan akurat.

DAFTAR PUSTAKA

Baker, Stephen, *Visual Persuasion*, Mc Graw-Hill Book Company, Inc, New York. 1961.

Barzelay, Michael, *Journal of Public Administration Research and Theory*, Volume 3, Issue 3, 1 July 1993, Pages 305-318,
<https://doi.org/10.1093/oxfordjournals.jpart.a037172>

Cohen, A. A. *Between Content and Cognition: On the Impossibility of television news*, Communications, 1998.

Edwin T. Vane & Roslyne Gross, *Programming for Television, Radio and Cable*. Butterworth: Heinemann, 1994.

Hawkins, Gay, *The Ethics of Television*, 2001.

Newsom, Doug and Haynes, Jim. 2004. *Public Relations Writing: Form and Style*, Nelson Education, Ltd, Canada.

Undang-Undang Dasar 1945

LAMPIRAN

Untuk melihat hasil karya yang telah ditayangkan dapat dilihat link karyanya di media youtube. Berikut ini saya lampirkan Karya Berita TV infographic gonjang ganjing pindah ibukota, Link Video:

<https://www.metrotvnews.com/play/koGCJM7x-gonjang-ganjing-pindah-ibu-kota>, atau

<https://www.youtube.com/watch?v=xKYWRvo0Ezk>