

*Commercium*. Volume 03 Nomor 01 Tahun 2020, 1 - 5

## TINGKAT EFEKTIVITAS AKUN INSTAGRAM @TIRTOID DI KALANGAN MAHASISWA SURABAYA

**Zaki Zakaria**

Prodi Ilmu Komunikasi, Jurusan Ilmu Sosial, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum  
Universitas Negeri Surabaya  
[zakizakaria@mhs.unesa.ac.id](mailto:zakizakaria@mhs.unesa.ac.id)

### Abstrak

Tirto.id sebagai media yang berjalan di jalur jurnalisme presisi (*precision journalism*) menghasilkan produk jurnalisme yang dapat dibuktikan secara ilmiah terhadap isu yang sedang terjadi di masyarakat. Terdapat 3 dimensi yang menjadi tolak ukur efektivitas akun *Instagram* @tirtoid, yang pertama ialah Daya Tarik yaitu kemampuan Tirto.id untuk menarik perhatian pembaca dengan menonjolkan tampilan, warna, tata letak, penggunaan ikon dan simbol, ilustrasi dan gambar, serta tipografi dalam infografisnya. Kedua ialah Pesan yaitu kemudahan informasi untuk dibaca, unsur persuasi, dan simplifikasi infografis. Ketiga ialah Kredibilitas yaitu tujuan informasi, sumber, relevansi, dan konsistensi dari infografis yang disajikan. Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu dengan metode survei. Data dikumpulkan dengan menggunakan instrumen kuisioner melalui *google form* yang disebarkan kepada 100 responden yang merupakan mahasiswa di Surabaya. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa respon mahasiswa Surabaya terhadap infografis pada akun *Instagram* Tirto.id menunjukkan hasil rata-rata "Sangat Efektif" baik pada ketiga dimensi yaitu pada daya tarik sebesar 70%, pesan sebesar 67%, maupun kredibilitas sebesar 76%. Sehingga dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa tingkat efektivitas infografis pada *Instagram* @tirtoid menunjukkan hasil 'sangat efektif dalam memberikan informasi kepada mahasiswa Surabaya'.

**Kata Kunci: Efektivitas, Tirto.id, Mahasiswa Surabaya**

### Abstract

Tirto.id as a media that runs in the path of precision journalism produces journalism products that can be scientifically proven to the issues that are happening in society. There are 3 dimensions that serve as benchmarks for the effectiveness of @tirtoid *Instagram* account, the first is Attraction that is the ability of Tirto.id to attract the reader's attention by highlighting the appearance, color, layout, the use of icons and symbols, illustrations and images, and typography in the infographic. Second is Message which is the ease of information to read, the element of persuasion, and simplification of infographics. Third is Credibility which is the purpose of information, sources, relevance, and consistency of the infographics presented. This type of research uses a quantitative approach with the survey method. Data were collected using a questionnaire instrument via Google Form which was distributed to 100 respondents who were students in Surabaya. The results of this study indicate that the response of Surabaya students to infographics on the Tirto.id *Instagram* account shows an average result of "Very Effective" in all three dimensions, namely 70% on Attraction, 67% on Messages, and 76% on Credibility. Based on these results, It can be drawn the conclusion that the effectiveness of infographics on *Instagram* @tirtoid shows 'very effective in providing information to Surabaya students'.

**Keyword : Effectiveness, Tirto.id, Surabaya Students**

## PENDAHULUAN

Internet sebagai sumber informasi dan media interaksi bagi khalayak membuktikan bahwa pada saat ini telah memasuki era media baru. Salah satu komponen dari media baru yaitu *Network Society* yang merupakan bentuk sosial yang terjadi dalam organisasi, kelompok, dan komunitas (Dijk, 2006:19). Media baru juga sebagai sarana komunikasi untuk menjalin interaksi, saling memberikan pendapat, bertukar informasi, dan menyajikan informasi kepada khalayak.

Media baru berbeda dengan media konvensional, kedua bentuk media tersebut tidak dapat disamaratakan karena media baru jelas memiliki kecepatan yang efisien dalam memunculkan sebuah interaksi, media baru juga terkenal lebih murah serta lebih cepat sebagai media penyebaran informasi. Semakin cepat informasi tersebut disebarkan, semakin khalayak memiliki kecenderungan lebih untuk memenuhi kebutuhan informasinya setiap hari sehingga media baru banyak dimanfaatkan oleh khalayak masa kini. Salah satu bentuk media baru yaitu internet.

Generasi yang paling banyak mengakses internet ialah generasi milenial. Generasi milenial merupakan golongan dengan rentang usia 20 – 34 tahun yang memiliki penetrasi internet tertinggi dibandingkan kelompok usia lainnya yakni sebesar 58%. Hal tersebut menjelaskan bahwa pengguna media digital akan lebih banyak dan akan terus meningkat setiap tahunnya dikarenakan kebutuhan khalayak akan informasi juga turut semakin bertambah dan dinamis. Fenomena ini membuktikan dalam mengakses media masyarakat lebih dapat menyesuaikan dengan kebutuhan mereka. Media daring atau *online* bersifat dinamis dapat diakses dimanapun, kapanpun dan secara visual lebih menarik dapat menjadi alternatif bagi masyarakat Indonesia untuk memperoleh informasi.

Banyak sekali khalayak dari berbagai macam golongan yang memanfaatkan media sosial sebagai media informasi. Salah satunya ialah golongan mahasiswa sebagai penerus bangsa diharapkan menjadi manusia modern dan dapat memanfaatkan teknologi internet untuk menunjang salah satu Tri Dharma Perguruan Tinggi yaitu melaksanakan pendidikan. Dilansir *robot.id* pada tahun 2016 survei yang dilakukan oleh APJII berdasarkan kategori pekerjaan, menjelaskan bahwa mahasiswa merupakan konsumen internet tertinggi dengan perolehan persentase sebesar 89,7% (<http://www.robot.id>). Mahasiswa merupakan konsumen internet dengan tingkat intensitas cukup tinggi, hal ini dimaksudkan penetrasi informasi akan jauh lebih mudah dilakukan dengan media internet. Mahasiswa saat ini masuk dalam kategori *digital native* yang mana bukan merupakan pengecualian dalam pemanfaatan internet khususnya media sosial.

Salah satu kota yang memiliki cukup banyak universitas di Indonesia ialah Kota Surabaya yang menjadi

kota metropolitan terbesar kedua setelah Kota Jakarta. Populasi di Surabaya saat ini telah mencapai 2,765 juta jiwa (<http://www.bps.go.id>). Sebagai ibukota provinsi Jawa Timur, saat ini Surabaya juga telah menjadi pusat bisnis, industri dan pendidikan di Indonesia. Di sektor pendidikan tercatat terdapat 47 universitas, mencakup universitas negeri maupun swasta, institut, dan sekolah tinggi di Surabaya. Dengan memiliki 47 universitas, dapat membuktikan bahwa Kota Surabaya memiliki cukup banyak golongan *digital native*. Dilansir dari *Visual.ly* media sosial yang paling populer dikalangan *digital native* Surabaya adalah *Instagram* diikuti *Facebook* dan *Twitter* diposisi dua dan tiga. Aktivitas di media sosial paling tinggi digunakan *digital native* untuk melihat berita (81,8%) diikuti unggah foto atau video (76,6%), memberikan tanggapan atau komentar (68,8%), *chatting* (66,2%), memperbarui status (63,0%), dan bermain (43,5%).

Kini, para pemilik media massa juga turut memanfaatkan media sosial *Instagram* sebagai media untuk meningkatkan jangkauan konsumen media. Salah satu portal berita *online* yang memanfaatkan *Instagram* sebagai medium menyampaikan berita berbentuk infografis adalah Tirtoid. Tirtoid dalam unggahan akun *Instagram*nya @tirtoid tidak hanya menyajikan berita-berita saja, namun juga menyajikan berbagai informasi yang berkaitan dengan bermacam-macam bidang, yakni gaya hidup, kesehatan, sosial/budaya, agama, ekonomi, lingkungan, dll. Kontennya dikemas dengan menggunakan infografis menyerupai *e-poster* berisi tentang poin-poin berita yang berbasis data dimana penyajian tersebut telah menjadi ciri khasnya. Setiap harinya akun *Instagram* @tirtoid mengunggah informasi setidaknya 3 unggahan dalam sehari. Hal tersebut dilakukan secara konsisten baik memberikan informasi melalui unggahan *feeds* maupun melalui *Instagram story*. Akun @tirtoid dalam unggahannya menggunakan infografis dengan tujuan agar dapat dengan mudah dipahami oleh pembaca. Tirtoid sebagai media yang berjalan di jalur jurnalisme presisi (*precision journalism*) menghasilkan produk jurnalisme yang dapat dibuktikan secara ilmiah terhadap isu yang sedang terjadi di masyarakat.

## METODE

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif. Metode kuantitatif merupakan penelitian yang digunakan untuk meneliti populasi dan sampel tertentu, mengumpulkan data dengan instrumen penelitian menganalisis data dalam bentuk statistik yang bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiono, 2016:8). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis metode deskriptif untuk mendeskripsikan data. Metode deskriptif merupakan prosedur pemecahan objek masalah penelitian, berdasarkan fakta yang terjadi, kemudian dianalisis dan diinterpretasikan, berupa survei dan studi perkembangan (Syofian, 2011:108). Pengumpulan data menggunakan metode survei melalui penggunaan

seperangkat pertanyaan yang sama dan terstruktur kepada responden yang kemudian diolah serta dianalisis (Prasetyo & Jannah, 2010:143).

Menurut Sugiyono (2014:80), populasi merupakan wilayah generalisasi (keseluruhan) yang terdiri dari subjek atau objek yang memiliki karakteristik tertentu serta kualitas yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk ditarik kesimpulannya. Populasi dari penelitian ini adalah mahasiswa Surabaya yang menerima terpaan infografis akun media sosial *Instagram* Tirto.id. Dikarenakan tidak adanya data yang tersedia dengan karakteristik tersebut, maka penulis memberikan pertanyaan saringan pada kuisioner untuk memperoleh data tersebut. Sehingga dapat disimpulkan bahwa populasi dalam penelitian ini tidak diketahui jumlahnya secara pasti.

Teknik yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini ialah teknik *nonprobability sampling* karena jumlah mahasiswa Surabaya tidak diketahui secara pasti dan pengambilan dengan teknik ini dimana setiap anggota populasi diberikan peluang yang tidak sama untuk dipilih menjadi sampel. Jenis teknik yang digunakan ialah *volunteer sampling* dan *accidental*. Teknik pengambilan sampel dengan *volunteer sampling* atau *sampling sukarela* adalah teknik untuk mengambil sampel berdasarkan sukarela dari responden penelitian dan memenuhi kriteria dalam penelitian. Sedangkan *accidental sampling* adalah teknik dalam pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, dengan artian siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dan termasuk dalam kriteria sampel penelitian. Variabel dalam penelitian ini adalah tingkat efektivitas infografis pada akun *Instagram* Tirto.id.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

Hasil Penelitian berdasarkan jenis kelamin dari penyebaran kuisioner kepada 100 responden dapat dilihat pada diagram berikut ini:

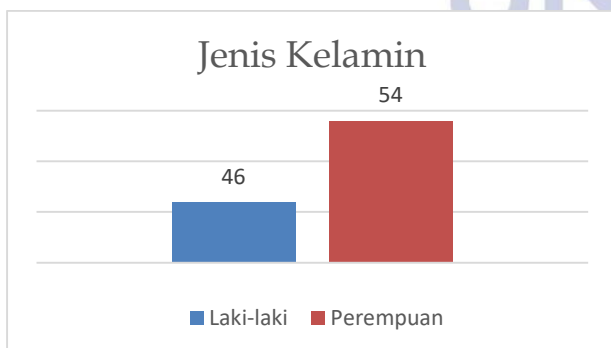


Diagram 1.1 Jenis Kelamin Responden

Berdasarkan pemaparan data dari gambar 4.1 diketahui bahwa sebanyak 54% adalah responden perempuan dan sebesar 46% merupakan responden laki-laki.

Sedangkan hasil penelitian berdasarkan asal universitas dapat dilihat pada diagram berikut ini:

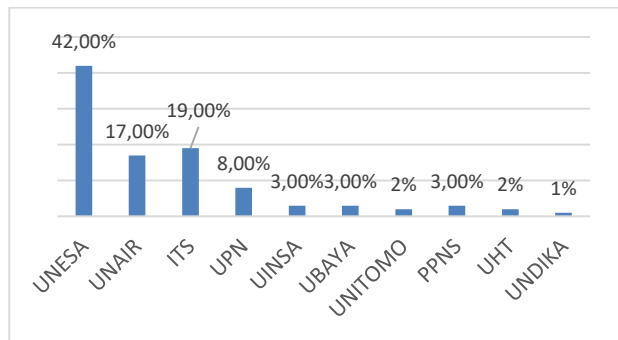


Diagram 1.2 Asal Universitas Responden

Berdasarkan diagram frekuensi di atas, dapat disimpulkan bahwa dari 100 responden, mereka berasal dari 10 universitas berbeda di Surabaya. Data menunjukkan bahwa responden berasal dari Universitas Negeri Surabaya (UNESA) sebanyak 42% dengan total 42 orang, responden yang berasal dari Universitas Airlangga (UNAIR) sebanyak 17% dengan total 17 orang, responden yang berasal dari Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS) sebanyak 19% dengan total 19 orang, responden berasal dari Universitas Pembangunan Nasional (UPN Veteran Jawa Timur) sebanyak 8% dengan total 8 orang.

Selanjutnya responden dengan asal Universitas Islam Negeri Sunan Ampel (UINSA) sebanyak 3% dengan total 3 orang, responden berasal dari Universitas Surabaya (UBAYA) sebanyak 3% dengan total 3 orang, responden berasal dari Universitas Dr. Soetomo (UNITOMO) sebanyak 2% dengan total 2 orang, responden berasal dari Politeknik Perkapalan Negeri Surabaya (PPNS) sebanyak 3% dengan total 3 orang, responden berasal dari Universitas Hang Tuah Surabaya (UHT) sebanyak 2% dengan total 2 orang, terakhir responden berasal dari Universitas Dinamika Surabaya (UNDIKA) sebanyak 1% dengan total 1 orang responden saja.

**Deskripsi Karakteristik Penelitian**

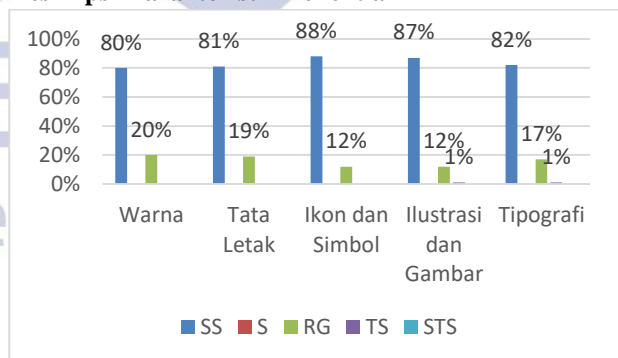


Diagram 1.3 Frekuensi Dimensi Daya Tarik

Berdasarkan diagram frekuensi di atas, dapat disimpulkan bahwa dari kelima indikator, jawaban paling dominan dipilih ialah pada skor sangat setuju. Misalnya pada indikator warna, sebanyak 80% responden menjawab sangat setuju dengan total 80 orang responden, sedangkan sisanya sebanyak 20% dengan total 20 orang responden menjawab ragu-ragu. Pada indikator tata letak, sebanyak 81% dengan total 81 orang responden menjawab sangat setuju, sedangkan sebanyak 19% dengan total 19 orang

responden menjawab ragu-ragu.

Berikut ini merupakan diagram frekuensi dimensi pesan, yaitu:

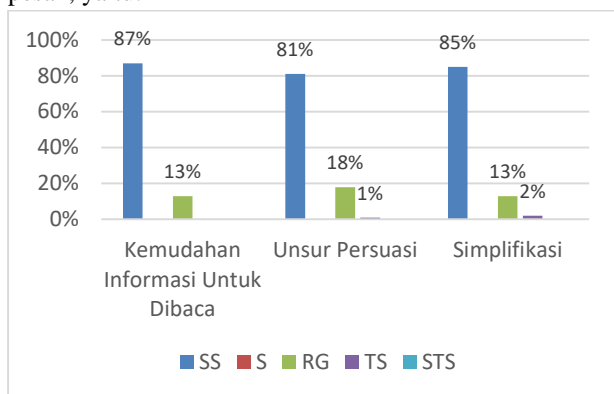


Diagram 1.4 Frekuensi Dimensi Pesan

Berdasarkan diagram di atas, maka dapat dijelaskan secara merinci bahwa skor tertinggi pada dimensi pesan ada pada indikator kemudahan informasi untuk dibaca terdapat jawaban sangat setuju sebanyak 87% dengan total 87 orang responden, sedangkan pada jawaban ragu-ragu terdapat 13% dengan total 13 orang responden. Kemudian pada indikator unsur persuasi, terdapat hasil sebanyak 81% dengan total 81 orang responden menjawab sangat setuju, 18% dengan total 18 orang responden menjawab ragu-ragu, serta 1% dengan total 1 orang responden menjawab tidak setuju.

Berikut ini merupakan diagram frekuensi dari dimensi kredibilitas, yaitu :

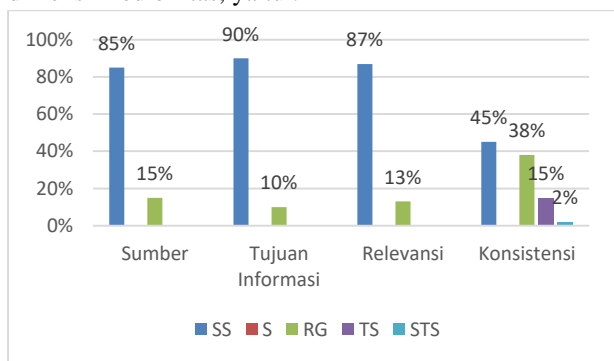


Diagram 1.5 Frekuensi Dimensi Kredibilitas

Berdasarkan diagram di atas, maka dapat disimpulkan bahwa jawaban dominan ada pada skor tertinggi yaitu sangat setuju (5), kemudian disusul dengan skor ragu-ragu (3) dan dilanjut dengan skor tidak setuju (2), terakhir pada skor sangat tidak setuju (1). Penjelasan rincinya ialah pada indikator sumber sebanyak 85% dengan total 85 orang responden menjawab sangat setuju, serta 15% dengan total 15 orang responden menjawab ragu-ragu.

### HASIL PENELITIAN

Berikut ini merupakan penyajian data pada dimensi daya tarik, yaitu:

Interval	Kategori	Frekuensi (F)	Persentase (%)
18 - 43	Tidak Efektif	0	0%
44 - 69	Efektif	30	30%
70 - 95	Sangat Efektif	70	70%
TOTAL		100	100%

Tabel 1.1 Respon Mahasiswa Surabaya Terhadap Infografis pada Instagram @tirtoid dalam dimensi daya tarik

Berdasarkan tabel di atas, maka dapat disimpulkan bahwa infografis pada akun *Instaram* @tirtoid pada dimensi daya tarik menunjukkan hasil yang positif yaitu sangat efektif dengan skor rata-rata mencapai 70%.

Berikut ini merupakan penyajian data pada dimensi pesan, yaitu:

Interval	Kategori	Frekuensi (F)	Persentase (%)
10 - 26	Tidak Efektif	1	1%
27 - 43	Efektif	32	32%
44 - 60	Sangat Efektif	67	67%
TOTAL		100	100%

Tabel 1.2 Respon Mahasiswa Surabaya Terhadap Infografis pada Instagram @tirtoid dalam dimensi pesan

Dari penjelasan di atas maka dapat disimpulkan bahwa infografis pada akun *Instaram* @tirtoid pada dimensi pesan menunjukkan hasil dengan kategori ‘Sangat Efektif’ dengan skor rata-rata mencapai 67%.

Berikut ini merupakan penyajian data pada dimensi kredibilitas, yaitu:

Interval	Kategori	Frekuensi (F)	Persentase (%)
12 - 29	Tidak Efektif	0	0%
30 - 47	Efektif	24	24%
48 - 65	Sangat Efektif	76	76%
TOTAL		100	100%

Tabel 1.3 Respon Mahasiswa Surabaya Terhadap Infografis pada Instagram @tirtoid dalam Dimensi Kredibilitas

Dari penjelasan di atas maka dapat disimpulkan bahwa infografis pada akun *Instaram* @tirtoid pada dimensi kredibilitas menunjukkan hasil positif dengan skor rata-rata tertinggi pada kategori ‘Sangat Efektif’ mencapai 76%.

### PEMBAHASAN

Hasil temuan dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa mahasiswa Surabaya lebih tertarik dengan infografis dalam bentuk ilustrasi dan gambar. Kemudian mahasiswa Surabaya juga menyetujui jika mereka tertarik dengan infografis @tirtoid karena informasi yang disajikan mudah untuk dibaca. Selain itu, mahasiswa Surabaya juga tertarik dengan infografis tirtoid karena tujuan dari informasi yang disajikan meliputi memberikan informasi terbaru, panduan, sosialisasi, dan hiburan sehingga bermanfaat bagi pembaca. Jika dilihat dari hasil per dimensi, dapat diketahui bahwa mahasiswa Surabaya sangat menyetujui bahwa kredibilitas infografis pada akun *Instagram* @tirtoid sangat tinggi sehingga dapat disimpulkan bahwa Tirtoid sangat dipercaya

oleh kalangan mahasiswa di Surabaya. Sama dengan hasil temuan dengan penelitian terdahulu oleh Rini Riyantini, bahwa responden rata-rata sangat setuju jika aspek visual dan informasi yang dikemas menarik dapat membantu memahami informasi berita dengan mudah.

Berdasarkan hasil di atas, maka dapat diketahui bahwa infografis pada akun *Instagram* @tirto.id sangat efektif dalam memberikan informasi pada kalangan mahasiswa Surabaya.

## PENUTUP

### Simpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian ini, maka dapat diketahui bahwa respon dari mahasiswa Surabaya terhadap infografis pada *Instagram* @tirto.id menunjukkan hasil rata-rata 'Sangat Efektif', baik pada ketiga dimensi yaitu pada daya tarik sebesar 70%, pesan sebesar 67%, maupun kredibilitas sebesar 76%. Sehingga dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa tingkat efektivitas infografis pada *Instagram* @tirto.id menunjukkan hasil 'sangat efektif dalam memberikan informasi kepada mahasiswa Surabaya'.

### Saran

Berikut ini merupakan beberapa saran yang diberikan kepada berbagai pihak menurut hasil dari penelitian ini, yaitu:

#### 1. Media Tirto.id

Menurut hasil dari penelitian ini, respon yang didapat dari responden yaitu mahasiswa Surabaya menunjukkan hasil rata-rata positif dengan kategori tertinggi yaitu 'Sangat Efektif' dari tiga dimensi, yaitu daya tarik, pesan, dan kredibilitas. Hasil tersebut dapat diartikan sebagai kemampuan dan ketertarikan mahasiswa di Surabaya dalam memahami informasi yang disajikan dalam infografis Tirto.id. Saran dari penulis agar Tirto.id lebih meningkatkan inovasinya dalam membuat sebuah infografis, salah satu caranya ialah membuat infografis dinamis. Infografis dinamis merupakan infografis dalam bentuk video visual. Sehingga khalayak dapat menerima informasi bukan hanya dari infografis bertipe statis (gambar), namun juga dari infografis dinamis (video). Hal tersebut dilakukan agar dapat menjaga eksistensi media Tirto.id di kalangan masyarakat.

#### 2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Bagi penelitian selanjutnya, dikarenakan penelitian ini hanya menggunakan teori mendasar dari sebuah infografis, maka dapat disarankan untuk mencari tingkat efektivitas media Tirto.id dengan menggunakan metode *in depth interview* agar dapat mengetahui tingkat efektivitas Tirto.id secara lebih rinci dan lebih mendalam.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro. 2004. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Budiargo, Dian. 2015. *Berkomunikasi ala Net Generation*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo Kompas

Gramedia.

Dijk, Van. 2006. *The Network Society*. London: SAGE Publications.

Effendy, Onong Uchjana. 2007. *Ilmu Komunikasi (Teori dan Praktek)*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Krum, Randy. 2013. *Cool Infographics: Effective Communication with Data Visualization and Design*. New Jersey: Wiley.

Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Siosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

White, Jan V. 1982. *Editing by Design*. United States of America: R.R Bowker Company.