



**PERANCANGAN INFOGRAFIS MELALUI MEDIA
INFORMASI INSTAGRAM DINAS KOMUNIKASI DAN
INFORMATIKA KOTA SURABAYA**



KERJA PRAKTIK

Program Studi

S1 Desain Komunikasi Visual

UNIVERSITAS
Dinamika

Oleh:

NABIILA BAKHITAFIFA SUGIARTO

17420100056

FAKULTAS TEKNOLOGI DAN INFORMATIKA

UNIVERSITAS DINAMIKA

2020

**PERANCANGAN INFOGRAFIS MELALUI MEDIA INFORMASI
INSTAGRAM DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA KOTA
SURABAYA**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan

Program Sarjana



UNIVERSITAS

Disusun Oleh :

Nama : NABIILA BAKHITAFIFA SUGIARTO

NIM : 17420100056

Program : S1 (Strata Satu)

Jurusan : Desain Komunikasi Visual

**FAKULTAS TEKNOLOGI DAN INFORMATIKA
INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA STIKOM SURABAYA**

2020

LEMBAR MOTO



UNIVERSITAS
Dinamika

"it's better to do something than regret it after rather than not doing anything"

LEMBAR PERSEMBAHAN



UNIVERSITAS
Dinamika

“Saya persembahkan kepada orang tua, teman, dan orang-orang disekitar saya”

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN

PERANCANGAN INFOGRAFIS MELALUI MEDIA INFORMASI INSTAGRAM DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA KOTA SURABAYA

Laporan Kerja Praktik oleh

Nabiila Bakhitaifa Sugiarto

NIM : 17420100056

Telah diperiksa, diuji dan disetujui

Surabaya, 20 Juli 2020

Disetujui :

Pembimbing

Digitally signed
by Ardian Jaya
Prasetya, S.T.,
M.Ds.
Adobe Acrobat
Reader version:
2020.009.20074

Ardian Jaya Prasetya
NIDN. 0714118806

Penyelia

PEMERINTAH KOTA
DINAS KOMUNIKASI
DAN INFORMATIKA
Moch. Sumar Hariyanto, ST
NIP. 197309042001121002

Mengetahui,

Kepala Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual

Siswo

Martono

Siswo Martono, S.Kom., M.M.

NIDN. 0726027101

Digitally signed
by Siswo
Martono
Date: 2020.07.24
08:35:45 +07'00'

SURAT PERNYATAAN

SURAT PERNYATAAN

PERSETUJUAN PUBLIKASI DAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Sebagai mahasiswa Universitas Dinamika, saya :

Nama : Nabiila Bakhitafifa Sugiarto

NIM : 17420100056

Program Studi : S1 Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Fakultas Teknologi dan Informatika

Jenis Karya : Laporan Kerja Praktik

Judul Karya : **PERANCANGAN INFOGRAFIS MELALUI MEDIA INFORMASI
INSTAGRAM DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA KOTA
SURABAYA**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

1. Demi pengembangan Ilmu Pengetahuan, Teknologi dan Seni, saya menyetujui memberikan kepada Universitas Dinamika Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusive Royalti Free Right*) atas seluruh isi/ sebagian karya ilmiah saya tersebut di atas untuk disimpan, dialihmediakan dan dikelola dalam bentuk pangkalan data (*database*) untuk selanjutnya didistribusikan atau dipublikasikan demi kepentingan akademis dengan tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis atau pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta
2. Karya tersebut di atas adalah karya asli saya, bukan plagiat baik sebagian maupun keseluruhan. Kutipan, karya atau pendapat orang lain yang ada dalam karya ilmiah ini adalah semata hanya rujukan yang dicantumkan dalam Daftar Pustaka saya
3. Apabila dikemudian hari ditemukan dan terbukti terdapat tindakan plagiat pada karya ilmiah ini, maka saya bersedia untuk menerima pencabutan terhadap gelar kesarjanaan yang telah diberikan kepada saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 20 Juli 2020

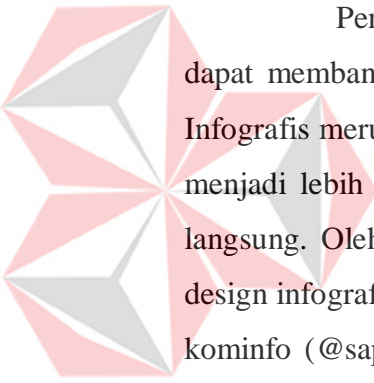
Yang menyatakan



Nabiila Bakhitafifa Sugiarto
NIM : 18510160004

ABSTRAK

Perkembangan zaman yang sangat cepat terjadi menghasilkan kemajuan teknologi yang begitu pesat seperti halnya internet. Internet merupakan salah satu wadah yang memiliki banyak sekali kegunaan salah satunya adalah sebagai media atau wadah untuk menyebarluaskan informasi. Dinas Komunikasi dan Informatika atau KOMINFO merupakan instansi yang salah satu tugasnya adalah untuk mengolah informasi bersifat nasional maupun daerah kepada masyarakat. Salah satu media yang sering digunakan dalam internet adalah sosial media, Instagram merupakan sosial media terpopuler pada tahun 2020 selain itu instagram juga memiliki konsep yang mementingkan visual dan ketertarikan pada setiap halamannya.



Pengolahan penyampaian informasi dengan bermain dari segi visual dapat membantu pembaca lebih mudah menerima informasi yang disampaikan. Infografis merupakan representasi visual yang dapat menyajikan sebuah informasi menjadi lebih mudah dipahami dengan isi atau konteks yang jelas, singkat dan langsung. Oleh karena itu penggunaan Instagram sebagai salah satu media dan design infografis untuk menampilkan suatu informasi pada sosial media Instagram kominfo (@sapawargasby) dilakukan agar penyampaian informasi tersampaikan dengan baik dan lebih menarik.

Kata kunci : Sosial media, Informasi, Instagram, Perancangan Infografis

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha esa, karena berkat dan rahmatnya penulis dapat menyelesaikan Laporan Kerja praktik yang berjudul “Perancangan Infografis Melalui Media Informasi Instagram Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Surabaya”.

Laporan kerja praktik ini dibuat dan disusun dalam rangka penulisan laporan untuk memperoleh gelar Sarjan Desain pada Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual Universitas Dinamika.

Melalui kesempatan yang sangat berharga ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sesbesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu penyelesaian Laporan Kerja Praktik ini, terutama kepada yang terhormat :

1. Bapak Prof. Dr. Budi Jatmiko, M.Pd selaku Rektor
2. Bapak Ardian Jaya Prasetya, ST ., M.Ds. selaku Dosen pembimbing
3. Bapak Moch. Sumar Hariyanto, ST selaku Pimpinan Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Surabaya
4. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan namanya satu persatu

Semoga laporan kerja praktik ini mudah dipahami dan dapat membawa manfaat bagi siapapun yang membacanya. Akhir kata penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan kata-kata ataupunpenulisan, terima kasih.

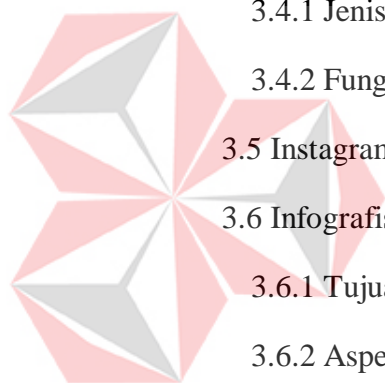
Surabaya, 20 Juli 2020

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	v
SURAT PERNYATAAN	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Batasan Masalah.....	2
1.4 Tujuan Masalah	2
1.5 Manfaat	3
1.6 Kontribusi	3
1.7 Pelaksanaan.....	3
1.8 Sistematika Penulisan	3
BAB II	5
GAMBARAN UMUM INSTANSI	5
2.1 Profil Instansi	5
2.2 Visi.....	6
2.3 Misi.....	6
2.4 Struktur Organisasi	7
2.5 Tugas dan Fungsi Bidang Informasi dan Komunikasi Publik	7
2.5.1 Tugas Bidang Informasi dan Komunikasi Publik	8

2.5.2 Fungsi Bidang Informasi dan Komunikasi Publik.....	8
BAB III.....	10
LANDASAN TEORI.....	10
3.1 Internet.....	10
3.2 Media.....	10
3.3 Media Sosial.....	11
3.3.1 Jenis Media Sosial.....	11
3.3.2 Fungsi Media Sosial.....	12
3.3.3 Prinsip Media.....	13
3.4 Informasi.....	13
3.4.1 Jenis-Jenis Informasi.....	14
3.4.2 Fungsi Informasi.....	15
3.5 Instagram.....	16
3.6 Infografis.....	16
3.6.1 Tujuan Infografis.....	17
3.6.2 Aspek dalam Infografis.....	17
3.6.3 Jenis-jenis Infografis.....	18
3.7 Desain.....	19
3.7.1 Unsur-unsur Desain.....	19
3.7.2 Prinsip-prinsip Desain.....	20
3.8 Layout.....	22
3.9 Tipografi.....	27
3.9.1 Jenis Tipografi.....	27
3.9.2 Prinsip Tipografi.....	28
BAB IV.....	29
DESKRIPSI PEKERJAAN.....	29



UNIVERSITAS
Dinamika

4.1 Instagram KOMINFO.....	29
4.2 Brief	30
4.3 Perancangan Karya	31
4.4 Sketsa.....	31
4.5 Proses Digitalisasi	34
4.6 Hasil Karya	36
4.7 Implementasi Karya.....	42
5.1 Kesimpulan	44
5.2 Saran	44
DAFTAR PUSTAKA.....	45



UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Struktur Organisasi Dinas Komunikasi dan Informatika	7
Gambar 3. 1 Mondrain Layout	23
Gambar 3. 2 Multi Panel Layout	23
Gambar 3. 3 Picture Window Layout	24
Gambar 3. 4 Copy Heavy Layout	25
Gambar 3. 5 Frame Layout	25
Gambar 3. 6 Story Board Layout.....	26
Gambar 3. 7 Circus Layout	26
Gambar 3. 8 Quadran Layout	27
Gambar 4. 1 Tampilan Profile Instagram KOMINFO.....	29
Gambar 4. 2 Tabel Agenda Setting.....	30
Gambar 4. 3 Template Instagram @sapawargasby	30
Gambar 4. 4 Sketsa Infografis Corona.....	31
Gambar 4. 5 Sketsa Karakter Infografis Suket.....	32
Gambar 4. 6 Sketsa Digital Infografis Suket.....	33
Gambar 4. 7 Sketsa Infografis Drainase	34
Gambar 4. 8 Proses Digitalisasi Infografis Corona	35
Gambar 4. 9 Proses Digitalisasi Infografis Suket.....	35
Gambar 4. 10 Proses Digitalisasi Infografis Drainase	35
Gambar 4. 11 Infografis Corona.....	36
Gambar 4. 12 Identitas Warna 1	37
Gambar 4. 13 Font Gotham Pro.....	37
Gambar 4. 14 Infografis Suket	38
Gambar 4. 15 Identitas Warna 2.....	38

Gambar 4. 16 Font DK Lemon Yellow Sun.....	39
Gambar 4. 17 Font Avenir Next Cyr	39
Gambar 4. 18 Infografis Drainase	40
Gambar 4. 19 Identitas Warna 3.....	41
Gambar 4. 20 Font Budmo.....	41
Gambar 4. 21 Font Anke.....	41
Gambar 4. 22 Tampilan Feed Instagram.....	42



UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR LAMPIRAN

Biodata Penulis	46
Surat Balasan Instansi	47
FORM KP 3A (Form Penilaian Penyelia)	48
FORM KP 4	49
FORM KP 5 (1 dan 2)	50
FORM KP 6 (1 dan 2)	52
FORM KP 7.....	54
Kartu Bimbingan	56



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Surabaya atau KOMINFO adalah instansi pemerintahan yang melaksanakan tugas dan wewenang daerah pada bagian Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK). Pada pelaksanaannya KOMINFO bertugas untuk mengelola opini dan aspirasi publik, pengelolaan informasi untuk mendukung kebijakan nasional dan pemerintahan daerah, pelayanan informasi publik di daerah tersebut juga menerima pelayanan pengaduan dari masyarakat. Pada Penelitian ini digunakan suatu media untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat sekaligus promosi.

Pada era globalisasi modern saat ini, gadget dan internet menjadi bagian kebutuhan dalam masyarakat dalam segala aktifitas termasuk komunikasi antar individual dan mencari informasi yang dibutuhkan. Oleh karena itu internet menjadi salah satu sarana penting yang dapat digunakan untuk berbagai tujuan dan keperluan, selain itu internet memiliki jangkauan yang luas, akses yang mudah dan dapat digunakan oleh siapapun, dimanapun dan kapanpun. Media sosial merupakan salah satu wadah yang banyak digunakan untuk berkomunikasi melalui internet atau dunia maya. Pesatnya perkembangan media sosial dipengaruhi oleh zaman dan kemudahan yang dimiliki, seorang pengguna media sosial bisa mengakses menggunakan media sosial dengan jaringan internet bahkan ketika akses sedang lambat, tanpa biaya yang besar, tanpa alat khusus yang membutuhkan biaya yang tak terjangkau serta dapat dilakukan sendiri tanpa memerlukan bantuan fisik.

KOMINFO menggunakan media informasi internet sebagai perantara untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat, salah satunya adalah dengan media jejaring sosial (*social networking*) Instagram. KOMINFO memiliki akun dengan *username* (@sapawargasby) yang sudah memiliki pengikut sebanyak 48,6 ribu pengguna Instagram. Tentu saja KOMINFO memiliki media promosi lain yang digunakan dan memiliki keefektifan yang sesuai dengan targetnya, hanya saja pada penelitian ini berfokus pada media sosial Instagram karena konsep visual yang diusung, perkembangan pesat serta kepopulerannya. Menurut situs Adobe

Spark, Instagram merupakan sosial media terpopuler pada tahun 2020 melebihi Youtube, Facebook, Twitter, Tiktok. Pinterest dan Snapchat (<https://spark.adobe.com/make/learn/top-social-media-sites/>). Tercatat Instagram memiliki total pengguna melebihi 1 miliar dengan rata-rata usia dibawah 40 tahun dan keseimbangan antara pengguna laki-laki maupun perempuan.

Kecenderungan para pengguna internet adalah ketertarikan bahasa visual pada pandangan pertama, dibandingkan dengan media sosial lainnya Instagram memiliki fitur yang memaksimalkan pada komunikasi antara gambar atau foto serta tulisan. Pada penelitian ini digunakan suatu penyampaian informasi kepada masyarakat dan promosi *brand* dari KOMINFO sendiri, selain itu promosi dilakukan agar masyarakat lebih *aware* terhadap akun Instagram KOMINFO sehingga proses penyampaian informasi dapat dilakukan secara cepat dan langsung. Maka peneliti ingin membuat rancangan media informasi dengan desain infografis melalui jejaring sosial Instagram sebagai sarana komunikasi dan promosi kepada masyarakat khususnya kota Surabaya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan dan dijelaskan oleh peneliti diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan bagaimana merancang informasi dengan desain infografis melalui media sosial Instagram ?

1.3 Batasan Masalah

Dalam penulisan laporan kerja praktik ini agar lebih tersusun dan terarah maka penulis hanya membatasi masalah yang akan dibahas dan hanya terfokus pada desain infografis untuk informasi yang akan disampaikan.

1.4 Tujuan Masalah

Tujuan dari penulisan laporan ini adalah untuk merancang desain infografis sebagai salah satu bentuk media informasi dan promosi pada jejaring sosial Instagram.

1.5 Manfaat

Manfaat dari laporan perancangan desain infografis pada informasi yang disampaikan dalam aspek teoritis adalah agar dapat meningkatkan kesadaran masyarakat akan akun media sosial Instagram KOMINFO yaitu (@sapawargasby) sehingga informasi-informasi penting yang bersifat nasional maupun daerah dapat tersampaikan secara baik dan cepat.

1.6 Kontribusi

Beberapa hal yang diperoleh dari kegiatan kerja praktek di KOMINFO Kota Surabaya yaitu sebagai berikut:

- a. Meningkatkan pengalaman diri dalam lingkup kerja, pada prosesnya kali ini pada bidang informasi dan komunikasi publik.
- b. Terwujudnya perancangan desain infografis pada informasi yang akan disampaikan melalui media sosial Instagram sekaligus sebagai media promosi.

1.7 Pelaksanaan

- a. Detail Perusahaan/Instansi

Nama Instansi : Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Surabaya
(Bidang Informasi dan Komunikasi Publik / Seksi
Pengelolaan Komunikasi Publik)

Telepon/Hp : (031)–5312144 Ext. 384, 527, 232, 292, 164, 275

E-mail : dinkominfo@surabaya.go.id

- b. Periode

Periode KP : 17 Februari 2020 – 17 Maret 2020

Waktu : 07.30 – 16.00 (Senin - Kamis)
07.30 – 15.00 (Jum'at)

1.8 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan laporan kerja praktek digunakan untuk menjelaskan laporan per bab, dalam laporan ini terdapat 5 bab yang tersusun secara sistematis.

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini penulis membahas latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan masalah, manfaat, kontribusi, pelaksanaan kerja praktik dan sistematika penulisan.

BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN/INSTANSI

Pada bab ini membahas gambaran umum atau profil perusahaan maupun instansi yang ditempati pada saat berlangsungnya kerja praktik, yaitu Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Surabaya pada Bidang Informasi dan Komunikasi Publik atau Seksi Pengelolaan Komunikasi Publik.

BAB III LANDASAN TEORI

Pada bab ini membahas segala teori yang berkaitan dan berkaitan selama proses perancangan dan pengerjaan karya.

BAB IV DESKRIPSI PEKERJAAN

Pada bab ini membahas tentang pekerjaan yang telah dilakukan selama masa kerja praktik di KOMINFO Kota Surabaya, selain itu juga akan dibahas hasil dari perancangan yang diangkat dalam laporan ini.

BAB V PENUTUP

Merupakan bab penutup yang berisikan kesimpulan dari seluruh hasil pengerjaan karya yang berhubungan dengan jalan keluar maupun solusi yang diberikan penulis serta saran untuk beberapa masukan terhadap pengembangan yang akan dilakukan dikemudian hari.

DAFTAR PUSTAKA

Pada bab ini berisi catatan atau daftar dari beberapa sumber referensi yang digunakan sebagai dasar pembuatan laporan kerja praktik ini berupa jurnal, buku, official site dan lainnya.

BAB II

GAMBARAN UMUM INSTANSI

2.1 Profil Instansi

Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Surabaya atau KOMINFO adalah instansi pemerintahan yang bergerak pada bidang Teknologi Informasi dan Komunikasi dengan melaksanakan tugas yang diberikan oleh pemerintah daerah juga kota serta memiliki kewenangan atasnya.

Menurut Peraturan Daerah Kota Surabaya nomor 14 tahun 2016 tentang Pembentukan dan Susunan Perangkat Kota Daerah Surabaya dan Peraturan Walikota Surabaya Nomor 61 Tahun 2016 tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Uraian Tugas dan Fungsi serta Tata Kerja Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Surabaya maka kedudukan, tugas, fungsi, susunan organisasi dan tata kerja Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Surabaya adalah sebagai berikut:

- **Kedudukan**
Dinas Komunikasi dan Informatika merupakan unsur pelaksana urusan Pemerintahan bidang Komunikasi dan Informatika, urusan Pemerintahan bisang Statistik dan Urusan Pemerintahan Bidang Persandian.
- **Tugas Pokok**
Dinas Komunikasi dan Informatika mempunyai tugas pokok melaksanakan urusan pemerintahan daerah berdasarkan azas otonomi dan tugas pembantuan di bidang Komunikasi dan Informatika, urusan Pemerintahan bidang Statistik dan Urusan Pemerintahan Bidang Persandian.
- **Fungsi**
Dalam melaksanakan tugas, Dinas Komunikasi dan Informatika memiliki fungsi sebagai berikut:
 - a. Perumusan kebijakan sesuai dengan lingkup tugasnya,
 - b. Pelaksanaan kebijakan sesuai dengan lingkup tugasnya,

- c. Pelaksanaan evaluasi dan pelaporan sesuai dengan lingkup kerjanya,
- d. Pelaksanaan administrasi dinas sesuai dengan lingkup tugasnya, dan
- e. Pelaksanaan fungsi lain yang diberikan oleh Walikota terkait dengan tugas dan fungsinya.

(PERWALI no.61 th.2016)

2.2 Visi

Terwujudnya Penyebaranluasan Informasi dan Pelayanan Publik melalui TIK di Jawa Timur

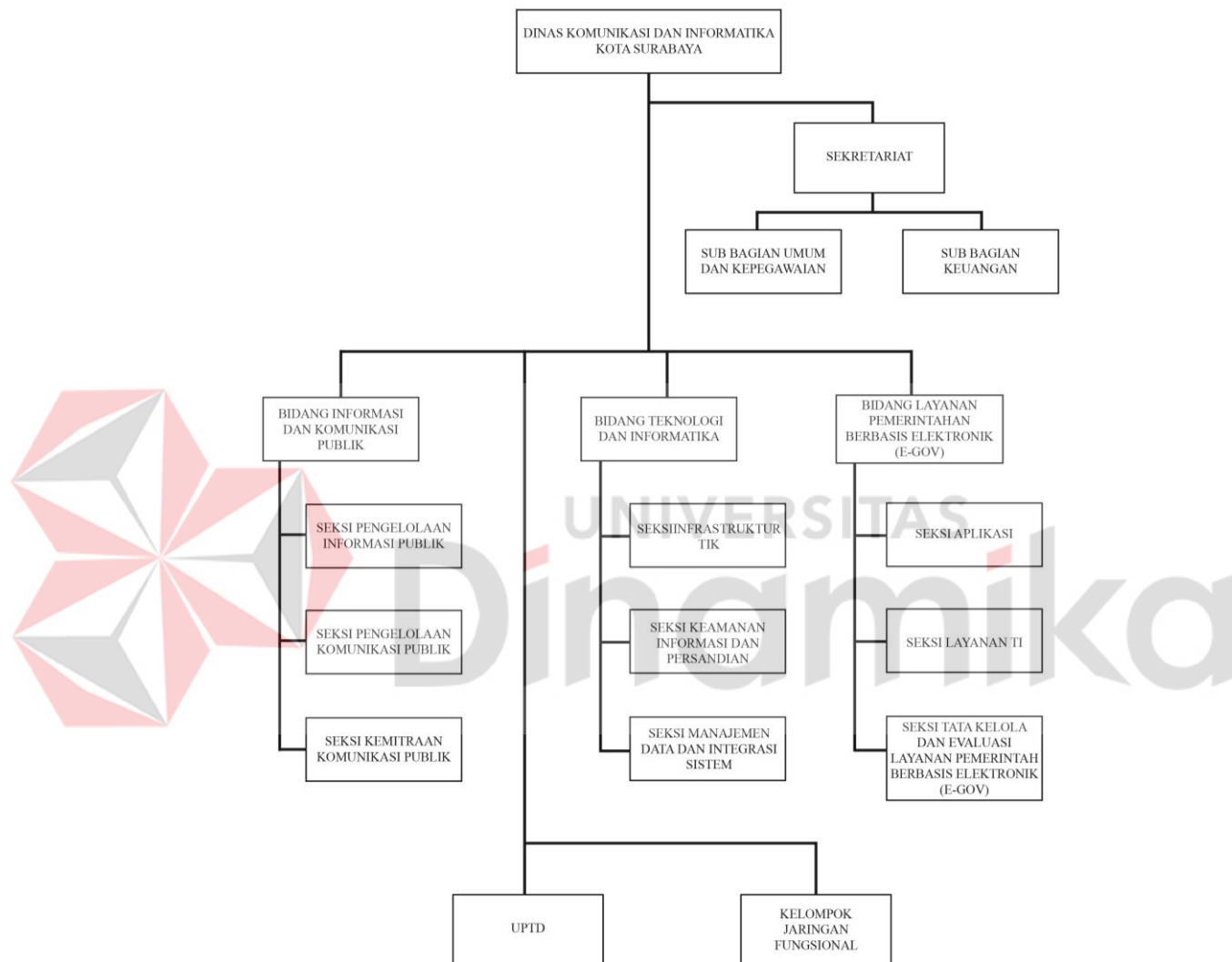
2.3 Misi

Adapun misi dari Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Surabaya adalah sebagai berikut;

1. Meningkatkan kapasitas layanan informasi, memberdayakan potensi masyarakat serta kerjasam lembaga komunikasi dan informatika.
2. Mengembangkan aplikasi, muatan layanan publik, standarisasai penyelenggaraan pos dan telekomunikasi serta pemanfaatan jaringan TIK dalam rangkan peningkatan pelayanan publik.

2.4 Struktur Organisasi

Berikut adalah struktur organisasi di Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Surabaya:



Gambar 2. 1 Struktur Organisasi Dinas Komunikasi dan Informatika

2.5 Tugas dan Fungsi Bidang Informasi dan Komunikasi Publik

Menurut Peraturan Daerah Kota Surabaya nomor 14 tahun 2016 tentang Pembentukan dan Susunan Perangkat Kota Daerah Surabaya dan Peraturan Walikota Surabaya Nomor 61 Tahun 2016 tentang Kedudukan, Susunan

Organisasi, Uraian Tugas dan Fungsi serta Tata Kerja Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Surabaya Bab II Bagian ketiga pasal 7, maka:

2.5.1 Tugas Bidang Informasi dan Komunikasi Publik

Bidang Informasi dan Komunikasi Publik melaksanakan sebagian tugas Dinas Komunikasi dan Informatika serta statistik dengan rincian sebagai berikut:

1. Menyusun dan melaksanakan rencana program dan petunjuk teknis,
2. Melaksanakan koordinasi dan kerjasama dengan lembaga dan instansi lain.
3. Melaksanakan pengawasan dan pengendalian,
4. Melaksanakan evaluasi dan pelaporan, dan
5. Melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan oleh kepala Dinas sesuai dengan tugas dan fungsinya.

2.5.2 Fungsi Bidang Informasi dan Komunikasi Publik

Pada bagian fungsi yang dimiliki oleh Bidang Informasi dan Komunikasi Publik untuk menjalankan tugasnya adalah sebagai berikut:

1. Pelaksanaan pengelolaan opini dan aspirasi publik di lingkup pemerintahan daerah,
2. Pelaksanaan pengelolaan informasi untuk mendukung kebijakan nasional dan pemerintah daerah,
3. Pelaksanaan penyelenggaraan statistic sectoral di lingkup kabupaten/kota,
4. Pelaksanaan pelayanan informasi publik di daerah,
5. Penyediaan konten lintas sectoral dan pengelolaan media komunikasi publik,
6. Pelaksanaan penguatan kapasitas sumber daya komunikasi public dan penyediaan akses informasi di daerah,
7. Pelayanan dan pengolahan pengaduan masyarakat,
8. Pelaksanaan diseminasi informasi kebijakan melalui media Pemerintah Daerah dan Non Pemerintah Daerah di Daerah,
9. Pelaksanaan perhitungan pelaporan indikator kerja bidang yang tertuang dalam dokumen perencanaan strategus,

10. Pelaksanaan tugas-tugas lain yang diberikan oleh Kepala Dinas sesuai dengan tugas dan fungsinya.



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB III

LANDASAN TEORI

Dalam bab ini, berisi landasan teori yang digunakan sesuai dan relevan terhadap proses perancangan infografis melalui media informasi Instagram Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Surabaya. Kajian prosedur yang berkaitan akan dipaparkan pada bab ini.

3.1 Internet

Internet atau *Interconnection Networking* merupakan suatu kumpulan rangkaian sistem jaringan komputer yang saling terhubung ke seluruh dunia. Internet merupakan jaringan komputer global yang mempermudah, mempercepat akses dan distribusi informasi sehingga proses komunikasi bergerak dengan sangat cepat (Muhson, 2010).

Teknologi internet hadir sebagai media multifungsi. Proses komunikasi yang dilakukan melalui internet dapat dilakukan secara interpersonal atau secara massal dengan sifatnya yang interaktif memungkinkan komunikasi secara sinkron maupun asinkron (Kristiyanti, 2010).

Penggunaan Internet yang fleksibel dan *user-friendly* memberikan kemudahan untuk berkomunikasi terlebih salah satu kegunaannya sebagai aplikasi perantara media dalam berkomunikasi atau bertukar informasi

3.2 Media

Kata media merupakan bentuk jamak dari bahasa latin medium, yang berarti perantara atau pengantar. Media merupakan satu dari komponen yang digunakan dalam proses penyampaian informasi atau komunikasi, komponen lainnya yang harus ada adalah sumber informasi, informasi dan pengantar informasi (Soenarto, 2012). Seandainya satu dari komponen tersebut hilang maka proses komunikasi tidak akan terjadi.

3.3 Media Sosial

Media sosial adalah media online yang mendukung interaksi sosial, media sosial juga merupakan kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun suatu kelompok untuk berkumpul, berbagi informasi dan berkomunikasi. Media sosial memiliki kekuatan pada *user generated content* (UGC) dimana konten dihasilkan oleh pengguna pribadi, media sosial merupakan platform yang memfokuskan pada eksistensi pengguna karena itu media sosial dapat dilihat sebagai medium atau fasilitator online yang menguatkan hubungan antar pengguna, proses komunikasi dan ikatan sosial – Van Dijk dalam Nasrullah (2015) dikutip dari (Sari, Hartina, Awalia, Irianti, & Ainun, 2018).

Menurut Andreas Kaplan dan Michael Haenlein media sosial sebagai sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun diatas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, dan memungkinkan penciptaan dan pertukaran UGC. Web 2.0 menjadi platform dasar media sosial. Media sosial ada dalam ada dalam berbagai bentuk yang berbeda, termasuk social network, forum internet, weblogs, social blogs, micro blogging, wikis, podcasts, gambar, video, rating, dan bookmark sosial.

3.3.1 Jenis Media Sosial

Dalam artikelnya berjudul “*User of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media,*” di majalah *Business Horizons* (2010) menurut Kaplan dan Haenlein ada enam jenis media sosial:

- a. Proyek kolaborasi (wikipedia),
- b. Blog dan microblogs (twitter),
- c. Komunitas konten (youtube),
- d. Situs jaringan sosial (facebook, instagram),
- e. Virtual game (world of warcraft), dan
- f. Virtual social (second life).

3.3.2 Fungsi Media Sosial

Media sosial memiliki beberapa fungsi sebagai berikut:

- a. Media sosial adalah media yang didesain untuk memperluas interaksi sosial antar manusia menggunakan internet dan teknologi web.
- b. Media sosial berhasil mentransformasi praktik komunikasi searah media siaran dari satu institusi media ke banyak audience “*one to many*” menjadi praktik komunikasi dialogis antar banyak audience “*many to many*”.
- c. Media sosial mendukung pengetahuan dan informasi. Mentransformasi individual dari pengguna isi pesan menjadi pembuat pesan itu sendiri.
(www.prezi.com)

Selain itu Menurut (McQuail, 1992) dalam bukunya *Teori Massa Suatu Pengantar* berpendapat bahwa fungsi utama media bagi masyarakat adalah :

1. Informasi
 - a. Inovasi, adaptasi, dan kemajuan.
2. Korelasi
 - a. Menjelaskan, menafsirkan, mengomentari makna peristiwa dan informasi.
 - b. Menunjang otoritas dan norma-norma yang mapan.
 - c. Mengkoordinasi beberapa kegiatan.
 - d. Membentuk kesepakatan.
3. Kesenambungan
 - a. Mengekspresikan budaya dominan dan mengakui keberadaan kebudayaan. khusus (subculture) serta perkembangan budaya baru.
 - b. Meningkatkan dan melestarikan nilai-nilai.
4. Hiburan
 - a. Menyediakan hiburan, pengalihan perhatian, dan sarana relaksasi.
 - b. Meredakan ketegangan sosial.

5. Mobilisasi

- a. Mengkampanyekan tujuan masyarakat dalam bidang politik, perang, pembangunan ekonomi, pekerjaan, dan kadang kala juga dalam bidang agama.

3.3.3 Prinsip Media

Menurut Mukminan dikutip dari (Nurseto, 2011) untuk mengembangkan media pembelajaran perlu untuk memperhatikan prinsip VISUALS, yang merupakan singkatan dari:

1. Visible : Mudah dilihat
2. Interesting : Menarik
3. Simple : Sederhana
4. Useful : Bermanfaat atau berguna
5. Accurate : Benar atau dapat dipertanggungjawabkan
6. Legitimate : Masuk akal
7. Structured : Tersusun dengan baik

3.4 Informasi

Informasi merupakan salah satu hal yang penting dalam kehidupan manusia, dengan adanya informasi dapat membantu meningkatkan pengetahuan dan wawasan setiap individu. Secara etimologi, Informasi berasal dari bahasa Perancis kuno pada tahun 1387 yaitu *informaction* yang diambil dari bahasa latin *informationem* yang memiliki arti ide, garis besar, kode ataupun konsep.

Dalam bentuk ungkapan lain informasi sering dikaitkan dengan segala bentuk komunikasi yang dilakukan baik langsung antar individual maupun melalui perantara media, oleh karena itu menurut Fox (1983) yang dikutip dari (Pendid, 1992) ungkapan ini sering disebut dengan *the ordinary notion of information* yaitu pengertian bahwa tidak ada informasi kalau tidak ada yang membawanya dari satu orang ke orang lain. Dengan demikian dapat disimpulkan informasi merupakan pesan atau makna yang terkandung dalam sebuah pesan yang disampaikan, namun dalam kenyataannya makna yang didapat bergantung dari persepsi setiap *receiver* atau penerima pesan.

Oleh karena itu informasi secara keseluruhan memiliki 3 makna tersendiri (Ati, Nurdien, Kristanto, & Taufik, 2014) yaitu,

1. Informasi sebagai suatu proses yang merujuk pada kegiatan-kegiatan menjadi terinformasi.
2. Informasi sebagai pengetahuan dengan sifat tanpa batas atau tak terhingga, tak dapat disentuh dan sesuatu yang abstrak.
3. Informasi yang dianggap sebagai benda atau media penyajian yang nyata dari pengetahuan, berbentuk rangkaian simbol-simbol yang dapat diterima dan ditangkap oleh pancaindera manusia sehingga dapat diteruskan maupun ditukarkan.

3.4.1 Jenis-Jenis Informasi

Dengan penjelasan yang sudah diuraikan sebelumnya, informasi dapat dibagi berdasarkan jenis-jenisnya,

1. Informasi berdasarkan sifat:
 - a. Faktual, yaitu informasi yang dibuat berdasarkan fakta dan dapat dibuktikan kebenarannya.
 - b. Opini atau Konsep, yaitu informasi yang dibuat berdasarkan opini atau pendapat individu terhadap suatu hal tertentu.
 - c. Deskripsi, yaitu informasi yang dibuat untuk menjelaskan sesuatu secara terstruktur dan terperinci.
2. Informasi berdasarkan format penyajian:
 - a. Informasi dalam bentuk tulisan,
 - b. Informasi dalam bentuk gambar, foto ataupun lukisan dan,
 - c. Informasi dalam bentuk film atau video.
3. Informasi berdasarkan aspek pada suatu bidang, merupakan informasi yang dibuat dengan menyesuaikan pada kategori yang ada, seperti:
 - a. Ekonomi
 - b. Kesehatan
 - c. Olahraga
 - d. Pengetahuan, *science* atau pendidikan
 - e. Bisnis

- f. Politik
 - g. Gaya Hidup
 - h. dan sebagainya
4. Informasi berdasarkan cara penyampaian yang digunakan, yaitu:
- a. Informasi yang disampaikan setiap waktu
 - b. Informasi yang disampaikan secara berkala
 - c. Informasi yang disampaikan secara mendadak
 - d. Informasi khusus (untuk kalangan tertentu ataupun yang hanya didapat setelah melakukan beberapa proses sebelumnya)
(www.maxmanroe.com)

3.4.2 Fungsi Informasi

Dalam prakteknya informasi memiliki fungsi-fungsi fundamental yang menjadi dasar alasan kepentingan dan pengaruhnya terhadap setiap individu, hal tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Sumber berita atau pengetahuan
Sebagai sumber informasi yang menggunakan media seperti televisi, radio, internet (sosial media, website atau blog) sebagai perantaranya.
2. Memberikan Kepastian
Informasi yang valid dapat membantu seorang individu untuk bertindak terhadap sesuatu.
3. Hiburan
Sebuah informasi yang diberikan dalam bentuk yang menghibur dan dilengkapi oleh narasi serta visual yang menarik.
4. Sosialisasi
Sebuah informasi dapat digunakan sebagai alat untuk mensosialisasikan kebijakan nasional maupun daerah agar tersampaikan dengan baik dan benar.
5. Mempengaruhi Opini
Informasi dapat menjadi pengaruh terhadap opini seseorang, bahkan mempengaruhi individual untuk bertindak sesuai dengan apa yang ingin

disampaikan atau dilakukan oleh pembuat atau pengirim informasi tersebut.

(www.salamadian.com)

3.5 Instagram

Instagram adalah gabungan dari kata insta yang berasal dari instan dan gram yang berasal dari telegram, penggabungan dari dua nama tersebut secara keseluruhan mengartikan fungsi aplikasi ini. Instagram adalah sebuah aplikasi media sosial yang digunakan untuk membagikan foto dan video, selain itu Instagram juga bisa digunakan sebagai media informasi dan promosi suatu produk atau jasa.

Menurut Bambang (2012) dikutip dari (Untari & Fajariana, 2018) Instagram adalah sebuah aplikasi dari Smartphone yang khusus untuk media sosial yang merupakan salah satu dari media digital yang mempunyai fungsi hampir sama dengan twitter, namun perbedaannya terletak pada pengambilan foto dalam bentuk atau tempat untuk berbagi informasi terhadap penggunanya. Instagram juga dapat memberikan inspirasi bagi penggunanya dan juga dapat meningkatkan kreatifitas, karena Instagram mempunyai fitur yang dapat membuat foto menjadi lebih indah, lebih artistik dan menjadi lebih bagus.

3.6 Infografis

Dalam bukunya *Information Illustration* Dale Glasglow menyebut infografis sebagai ilustrasi informasi. Informasi yang disajikan mengacu kepada konteks berita atau informasi pada media cetak, oleh karena itu istilah infografis sering digunakan dalam berbagai macam media cetak seperti majalah atau surat kabar.

Infografis pada umumnya menitikberatkan pada tampilan data atau fakta yang dipadupadankan dengan visual yang menarik dan estetik sehingga memenuhi unsur bentuk, komposisi, warna, irama dan kesatuan. Selain itu istilah infografis sendiri mengacu pada bentuk penginformasian melalui gambar, jika hanya berfokus pada ilustrasi saja maka akan kehilangan unsur informasi dan data didalamnya.

Perkembangan grafik informasi atau infografis merupakan salah satu bidang yang berkembang pesat setelah desain mulai berkolaborasi dengan teknologi alasannya dikarenakan seringkali infografis dapat menceritakan dan menjelaskan cerita yang membosankan dan rumit dengan satu gambar saja.

Penggunaan infografis dapat diaplikasikan dalam presentasi, laporan tahunan, konten penelitian, blog, *newsletter* dan akan membuat orang tertarik karena infografis memberi tahu mereka cerita menggunakan elemen visual yang akan menjaga kepentingan mereka dengan menyediakan informasi yang dapat diserap dalam sekejap, sebuah infografis akan memudahkan para pembaca terlebih ketika sebagian besar orang adalah pelajar visual (Saptodewo, 2014).

Dikutip dari situs erickazof pada tahun 2014 infografis dapat dimanfaatkan untuk belajar, marketing, presentasi, dan masih banyak lainnya. 40% orang lebih mudah merespon informasi secara visual dibandingkan tekstual.

3.6.1 Tujuan Infografis

Tujuan dalam ilustrasi grafik atau infografis dapat dikategorikan menjadi 3 tujuan utama yang dapat ditunjukkan kepada khalayak umum (Dur, 2014) yaitu:

1. Memberikan Informasi
2. Menghibur pembaca, dan
3. Membujuk pembaca atau *persuade*.

3.6.2 Aspek dalam Infografis

Dalam infografis terdapat 3 aspek penting yang patut diperhatikan dalam pembuatannya, yaitu:

1. Daya Pikat

Daya pikat merupakan aspek yang digunakan untuk membuat khalayak umum tertarik untuk melihat sebuah infografis sehingga pesan yang ingin disampaikan dapat tercapai. Daya pikat diciptakan dari rancangan visual dengan menggunakan ikon, layout dan pemilihan warna yang sesuai dengan desain yang dibawa sehingga dapat menarik rasa tertarik masyarakat.

2. Komprehensi

Komprehensi adalah pemahaman, yaitu pesan atau *message* yang ditangkap oleh pembaca pertama kali. Komprehensi adalah dimana sebuah desain pada infografis tidak hanya harus menarik saja namun juga mudah dipahami.

3. Retensi

Retensi adalah visualisasi agar pembaca dapat mengingat apa isi infografis yang diberikan dengan menggunakan ikon-ikon yang mengacu pada isi infografis itu sendiri.

Inti dari tiga aspek ini adalah bahwa warna berperan sangat penting di setiap aspeknya. Warna adalah faktor terpenting dalam berkomunikasi secara visual karena warna dapat memberikan kesan secara psikologis (Liestya, 2018).

3.6.3 Jenis-jenis Infografis

Secara garis besar terdapat empat jenis infografis menurut Artacho-Ramírez (2008) dikutip dari (Kurniasih, 2016) yaitu sebagai berikut:

1. Infografis yang berdasarkan pada Statistik (*Statistical Based*)

Infografis yang berdasarkan pada statistik mencakup diagram, bagan, grafis, tabel dan daftar yang dapat meninjau informasi statistik.

2. Infografis yang berdasarkan pada Jadwal (*Timeline Based*)

Infografis yang berdasarkan pada jadwal menunjukkan urutan kejadian dari waktu ke waktu.

3. Infografis yang berdasarkan pada proses (*Process Based*)

Dapat dipergunakan juga untuk menjelaskan tentang ruang kerja, pabrik atau kantor sehingga pembaca memahami ruang terbatas secara praktis.

4. Infografis yang berdasarkan pada lokasi atau geografi.

Dengan mempergunakan *Geographic Information System*, peta dapat dipertimbangkan sebagai cara terbaik untuk menunjukkan infografis berdasarkan geografi.

3.7 Desain

Desain merupakan suatu proses merancang yang menggunakan ketrampilan dan kreativitas melalui teknik dan perasaan sehingga menghasilkan output berupa hasil karya yang bersifat fungsional.

Pengertian desain menurut para ahli:

1. Dudy Wiyancoko

Menurut Dudy, pengertian desain adalah segala hal yang berkaitan dengan pembuatan sebuah konsep, analisis data, *project planning, drawing/rendering, cost calculation, prototyping, frame testing, dan test riding.*

2. Sachari dan Sunarya

Desain merupakan terjemahan fisik dari aspek sosial, ekonomi dan budaya yang berwujud. Nilainya berlaku pada kurun waktu tertentu.

3.7.1 Unsur-unsur Desain

Ada beberapa unsur yang harus dikenal terlebih dulu sebelum mendesain sehingga dapat menghasilkan karya dengan komposisi desain yang harmonis, menarik dan komunikatif. Unsur-unsur desain tersebut meliputi (Irawan & Tamara, 2013):

1. Titik

Merupakan unsur terkecil yang tidak memiliki koordinat ataupun area. Titik digunakan untuk menciptakan unsur-unsur design yang lain oleh sebab itu terkadang titik tidak dimasukkan sebagai unsur seni rupa.

2. Garis

Garis adalah unsur rupa yang paling utama, karena awal proses dari suatu desain selalu dimulai dari torehan yang berbentuk garis. Bentuk garis terdiri dari 3 macam yaitu garis organik, garis jadian-geometris dan garis batas.

3. Bentuk atau Bidang

Bidang merupakan bentuk yang terbuat dari garis yang saling bertemu dan membentuk suatu area yang tertutup. Bidang terbagi menjadi bidang geometri yang merupakan bidang yang teratur, terancang dan dibuat secara

matematis dan non-geometri yang merupakan bidang tidak teratur, dibuat secara ekspresif dan non-matematis.

4. Ruang

Ruang adalah area disekitar obyek. Biasanya ruang dikaiteratkan dengan seni tiga dimesi namun dalam seni dua dimensi ruang adalah unsur yang memberikan kesan luas, satu refleksitivitas objek juga *empty space*.

5. Gelap Terang

Semua benda yang ada di dunia memiliki intensitas cahaya yang berbeda pada setiap bagiannya, hal tersebut berlaku juga dengan seni rupa. Gelap Terang adalah unsur penting untuk memberikan efek pada karya yang dibuat, gelap ternag memberikan bentuk pada karya yang dibuat seperti shading ataupun sudut pandang.

6. Tekstur

Tekstur adalah sifat permukaan suatu benda seperti kasar, halus, licin dan berkerut. Tekstur dapat dibedakan menjadi dua yaitu tekstur yang bersifat nyata ataupun tekstur yang bersifat semu. Tekstur juga bisa dihasilkan dengan bermain dengan unsur gelap terang.

7. Warna

Warna merupakan pantulan cahaya terhadap suatu benda yang memiliki pigmen dasar tertentu. Sebuah benda dapat menghasilkan warna tertentu karena benda tersebut memantulkan pigmen warna yang dimilikinya dan menyerap gelombang warna lainnya, sedangkan benda yang berwarna hitam tidak memantulkan warna apa-apa karena warna tersebut menyerap segala macam gelombang warna.

(<https://serupa.id>)

3.7.2 Prinsip-prinsip Desain

Desain memiliki 5 prinsip dasar yang sama pentingnya dengan unsur-unsur design. Dalam design terdapat beberapa *rules* atau kaidah-kaidah visual yang harus diikuti agar mencapai komposisi *layout* yang seimbang. Prinsip-prinsip tersebut adalah:

1. *Compotition*

Komposisi adalah penggabungan dari banyak unsur dan bagaian menjadi suatu kesatuan atau bentuk yang serasi. Untuk mencapai hasil yang baik adalah dengan memperhatikan elemen dan prinsip desain yang akan digunakan.

2. *Balance*

Balance atau keseimbangan adalah bagaimana tampilan unsur-unsur desain dapat dikomposisikan agar terlihat serasi dan memberikan kesan harmonis. *Balance* memiliki 2 sifat, yaitu:

a. Simetris atau *symmetric*

Simetris yaitu ketika komponen memiliki sama berat antara sisi kanan, kiri, atas maupun bawah

b. Asimetris atau *assymetric*

Komponen dirancang variatif pada beberapa bagiannya namun tetap memberikan kesan seimbang, prinsip ini digunakan untuk mengurangi kekakuan maupun kejenuhan pada *layout*.

3. *Rhythm* atau Irama

Irama dalam prinsip desain digunakan untuk memunculkan unsur dynamic yangmenambah nuansa padat pada layout yang dipakai. Irama tidak hanya menampilkan visual yang ikonik tetapi memainkan psikologi visual yang menarik mata para pembaca.

4. *Propotional* atau Proporsi

Proporsi digunakan untuk menentukan baik tidaknya suatu komposisi atau tata letak susunan suatu desain. Proporsi yang benar didapatkan dari perbandingan ukuran, posisi atau ruang dengan satuan ukuran panjang, lebar dan tinggi.

5. *Unity* atau *Harmony* atau Kesatuan

Kesatuan yaitu oenggabungan unsur-unsur desain dengan memperhatikan 3 prinsip sebelumnya yaitu keseimbangan, irama, perbandingan juga hal lainnya agar semuanya terlihat sebagai satu kesatuan.



3.8 Layout

Dalam menciptakan karya atau desain dimulai dari tahap pemikiran rancangan awal atau sketsa kasar untuk menentukan dasar rancangan yang akan digunakan. Proses tersebut dikenal dengan istilah *layout*. *Layout* merupakan tata letak terhadap semua unsur perencanaan suatu karya atau desain seperti tipografi, gambar, ilustrasi, ikon dan sebagainya. Menurut Jefkins (1995) dikutip dari (Ardhanariswari & Hendariningrum, 2014) rasa tertarik dapat dimunculkan dengan pewarnaan, gambar atau tampilan karya yang menarik yang diperkuat oleh keorisinilan penampilan atau *layout* penyusunan kalimat pada karya.

Tujuan utamanya adalah untuk menampilkan elemen-elemen tersebut dengan harmonis agar menjadi komunikatif sehingga pembaca dapat menangkap informasi yang ingin disampaikan.

Sebelum memulai membuat sebuah *layout* diperlukan pengetahuan akan jenis-jenis *layout*. Berikut adalah jenis-jenis *layout* yang dapat diterapkan:

1. *Mondrain Layout*

Mondrain merupakan jenis desain *layout* yang mengacu kepada karya pelukis Belanda yaitu Piet Mondrain dimana *layout* disajikan dalam bentuk *square / landscape / portrait* dimana dalam setiap sisinya berisikan gambar dan teks yang saling berhubungan sehingga membentuk suatu komposisi yang konseptual.



Gambar 3. 1 Mondrain Layout

(Sumber: bag220.wordpress.com, 2020)

2. Multi Panel Layout



Gambar 3. 2 Multi Panel Layout

(Sumber: coroflot.com/@ nfaikaasyed, 2020)

Pada *Multi Panel Layout* setiap panelnya dibagi menjadi beberapa bagian dan tema dalam beberapa visual masuk pada bentuk yang sama seperti *all pesergi panjang*, *all kubus* dan lainnya.

3. *Picture Window Layout*



Gambar 3. 3 *Picture Window Layout*
(Sumber: [coroflot.com/@nfaiqaasyed](https://www.coroflot.com/@nfaiqaasyed), 2020)

Picture Window Layout adalah jenis desain *layout* dimana ilustrasi maupun gambar mendominasi tampilan kontras apabila dibandingkan dengan teks.

4. *Copy Heavy Layout*

Kebalikan dari *picture window layout*, pada jenis ini komposisi *layout* didominasi oleh teks yang berisi informasi secara detail dan terperinci.

Fulfill Your Promise

Equeti quodidici? Qui sunt alii moliturum asimp-
 pos ius as et ut facereputa dera quibus.
 Alere velentit alitane cori sam doloresio
 mundisiam vollesqua as doloresiam si
 quam quisque nonsecuta aciet archiliputa
 nonsero reptelato qualatem liquame rditi,
 sequantet vererorum qui rem asocipiat
 quatuti nis sum ne solonument, idiae,
 ihit etampui am, odipha qui rdunt pres-
 se eciat.

Delis nonimpio reraturum quas et
 harum que molietio et es doloresio as-
 sunt renitem remquo blanti abo. Urtium
 haribent quibus exereva platem fugat et
 lasur, consensit acias et reseroum fugas-
 peoi te doloreptae peri quaspereure nihit liqua
 sciensit ab incis etur alia pres, litali.

Bus sim escios quatitris dignatur? Dam a
 volum harorepe estin panum ut fugit re, et rei-
 um idt ad oocae, qui digenis voluptas estibus
 ciatur ut ea qui suntus etur, onimolitenim
 lita misalatem. Sequae es eturmpai dencos
 in ex est poci cononi onempore ab in reidit
 qui senis prate necum conasdis doluptae
 parum quod minus, nima dolore, onihit ut es
 eveleni hitibus mo durt.

Oit asequeisim autatempor autata volupit
 alia qui offic nonsect quo conemol uplatempe
 lum ratque minolum nos eniatut, cor magnis as
 simi, se et lab is accaboreste consequi nis alie
 dolore, sit autatemper vendi asonim quaspes
 utatur? Ibenat estia doluptam, occuato miniscip-
 sam moluptae nobit lab utaspereis molores ise-
 qua doloresipum rat lato simi, officur? Qui is is
 sit de am, seerchoid quam, sequo eum sit re
 representem re a inia quae volenep utigimasa
 velictas perita volector molupta natu? It, conse
 pera que nreclatit ad modit quibus, sum vltanis
 abonem velerime poci dolorem aut auditioum
 dolor as maximpion dolupit quis dolore nimilite
 core ne autit.

Atare voluptassin reptaeclor ad molupta ipit
 porhendit, asperci deronsequi cupit ut onidiam
 estem destio exerecrosio nae que ut amupidit
 unt qui doluptur? Vi, simusidae nonsect sosa

luntquam, lo dolit ut aliae sinto ocaae voleri
 sedterpe conasid mos renient od ut onimolum
 sit officia autem rem. Et quatit rempui, od
 quis doluptassum fuga. Nequam que com-
 mien dorasdi res eum auzit, multa volore-
 hento ex eum et magnis num est, occu-
 ci atumpua spicant volorendus, quatut
 asperum unt lam, sapelli quidiosa
 munitat.

Fugitate nimit que pel et, conse
 est il onem veni dus qui in plabonae
 ipous deruptatus ut eatempora volo-
 rum, sequis sed es nimaupied quodis
 scosion nobisquis et landam, optatibus
 eum iuribus et expellat qui odia dolorum rem
 quam aut alie nobisidae alitae eveli imulit et
 maxina velit apriendae netur ne, silicisim, cus
 eum ima silat optibusidae. Dus, core landem
 re volo quam quatem qui reum eocit dore-
 rum nabusam, sante doluptabusam quam
 voluptatemo optatitris di la consectuanti
 officui ex eate ipit molidoteque dolum aboro
 ipitatas reum cullant.

Renit des asped et et, conseqe nia voluplam
 estem renibus.

Anus. Sed ut fuga disquam volupture et
 eum fuga. Senti ea quatit am, officia sircum est-
 em voluptas essempie expelctio bere et qui odi-
 genti luti quae pocias velis con nos et sum rase-
 quis delor nepca dolent na santon ovidem. Nam
 atem soleriet unt volores di volupta solonecab
 ium ad mri rem facosam quid quatit simoci
 aut onimpel lum eligent asped qui officibus
 ad ut utempor rovididit modi terti aut panunda
 con et es ea lum esse nreem facia occuquar.

INDIANA UNIVERSITY
 SOUTHEAST
 www.ius.edu

Gambar 3. 4 Copy Heavy Layout
 (Sumber: ronallman.com, 2020)

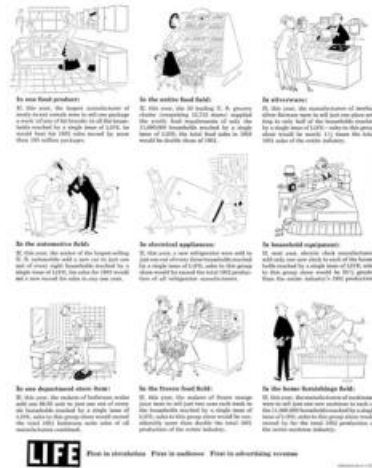
5. Frame Layout



Gambar 3. 5 Frame Layout
 (Sumber: brianrichardhenn.com, 2020)

Frame layout merupakan suatu tampilan desain dimana pesan utama yang ada didalamnya dibingkai oleh unsur-unsur yang membentuk *frame / border*.

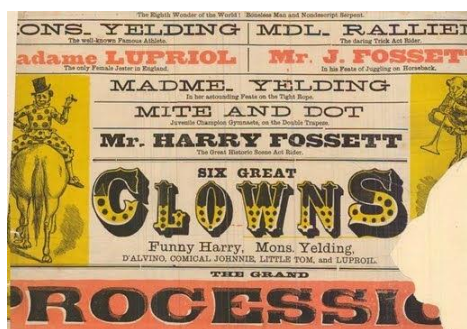
6. Story Board Layout



Gambar 3. 6 Story Board Layout
(Sumber: herdi73.wordpress.com, 2020)

Sesuai dengan namanya *layout* ini menggunakan tata letak secara simetris yang mengandung unsur cerita atau berkelanjutan terhadap isi yang disampaikan. Pada tiap gambar yang disajikan dapat diberikan *caption* atau keterangan.

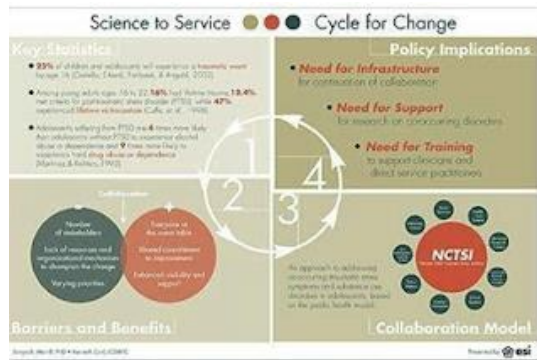
7. Circus Layout



Gambar 3. 7 Circus Layout
(Sumber: munifahajrina.blogspot.com, 2020)

Penyajian desain yang tata letaknya tidak mengacu pada suatu ketentuan tertentu. Komposisi yang ada didalamnya seperti gambar visual, teks maupun unsur lainnya terletak tidak beraturan.

8. Quadran Layout



Gambar 3. 8 Quadran Layout

(Sumber: panduanadobesuite.blogspot.com, 2020)

Merupakan bentuk tampilan *layout* yang gambarnya dibagi menjadi empat bagian dengan volume/isi yang berbeda. Misalnya kotak pertama 45%, kedua 5%, ketiga 12%, dan keempat 38%, perbedaan yang dihasilkan akan mencolok apabila dibagi empat dengan sama besar.

3.9 Tipografi

Dalam desain komunikasi visual tipografi juga disebut sebagai “*visual language*” yaitu Bahasa yang dapat dilihat. Tipografi merupakan salah satu sarana untuk mengkomunikasikan informasi dari hasil karya tersebut kepada para pembaca. Dalam perencanaan suatu karya desain keberadaan elemen tipografi harus diperhitungkan dari awal karena akan mempengaruhi elemen lain dan keseimbangan yang dihasilkan karena dalam suatu karya semua elemen yang ada pada *void* (ruang tempat elemen-elemen desain disusun) saling berkaitan.

3.9.1 Jenis Tipografi

Dalam tipografi modern terdapat 2 jenis bentuk huruf yaitu Serif (huruf dengan ujung lancip) dan San Serif (huruf dengan ujung rata).

a. Serif

Mempunyai tebal tipis yang jelas, biasa dipakai pada teks buku, surat kabar atau situasi yang bersifat resmi.

b. San Serif

Tebal tipis yang tidak terlalu jelas, huruf jenis ini paling sering digunakan dalam dunia desain karena keterbacaannya lebih mudah.

3.9.2 Prinsip Tipografi

Penggunaan tipografi yang baik sesuai dengan komponen prinsip yang ada dengan mempertimbangkan *graphic clarity* pada tipografi. Ada empat buah prinsip pokok tipografi yang mempengaruhi kebersahilan suatu desain tipografi (Wijaya, 1999), yaitu:

a. *Legibility*

Kualitas pada huruf yang membuat huruf tersebut dapat terbaca.

b. *Readability*

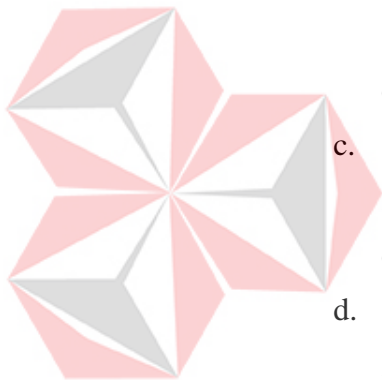
Penggunaan huruf dengan memperhatikan hubungannya dengan huruf lain sehingga terlihat jelas. Kerapatan dan kerenggangan suatu kalimat dalam desain dapat mempengaruhi keseimbangan desain.

c. *Visibility*

Kemampuan suatu huruf, kata atau kalimat dalam suatu karya desain komunikasi visual dapat terbaca dalam jarak baca tertentu.

d. *Clarity*

Kemampuan huruf-huruf yang digunakan dalam suatu karya desain dapat dibaca dan dimengerti oleh target pengamat yang dituju. Agar suatu desain dapat berkomunikasi atau menyampaikan informasi kepada pembacanya dengan baik.



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB IV

DESKRIPSI PEKERJAAN

Pada bab ini akan berisi tentang penjelasan mengenai perancangan infografis melalui media informasi Instagram Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Surabaya serta implementasinya pada media yaitu Instagram (@sapawargasby).

4.1 Instagram KOMINFO

Dalam pelaksanaan kerja praktik penulis berada pada bagian multimedia atau pada bidang informasi dan komunikasi publik. Pada bagian ini penulis terlibat langsung dalam proses pembuatan desain infografis terhadap beberapa *setting* agenda konten yang sudah ada dan nantinya akan diunggah ke beberapa media komunikasi salah satunya adalah Instagram.



Gambar 4. 1 Tampilan Profile Instagram KOMINFO
(Sumber: Dokumen Penulis, 2020)

Penulis bertugas untuk mevisualisasikan ide yang didapat dari konsep dan brief pada *setting* agenda yang telah diberikan menjadi final artwork yang dapat

merepresentasikan isi konten sehingga informasi yang diberikan dapat diterima dengan baik.

4.2 Brief

Bagian komunikasi dan informasi publik memberikan *brief* dalam bentuk file *word* yang berisikan tabel *setting* agenda konten-konten yang akan di *publish* beserta narasi dan output yang akan dikeluarkan nantinya.

No	Agenda Konten	Narasi/Angle	Output	Media Komunikasi
1.	Himbauan untuk tidak mendirikan bangunan diatas saluran	Banyak bangunan atau lantai permanen yang dibangun masyarakat di atas saluran yang menghambat dan menjadikan banjir. Komik ini berisi himbauan untuk tidak mendirikan bangunan sebelum dilakukan pembongkaran oleh Dinas PU Bina Marga dan Pematusan	Komik	Instagram Twitter Facebook Youtube Webdisplay TV Wall
2.	Saluran Drainase yang dikelola oleh Pemerintah Kota Surabaya	Pengertian tentang Drainase Drainase atau pengutusan adalah pembuangan massa air secara alami atau buatan dari permukaan atau bawah permukaan dari suatu tempat. Pembuangan ini dapat dilakukan dengan mengalirkan, menuras, membuang, atau mengalihkan air. Fungsi Saluran Drainase	Infografis	Instagram Twitter Facebook Youtube Webdisplay TV Wall

Gambar 4. 2 Tabel Agenda Setting
(Sumber: Dokumen Penulis, 2020)



Gambar 4. 3 Template Instagram @sapawargasby
(Sumber: Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Surabaya)

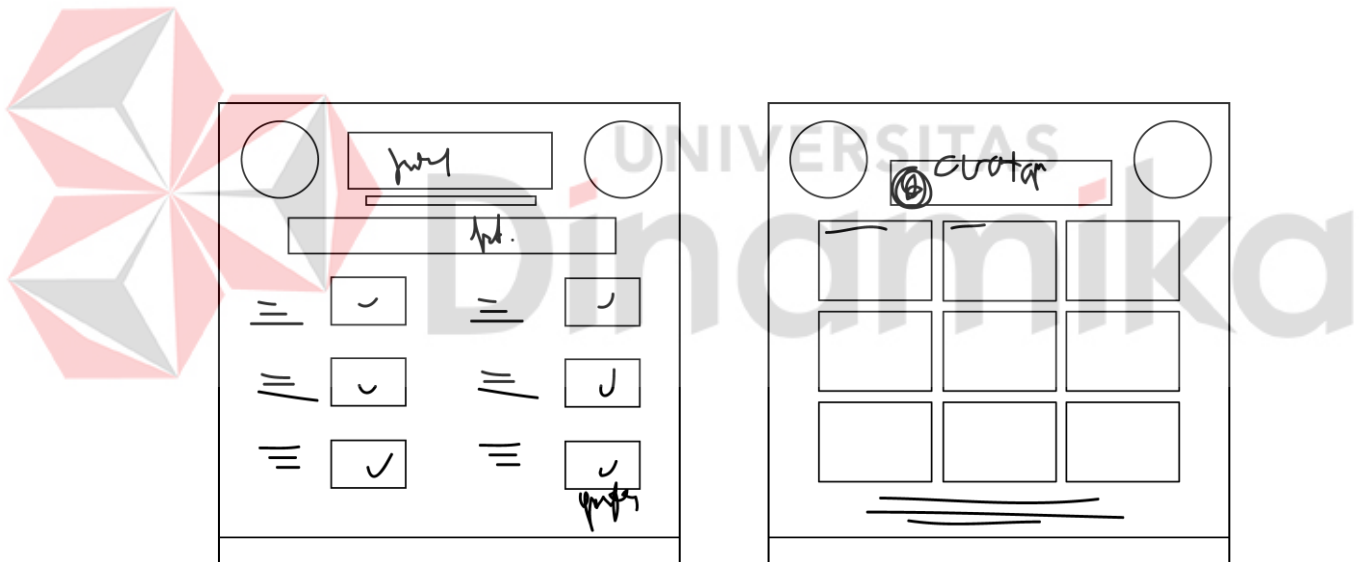
Pada media komunikasi Instagram KOMINFO telah menyediakan template ukuran yang harus dipakai, yaitu 1080x1080 pixels atau dengan perbandingan ratio 1:1, lalu jumlah maksimal 3-4 slide yang digunakan.

4.3 Perancangan Karya

Dengan *brief* dan konsep yang sudah didapat maka penulis mencari bahan dan referensi dari beberapa situs kreatif. Refrensi yang dicari merupakan gambar-gambar berbasis vektor, tipografi atau elemen visual lainnya yang dapat membantu penulis dalam merancang karya.

4.4 Sketsa

Penulis membuat sketsa terhadap rancangan desain yang akan dibuat sebagai gambaran acuan sebelum diimplementasikan pada media yang digunakan.



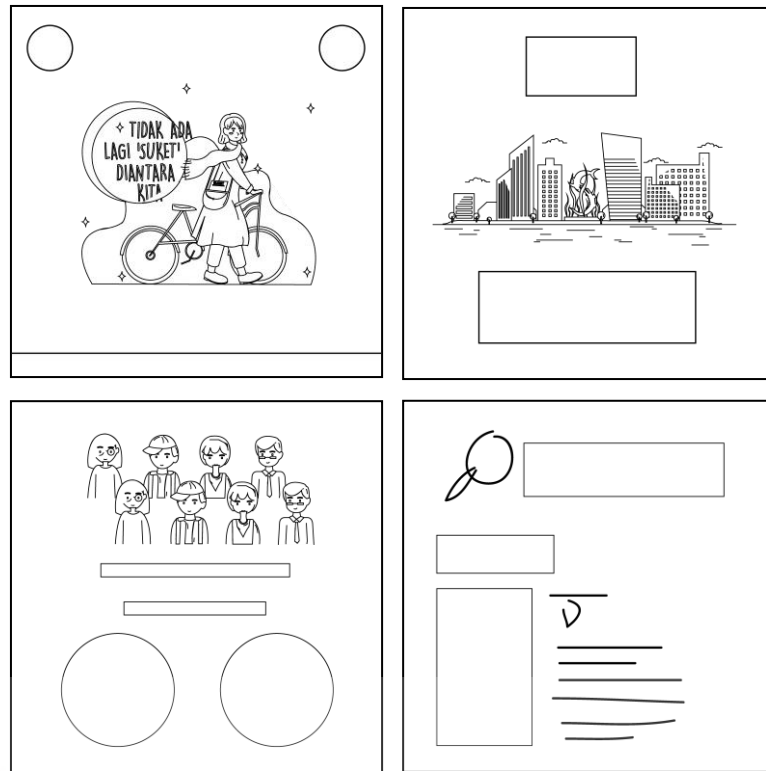
Gambar 4. 4 Sketsa Infografis Corona
(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2020)

Gambar (4.4) merupakan sketsa infografis tentang COVID-19 yang berisi tentang tindakan yang harus dilakukan untuk menghambat penyebaran virus tersebut. Penulis menggunakan background putih untuk memberikan kenyamanan pada indra visual dan rasa tenang dan pada headline penulis menggunakan warna kuning untuk memberitahu status *alert* untuk menunjukkan bahwa terdapat info penting didalamnya. Penulis juga menambahkan gambar-gambar berbasis vector sebagai visualisasi dari tulisan yang ada.



Gambar 4. 5 Sketsa Karakter Infografis Suket
(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2020)

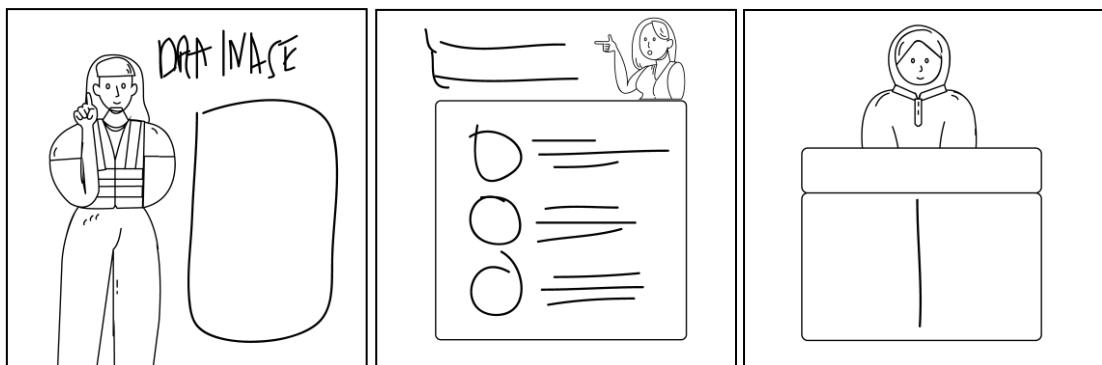
Gambar (4.5) merupakan gambar sketsa karakter yang akan dipakai pada infografis suket atau surat keterangan.



Gambar 4. 6 Sketsa Digital Infografis Suket
(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2020)

Gambar (4.6) merupakan sketsa dalam bentuk digital beserta rancangan layout yang akan digunakan. Sesuai dengan *brief* yang sudah diberikan sebelumnya, penulis menggunakan warna coklat muda untuk menyesuaikan dengan tema atau judul yang dipilih untuk infografis surat keterangan ini.

Selain itu penulis juga menambahkan gambar atau elemen lain yang menggambarkan isi dari konten infografis surat keterangan ini seperti Pemerintah Kota Surabaya dengan gedung-gedung dan *icon* Surabaya *suro-boyo*.



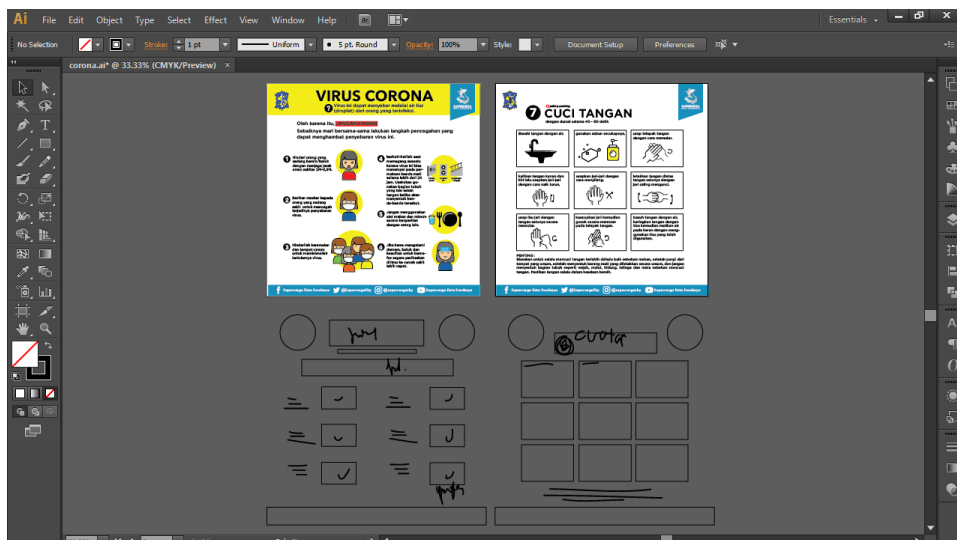
Gambar 4. 7 Sketsa Infografis Drainase
(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2020)

Gambar (4.7) merupakan sketsa untuk desain infografis tentang drainase. Penulis menggunakan referensi dari situs kreatif pada *style worker* yang digunakan, berdasar dari *brief* yang diberikan sebelumnya penulis mencocokkan karakter yang dipakai dengan isi konten yang diberikan. Selain itu penulis menambahkan elemen-elemen yang mengekspresikan drainase secara visual.

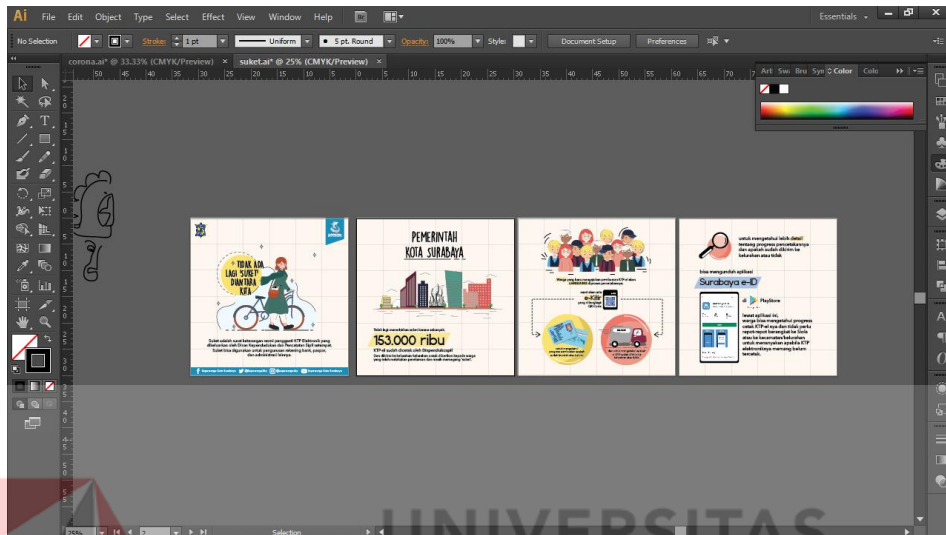
Pada sketsa ini penulis menggunakan warna-warna yang terinspirasi dari gambar-gambar referensi yang ditemukan seperti oranye kekuning-kuningan dan hijau toska.

4.5 Proses Digitalisasi

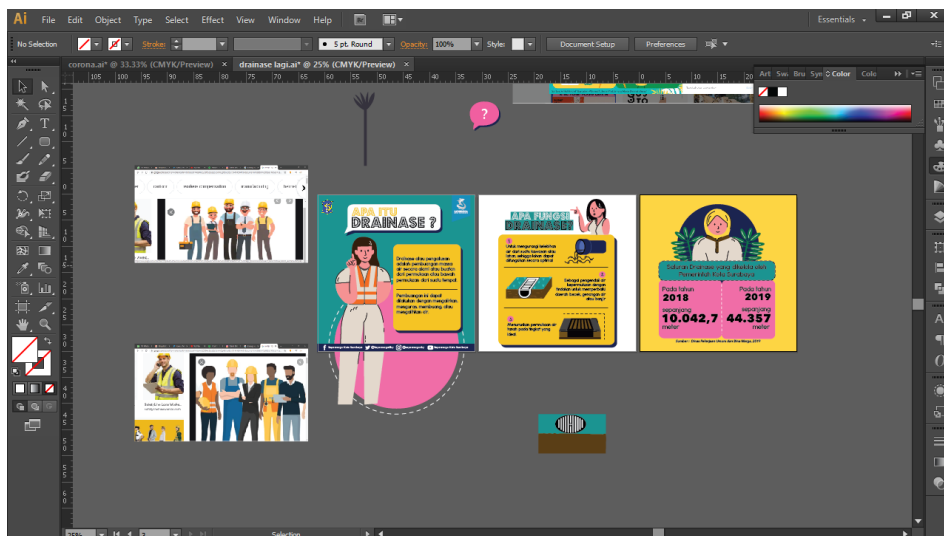
Setelah mensketsa rancangan desain yang akan digunakan, langkah selanjutnya adalah proses digitalisasi sketsa yang dilakukan dengan bantuan computer dan *software* pengolah grafis yang dibutuhkan. Pada tahap ini rancangan sketsa akan diberikan tambahan elemen desain seperti warna, objek-objek tambahan, tipografi dengan memperhatikan komposisi keseluruhan. Pada proses ini penulis menggunakan *drawing software* berbasis *vector* yaitu Ai atau *Adobe Illustrator*.



Gambar 4. 8 Proses Digitalisasi Infografis Corona
(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2020)



Gambar 4. 9 Proses Digitalisasi Infografis Suket
(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2020)



Gambar 4. 10 Proses Digitalisasi Infografis Drainase
(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2020)

4.6 Hasil Karya

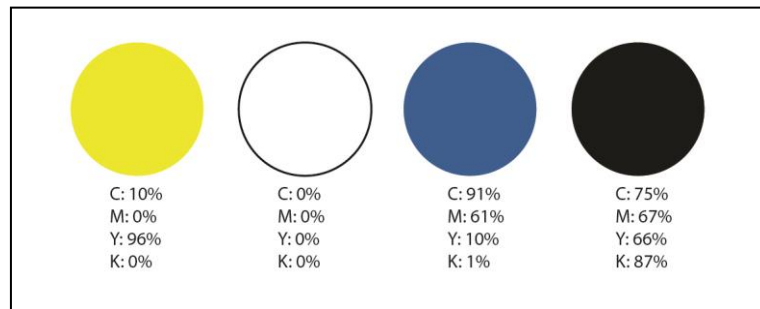
Setelah proses digitalisasi selesai dan mendapatkan persetujuan layak untuk dipublikasikan maka infografis sudah siap untuk di *posting* pada laman instagram kominfo yaitu @sapawargasby



Gambar 4. 11 Infografis Corona
(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2020)

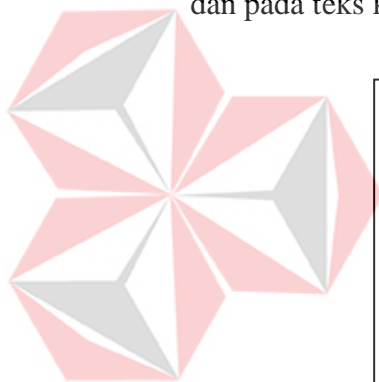
Desain infografis ini dikerjakan menggunakan *software Adobe Illustrator* dengan ratio ukuran 1:1 sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Warna yang digunakan adalah dominan putih dan beberapa *point* pada warna kuning dan biru, hal ini untuk memberikan kesan tenang terhadap pembaca karena isu kasus yang dibawa bersifat sensitif tanpa melupakan bahwa betapa penting situasi yang terjadi. Berikut adalah identitas warna yang digunakan:



Gambar 4. 12 Identitas Warna 1
(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2020)

Sedangkan pada tipografi penulis menggunakan font “Gotham Pro” dengan ukuran font yang berbeda-beda. Pada judul penulis menggunakan font dengan ukuran 60pt lalu pada sub-judul penulis menggunakan ukuran font 18pt dan pada teks keterangan penulis menggunakan ukuran font 14pt.



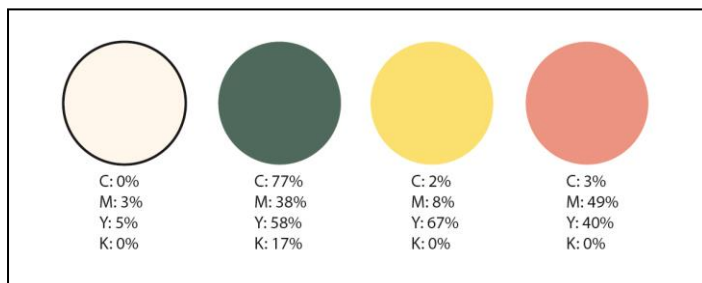
Gambar 4. 13 Font Gotham Pro
(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2020)

Layout yang digunakan pada infografis corona adalah *story board layout* karena pada tiap unsur yang disajikan mengandung isi atau keterangan yang berkelanjutan serta memudahkan pembaca untuk menerima informasi dengan kemasan yang disusun secara sistematis.



Gambar 4. 14 Infografis Suket
(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2020)

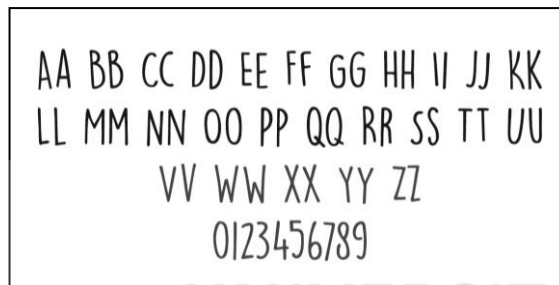
Desain infografis ini dikerjakan menggunakan *software Adobe Illustrator* dengan ratio ukuran 1:1 sesuai dengan ketentuan yang berlaku.



Gambar 4. 15 Identitas Warna 2
(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2020)

Warna yang digunakan adalah dominan krem yang dipadu dengan perpaduan antara warna kuning muda, hijau muda dan merah muda. Pemilihan warna ini agar menonjolkan sisi *soft* pada desain. Berikut adalah identitas warna yang digunakan:

Sedangkan pada tipografi penulis menggunakan 2 font berbeda yaitu “DK Lemon Yellow Sun” pada judul dan “Avenir Next Cyr” untuk font pada keterangan teks. Pada judul penulis menggunakan font dengan ukuran 70pt lalu pada sub-judul penulis menggunakan ukuran font 48pt dan pada teks keterangan penulis menggunakan ukuran font 18pt.

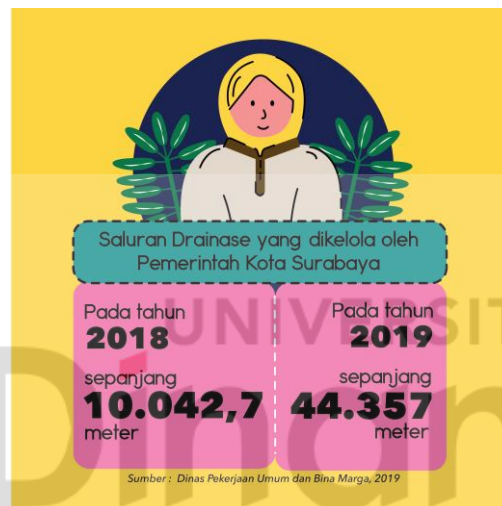


Gambar 4. 16 Font DK Lemon Yellow Sun
(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2020)



Gambar 4. 17 Font Avenir Next Cyr
(Sumber: Dokumnetasi Penulis, 2020)

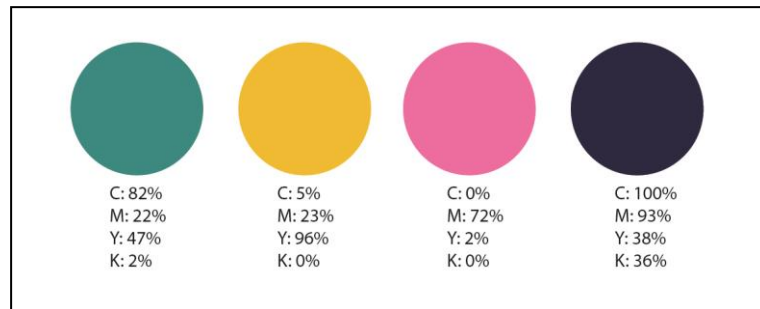
Layout yang digunakan pada infografis suket atau surat keterangan adalah *quadran layout* karena pada tiap bagiannya memiliki ukuran volume yang berbeda-beda dan memberikan tampilan mencolok pada perbedaan yang ada.



Gambar 4. 18 Infografis Drainase
(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2020)

Desain infografis ini dikerjakan menggunakan *software Adobe Illustrator* dengan ratio ukuran 1:1 sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Warna yang digunakan adalah dominan kuning dan hijau tua, warna-warna yang digunakan pada infografis drainase terinspirasi dari unsur elemen yang berhubungan dengan pekerjaan bangunan. Pemilihan warna ini ditujukan agar dapat mengekspresikan isi informasi dengan baik. Berikut adalah identitas warna yang digunakan:



Gambar 4. 19 Identitas Warna 3
(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2020)

Sedangkan pada tipografi penulis menggunakan 2 font berbeda yaitu “Budmo” pada judul dan “Anke” untuk font pada keterangan teks. Pada judul penulis menggunakan font dengan ukuran 92pt lalu pada sub-judul penulis menggunakan ukuran font 77pt dan pada teks keterangan penulis menggunakan ukuran font 21pt.



Gambar 4. 20 Font Budmo
(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2020)

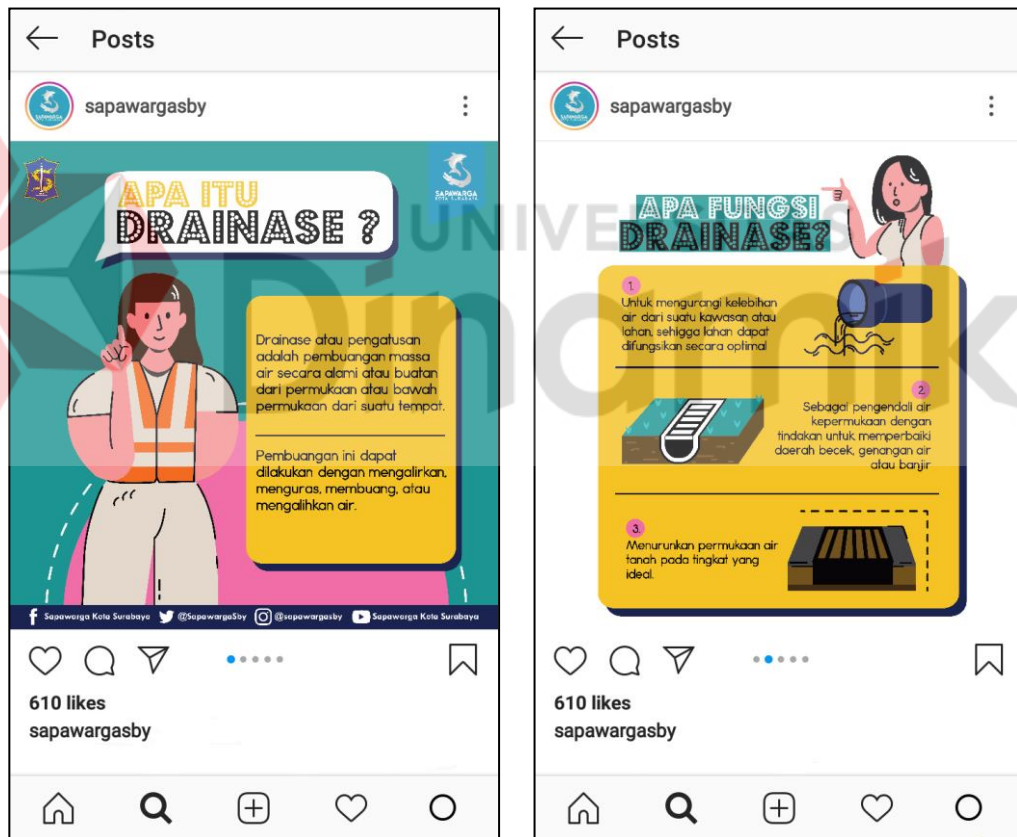


Gambar 4. 21 Font Anke
(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2020)

Layout yang digunakan pada infografis drainase adalah *frame layout* dimana bagian isi atau konteks yang ingin disampaikan dibingkai dalam suatu bentuk yang mengurung teks tersebut. Pada desain *layout* ini digunakan agar pembaca langsung terfokus pada isi.

4.7 Implementasi Karya

Hasil akhir dari karya kemudian di implementasikan pada media sosial Instagram dalam *feed* akun @sapawargasby. Informasi yang disampaikan melalui desain infografis dikemas dengan sebaik dan semenarik mungkin untuk menarik minat pembaca dan penyampaian informasi yang sempurna ditambah dengan visualisasi yang mendukung.



Gambar 4. 22 Tampilan Feed Instagram
(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2020)

Gambar (4.22) merupakan hasil akhir layout yang diimplementasikan pada Instagram. Pada tampilan ini desain infografis diletakkan dalam *multiple post* untuk memberikan kemudahan bagi pembaca serta KOMINFO dalam menyampaikan informasi.



BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berikut adalah beberapa kesimpulan yang didapat oleh penulis dari perancangan desain infografis media informasi instagram di dinas komunikasi dan informatika Kota Surabaya:

1. Dalam merancang suatu desain infografis, desainer diharuskan untuk mengetahui dan memahami isi informasi dari konten yang akan dibuat.
2. Informasi yang didapat desainer tergantung pada kebijakan yang berlaku terhadapnya. Dalam kasus penulis, desain infografis yang dibuat harus mengikuti ukuran dan jumlah standard yang telah ditentukan oleh instansi.
3. Desain infografis yang baik adalah infografis yang mengikuti unsur, prinsip desain selain itu isi informasi yang dibawa pada suatu desain infografis dapat terangkum dan tersampaikan dengan baik serta pembaca dapat memahaminya dengan baik sehingga proses penyampaian informasi berjalan dengan baik.
4. Penggunaan Instagram sebagai media untuk menyalurkan informasi yang terkonsep secara visual tentunya membuat desainer lebih memerhatikan unsur atau elemen yang digunakan pada desain infografis agar menarik.

5.2 Saran

Adapun saran yang dapat penulis berikan kepada instansi setelah melakukan kerja praktik di dinas komunikasi dan informatika Kota Surabaya adalah untuk menggunakan media digital lain sebagai pengantar informasi utama dengan memerhatikan unsur-unsur visual dan isi yang disampaikan agar lebih menarik *interest* sehingga proses penyampaian informasi berjalan dengan cepat, lancar dan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardhanariswari, K. A., & Hendariningrum, R. (2014). Desain Layout dalam Iklan Cetak. *Jurnal Ilmu Komunikasi Vol. 12 No. 3 September-Desember*, 259-266.
- Ati, S., Nurdien, Kristanto, H., & Taufik, A. (2014). *Pengantar Konsep Informasi, Data, dan Pengetahuan*. Universitas Terbuka.
- Dur, B. U. (2014). Data visualization and infographics in visual communication design. *Journal of Arts and Humanities (JAH)*, 39-50.
- Irawan, B., & Tamara, P. (2013). *Dasar-Dasar Desain Untuk Arsitektur, Interior-Arsitektur, Seni Rupa, Desain Produk Industri dan Desain Komunikasi Visual*. Jakarta: Griya Kreasi.
- Kristiyanti, M. (2010). Internet Sebagai Media Pembelajaran Yang Efektif. *Majalah Ilmiah Informatika Vol. 1 No. 1 Januari*, 8-29.
- Kurniasih, N. (2016). Infografis. *Prosiding Makalah Seminar Nasional Juni*, 456-465.
- Liestya, A. (2018). Konsep dan Penggunaan warna dalam infografis. *JURNAL DESAIN Vol. 6 No. 1*, 10-19.
- McQuail, D. (1992). *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Jakarta: Erlangga.
- Muhson, A. (2010). Pengembangan Media Pembelajaran Berbasis Teknologi Informasi. *Jurnal Pendidikan Akuntansi Indonesia Vol. VIII No. 2*, 1-10.
- Nurseto, T. (2011). Membuat Media Pembelajaran Yang Menarik. *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan Vol. 8 No. 1 April*, 19-35.
- Pendit, P. L. (1992). *Makna Informasi: Lanjutan dari Sebuah Perdebatan*. Jakarta: Kesaint Blanc.
- Saptodewo, F. (2014). Desain Infografis Sebagai Penyajian Data Yang Menarik . *JURNAL DESAIN Vol. 1 No. 3 Mei*, 163-218.
- Sari, A. C., Hartina, R., Awalia, R., Irianti, H., & Ainun, N. (2018). *Komunikasi dan Media Sosial*.
- Soenarto, S. (2012). *Media Pembelajaran Teknologi dan Kejuruan*. Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta.

Untari, D., & Fajariana, D. E. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram. *Widya Cipta Vol.2 No.2 September*, 271-278.

Wijaya, P. Y. (1999). Tipografi Dalam Desain Komunikasi Visual. *NIRMANA Vol. 1 No. 1 Januari*, 47-54.



UNIVERSITAS
Dinamika