



Edukasi Daring: Menyajikan Laporan Verbal dalam Format Visual Menggunakan Infografis

Agung Gatra Diarga, Ratnaningsih Hidayati ✉

Pusat Pendidikan dan Pelatihan Perdagangan Kementerian Perdagangan

Jl. Abdul Wahab No.38, Kedaung, Kec. Sawangan, Kota Depok, Jawa Barat, Indonesia

| ratna.hidayati@kemendag.go.id ✉ | DOI: <https://doi.org/10.37729/abdimas.vi.925> |

Abstrak

Proses komunikasi akan berlangsung secara efektif jika pesan yang disampaikan dapat diinterpretasikan dengan baik oleh penerima pesan. Salah satu strategi komunikasi public yang sering digunakan adalah infografis. Tujuan dari penyelenggaraan kegiatan edukasi daring ini adalah untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan peserta dalam pembuatan infografis yang baik. Kegiatan dilaksanakan pada tanggal 25 Januari 2021 secara daring melalui Zoom meeting. Terdapat tiga hal yang harus dikuasai dalam pembuatan infografis yaitu (1) pengetahuan dan keterampilan tentang jenis data dan pemilihan ragam grafis yang akan digunakan; (2) penggunaan mesin pencari elemen visual di internet; dan (3) keterampilan dalam penggunaan perangkat lunak untuk pembuatan infografis. Berdasarkan data evaluasi penyelenggaraan kegiatan, dapat disimpulkan bahwa peserta edukasi daring dapat memahami materi yang diberikan serta penyelenggaraan kegiatan ini dari sisi durasi dan aktivitas selama webinar sudah memenuhi harapan peserta.

Kata Kunci: komunikasi public, infografis, pengetahuan, keterampilan



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

1. Pendahuluan

Esensi dari sebuah komunikasi yang efektif adalah tersampainya pesan dari pemberi pesan kepada penerimanya. Dalam hal komunikasi publik, efektivitas strategi komunikasi yang digunakan sangat krusial dalam proses penyampaian pesan tersebut. Perkembangan teknologi informasi yang sedemikian pesat telah membawa dampak pada komunikasi Lembaga pemerintah kepada publik. Saat ini banyak lembaga-lembaga pemerintah yang menggunakan internet sebagai media komunikasi utama, baik melalui situs web ataupun berbagai platform media sosial antara lain media Facebook, Instagram, Youtube, dan sebagainya. Media sosial memegang peranan penyampai pesan yang cukup efektif, hal tersebut seperti dipaparkan [Setiadi, A. \(2016\)](#) dan [Mahendra, B. \(2017\)](#) yang menyatakan bahwa media sosial saat ini memegang peranan penting dan sangat efektif dalam alih informasi dan komunikasi, baik di lingkungan akademik, politik, sosial budaya, maupun kemasyarakatan.

Salah satu strategi komunikasi yang saat ini cukup sering digunakan adalah penggunaan infografis dalam konten-konten komunikasi yang dibuat oleh Lembaga/instansi pemerintah ([Adhrianti, 2018](#); [Arigia et al., 2017](#); [Juliyanto & Rusdi, 2019](#); [Ramadani, 2019](#); [Sugiarto, 2020](#)). Hal ini karena infografis terbukti cukup efektif untuk menarik perhatian pembaca terutama dari kalangan generasi muda ([Rahmansyah, 2020](#); [Taufik, 2012](#)). Infografis merupakan informasi yang memadukan

aspek informasi berupa data baik kualitatif maupun kuantitatif dengan tampilan visual yang menarik serta mudah untuk dipahami. Rendahnya minat baca pada generasi saat ini menyebabkan infografis sangat mudah untuk diterima sebagai salah satu sumber informasi yang cukup kredibel. Penelitian (Qorib, 2020) menunjukkan bahwa intensitas membaca surat kabar pada generasi milenial sangat kurang karena koran sulit tersedia di lingkungan mereka, berbanding terbalik dengan media online yang dapat diakses setiap saat.

Beberapa keunggulan infografis sebagai salah satu media komunikasi seperti yang dikutip dari (Yudhanto, 2007) adalah dapat dijadikan sebagai alat penyampai informasi yang mampu “merampas” perhatian audiens dengan cara yang efisien dan efektif dengan adanya keterbatasan ruang, waktu dan focus yang dimiliki oleh audiens. Selain itu, infografis juga dapat digunakan sebagai alat yang sangat efektif untuk digunakan dalam pemasaran digital dan bisa digunakan begitu mudah oleh usaha kecil seperti misalkan UMKM, serta organisasi-organisasi ataupun perusahaan besar, termasuk juga oleh Lembaga pemerintah.

Melihat pentingnya penguasaan pengetahuan dan keterampilan pembuatan infografis, Pusat Pendidikan dan Pelatihan Perdagangan menyelenggarakan kegiatan Edukasi Publik yang dikemas secara daring dalam bentuk Webinar dengan tema “Dari Laporan Verbal ke Visual”. Kegiatan ini diselenggarakan dengan tujuan agar semakin banyak masyarakat khususnya ASN yang menguasai keterampilan membuat infografis sehingga mampu menyampaikan informasi kepada publik dengan kemasan yang lebih sederhana, mudah dimengerti serta menarik secara visual. Penguasaan keterampilan ini sangat penting mengingat di era digital ini hampir semua orang dapat mengakses informasi dari gawai yang dimilikinya. Setiap harinya ribuan konten memenuhi semua ruang dalam internet, sehingga komunikasi publik harus dilakukan dengan cara-cara yang secara visual mampu menarik perhatian audiensnya.

2. Metode

Kegiatan Edukasi daring ini dilakukan dalam bentuk webinar. Webinar diselenggarakan oleh Pusat Pendidikan dan Pelatihan Perdagangan Kementerian Perdagangan yang difasilitasi Learning Management System Kementerian Perdagangan KUDAGANG (<https://kudagang.kemendag.go.id>). Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan kepada publik, terutama Aparatur Sipil Negara (ASN) dalam mengemas laporan verbal menjadi format visual dalam bentuk infografis.

Webinar ini diselenggarakan pada tanggal 25 Januari 2021 dan diikuti oleh sebanyak 190 peserta dari seluruh Indonesia. Kegiatan ini dilakukan dengan tahapan-tahapan sebagai berikut:

- a. Registrasi peserta webinar melalui LMS KUDAGANG
- b. Pelaksanaan webinar dengan narasumber Yosep Suprayogi dari Grup Tempo
- c. Evaluasi pelaksanaan webinar melalui kuesioner yang dilakukan secara daring melalui LMS KUDAGANG.

3. Hasil dan Pembahasan

Infografis terdiri dari dua kata yaitu informasi dan grafis. Dari sisi istilah infografis merupakan informasi yang disajikan dalam bentuk grafis (visual). (Kurniasih, 2016) menyatakan bahwa infografis merupakan visualisasi gagasan, data, informasi atau pun pengetahuan melalui bagan, grafik, jadwal, gambar dan lainnya agar lebih mudah untuk dipahami sehingga pembaca dapat mengerti ide yang akan disampaikan dalam waktu yang lebih cepat.

Sekitar lima hingga tiga tahun yang lalu telah diperkirakan bahwa pada tahun ini jumlah komunikasi visual di internet itu sudah setara dengan jumlah komunikasi verbal. Adalah sebuah keniscayaan bahwa nanti masyarakat akan lebih cenderung menyukai komunikasi visual dibandingkan dengan komunikasi verbal. Terlebih lagi jika audiens adalah generasi milenial yang menyukai hal-hal serba instan dan tidak bertele-tele. (Rahmansyah, 2020) menyatakan bahwa strategi infografis pada surat kabar Tempo dapat meningkatkan minat baca pembaca muda. Hal ini berarti bahwa beberapa jenis laporan akan harus dibuat dengan mengadopsi teknik-teknik visual yang memungkinkan dan dalam hal ini yang paling sederhana adalah mengubah informasi yang tadinya verbal menjadi visual melalui infografis sehingga menjadi lebih menarik Saptodewo, F. (2016).

Laporan verbal yang dikemas dalam bentuk infografis diperlukan karena manusia pada umumnya adalah spesies visual. Dalam proses berfikir untuk memahami sesuatu, para ilmuwan telah membuktikan bahwa 70% reseptor sensorik berada di mata dan hanya diperlukan sekitar 1/10 detik untuk memahami sebuah adegan visual. Informasi yang ditampilkan dalam bentuk visual juga akan meningkatkan keinginan membaca pada audiens.

Salah satu contoh bentuk infografis sederhana misalkan visualisasi data yang menyajikan tentang buku terlaris di dunia. Berdasarkan infografis yang terdapat pada Gambar 1 tersebut kita dapat dengan cepat menyimpulkan bahwa buku terlaris di dunia adalah Jurassic Park dengan penjualan sejumlah 365 juta USD.



Gambar 1. Infografis 7 buku terlaris di dunia tahun 2019

Berbeda halnya apabila penyajian data dan informasi dilakukan menggunakan tabel seperti yang dapat dilihat pada [Tabel 1](#). Pembaca harus mengolah sendiri data-data tersebut agar menghasilkan kesimpulan yang sama.

Tabel 1. Data penjualan 7 buku terlaris di dunia tahun 2019

Judul Buku	Penjualan dalam Juta USD
Alice in Wonderland	334
Chronicles of Narnia	291
Forrest Gump	329
Harry Potter	298
Jurassic Park	365
Twilight Lord of The Rings	265

sumber: [Suprayogi \(2021\)](#)

3.1 Pembuatan Infografis

Dalam menciptakan infografis, desainer infografis memiliki alur kerja yaitu *brainstorming* kegiatan, informasi dan pengumpulan data, penentuan konten, persiapan narasi, desain informasi visualisasi, dan publikasi infografis ([Rahmansyah, 2020](#)). Setidaknya terdapat tiga keterampilan penting yang harus dikuasai oleh seorang pembuat infografis. Hal pertama adalah terkait dengan identifikasi data dan informasi yaitu (a) apakah data/informasi bersifat verbal atau visual; (b) data apakah yang dapat ditampilkan secara visual; dan (c) ragam grafik mana yang tepat untuk ditampilkan secara visual. Aspek kedua adalah pengetahuan teknis dalam menggunakan mesin pencari (*search engine*) di internet untuk mendapatkan elemen visual yang sesuai dengan informasi yang akan disajikan. Hal ketiga adalah terkait dengan keterampilan untuk menggunakan perangkat lunak untuk membuat infografis tersebut.

Proses identifikasi data dan informasi dapat dilakukan dengan menggunakan pertanyaan-pertanyaan kunci sebagai berikut:

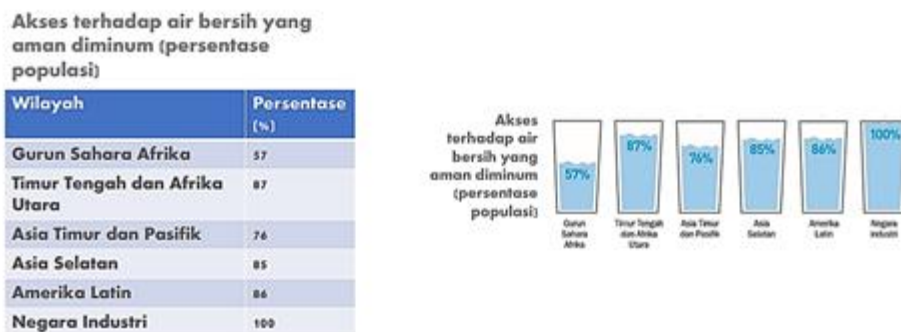
- Apakah data yang ditampilkan menunjukkan tren, peringkat, pola/*pattern*, perbandingan/*versus*?
- Apakah dalam naskah verbal terdapat proses/bagan/area/lokasi?
- Apakah ada narasi yang disusun dalam bentuk *pointers*?

Ragam grafis yang digunakan akan tergantung kepada jenis data yang ditampilkan. Jika data berupa data kualitatif, maka infografis dapat berbentuk visualisasi artikel/naskah (jika data dalam bentuk *pointers* atau naskah, misalnya infografis terkait peraturan perundang-undangan). Data kualitatif juga dapat divisualisasikan dalam bentuk proses, *timeline*, kronologi, fotografis, bagan ataupun peta. Selanjutnya untuk data kuantitatif, penyajian visualnya dapat menggunakan grafik batang, garis, bentuk *pai* dan sebagainya. Visualisasi data kualitatif dari suatu artikel dapat disajikan dalam bentuk grafis, seperti ditunjukkan pada [Gambar 2](#).



Gambar 2. Contoh visualisasi data kualitatif dari artikel.
sumber: (Suprayogi,2021)

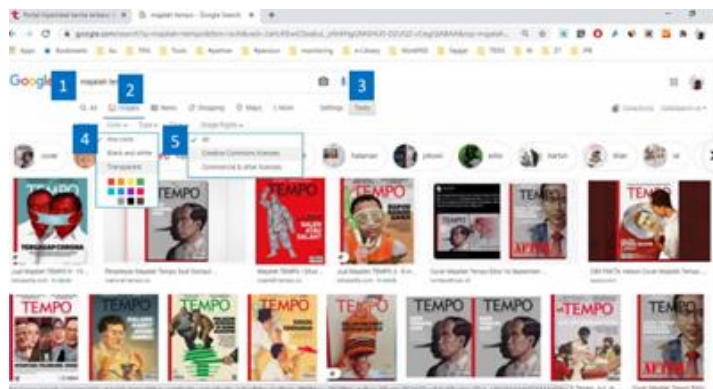
Visualisasi data kuantitatif dapat pula disajikan dalam bentuk grafik batang dengan suatu elemen visual. Sebagai contoh penyajian data penggambaran akses air bersih dibuat dalam suatu elemen visual gelas berisi air, seperti ditunjukkan pada Gambar 3.



Gambar 3. Contoh visualisasi data kuantitatif dalam bentuk grafik batang dengan elemen visual berupa gelas berisi air untuk penggambaran akses air bersih
sumber: (Suprayogi, 2021)

Pengetahuan dan keterampilan teknis dalam menggunakan mesin pencari elemen visual di internet juga mutlak dikuasai oleh seorang infografer. Salah satu tips dalam penggunaan mesin pencari gambar adalah dengan mengaktifkan tombol *Tools*. *Tools* ini akan memunculkan fitur pencarian lanjutan berupa ukuran gambar, warna, tipe file gambar, waktu dan juga hak penggunaan. Pembuatan infografis tentu memerlukan elemen visual berkualitas baik, oleh karena itu disarankan untuk mengunduh gambar dengan resolusi dan ukuran file yang besar. Elemen visual yang diunduh sebaiknya juga memiliki latar yang transparan sehingga mudah untuk dimodifikasi. Biasanya file gambar dengan format SVG atau PNG memiliki latar transparan.

Selain itu perlu diperhatikan juga hak penggunaan gambar tersebut. Seringkali kita abai dengan hak cipta yang ada pada gambar, padahal jika kita gunakan gambar dengan lisensi tertentu yang berbayar tanpa ijin maka konsekuensinya di kemudian hari bisa saja kita akan menghadapi tuntutan hukum yang biayanya akan lebih mahal dari pada harga elemen visual tersebut. Sebagai contoh proses pencarian sumber gambar dapat ditunjukkan pada Gambar 5.



Gambar 5. Langkah-langkah penggunaan mesin pencari gambar
Sumber: (Suprayogi, 2021)

Beberapa perangkat lunak dapat digunakan untuk menyajikan informasi verbal dalam bentuk infografis. Terdapat beberapa aplikasi daring yang praktis untuk digunakan dalam pembuatan infografis seperti misalnya Canva, Pictochart, Easi.ly dan juga aplikasi untuk para desainer profesional seperti Adobe Illustrator. Akan tetapi narasumber tidak menyarankan penggunaan aplikasi-aplikasi tersebut khususnya yang berbasis dalam jaringan (*online*) karena semua data yang diunggah akan tersimpan di dalam server aplikasi tersebut yang tidak berada di wilayah Republik Indonesia. Hal ini tentu sangat tidak disarankan, terutama untuk data-data yang memiliki sifat rahasia seperti yang dimiliki oleh Kementerian dan Lembaga Negara.

Narasumber menyarankan untuk membuat infografis dengan perangkat lunak yang kita sudah kita kuasai dan memungkinkan untuk bekerja di luar jaringan (*offline*). Perangkat lunak tersebut adalah aplikasi pembuat *slide* misalnya Power Point dari Microsoft Office ataupun Impress dari Open Office. Perangkat-Perangkat lunak tersebut sudah mumpuni untuk membuat infografis dengan kualitas yang cukup baik.

3.2 Penggunaan Elemen Visual dalam Infografis

Warna merupakan elemen visual penting dalam penyampaian informasi melalui infografis. (Juliyanto & Rusdi, 2019) menyatakan bahwa terdapat sebuah hasil penelitian yang menyatakan bahwa warna sangat menentukan pilihan seseorang. Data menunjukkan bahwa sebanyak 90% orang memutuskan pilihannya berdasarkan warna. Implikasinya berarti warna merupakan komponen yang berpengaruh besar terhadap ketertarikan dan penyampaian pesan kepada audiens. Penyajian informasi secara visual juga harus memperhatikan audiens/target pembaca dari informasi yang disajikan. Pembuatan infografis untuk publik sebagai audiens tentu akan berbeda dengan infografis untuk target spesifik misalkan untuk pembaca generasi milenial atau generasi Z (Indrajaya, S. E., & Lukitawati, L., 2019). Untuk audiens masyarakat umum, sebaiknya digunakan warna-warna yang *tone* nya lebih netral dan tidak terlalu banyak

menggunakan kombinasi warna. Berbeda halnya dengan target audiens yang lebih muda yang mungkin akan menyukai kombinasi berbagai warna dengan karakter yang lebih menyolok.

Infografis yang dibuat atas nama lembaga harus memastikan adanya penggunaan elemen visual dari Lembaga tersebut. Apakah lembaga memiliki *corporate identity* terkait logo, warna atau font yang harus digunakan. Penggunaan *corporate identity* pada infografis ini dimaksudkan untuk menunjukkan identitas sekaligus menanamkan *awareness* pada publik terkait dengan branding organisasi kita. Selain itu, pemilihan warna untuk elemen visual dapat pula mempertimbangkan tren warna yang sedang populer pada tahun itu sehingga ketika pembaca awam melihatnya mereka secara psikologis akan langsung merasa dekat dengan dengan infografis tersebut karena warnanya sudah dikenali dengan baik. Salah satu tips dalam pemilihan warna adalah dengan mengambil *tone* warna yang ada di elemen visual yang dipakai sehingga akan menghasilkan paduan warna yang harmonis.

3.3 Evaluasi Penyelenggaraan Kegiatan

Dari sekitar 190 peserta yang hadir, sebanyak 116 peserta memberikan penilaian evaluasi penyelenggaraan kegiatan. Respon peserta terhadap kegiatan edukasi daring tentang infografis ini dapat dilihat pada [Gambar 6](#).



Gambar 6. Infografis hasil evaluasi peserta terhadap penyelenggaraan kegiatan

Berdasarkan data evaluasi yang disajikan pada [Gambar 6](#) dapat dilihat bahwa peserta rata-rata mampu memahami materi edukasi daring tentang infografis dengan baik. Dari sisi penyelenggaraan, durasi pelaksanaan kegiatan serta jenis aktivitas seperti presentasi, diskusi, dan praktek sudah memenuhi harapan peserta. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kegiatan ini berjalan dengan baik dan *output* yang diharapkan berupa meningkatnya pengetahuan serta keterampilan peserta dalam membuat infografis sudah tercapai.



Gambar 7. Kegiatan edukasi daring dengan media *Zoom Meeting*

4. Kesimpulan

Penyampaian pesan dari pemberi ke penerima pesan merupakan sebuah proses komunikasi. Agar komunikasi berjalan dengan efektif, diperlukan strategi-strategi komunikasi yang tepat, salah satunya melalui infografis. Infografis merupakan visualisasi gagasan, data, informasi atau pun pengetahuan melalui elemen-elemen visual agar lebih mudah untuk dipahami sehingga audiens dapat dengan cepat memahami pesan/ide yang akan disampaikan. Ada tiga keterampilan yang harus dikuasai dalam pembuatan infografis yaitu keterampilan dan pemahaman terkait data dan pemilihan ragam grafis yang akan digunakan, keterampilan menggunakan mesin pencari dan keterampilan menggunakan perangkat lunak untuk membuat infografis. Salah satu elemen visual yang digunakan dalam infografis adalah warna. Pemilihan warna dan jenis huruf (*font*) yang tepat akan membuat infografis menjadi semakin menarik untuk dibaca. Hasil evaluasi kegiatan edukasi daring ini memperlihatkan bahwa tujuan kegiatan berupa meningkatnya pengetahuan serta keterampilan peserta dalam membuat infografis sudah tercapai.

Acknowledgement

Penulis mengucapkan terima kasih kepada narasumber Yosep Suprayogi dan Pusat Pendidikan dan Pelatihan Perdagangan yang telah memberikan dukungan penuh sehingga kegiatan Edukasi daring ini dapat terselenggara dengan baik

Daftar Pustaka

- Adhrianti, L. (2018). Infografis Penguatan Reputasi Kehumasan Pemerintah melalui Narasi Tunggal Sosialisasi Paket Kebijakan Ekonomi. *Jurnal ASPIKOM*, 3(5), 1015-1031.
- Arigia, M. B., Damayanti, T., & Sani, A. (2017). Infografis sebagai media dalam meningkatkan pemahaman dan keterlibatan publik bank Indonesia. *Jurnal Komunikasi*, 8(2), 120-133.
- Indrajaya, S. E., & Lukitawati, L. (2019). Tingkat Kepercayaan Generasi Z terhadap Berita Infografis dan Berita Ringkas di Media Sosial. *Jurnal Komunikasi*, 11(2), 169-182.
- Juliyanto, E., & Rusdi, F. (2019). Strategi Penyampaian Informasi Melalui Instagram Dengan Tampilan Infografis (di Kementerian Perdagangan RI). *Prologia*, 2(2), 298-304.
- Kurniasih, N. (2016). Infografis. *Prosiding Makalah Seminar Nasional "Komunikasi, Informasi Dan Perpustakaan Di Era Global"* Jatinangor, 15 Juni 2016, 456-465.
- Mahendra, B. (2017). Eksistensi Sosial Remaja dalam Instagram (Sebuah Perspektif Komunikasi). *Jurnal Visi Komunikasi*, 16(1), 151-160.
- Qorib, F. (2020). Pola Konsumsi Media pada Generasi Milenial Kota Malang. *Ultimacomm: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(1), 53-71.
- Rahmansyah, R. (2020). Strategi Infografis Sebagai Bahasa Visual Pada Surat Kabar Tempo Dalam Meningkatkan Minat Baca Pembaca Muda. *Universitas Bakrie*.

- Ramadani, T. (2019). Implementasi Kebijakan Pengelolaan Komunikasi Publik di Kementerian Energi dan Sumber Daya Mineral. *Jurnal Borneo Administrator*, 15(1), 1-18.
- Saptodewo, F. (2016). Desain Infografis Sebagai Penyajian Data Menarik. *Jurnal Desain*, 1(03), 193-198.
- Sugiarto, N. B. (2020). LKP: Perancangan Infografis Melalui Media Informasi Instagram Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Surabaya. Universitas Dinamika.
- Suprayogi, Y. (2021). Infografis: Dari Laporan Verbal ke Visual. Bahan Paparan Webinar Infografis Pusat Pendidikan dan Pelatihan Perdagangan tanggal 25 Januari 2021.
https://kudagang.kemendag.go.id/pluginfile.php/13167/mod_resource/content/2/20210125-26.Kelas.Infografis.Dari%20Verbal%20ke%20Visual.KEMENDAG.Full.pdf diakses pada tanggal 10 Februari 2021 09.30.
- Setiadi, A. (2016). Pemanfaatan media sosial untuk efektifitas komunikasi. *Cakrawala-Jurnal Humaniora*, 16(2).
- Taufik, M. (2012). Infografis sebagai bahasa visual pada surat kabar Tempo. *Techno. Com*, 11(4), 156-163.
- Yudhanto, Y. (2007). *Pengantar Panduan Infografis (Infographics)*. Ilmu Komputer: Surakarta.