

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu disini menjadi salah satu acuan peneliti dalam melakukan penelitian sehingga peneliti dapat memperkaya teori yang akan digunakan dalam membuat penelitian ini. Berikut merupakan kajian literatur penelitian serupa terdahulu:

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No.	Judul Penelitian Penulis Tahun	Afiliasi Universitas	Metode Penelitian	Kesimpulan	Saran	Perbedaan dengan skripsi ini
1	Keberagaman Makna Pembaca: Analisis Resepsi Infografis Media Online Tirto.id Vicentius Dimas Sanubari 2023	Universitas Katolikus Soegijapranata	Analisis Resepsi	Dalam penelitian ini, disimpulkan bahwa para informan menganggap infografis sebagai cara penyajian informasi yang mudah dipahami dan memiliki daya tarik visual yang khas. Dengan demikian, infografis secara tidak langsung menjadi elemen unik dalam produk jurnalistik.	Saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini adalah memfokuskan terhadap bentuk infografis mana yang paling banyak menarik minat baca di indonesia sehingga dapat dilakukan secara konsisten untuk mempertahankan minat baca di indonesia	Pada penelitian ini berfokus kepada pemilihan tema infografis dengan melihat bagaimana tanggapan yang diberikan oleh para khalayak yang dapat dilihat melalui <i>like, comment, dan share.</i>
2	Tingkat Kepercayaan Generasi Z Terhadap Berita Infografis dan Berita Ringkas di Media Sosial Stefaiani Emasurya Indrajaya & Lukki Lukiawati 2019	Universitas Diponegoro	Analisis isi kuantitatif	Minat pembaca terhadap berita infografis di akun Instagram terverifikasi hanya mempengaruhi 36,4% tingkat kepercayaan terhadap berita daring yang mereka baca. Sementara itu, berita ringkas hanya memberikan pengaruh sebesar	Saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini adalah memfokuskan informasi mengenai pemberitaan infografik dengan menggunakan tipe pembawaan yang ringan namun poin penting dalam berita tersebut	Penelitian ini berfokus kepada pengemasan berita infografis pada akun sosial media instagram Tirto.id, dengan melihat bagaimana tanggapan masyarakat terhadap berita infografis melalui <i>like, comment, dan share.</i>

			28,0%. Generasi Z, sebagai konsumen utama berita daring di media sosial, cenderung tidak mempercayai berita politik yang mereka baca selama masa kampanye di Indonesia pada bulan Februari hingga April, disebabkan oleh karakter kritis generasi mereka serta tingginya jumlah informasi dan bias media.	tidak hilang sehingga generasi Z dapat mempercayai infografik tersebut dengan mudah.		
3	Penggunaan Infografis Pada Akun Instagramtirtoid Sebagai Strategi Cross-media Retno Nurul Aisyah, Efi Fadilah, dan Nuryah Asri Sjafrirah 2020	Universitas Padjadjaran	Studi Kasus	Keputusan Tirtoid untuk menggunakan infografis sebagai bentuk konten di akun Instagram mereka didasarkan pada empat pertimbangan: segmentasi audiens, sifat dan karakteristik platform, kemudahan produksi, serta karakter perusahaan. Peneliti menilai bahwa keempat pertimbangan ini sejalan dengan prinsip utama strategi crossmedia, yang menekankan pada pentingnya kesesuaian antara media yang dipilih dengan konten yang disajikan.	Saran yang dapat diberikan pada penelitian ini adalah peneliti dapat lebih memfokuskan kepada strategi yang diterapkan oleh Tirtoid untuk lebih dapat menjelaskan bagaimana strategi yang dijalankan oleh tirtoid.	Pada penelitian ini berfokus kepada pemilihan tema infografis dengan melihat bagaimana tanggapan yang diberikan oleh para khalayak yang dapat dilihat <i>like</i> , <i>comment</i> , dan <i>share</i> .

Sumber : Olahan Peneliti

Berdasarkan ketiga penelitian terdahulu yang telah dimasukkan dan dijelaskan kedalam tabel diatas menjadi acuan bagi peneliti dalam melakukan penelitian ini, yakni pertama dengan judul Keberagaman Makna Pembaca: Analisis Resepsi Infografis Media Online Tirtoid, dapat diketahui bahwa penggunaan

metode penelitian ini berbeda dengan yang digunakan peneliti dimana dalam penelitian ini peneliti menggunakan analisis resepsi dalam penelitiannya sedangkan peneliti menggunakan analisis isi kuantitatif. Adanya temuan penting dalam penelitian ini dimana pemberitaan melalui infografis memudahkan para pembaca, namun pendapat dari setiap pembaca beragam sehingga memberikan pemaknaan yang berbeda hal ini dapat terjadi karena adanya beberapa faktor seperti pengalaman hidup dan latar belakang sosial.

Kedua, penelitian dengan judul Tingkat Kepercayaan Generasi Z Terhadap Berita Infografis dan Berita Ringkas di Media Sosial, dapat diketahui bahwa media yang digunakan sebagai alat penelitian ini sama dengan media yang digunakan oleh peneliti yaitu melalui media sosial instagram. Lalu, dalam penelitian menggunakan metode penelitian yang sama dengan peneliti yaitu dalam penelitian ini menggunakan metode analisis isi kuantitatif. Hal yang menjadi perbedaan dalam penelitian ini dengan peneliti adalah fokus penelitiannya, dimana peneliti berfokus kepada infografis pada akun instagram Tirto.id, sedangkan pada penelitian ini berfokus kepada pemberitaan yang diberikan oleh akun resmi instagram. Adanya temuan penting dalam penelitian ini dimana berita infografis dapat mempengaruhi tingkat kepercayaan masyarakat terhadap berita online sebesar 36,4%, sedangkan untuk berita ringkas dapat memberikan pengaruh hingga 28%, namun hasil ini tetap menunjukkan bahwa generasi Z tetap tidak mempercayai berita online melalui infografis ataupun berita ringkas.

Ketiga, penelitian dengan judul Penggunaan Infografis Pada Akun *Instagram* tirtoid Sebagai Strategi Cross-media, dapat diketahui dapat diketahui bahwa media yang digunakan sebagai alat penelitian ini sama dengan penelitian peneliti yaitu melalui instagram Tirto.id. Sedangkan pada metode penelitian menggunakan metode yang berbeda dengan peneliti, dalam penelitian ini menggunakan analisis isi kualitatif dengan menggunakan studi kasus sebagai pendekatan yang dilakukannya. Adanya temuan penting dalam penelitian ini dimana proses produksi konten infografis yang dibuat oleh Tirto.id terdiri dari enam tahapan yaitu, rapat perencanaan, pembuatan brief, visualisasi brief, editor approving, penjadwalan dan pengunggahan, serta laporan dan evaluasi, selain itu pada penelitian ini juga menjelaskan bahwa Tirto.id menerapkan strategi *cross-*

media dalam distribusi dan pengembangan konten infografis nya, melalui prinsip *reuse, repackaging, dan recreate*.

Kebaruan yang dapat ditawarkan terkait penelitian ini adalah peneliti telah menyortir 3.198 jumlah postingan keseluruhan yang terdapat pada akun instagram @tirto.id periode januari-september 2024, dan memiliki total jumlah berita infografis sebanyak 311 total postingan sejak januari-september 2024. Postingan infografis kembali dipisahkan berdasarkan kategori postingan yaitu Sosial, Politik, Tokoh, Olahraga, dan Otomotif. Postingan berita infografis yang di sebarakan oleh akun instagram @tirto.id ini sendiri memiliki pesan yang dipercaya oleh para pembacanya, sehingga mempunyai pengaruh besar bagi para seluruh pembacanya terutama para remaja hingga dewasa. Lalu, memberikan dan menampilkan konten pemberitaan infografis secara positif.

2.2. Teori dan Konsep

2.2.1. Jurnalisme Online

Jurnalistik online adalah proses peliputan, penulisan, dan penyebaran informasi melalui media massa yang di dalamnya berisikan penjelasan ringkas dan praktis. Jurnalisme sendiri merupakan sebuah aktivitas untuk mencari informasi yang akurat mengenai suatu peristiwa, dimana informasi yang diperoleh dikemas dalam bentuk digital setelahnya disebarluaskan kepada publik. Jurnalisme Online atau *Online Journalism* merupakan sebuah pergerakan baru setelah jurnalistik konvensional (jurnalistik media cetak). Jurnalisme online biasa disebut juga dengan *cyber journalism*, jurnalistik internet, dan jurnalistik web.

Jurnalisme online sendiri memiliki banyak istilah, yaitu jurnalistik, online, internet, dan website. Dapat dipahami jika Jurnalisme memiliki berbagai proses seperti peliputan, penulisan, dan penyebarluasan informasi yang aktual atau berita melalui media massa. Dalam Online sendiri dipahami sebagai sebuah keadaan konektivitas atau ketersambungan yang berpacu kepada internet atau *World Wide Web* (WWW.). Hal ini mengartikan bahwa menggunakan internet, informasi dapat diakses kapan pun. Pada Internet dapat diartikan sebagai jaringan antar koneksi,

yang berarti sistem jaringan yang saling terhubung, maka dari itu jaringan tersebut lah apa yang terdapat pada komputer dapat diakses oleh orang lain melalui komputer lainnya, dengan internet menghasilkan sebuah media online yang dikenal utamanya sebagai website. Dan pada Website sendiri merupakan sebuah halaman utama yang mengandung konten (media), termasuk teks, video, gambar, dan audio, sehingga website dapat diakses melalui internet.

2.2.2. Infografis

Dalam perkembangan teknologi terdapat peranan penting internet dalam menyebarluaskan pemberitaan melalui media sosial. Pertumbuhan Internet sebagai media yang memiliki penyebaran informasi tinggi menunjukkan bahwa masyarakat saat ini lebih memilih untuk mengakses berbagai konten dan hiburan dengan menggunakan kecanggihan media digital. Keberadaan internet sebagai media memberikan dampak yang cukup tinggi dengan menunjukkan bahwa masyarakat semakin nyaman dalam mengakses berbagai konten melalui media digital, bukan hanya media cetak (Fatul Qorib, 2020).

Perkembangan teknologi membuat mudahnya penyebaran berita sehingga untuk mengetahui bahwa berita tersebut berisikan fakta atau tidak diperlukan data untuk memperjelas berita yang disampaikan kepada masyarakat adalah berita yang akurat, salah satu bentuk data yang dapat disampaikan adalah dalam bentuk Infografis.

Pada jurnal Syam dan gaffar (2022), Kurniasih mengatakan bahwa infografis merupakan sebuah penggambaran dalam bentuk gagasan, informasi, data, ataupun pengetahuan dengan melalui grafis, jadwal, bagan, dan bentuk lainnya untuk menyampaikan informasi sehingga tidak hanya diberikan dalam bentuk teks saja namun tetap memiliki nilai visual yang tinggi sehingga dapat menarik pembaca.

Sedangkan Menurut Mufti (2016) Pada jurnal Syam dan gaffar, menemukan bahwa infografis merupakan sebuah media yang efektif digunakan dengan maksud menyampaikan informasi di era digital ini. Media pembelajaran melalui infografis dinilai sangat cocok untuk para pekerja dikarenakan untuk memberikan informasi

yang lebih mudah dipahami dan tidak memakan waktu yang banyak untuk mengingatnya sehingga lebih efektif untuk diterapkan. Hal ini menjadi keunggulan dari infografis karena memiliki daya tarik visual yang menarik, konsisten, efektif, dan juga efisien.

Di tengah perkembangan teknologi media, penggunaan infografik semakin sering digunakan dan tidak terbatas pada jenis medianya, salah satu contoh penggunaan infografik terdapat pada halaman web dan layanan media sosial. Tidak hanya berita, namun banyak kajian yang menggunakan infografik saat membahas sesuatu. Kajian-kajian ini biasanya banyak membahas mengenai efektivitas penggunaan infografik sebagai salah satu media penyampai informasi salah satunya dalam jurnalisme. Adapun tujuan dibuatnya infografis adalah yang pertama, untuk mengkomunikasikan pesan yang kompleks menjadi sebuah pesan yang lebih sederhana sehingga mudah untuk dimengerti dan tidak menghabiskan banyak waktu saat membaca. Kedua, dapat menjelaskan data lebih mudah sehingga pemberitaan infografis tidak terlihat membosankan. Ketiga, pemberitaan infografis dapat memonitor secara periodik setiap parameter perubahan (Nuning, 2016).

Infografis juga memiliki tipe-tipe dalam penyampaiannya sehingga masyarakat dapat mengerti ke arah mana pesan tersebut disampaikan. Terdapat 12 tema infografis yang dapat digunakan menurut Puan Samisara yaitu, Politik, Budaya, Kesehatan, Tokoh, Ekonomi, Teknologi, Hukum, Psikologi, Pendidikan, Gender, SARA, dan *Entertainment*. Pada tema politik menjelaskan bagaimana informasi disampaikan dengan memiliki keterkaitan dengan isu-isu dunia politik dengan cara yang menarik dan informatif. Biasanya dalam tema ini membahas terkait pemilihan umum, kebijakan publik, maupun dinamika partai politik. Kedua pada tema budaya, membahas mengenai penyampaian informasi melalui aspek budaya yang termasuk ke dalam tradisi, seni, adat istiadat, serta kepercayaan masyarakat sehingga infografis ini memiliki tujuan untuk mengedukasi serta memperkenalkan keberagaman budaya. Ketiga pada tema kesehatan, penyampaian infografis dapat dilakukan dengan memberikan edukasi ataupun informasi terkait berbagai macam aspek kesehatan dimulai dari pola hidup sehat, penyakit, perawatan tubuh, dan nutrisi sehingga infografis ini memiliki tujuan untuk selalu mengingatkan kesadaran serta pemahaman para masyarakat mengenai pentingnya

menjaga kesehatan tubuh. Keempat, pada tema tokoh biasanya menjelaskan terkait individu seseorang yang memiliki peranan penting dan berpengaruh pada bidangnya, seperti politik, budaya, seni, agama, maupun sains. Infografis dengan tema ini biasanya bertujuan mengedukasi masyarakat mengenai seberapa besarnya kontribusi tokoh tersebut, ataupun membahas perjalanan hidupnya. Kelima, infografis terkait tema ekonomi biasanya membahas mengenai bagaimana pertumbuhan ekonomi, kebijakan finansial, pasar kerja, dan tren industri. Tujuan dari tema ekonomi ini untuk dapat meningkatkan pemahaman masyarakat terkait isu-isu ekonomi yang relevan dan memiliki dampak terhadap kehidupan sehari-hari.

Keenam, pada tema teknologi membahas terkait inovasi, perkembangan, serta tren pada dunia teknologi. dalam infografis ini memiliki tujuan untuk memberikan pemahaman kepada masyarakat terkait bagaimana teknologi dapat memberikan pengaruh besar terhadap kehidupan kita. Ketujuh, pada infografis tema hukum tidak berbeda jauh dengan tema politik. Tema hukum lebih berfokus kepada aspek hukum, seperti undang-undang, proses keadilan, dan hak-hak individu, sehingga dalam penggunaan tema ini berguna untuk meningkatkan pemahaman masyarakat terkait bagaimana sistem hukum berlaku. Kedelapan, pada tema psikologi membahas terkait informasi mengenai konsep, teori, serta isu-isu dalam psikologi, hal ini bertujuan untuk memberikan edukasi kepada masyarakat untuk mengerti lebih lanjut terhadap gejala-gejala yang terjadi kepada seseorang yang memiliki masalah terhadap psikologi nya, sehingga nantinya dapat membantu seseorang yang membutuhkan bantuan. Kesembilan, pada tema pendidikan membahas informasi terkait dunia pendidikan dengan membahas bagaimana aspek pendidikan, sistem pendidikan, maupun metode pembelajaran yang dilakukan, serta tantangan yang dihadapi dalam sektor pendidikan, sehingga hal ini dapat memberikan pemahaman tinggi kepada masyarakat terkait pentingnya pendidikan saat ini. Kesepuluh, pada tema gender membahas mengenai penyampaian informasi mengenai kesetaraan gender, peran gender dalam masyarakat, serta bagaimana tantangan yang dihadapi jika terjadi kesenjangan sosial. Tema ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat terkait pentingnya tidak membanding-bandingkan gender sehingga dapat memberikan kesetaraan dan

keadilan gender. Kesebelas, pada tema SARA membahas mengenai isu-isu terkait suku, agama, ras, dan antargolongan, sehingga munculnya infografis ini bertujuan untuk memberikan pemahaman terkait pentingnya toleransi, penghargaan terhadap keragaman, serta upaya penghindaran terjadinya konflik yang berbasis SARA. dan yang terakhir keduabelas, pada tema entertainment membahas mengenai berbagai macam aspek hiburan dimulai dari film, seni, musik, dan budaya sehingga pada tema ini dapat memberikan edukasi terkait tren, genre, dan pengaruh yang diberikan oleh dunia hiburan kepada masyarakat.

2.2.3. Pesan dalam Infografis

Pesan merupakan sebuah cara dari komunikator untuk dapat menyampaikan sesuatu kepada komunikan (khalayak) baik secara langsung maupun melalui media. Pesan biasanya diikuti oleh motif komunikator, hal ini mengartikan setiap pesan yang bersifat intensional memiliki tujuannya tersendiri, sehingga tujuan tersebut dapat digunakan untuk mencapai kekuasaan, baik dalam bentuk kekuasaan secara sosial, politik, ekonomi, maupun budaya (Andrik, 2017). Pesan sendiri terdiri dari kumpulan tanda-tanda yang dikelola berdasarkan kode-kode tertentu yang dilakukan dengan cara menukarkan informasi antara komunikator dan komunikan melalui saluran. Hingga melalui perubahan zaman, pesan menjadi sumber informasi utama yang dapat dilakukan melalui berbagai cara terutama dalam penggunaan media, dapat dilakukan melalui media cetak, elektronik, maupun media online.

Melalui perkembangan teknologi, infografis saat ini menjadi salah satu cara untuk meningkatkan minat para pembaca di Indonesia, terutama pada kalangan generasi Z. Hal ini dapat terjadi karena jenis informasi yang disajikan melalui gambar lebih mudah diterima dibandingkan dengan teks. Masyarakat akan lebih cepat jika memproses informasi yang disampaikan ditunjukkan menggunakan gambar sehingga otak dapat memproses informasi tersebut secara sekaligus, sedangkan informasi yang disampaikan melalui teks akan diproses secara linear. Tujuan menggunakan infografis adalah untuk memberikan komunikasi melalui tiga kategori yaitu menginformasikan, menghibur, dan membujuk audiens. (Ariefika, 2018).

Terdapat tiga aspek penting dalam menyampaikan pesan melalui infografis yaitu adalah harus memiliki daya tarik, komprehensi, dan retensi. Pertama, daya tarik merupakan aspek yang paling utama dikarenakan visual akan menjadi tanggapan utama bagi khalayak untuk merasa tertarik atau tidaknya dalam membaca infografis tersebut. Kedua komprehensi merupakan sebuah respon yang diberikan oleh khalayak saat melihat bentuk infografis pertama kali. Dalam melakukan rancangan infografis tidak hanya berfokus kepada bagaimana dapat membuat infografis menjadi menarik, namun harus memikirkan bagaimana pesan infografis dapat disukai dan dipahami oleh khalayak. Ketiga, retensi merupakan sebuah bentuk visualisasi yang dapat membantu khalayak untuk terus mengingat informasi yang disampaikan pada infografis.

Dalam infografis sendiri memiliki beberapa jenis cara dalam melakukan penyampaian beritanya. Mayank Yuvaraj menyebutkan bahwa terdapat 5 tipe infografis yaitu, *Informational*, *Mix Charts*, *Comparison*, *Timeline*, dan *Motion*. *Informational* sendiri merupakan sebuah infografis yang dirancang untuk menyampaikan sebuah informasi secara jelas dan efektif sehingga mudah diterima oleh para pembacanya. Pada tipe *informational* ini menyajikan data, fakta, serta statistik dalam bentuk format pengemasan visualisasi yang menarik. Kedua, pada tipe *mix charts*, merupakan sebuah jenis grafik yang menggabungkan beberapa jenis data sehingga dalam penyampaiannya bersifat lebih kompleks sehingga pada tipe ini lebih sering menggunakan berbagai elemen layaknya sebuah diagram batang, diagram garis, maupun pie charts dalam satu berita infografis. hal ini dilakukan untuk memberikan gambaran kepada para pembaca mengenai sebuah data yang lebih komprehensif. Ketiga, infografis *comparison* merupakan sebuah tipe infografis yang dirancang untuk membandingkan dua atau lebih melalui sebuah elemen atau data dengan cara yang lebih jelas dan terstruktur, sehingga tipe ini dapat memudahkan audiens dalam memahami perbedaan maupun kesamaan serta hubungan antara data yang dibandingkan. Keempat, pada tipe *timeline* merupakan sebuah bentuk visualisasi yang menggambarkan bagaimana urutan peristiwa atau perkembangan tersebut dapat terjadi dalam bentuk kronologis, sehingga pada penggunaan tipe *timeline* ini dapat memudahkan audiens untuk memahami bagaimana peristiwa tersebut terjadi. Dan kelima, tipe *motion* sendiri merupakan

sebuah bentuk infografis yang ditunjukkan dengan menggunakan animasi dalam penyampaiannya, sehingga dengan pemanfaatan gerakan dapat menarik perhatian audiens dan lebih mudah dalam menjelaskan konsep maupun data dengan cara yang dinamis dan menarik.

2.2.4. Instagram

Instagram adalah sebuah aplikasi yang saat ini menjadi salah satu bagian dari media sosial yang sangat banyak digunakan oleh para khalayak dari berbagai macam kalangan, Instagram sendiri merupakan aplikasi dikhususkan kepada khalayak untuk berbagi foto dan video dengan tujuan untuk menunjukkan perasaan yang sedang dirasakan oleh diri atau untuk mendapatkan pengakuan dan aktualisasi diri, sehingga dapat dilihat oleh pengguna Instagram lainnya (Sheillaroska, 2021). Kata Instagram sendiri berasal dari kata “*insta*” yang memiliki arti *instant*, sedangkan kata “*gram*” berasal dari Telegram. Dilihat dari kata-kata tersebut, dapat disimpulkan nama Instagram memiliki arti menginformasikan atau membagikan momen melalui foto-foto yang telah didapatkan untuk ditunjukkan kepada orang lain dengan cepat (Kertamukti, Instagram dan Pembentukan Citra, 2015).

Selain dapat menunjukkan foto dan video dalam aplikasi instagram, pada aplikasi instagram ini juga memberikan fitur layaknya penerapan *filter* digital, hal ini dilakukan untuk memberikan kesan lebih dalam foto ataupun video yang hendak di upload pada jejaring sosial, termasuk yang terdapat pada instagram itu sendiri (Agustina, 2016), tidak hanya dapat memberikan penerapan filter dalam foto maupun video saja, Instagram juga dapat memberikan fitur pemotongan foto dengan berbagai macam rasio, seperti persegi yang dapat membuat foto seakan-akan dihasilkan melalui kamera *Polaroid* (Rezky, 2020). Tidak hanya itu, terdapat juga fitur yang disediakan oleh Instagram untuk konten *audio visual*, seperti *Reels*, *Instagram Live*, dan *Instastory* (Kertamukti, Nugroho & Wahyono, 2018).

Aplikasi Instagram yang dirilis pada bulan Oktober tahun 2010, ini didirikan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger. Sebelum memasuki cara penggunaannya, aplikasi Instagram ini harus terlebih dahulu di *install* melalui aplikasi *Google Play* maupun *Apple Store*. Instagram sendiri termasuk kedalam salah satu bagian dari

komunikasi visual yang seringkali digunakan sebagai media untuk membangun citra penggunaannya terhadap khalayak (Innova, 2018).

Pada (Sholihah, 2018), dalam aplikasi instagram terdapat fitur-fitur yang dapat digunakan oleh publik untuk dapat menyebarkan informasi, diantaranya adalah:

1. *Upload* Foto dan Video

Upload foto dan video menjadi fitur karakteristik dari instagram itu sendiri. Dengan mengunggah foto dan video, pengguna nya dapat menyebarkan informasi dalam bentuk visual maupun audio visual yang nantinya akan muncul pada *homepage* dari para pengikut atau *follower*.

2. *Caption*

Fitur selanjutnya adalah *caption*, *caption* digunakan oleh pengguna instagram untuk menjelaskan atau mengutarakan suatu perasaan melalui foto atau video yang di *upload* para pengguna nya, sehingga publik yang melihat dapat tertarik untuk melihat *posting-an* yang disebarkan oleh pengguna nya.

3. *Hashtag*

Fitur hashtag pada instagram berfungsi untuk memberikan kemudahan kepada para pengguna untuk mengelompokkan foto dan video yang telah di post sehingga memudahkan para pengguna instagram lainnya untuk menemukan foto atau video yang ingin mereka lihat.

4. *Like*

Fitur *like* merupakan fitur yang berguna sebagai pengungkapan sebuah ekspresi atau ketertarikan para pengguna instagram terhadap suatu *post* yang dirasanya menarik ataupun sesuai dengan yang disukainya.

5. *Comment*

Pada fitur *comment* menjadi salah satu fitur pelengkap untuk memberikan para publik menunjukkan tanggapan atau perasaannya terhadap sebuah *post* yang menarik perhatian bagi mereka.

6. *Explore*

Pada fitur *explore* sendiri berfungsi untuk membiarkan para pengguna nya mencari akun maupun *hashtag* yang ingin dilihatnya. Tidak hanya dapat mencari akun ataupun *hashtag*, namun *explore* juga dapat membiarkan pengguna untuk melihat konten lainnya yang belum pernah dilihat menyesuaikan dengan *posting-an* serupa yang sering dilihatnya.

7. *Instagram Stories*

Merupakan fitur yang membiarkan para penggunanya untuk mengupload foto maupun video dengan durasi 1-60 detik, namun tidak bersifat selamanya, namun hanya bertahan selama 24 jam.

8. *Live Instagram*

Fitur *live* instagram merupakan sebuah fitur yang memberikan pengguna nya untuk melakukan siaran langsung dengan maksud untuk melakukan interaksi kepada sesama pengguna instagram, selain itu pengguna instagram yang menonton *live* tersebut dapat memberikan reaksi serta komen yang dapat dilihat oleh pengguna yang melakukan *live*.

9. *Direct Message*

Pada fitur *Direct Message* atau biasa yang diketahui oleh para pengguna nya adalah DM, memberikan akses kepada para pengguna untuk melakukan interaksi kepada sesama pengguna instagram secara *private*.

10. *Archive*

Dan terakhir terdapat fitur *Archive* yang berguna untuk menyembunyikan suatu *post* yang sebelumnya sudah pernah di *upload* sehingga para

pengguna diberikan kemudahan jika ingin kembali melihat *post* yang sebelumnya sudah di *upload*, dan fitur *archive* ini berlaku terhadap *posting-an* foto, video dan *instagram stories*.

2.2.5. Tanggapan Pembaca Infografis

Tanggapan merupakan sebuah reaksi ataupun sebuah respon seseorang terhadap sebuah pernyataan, situasi, maupun stimulus tertentu. Tanggapan dapat berupa sebuah perasaan, pendapat, atau tindakan yang dilakukan setelah mendapatkan informasi. Tidak hanya itu tanggapan juga dapat mewakili perasaan emosional seseorang, seperti merasa senang, marah, atau kecewa. Dalam konteks komunikasi, tanggapan sendiri memiliki peranan penting untuk tetap menjaga interaksi yang konstruktif.

Tanggapan dalam media sosial dapat merujuk kepada reaksi seorang pengguna media sosial terhadap konten yang diunggah, layaknya sebuah foto, video, maupun hanya sebatas komentar saja. Sebuah tanggapan dalam media sosial dapat dilihat melalui komentar seperti, seorang pengguna yang dapat memberikan pendapatnya ataupun perasaannya yang berkaitan dengan sebuah konten. Selain melalui komentar, tanggapan pada media sosial juga dapat dilakukan dalam bentuk *like* ataupun *reaction*, sehingga seorang pengguna media sosial dapat menunjukkan perasaannya dengan cara yang lebih jelas sehingga pengguna media sosial lainnya juga mengerti apa yang sedang dirasakannya.

Sedangkan tanggapan pembaca infografis pada media sosial salah satunya melalui instagram dapat dilihat melalui jumlah banyak *like*, *comment*, dan *share*. Sebagaimana setiap konten dapat menunjukkan ketertarikan para khalayak melalui jumlah konten yang paling sering mendapatkan *like*. Seperti pada penjelasan diatas melalui jumlah *like*, Tirto.id dapat mengkategorisasikan *posting-an* infografis dengan tema apa yang paling disukai oleh para pengguna instagram, serta untuk memperkuat hasil yang di dapatkan melalui *comment* dan *share* dapat menjadi pendukung untuk melihat seberapa tertariknya khalayak terhadap *posting-an* infografis.

Pada tanggapan pembaca dapat dilihat melalui jumlah Like, Comment, dan Share yang terdapat pada sebuah postingan. Hal ini dapat menjadi sebuah tolak ukur untuk dapat mengetahui bagaimana tanggapan yang diberikan oleh masyarakat seperti, melalui tema apa saja dapat menarik perhatian masyarakat, dan tipe infografis seperti apa yang dapat menarik perhatian masyarakat, dapat dilihat melalui seberapa besarnya tanggapan yang diberikan. Selain itu, bentuk tanggapan yang diberikan oleh masyarakat dapat ditunjukkan melalui kategorisasi Tinggi, Sedang, maupun Rendah nya sebuah tanggapan pada sebuah postingan.

2.2.6. Definisi Konsep

Tabel 2.2 Definisi Operasional

No	Dimensi	Indikator	Refrensi
1	Kuantitas	Tinggi (68% - ≤ 100%) Sedang (34% - ≤ 67%) Rendah (0 - ≤ 33%)	
2	Tema	Politik Budaya Kesehatan Tokoh Ekonomi Teknologi Hukum Psikologi Pendidikan Gender SARA	Puan Samisara (2020)
3	Tipe	Entertainment Informational Mix Charts Comparison Timeline Motion	Mayank Yuvaraj (2017)
4	Tanggapan Pembaca	Like Comment Share	

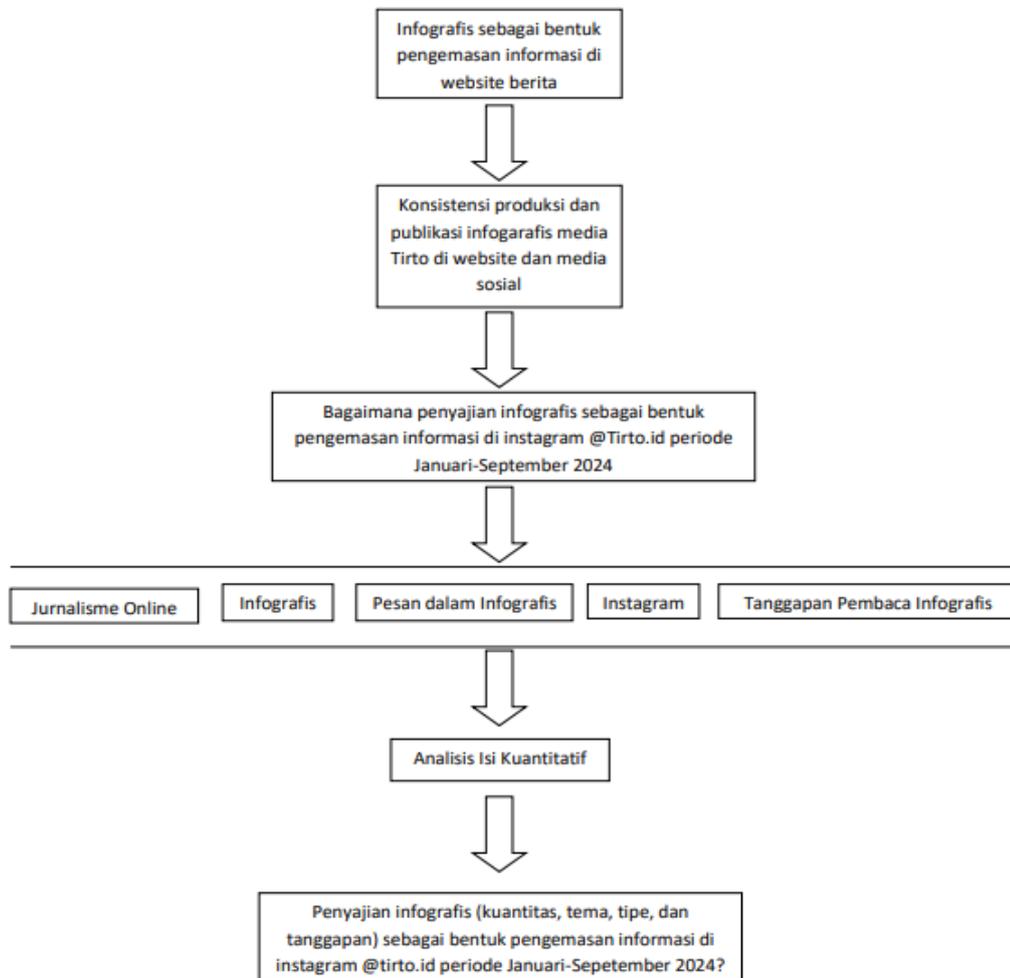
Sumber : Olahan Peneliti

Pada penelitian ini menguraikan beberapa konsep yang digunakan sebagai indikator penelitian menjadi empat dimensi yaitu kuantitas, tema, tipe, dan tanggapan pembaca. Dimensi durasi berasal dari konsep banyaknya posting-an infografis yang berada pada akun instagram @tirto.id perbulannya dalam rentang waktu januari-september 2024. Lalu pada dimensi tema dimana infografis akan dibagi menjadi 12 tema yaitu politik, budaya, kesehatan, tokoh, ekonomi, teknologi,

hukum, psikologi, pendidikan, gender, SARA, dan entertainment, sehingga para pembaca dapat membedakan tema yang dipilih pada penelitian ini.

Pada dimensi tipe terdapat lima jenis infografis yaitu informational, mix charts, comparison, timeline, dan motion. Pada tipe informational menjelaskan konten infografis bersifat penyajian data yang berfokus kepada pemberian informasi yang jelas serta ringkas, sehingga memudahkan pembaca untuk menerima informasi yang disampaikan. pada tipe Mix Charts menjelaskan konten infografis yang ditunjukkan merupakan gabungan antara bentuk grafik dan informasi yang ditunjukkan pada satu infografis sehingga memudahkan pembaca untuk mengetahui data yang tertera pada infografis. Tipe Comparison menjelaskan tipe konten infografis yang bersifat membandingkan dua atau lebih data ataupun analisis dalam satu posting-an infografis sehingga memudahkan pembaca untuk mengetahui perbandingan seseorang melalui satu infografis. Tipe Timeline menjelaskan tipe konten infografis yang bersifat menjelaskan suatu sejarah atau perjalanan waktu seseorang dalam bentuk yang ringkas sehingga memudahkan pembaca untuk mengetahui sejarah seseorang. Terakhir terdapat tipe Motion menjelaskan tipe infografis yang bergerak layaknya sebuah video sehingga menjadi pembeda dari tipe infografis lainnya.

2.3. Kerangka Berpikir



Gambar 2.1 Kerangka Berpikir

Penelitian ini menarik untuk diteliti, karena dapat mengetahui melalui tema, tipe dan tanggapan para pembaca melalui infografis pada instagram @tirto.id. Peran Infografis disini menjadi sebuah media untuk mengetahui seberapa besar pengaruh yang diberikan infografis dalam menyampaikan pesan sehingga penyampaian berita nya menjadi hal yang menarik untuk dibaca oleh para khalayak di indonesia dan pada akhirnya dapat meningkatkan kembali minat pembaca di indonesia.