

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini, peneliti akan menyampaikan penjelasan umum mengenai subjek penelitian sebagai langkah awal untuk memberikan gambaran sebelum masuk ke pembahasan yang lebih mendalam. Selanjutnya, peneliti akan menjelaskan hasil dari proses coding terhadap konten infografis yang diunggah oleh akun Instagram @Indonesiabaik.id selama periode Januari 2024 hingga Januari 2025. Analisis ini difokuskan pada empat jenis infografis yang dibedakan berdasarkan klasifikasi dari Hasni & Yustikasari, yaitu infografis jenis statistik, timeline, proses, dan lokasi. Setelah proses coding selesai dilakukan, peneliti akan mengelompokkan data sesuai dengan unit analisis yang telah ditentukan sebelumnya. Peneliti juga akan memilih satu infografis yang paling mewakili setiap kategori dari masing-masing bulan dalam periode penelitian. Konten-konten infografis yang telah dipilih ini kemudian akan dianalisis lebih lanjut dengan memperhatikan unsur visual dan teks yang terdapat di dalamnya, agar bisa memahami secara menyeluruh pesan yang ingin disampaikan oleh konten tersebut.

Penjelasan dan pemaknaan terhadap hasil temuan akan disusun dalam beberapa subbab, yang dibuat berdasarkan rumusan masalah sebagai indikator utama dalam penelitian ini. Infografis yang telah dikumpulkan akan dikategorikan berdasarkan empat indikator utama. Indikator pertama adalah kuantitas, yaitu jumlah atau frekuensi unggahan infografis, yang dibagi ke dalam kategori tinggi, sedang, dan rendah. Indikator kedua adalah tema dari konten infografis, yang mencakup beberapa topik, seperti hasil-hasil pembangunan di Indonesia, kebijakan pemerintah, prestasi anak bangsa, destinasi wisata, layanan publik, dan Lain-lain. Indikator ketiga adalah jenis infografis, yang meliputi statistik, timeline, proses, dan lokasi. Sedangkan indikator keempat adalah tanggapan dari pembaca, yang diukur berdasarkan interaksi pengguna terhadap konten, yaitu jumlah *like*, komentar.

4.1 Gambaran Umum Subjek Penelitian

Proses interpretasi data dilakukan secara sistematis pada setiap sub bab, untuk memperkuat validitas hasil yang diperoleh dan memberikan pemahaman yang lebih menyeluruh mengenai fenomena yang diteliti. Hasil interpretasi ini juga digunakan sebagai dasar untuk menarik kesimpulan yang relevan dan sesuai dengan tujuan penelitian. Dengan demikian, temuan-temuan yang dihasilkan dari penelitian ini akan dirangkum secara jelas dan terstruktur, sehingga dapat lebih mudah dipahami oleh pembaca, baik dari kalangan akademik maupun masyarakat umum yang tertarik pada kajian media dan komunikasi visual.

Target utama dari Indonesiabaik.id adalah seluruh masyarakat Indonesia, dengan fokus khusus pada generasi muda berusia 20 hingga 34 tahun yang merupakan pengguna aktif *internet* dan media sosial. Dengan pendekatan yang *modern* dan konten yang variatif, portal ini berupaya meningkatkan literasi informasi serta memperkuat rasa percaya masyarakat terhadap pemerintah dan kebijakan yang dijalankan.

Berdasarkan data terbaru per 26 Mei 2025, akun Instagram @indonesiabaik.id telah memiliki lebih dari 456.000 pengikut dan telah mengunggah sebanyak 9.789 postingan (Instagram, 2025). Konten-konten yang dipublikasikan mencakup berbagai tema, seperti kebijakan publik, layanan masyarakat, hasil pembangunan nasional, literasi digital, pencegahan *hoaks*, dan isu-isu aktual lainnya. Penamaan seri konten seperti “Tahukah Kamu?”, “Info Singkat”, dan “Kamus Kominfo” menjadi ciri khas dari akun ini yang membedakannya dari akun resmi pemerintah lainnya (Instagram, 2025). Penyampaian informasi melalui infografis dinilai efektif karena memudahkan masyarakat dalam memahami data dan pesan yang kompleks melalui tampilan visual yang menarik dan informatif. Akun @indonesiabaik.id juga memanfaatkan fitur-fitur Instagram seperti *carousel*, *reels*, dan *story* untuk memperluas jangkauan dan keterlibatan *audiens*. Interaksi dari pengikut pun cukup aktif, terlihat dari jumlah *likes*, komentar, dan *share* yang menjadi indikator positif bahwa masyarakat merespons baik informasi yang disampaikan (Instagram, 2025).



Gambar 4. 1. Jenis Postingan Instagram @Indonesiabaik.id (Instagram @indonesiabaik.id)

Variasi konten yang ditampilkan dalam akun @indonesiabaik.id mencakup berbagai tema seperti hasil-hasil pembangunan nasional, kebijakan pemerintah, prestasi anak bangsa, layanan publik, serta isu-isu sosial dan budaya. Konten-konten ini disusun sedemikian rupa agar mampu menyampaikan pesan secara efektif kepada pengguna media sosial, khususnya generasi muda yang merupakan mayoritas pengguna *platform* Instagram. Penggunaan infografis sebagai medium komunikasi visual dinilai mampu menyederhanakan informasi kompleks menjadi lebih ringkas dan komunikatif. Salah satu contoh konten yang mendapatkan perhatian besar dari pengguna adalah infografis berjudul "Indonesia Hatrick Juara ASEAN Para Games". Infografis ini menampilkan pencapaian Indonesia sebagai juara umum dalam tiga edisi ASEAN Para Games berturut-turut. Visual yang menarik dan data yang tersaji secara padat menjadikan konten ini informatif sekaligus mampu membangkitkan rasa kebanggaan nasional. Konten seperti ini menjadi bukti bahwa infografis yang dikemas dengan baik tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga memiliki nilai emosional yang dapat membangun keterlibatan *audiens*.

Selain konten yang bersifat apresiasi terhadap prestasi bangsa, akun @indonesiabaik.id juga secara rutin mengunggah infografis yang bersifat praktis dan edukatif, seperti panduan administratif (misalnya cara perpanjangan SIM secara *online*), serta data sosial yang relevan dengan kehidupan sehari-hari masyarakat, seperti rata-rata penggunaan *internet* oleh penduduk Indonesia. Dalam hal ini, infografis tidak hanya menjadi media penyampaian informasi, tetapi juga alat bantu yang mendorong literasi publik terhadap layanan pemerintah. Konten-

konten edukatif lainnya juga mencakup tema sejarah dan simbol kenegaraan, seperti makna lambang Garuda Pancasila. Infografis semacam ini bertujuan memperkuat pemahaman masyarakat terhadap identitas nasional dan nilai-nilai kebangsaan, yang penting dalam konteks pendidikan kewarganegaraan digital.

Dari berbagai variasi konten tersebut, dapat disimpulkan bahwa akun Instagram @indonesiabaik.id memanfaatkan infografis sebagai strategi komunikasi publik yang efektif. Konten-konten yang disajikan tidak hanya bersifat informatif dan edukatif, tetapi juga dirancang untuk meningkatkan partisipasi dan keterlibatan masyarakat terhadap program-program pemerintah. Hal ini sejalan dengan tujuan utama Indonesiabaik.id sebagai media literasi publik yang berbasis pada penyampaian informasi melalui pendekatan visual yang komunikatif dan mudah diterima oleh masyarakat luas.

4.2 Hasil dan Analisis Penelitian

Proses penghitungan kuantitas infografis dalam penelitian ini dilakukan dengan mengamati jumlah unggahan konten infografis yang dipublikasikan setiap bulan oleh akun Instagram @Indonesiabaik.id. Dalam proses ini, peneliti mengidentifikasi bulan-bulan dengan frekuensi unggahan tertinggi sebagai representasi dari tingkat kuantitas yang paling intensif. Berdasarkan hasil temuan, bulan Agustus dan November tercatat sebagai dua periode dengan jumlah unggahan infografis terbanyak, masing-masing mencapai 88 postingan. Tingginya unggahan pada bulan Agustus dikarenakan adanya momentum peringatan HUT RI ke-79, peluncuran paspor baru, dan mulai dijalankannya uji coba program makan bergizi gratis oleh pemerintah. Lalu dibulan Novmeber tingginya unggahan infografis didasari dengan akan dilaksanakannya Pemilihan Ketua Daerah serentak yang akan dilaksanakan pada 27 November 2024, dengan unggahan yang fokus pada pemilu dan partisipasi anak muda. Dibulan November juga ada hari bersejarah yaitu Hari Pahlawan, serta Timnas Futsal Indonesia mendapatkan Prestasi di ASEAN.

Melalui data tersebut, peneliti memperoleh gambaran mengenai tingkat konsistensi akun @Indonesiabaik.id dalam menyajikan informasi secara visual. Hal ini menunjukkan upaya dari pengelola akun untuk menjaga keteraturan penyampaian pesan publik secara cepat, ringkas, dan mudah dipahami oleh audiens.

Dengan demikian, pengamatan terhadap frekuensi unggahan bulanan ini juga memungkinkan peneliti untuk mengevaluasi sejauh mana keberlangsungan strategi komunikasi visual yang diterapkan dalam rangka menyampaikan informasi yang relevan.

Kedua, Selain aspek kuantitas, penelitian ini juga mengkaji tema-tema yang digunakan dalam konten infografis sebagai strategi pengemasan informasi. Fokus utama diarahkan pada bagaimana tema-tema tersebut digunakan oleh akun Instagram @Indonesiabaik.id dalam periode Januari 2024 hingga Januari 2025. Peneliti melakukan identifikasi terhadap berbagai tema yang muncul secara konsisten dalam setiap infografis, dengan tujuan untuk memahami cara penyampaian pesan kepada publik melalui pendekatan tematik.

Berdasarkan hasil analisis terhadap infografis yang dipublikasikan pada bulan-bulan awal periode penelitian, peneliti mengidentifikasi enam kategori tema utama yang digunakan, yaitu: Hasil-hasil Pembangunan di Indonesia, Kebijakan Pemerintah, Prestasi Anak-anak Bangsa, Destinasi Wisata, Layanan Publik, dan Lain-lain. Keenam tema ini mencerminkan keragaman informasi yang disampaikan kepada audiens serta memperlihatkan upaya penyajian konten yang adaptif terhadap kebutuhan masyarakat. Setiap tema tidak hanya menyajikan substansi informasi yang berbeda, tetapi juga memberikan sudut pandang tertentu dalam menggambarkan isu-isu aktual. Dengan penggunaan elemen visual yang kuat dan narasi ringkas yang menyertainya, konten infografis dari @Indonesiabaik.id mampu mengemas topik-topik tersebut secara menarik dan edukatif. Melalui pendekatan ini, informasi yang disampaikan menjadi lebih mudah dipahami, terutama oleh pengguna media sosial yang memiliki kecenderungan terhadap konsumsi konten visual yang cepat dan padat informasi.

Tema Hasil-hasil Pembangunan di Indonesia, Infografis dalam tema ini menyoroti capaian pembangunan nasional, seperti pembangunan infrastruktur, proyek strategis nasional, dan peningkatan aksesibilitas layanan dasar. Contohnya, infografis berjudul "Indonesia Membangun Jalan Tol, dari Masa ke Masa" menggambarkan perkembangan pembangunan jalan tol sebagai upaya meningkatkan pemerataan hasil pembangunan dan keadilan bagi seluruh rakyat Indonesia. Infografis ini dirancang untuk menyederhanakan informasi kompleks

menjadi lebih jelas dan mudah dimengerti, dengan menyoroti poin-poin penting dalam pembangunan nasional secara informatif. Tema Kebijakan Pemerintah membahas berbagai kebijakan strategis pemerintah yang berdampak langsung pada masyarakat. Infografis seperti "Kebijakan Ekonomi Berkeadilan" menjelaskan program-program dalam Kebijakan Pemerataan Ekonomi, yang terdiri atas kebijakan pemerataan lahan, kesempatan, dan peningkatan kapasitas sumber daya manusia. Infografis ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih baik mengenai dinamika kebijakan pemerintah dengan cara yang mudah dipahami oleh audiens yang mungkin tidak memiliki latar belakang ekonomi.

Tema Prestasi Anak-anak Bangsa, Infografis dalam tema ini mengangkat kisah sukses individu atau kelompok yang memberikan kontribusi positif bagi bangsa. Misalnya, infografis berjudul "Esports Resmi jadi Olahraga Prestasi" menyoroti pengakuan esports sebagai cabang olahraga prestasi, yang diharapkan dapat menciptakan prestasi di tingkat internasional dan mengharumkan nama bangsa. Infografis ini menyajikan informasi mengenai tokoh-tokoh tersebut dengan cara yang menarik, menggambarkan kontribusi dan pengaruh mereka terhadap masyarakat. Tema Destinasi Wisata mempromosikan potensi pariwisata Indonesia dengan menampilkan destinasi unggulan dan program pengembangan wisata. Contohnya, infografis berjudul "10 Kawasan Pariwisata Prioritas" menggambarkan upaya pemerintah dalam membangun infrastruktur di destinasi pariwisata prioritas seperti Danau Toba, Borobudur, dan Mandalika. Infografis ini bertujuan untuk memperkenalkan kekayaan budaya dan menggambarkan cara budaya berperan dalam kehidupan masyarakat, baik di tingkat lokal maupun global.

Tema Layanan Publik memberikan informasi praktis mengenai berbagai layanan publik yang tersedia bagi masyarakat. Misalnya, infografis berjudul "Cukup dari Rumah! Perpanjang SIM Makin Mudah" menjelaskan kemudahan dalam memperpanjang Surat Izin Mengemudi secara online. Infografis ini bertujuan untuk memberikan informasi yang jelas mengenai kompleksitas layanan publik dengan cara yang dapat dipahami oleh masyarakat umum. Dan yang terakhir Tema Lain-lain ini mencakup berbagai topik yang tidak termasuk dalam lima tema utama sebelumnya. Infografis dalam tema ini dirancang untuk menyampaikan informasi yang sering kali kompleks menjadi lebih jelas dan mudah dimengerti,

dengan menyoroti poin-poin penting dalam berbagai bidang secara informatif. Melalui penyajian infografis yang menarik dan informatif, akun @indonesiabaik.id berperan penting dalam meningkatkan literasi masyarakat terhadap berbagai isu nasional. Dengan pendekatan visual yang komunikatif, informasi kompleks dapat disampaikan secara ringkas dan mudah dipahami, sehingga mendukung upaya pemerintah dalam menyebarkan informasi publik secara efektif.

Melalui proses identifikasi dan analisis terhadap keenam tema yang digunakan, penelitian ini memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai strategi komunikasi visual yang diterapkan oleh akun @Indonesiabaik.id. Infografis yang disajikan berfungsi sebagai media penyampaian informasi yang beragam dan kompleks, namun dikemas secara ringkas, menarik, serta mudah dipahami, sehingga mampu menjangkau dan memenuhi kebutuhan informasi audiens secara efektif.

- Ketiga, Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis tipe-tipe infografis yang digunakan oleh akun Instagram @Indonesiabaik.id dalam mengemas dan menyampaikan informasi kepada audiens pada periode Januari 2024 hingga Januari 2025. Dalam menentukan tipe infografis yang digunakan, peneliti merujuk pada klasifikasi tipe infografis yang dikemukakan oleh Hasni dan Yustikasari, yang mencakup tipe Statistik, Timeline, Proses, dan Lokasi. Masing-masing tipe infografis memiliki karakteristik visual dan fungsi komunikatif yang berbeda, tergantung pada tujuan informasi yang ingin disampaikan serta konteks penyajiannya. Tipe Statistik merupakan bentuk infografis yang dirancang untuk menampilkan data numerik, persentase, atau grafik statistik dalam format visual yang ringkas dan mudah dipahami. Infografis jenis ini banyak digunakan oleh @Indonesiabaik.id untuk menyampaikan informasi tentang capaian pembangunan, hasil survei nasional, atau data sosial ekonomi. Dengan memanfaatkan grafik batang, diagram lingkaran, serta angka-angka utama yang diperbesar secara visual, tipe ini berfungsi untuk menekankan informasi kuantitatif yang relevan. Tujuan utama dari infografis tipe statistik adalah untuk membantu audiens memahami informasi numerik secara cepat dan visual, terutama ketika data yang disajikan bersifat kompleks atau padat.

Tipe Timeline digunakan untuk menyusun informasi dalam urutan waktu yang kronologis. Infografis jenis ini memudahkan audiens untuk memahami alur perkembangan suatu peristiwa, kebijakan, atau program pemerintah dari awal hingga tahap akhir. Di akun @Indonesiabaik.id, infografis tipe timeline sering digunakan untuk menunjukkan tahapan perjalanan pembangunan nasional, pencapaian program jangka panjang, maupun sejarah singkat suatu kebijakan publik. Dengan memanfaatkan garis waktu dan penanda visual seperti ikon dan tanggal, tipe ini menyajikan struktur yang runtut dan logis sehingga mempermudah pemahaman audiens terhadap konteks temporal dari informasi yang diberikan. Tipe Proses berfokus pada penyajian informasi dalam bentuk tahapan atau langkah-langkah yang harus diikuti dalam suatu prosedur. Infografis jenis ini banyak digunakan oleh @Indonesiabaik.id dalam menyampaikan alur layanan publik, tata cara pengurusan dokumen administratif, atau prosedur penerapan kebijakan tertentu. Infografis proses biasanya menampilkan urutan tindakan dengan bantuan panah, ikon langkah, dan elemen visual lain yang memperjelas setiap tahapan. Tujuan dari penggunaan tipe ini adalah agar audiens dapat mengikuti instruksi atau memahami mekanisme dengan cara yang sederhana dan terstruktur.

Tipe Lokasi merupakan tipe infografis yang menekankan pada aspek geografis atau spasial dari informasi yang disampaikan. Infografis jenis ini biasanya memanfaatkan peta, denah, atau elemen visual lain yang menunjukkan letak suatu wilayah, distribusi geografis suatu fenomena, atau cakupan program tertentu. Di akun @Indonesiabaik.id, tipe infografis ini umum digunakan untuk menampilkan lokasi pembangunan infrastruktur, destinasi wisata unggulan, atau persebaran layanan publik di berbagai daerah di Indonesia. Visualisasi geografis ini membantu audiens untuk menghubungkan informasi dengan konteks wilayah secara lebih konkret.

Melalui penggunaan keempat tipe infografis ini, akun @Indonesiabaik.id mampu menyampaikan informasi yang beragam baik dari segi konten maupun tujuan komunikasi dengan pendekatan visual yang efektif. Pemilihan tipe infografis yang sesuai dengan jenis informasi yang disampaikan menunjukkan bahwa akun ini tidak hanya fokus pada tampilan visual semata, melainkan juga mempertimbangkan aspek fungsional dalam mengedukasi serta menginformasikan

audiens secara optimal. Dengan demikian, infografis yang dipublikasikan oleh @Indonesiabaik.id memiliki peran strategis dalam mendukung literasi informasi masyarakat melalui media sosial.

Pada bagian akhir, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis respons audiens terhadap infografis yang dipublikasikan oleh akun Instagram @Indonesiabaik.id selama periode Januari 2024 hingga Januari 2025. Respon audiens menjadi salah satu indikator krusial dalam menilai efektivitas penyajian infografis dalam menarik perhatian dan memberikan pengaruh terhadap pemahaman maupun keterlibatan pengguna media sosial. Untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai tanggapan tersebut, peneliti memfokuskan analisis pada tiga indikator utama interaksi, yakni *Like*, Komen, dan *Share*.

Indikator *Like* merepresentasikan bentuk apresiasi spontan dari audiens terhadap konten visual yang disajikan, yang mencerminkan tingkat ketertarikan awal terhadap informasi yang disampaikan. Sementara itu, Komen mencerminkan tingkat partisipasi dan keterlibatan kognitif audiens dalam menanggapi isi pesan, baik melalui diskusi, pertanyaan, maupun opini pribadi terhadap topik yang dibahas. Adapun *Share* menunjukkan tingkat relevansi dan nilai penting konten bagi audiens, yang ditandai dengan keinginan mereka untuk membagikan informasi tersebut kepada jaringan sosial yang lebih luas. Ketiga indikator ini dipilih karena mewakili bentuk interaksi digital yang paling umum dan signifikan dalam konteks media sosial, sehingga dapat digunakan sebagai alat ukur untuk menilai dampak dan efektivitas infografis yang dipublikasikan oleh @Indonesiabaik.id.

Untuk memperoleh hasil analisis yang lebih terperinci dan mendalam, peneliti membagi masing-masing aspek tanggapan audiens ke dalam tiga kategori, yakni Tinggi, Sedang, dan Rendah. Kategorisasi ini dimaksudkan untuk mengukur tingkat antusiasme dan keterlibatan pengguna secara lebih sistematis dan terstruktur terhadap setiap konten infografis yang dipublikasikan. Kategori Tinggi merepresentasikan bahwa sebuah infografis memperoleh respons yang sangat positif dari audiens, baik dalam bentuk *like*, komentar, maupun *share*, yang menunjukkan tingginya atensi serta relevansi konten tersebut. Sebaliknya, kategori Sedang menunjukkan adanya keterlibatan audiens dalam tingkat moderat,

sementara kategori Rendah mengindikasikan bahwa infografis tersebut tidak berhasil menarik perhatian signifikan dari pengikut akun.

Melalui pembagian kategori ini, peneliti dapat mengkaji bagaimana audiens akun Instagram @Indonesiabaik.id merespons berbagai jenis konten infografis yang diunggah selama periode penelitian. Pendekatan ini juga memungkinkan analisis yang lebih komprehensif terhadap efektivitas infografis sebagai media penyampaian informasi, baik dalam hal kemampuannya menarik perhatian, menciptakan interaksi, maupun membentuk persepsi audiens terhadap isu-isu yang diangkat. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya berfokus pada kuantitas interaksi yang terjadi, tetapi juga menekankan pada kualitas keterlibatan pengguna sebagai indikator keberhasilan strategi komunikasi visual yang diterapkan oleh @Indonesiabaik.id.

4.2.1 Tema Unggahan Infografis di Instagram @Indonesiabaik.id

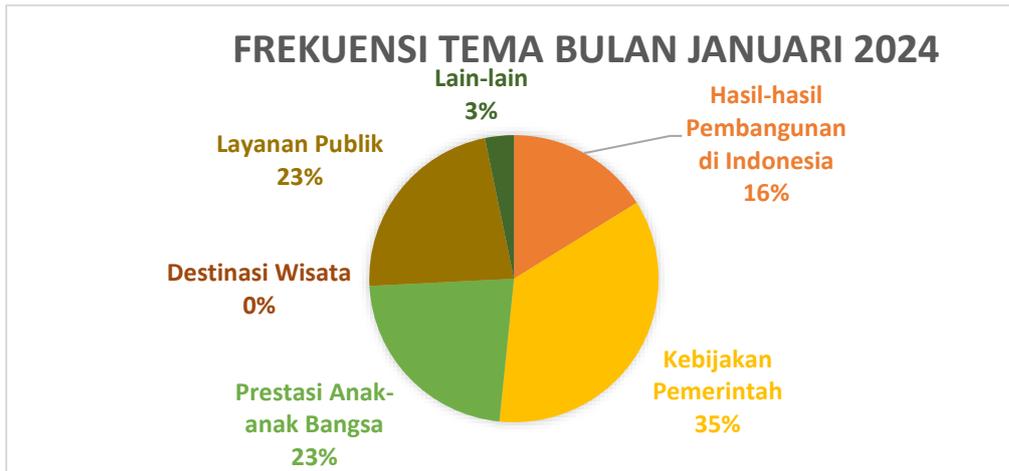
Tema memegang peranan penting dalam penelitian ini, karena dalam penggunaan infografis, informasi yang disampaikan dapat memiliki banyak arah dan sudut pandang. Oleh karena itu, penentuan tema pada setiap infografis menjadi kunci agar pesan yang disampaikan lebih jelas, terarah, dan tepat sasaran. Dengan adanya tema yang terstruktur, tujuan komunikasi dapat lebih mudah dicapai, khususnya dalam menyampaikan informasi kepada audiens yang dituju. Pada bagian ini, peneliti melakukan analisis terhadap tema sebagai bagian dari pengumpulan dan pengolahan data. Pembahasan dimulai dari rumusan masalah yang berfokus pada tema, di mana kategori tema digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian ini. Peneliti menjelaskan jumlah dan jenis tema yang digunakan oleh akun Instagram @indonesiabaik.id dalam menyampaikan infografis informasinya selama periode waktu tertentu. Analisis ini bertujuan untuk melihat seberapa banyak variasi tema yang digunakan serta bagaimana frekuensi masing-masing tema tersebut. Selain itu, data ini juga memberikan gambaran mengenai tema apa saja yang paling sering dipilih oleh Indonesiabaik.id dalam menyajikan konten, sebagai strategi untuk menarik perhatian dan minat pengguna Instagram terhadap informasi yang disampaikan melalui infografis.

Penentuan tema dalam penelitian ini didasarkan pada proses penyusunan konten infografis itu sendiri, dengan tujuan untuk mengidentifikasi kategori-kategori yang relevan dan tepat dalam mengelompokkan setiap infografis yang dianalisis. Dalam konteks ini, peneliti menetapkan 6 tema utama sebagai acuan dalam klasifikasi infografis. Pemilihan 6 tema tersebut bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih sistematis mengenai bagaimana setiap infografis dapat ditempatkan dalam kategori tertentu berdasarkan isi dan pesan yang disampaikan. Adapun keenam tema yang digunakan dalam penelitian ini meliputi: Hasil-hasil Pembangunan di Indonesia, Kebijakan Pemerintah, Prestasi Anak-anak Bangsa, Destinasi Wisata, Layanan Publik, dan Lain-lain (yaitu tema yang tidak termasuk ke dalam lima kategori utama sebelumnya). Dengan mengelompokkan infografis ke dalam 6 tema tersebut, penelitian ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi jenis tema yang paling sering digunakan dan yang paling efektif dalam menarik perhatian pengguna Instagram. Hal ini menjadi penting karena pemahaman terhadap preferensi audiens dapat memberikan wawasan mengenai tren konsumsi konten visual di media sosial. Selain itu, melalui pengamatan terhadap tema yang paling dominan dan diminati, peneliti dapat menilai strategi penyampaian informasi yang paling berhasil dalam menjangkau publik secara luas, khususnya di platform Instagram yang memiliki karakteristik visual dan interaktif sebagai media penyebaran informasi digital.

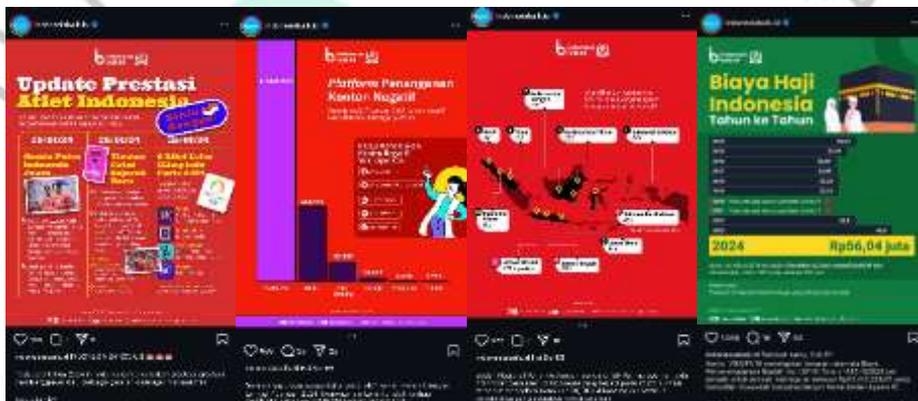
Tabel 4. 1. Frekuensi Tema Bulan Januari 2024

No.	Tema	Σ	%
1	Hasil-hasil Pembangunan di Indonesia	5	16
2	Kebijakan Pemerintah	11	35
3	Prestasi Anak-anak Bangsa	7	23
4	Destinasi Wisata	0	0
5	Layanan Publik	7	23
6	Lain-lain	1	3
Total Keseluruhan		31	100

Sumber : Hasil Peneliti



Gambar 4. 2. Pie Chart Frekuensi Tema Periode Januari 2024



Gambar 4. 3. Tema Infografis Prestasi Anak-anak Bangsa, Layanan Publik, Lain-lain, Kebijakan Pemerintah

Table 4. 1 memperlihatkan bahwa pada bulan Januari 2024, tema Kebijakan Pemerintah menjadi yang paling banyak diunggah dalam bentuk infografis oleh akun @indonesiabaik. id, dengan total 11 dari 31 unggahan. Dominasi ini menunjukkan bahwa tema kebijakan pemerintah sangat menarik perhatian pada saat itu. Walaupun tema Prestasi Anak-anak Bangsa dan Layanan Publik juga muncul dengan jumlah yang cukup banyak, keduanya masih belum sebanyak postingan yang berfokus pada kebijakan pemerintah. Hal ini menegaskan bahwa topik kebijakan publik menjadi fokus utama di awal tahun. Situasi ini sejalan dengan suasana perayaan tahun baru yang sering dimanfaatkan oleh pemerintah untuk mengumumkan berbagai arahan kebijakan, program baru, dan rencana kerja nasional yang akan dilaksanakan sepanjang tahun. Dalam hal ini, akun @indonesiabaik. id menggunakan tema kebijakan pemerintah sebagai alat untuk menyampaikan informasi yang mendidik dan persuasif kepada masyarakat. Dengan

penyampaian infografis yang menarik dan mudah dimengerti, informasi mengenai kebijakan pemerintah tidak hanya menjadi sumber pengetahuan, tetapi juga diharapkan dapat mendorong reaksi yang positif dari pengguna Instagram. Infografis yang berkaitan dengan kebijakan ini dapat memperkuat pemahaman masyarakat dan memberikan wawasan tentang kebijakan pemerintah di tahun yang baru.

Tabel 4. 2. Frekuensi Tema Bulan Februari 2024

No.	Tema	Σ	%
1	Hasil-hasil Pembangunan di Indonesia	2	19
2	Kebijakan Pemerintah	15	34
3	Prestasi Anak-anak Bangsa	1	2
4	Destinasi Wisata	2	4
5	Layanan Publik	11	25
6	Lain-lain	7	16
Total Keseluruhan		38	100

Sumber : Hasil Peneliti



Gambar 4. 4. Pie Chart Frekuensi Tema Periode Februari 2024





Gambar 4. 5. Tema Infografis Lain-lain, Hasil-hasil Pembangunan di Indonesia, Layanan Publik, Kebijakan Pemerintah, Prestasi Anak-anak Bangsa

Data dari analisis terhadap 38 unggahan infografis di akun Instagram resmi @indonesiabaik. id mengungkapkan bahwa tema kebijakan pemerintah adalah kategori yang paling banyak dengan 15 postingan. Ini menunjukkan bahwa akun tersebut secara aktif menggunakan infografis sebagai alat untuk menginformasikan masyarakat tentang program-program strategis, pencapaian, dan kebijakan yang sedang dilaksanakan oleh pemerintah. Pilihan tema ini mencerminkan adanya strategi komunikasi visual yang bertujuan untuk memperkuat citra pemerintahan, serta memberikan informasi yang penting kepada publik tentang arah dan fokus pembangunan nasional.

Selain itu, tema layanan publik juga memiliki peran yang signifikan dengan 11 unggahan, yang menunjukkan bahwa servis kepada masyarakat tetap menjadi elemen penting dalam narasi yang disajikan oleh akun @indonesiabaik. id. Infografis yang berkaitan dengan layanan publik biasanya memberikan informasi yang praktis dan aplikatif, seperti prosedur administrasi, akses ke fasilitas kesehatan, dan penggunaan platform digital yang disediakan oleh pemerintah. Penyampaian informasi ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai layanan publik serta mendorong partisipasi aktif dalam memanfaatkan fasilitas yang tersedia dari negara.

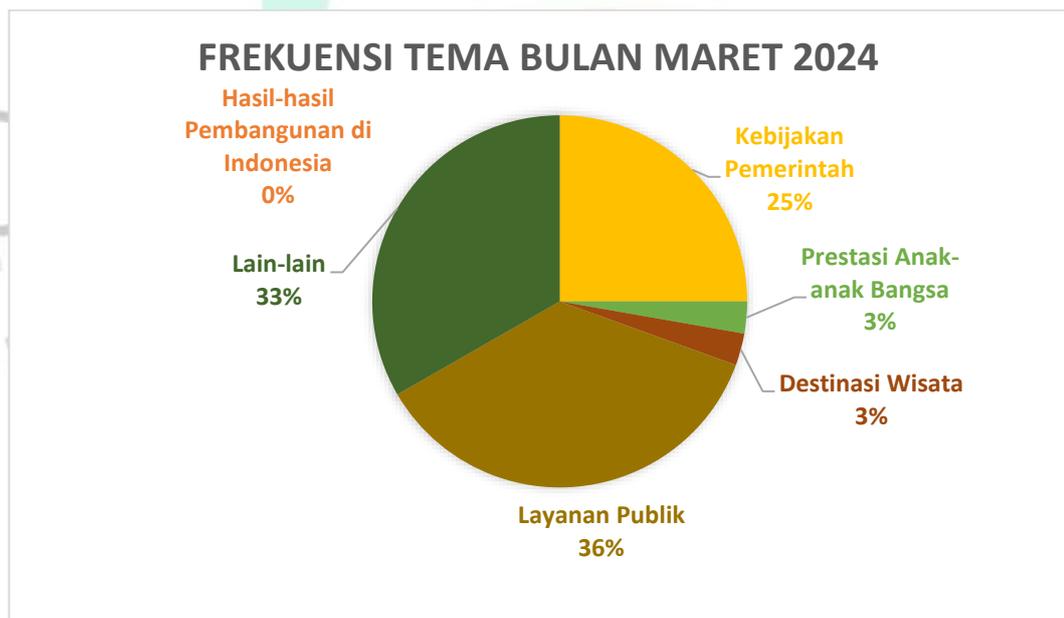
Penonjolan kedua tema ini tidak dapat dipisahkan dari keadaan politik nasional, terutama menjelang dan setelah pemilihan presiden. Di masa peralihan pemerintahan, penyampaian informasi tentang kebijakan dan layanan publik menjadi semakin penting sebagai bagian dari strategi komunikasi pemerintah untuk mempertahankan kebenaran, membangun kepercayaan publik, serta menunjukkan

kesinambungan program-program pemerintahan yang terdahulu. Oleh karena itu, pemakaian infografis di akun @indonesiabaik. id tidak hanya berfungsi sebagai sarana pendidikan dan informasi, tetapi juga sebagai alat komunikasi politik yang mencerminkan dinamika pemerintahan di era digital.

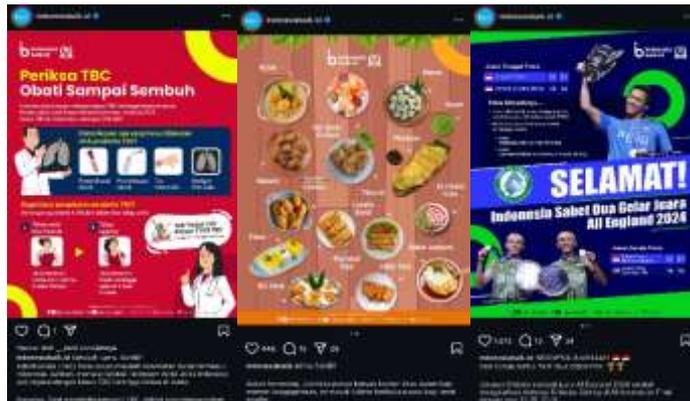
Table 4. 3. Frekuensi Tema Bulan Maret 2024

No	Tema	Σ	%
1	Hasil-hasil Pembangunan di Indonesia	0	0
2	Kebijakan Pemerintah	9	25
3	Prestasi Anak-anak Bangsa	1	3
4	Destinasi Wisata	1	3
5	Layanan Publik	13	36
6	Lain-lain	12	33
Total Keseluruhan		36	100

Sumber : Hasil Peneliti



Gambar 4. 6. Pie Chart Frekuensi Tema Periode Maret 2024



Gambar 4. 7. tema infografis Layanan Publik, Lain-lain, Prestasi Anak-anak Bangsa

Di 4.3, diperlihatkan analisis data terhadap 36 infografis yang diposting oleh akun Instagram @indonesiabaik. id, yang menunjukkan bahwa topik layanan publik adalah yang paling dominan dengan 13 unggahan. Kekuatan tema ini menandakan bahwa akun tersebut memiliki perhatian yang besar dalam menyediakan informasi yang berhubungan langsung dengan kebutuhan masyarakat, seperti proses administratif, akses layanan kesehatan, pendidikan, dan penggunaan platform digital pemerintah. Penekanan pada tema layanan publik mendukung tujuan utama akun @indonesiabaik. id sebagai saluran resmi komunikasi pemerintah yang bertujuan untuk meningkatkan pemahaman masyarakat tentang layanan serta mempermudah akses informasi publik.

Menarik untuk dicatat, tema infografis yang lainnya, termasuk isu-isu sosial dan penjelasan tentang topik di luar lima tema utama infografis, juga memiliki kontribusi signifikan dengan 12 unggahan. Tema ini menerapkan berbagai konten seperti pendidikan sosial, budaya, lingkungan, dan kampanye kesadaran masyarakat yang relevan dan terkini, contohnya adalah unggahan yang berkaitan dengan Perayaan Tahun Baru Imlek. Meskipun disebut sebagai "lain-lain," tema ini memiliki peran penting dalam membentuk pandangan publik dan meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap isu-isu yang ada di sekitar mereka.

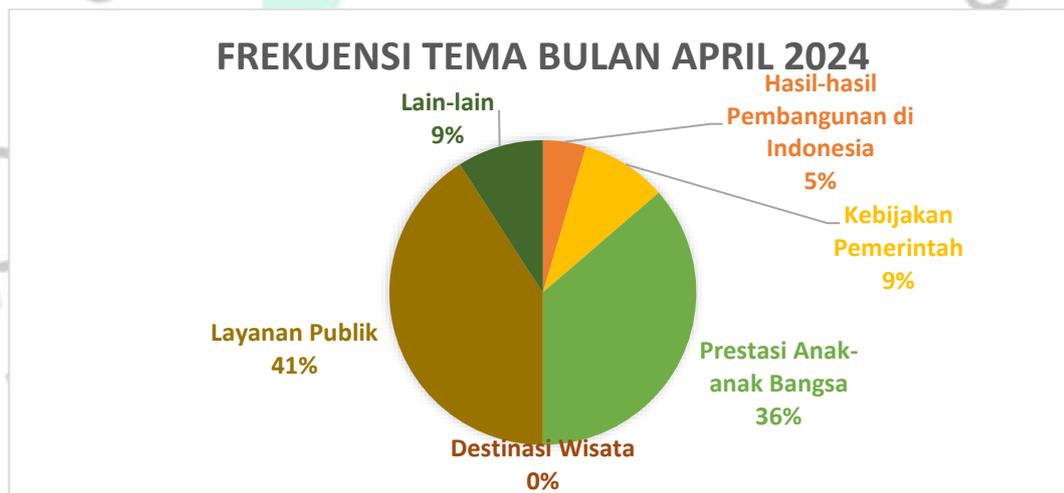
Fokus yang kuat pada kedua tema tersebut tidak terpisah dari fungsi akun @indonesiabaik. id sebagai bagian dari media komunikasi digital pemerintah. Sebagai akun resmi di bawah Kementerian Komunikasi dan Digital (Komdigi), @indonesiabaik. id berperan penting dalam menyebarkan informasi yang tidak hanya bersifat formal dan kebijakan, tetapi juga bersifat edukatif dan partisipatif. Pemilihan dan pengaturan tema-tema ini mencerminkan usaha pemerintah untuk

menjalin komunikasi dua arah yang lebih akrab dengan masyarakat serta membangun citra institusi negara yang responsif terhadap kebutuhan dan perkembangan sosial di era digital.

Table 4. 4. Frekuensi Tema Bulan April 2024

No	Tema	Σ	%
1	Hasil-hasil Pembangunan di Indonesia	1	5
2	Kebijakan Pemerintah	2	9
3	Prestasi Anak-anak Bangsa	8	36
4	Destinasi Wisata	0	0
5	Layanan Publik	9	41
6	Lain-lain	2	9
Total Keseluruhan		22	100

Sumber : Hasil Peneliti



Gambar 4. 8. Pie Chart Frekuensi Tema Periode April 2024



Gambar 4. 9. Tema infografis Prestasi Anak-anak Bangsa, Layanan Publik, Hasil-hasil Pembangunan di Indonesia, Lain-lain.

Pada Table 4. 4 terdapat hasil analisis mengenai 22 infografis yang diterbitkan oleh akun Instagram resmi @indonesiabaik. id. Ditemukan bahwa tema layanan publik adalah yang paling menonjol, dengan 9 infografis dari jumlah total tersebut. Infografis yang membahas tema ini biasanya berisi informasi tentang prosedur dan aplikasi, seperti cara mengurus administrasi kependudukan, akses ke layanan kesehatan, pendidikan, serta penggunaan layanan digital yang disediakan oleh pemerintah. Penekanan pada tema ini menunjukkan bahwa pengelola akun mengutamakan penyampaian informasi yang langsung berguna bagi masyarakat dalam mengakses hak-hak dasar sebagai warga negara. Ini juga menggambarkan peran penting akun @indonesiabaik. id sebagai saluran penyebaran informasi publik yang berafiliasi dengan pemerintah, khususnya Kementerian Komunikasi dan Digital, untuk mendekatkan layanan kepada masyarakat melalui platform digital yang mudah dijangkau.

- Di sisi lain, tema infografis mengenai prestasi anak bangsa juga memiliki proporsi yang signifikan dengan 8 postingan, menandakan bahwa tema ini juga sangat penting dalam narasi komunikasi yang dibangun oleh akun @indonesiabaik. id. Infografis dalam kategori ini biasanya menyoroti keberhasilan yang dicapai oleh individu atau kelompok masyarakat Indonesia, khususnya generasi muda, di berbagai sektor seperti pendidikan, teknologi, olahraga, seni, dan bidang penelitian lainnya. Penyajian konten yang menunjukkan keberhasilan anak-anak bangsa bukan hanya dimaksudkan sebagai bentuk pengakuan, tetapi juga berfungsi untuk membangun semangat nasionalisme, meningkatkan daya saing sumber daya manusia Indonesia di tingkat internasional, membangkitkan rasa kebanggaan bersama, serta menginspirasi masyarakat, terutama generasi muda, untuk terus berkreativitas dan memberikan kontribusi bagi negara.

Dalam kerangka pembangunan nasional, pengakuan terhadap prestasi anak bangsa mempunyai nilai yang strategis. Keberhasilan mereka mencerminkan kualitas sumber daya manusia Indonesia yang bersaing, inovatif, dan mampu berkompetisi di tingkat global. Oleh karena itu, pengangkat tema ini dalam komunikasi pemerintah melalui media sosial seperti Instagram tidak hanya berfungsi sebagai sarana apresiasi, tetapi juga merupakan bagian dari strategi komunikasi negara untuk menciptakan narasi positif, membangun optimisme

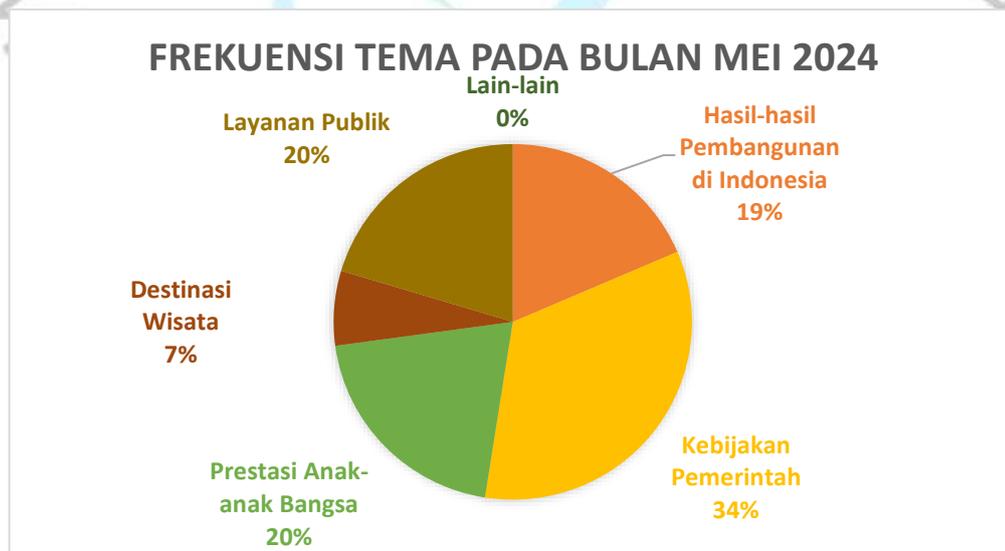
masyarakat, serta menegaskan bahwa kemajuan suatu bangsa dipengaruhi tidak hanya oleh kebijakan dan program kerja pemerintah, melainkan juga oleh partisipasi aktif warganya, terutama generasi muda yang merupakan penerus bangsa.

Dengan demikian, keseimbangan antara penyampaian informasi terkait layanan publik dan penekanan terhadap prestasi anak-anak bangsa di akun @indonesiabaik. id mencerminkan pendekatan komunikasi yang holistik, yaitu memberikan informasi yang bermanfaat sekaligus membangkitkan semangat kebangsaan, sesuai dengan misi utama pemerintah dalam memperkuat partisipasi publik dan membentuk masyarakat yang aktif serta informatif di era digital.

Tabel 4. 5. Frekuensi Tema Bulan Mei 2024

No	Tema	Σ	%
1	Hasil-hasil Pembangunan di Indonesia	4	19
2	Kebijakan Pemerintah	15	34
3	Prestasi Anak-anak Bangsa	9	20
4	Destinasi Wisata	3	7
5	Layanan Publik	9	20
6	Lain-lain	0	0
Total Keseluruhan		40	100

Sumber : Hasil Peneliti



Gambar 4. 10. Pie Chart Frekuensi Tema Periode Mei 2024



Gambar 4. 11. Tema infografis Kebijakan Pemerintah, Lain-lain, Layanan Publik, Prestasi Anak-anak Bangsa.

Dari analisis terhadap 40 infografis yang diposting akun Instagram @indonesiabaik. id selama Mei, terlihat bahwa isu kebijakan pemerintah paling mendominasi, yaitu sebanyak 15 unggahan. Infografis jenis ini umumnya menjelaskan program strategis, aturan baru, serta capaian kebijakan pemerintah pusat. Dominasi tema ini menunjukkan bahwa @indonesiabaik. id, sebagai kanal komunikasi publik resmi di bawah Kemenkominfo, berdedikasi menyampaikan informasi terkait arah dan prioritas pemerintah. Infografis tentang kebijakan pemerintah ini penting untuk mewujudkan transparansi, meningkatkan pemahaman publik mengenai kebijakan negara, dan memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap kinerja pemerintah, khususnya di masa transisi pasca pemilu dan menjelang pemerintahan baru. Selain itu, infografis tentang prestasi anak bangsa dan layanan publik juga cukup signifikan, hampir setara dengan tema sebelumnya, dengan masing-masing 9 unggahan dari total 40.

Tema prestasi anak bangsa umumnya menyoroti berbagai pencapaian positif individu atau kelompok di Indonesia, terutama generasi muda, di bidang pendidikan, teknologi, seni, olahraga, dan inovasi sosial. Penyajian tema ini tidak hanya informatif dan apresiatif, tetapi juga berperan penting dalam membangun citra positif bangsa serta menumbuhkan semangat nasionalisme dan inspirasi kolektif. Prestasi anak bangsa sangat penting bagi kemajuan negara, karena mereka adalah representasi SDM berkualitas yang berpotensi besar mendorong perubahan sosial dan pembangunan berkelanjutan. Sementara itu, tema layanan publik yang juga mendapat perhatian besar menunjukkan bahwa penyampaian informasi terkait pelayanan masyarakat tetap menjadi fokus utama. Infografis dalam kategori ini

berfokus pada akses dan prosedur pelayanan kesehatan, pendidikan, administrasi kependudukan, serta pemanfaatan teknologi digital dalam layanan publik. Keberadaan infografis bertema layanan publik adalah langkah nyata pemerintah untuk mendekatkan pelayanan kepada masyarakat melalui media yang ringkas, jelas, dan menarik secara visual. Secara keseluruhan, dominasi tiga tema utama ini, kebijakan pemerintah, prestasi anak bangsa, dan layanan publik menunjukkan bahwa akun @indonesiabaik.id tidak hanya menjadi saluran informasi satu arah dari pemerintah ke rakyat, tetapi juga alat komunikasi strategis yang dirancang untuk membangun hubungan emosional dan rasional antara negara dan masyarakat. Pendekatan tematik yang seimbang antara penyampaian kebijakan, informasi layanan, dan penguatan narasi kebanggaan nasional melalui pencapaian anak bangsa semakin memperkuat peran media sosial pemerintah dalam menghadirkan komunikasi publik yang inklusif, positif, serta berfokus pada pembangunan karakter dan literasi masyarakat.

Tabel 4. 6. Frekuensi Tema Bulan Juni 2024

No	Tema	Σ	%
1	Hasil-hasil Pembangunan di Indonesia	9	15
2	Kebijakan Pemerintah	11	20
3	Prestasi Anak-anak Bangsa	5	9
4	Destinasi Wisata	1	2
5	Layanan Publik	10	19
6	Lain-lain	19	35
Total Keseluruhan		55	100

Sumber : Hasil Peneliti



Gambar 4. 12. Pie Chart Frekuensi Tema Periode Juni 2024



Gambar 4. 13. Tema infografis Lain-lain, Layanan Publik, Kebijakan Pemerintah, Hasil-hasil Pembangunan di Indonesia, Prestasi Anak-anak Bangsa.

Berdasarkan analisis terhadap 55 unggahan infografis di Instagram @indonesiabaik. id selama bulan Juni (lihat Table 4.6), terlihat bahwa tema "lain-lain" menjadi yang paling banyak diangkat, dengan 19 postingan. Tema ini

mencakup berbagai isu sosial dan penjelasan topik di luar lima tema utama lainnya. Kontennya sangat beragam, mulai dari kampanye peduli lingkungan, gerakan melawan pelecehan, literasi digital, inklusi sosial, hingga peringatan hari besar nasional maupun internasional. Keragaman ini menunjukkan bahwa @indonesiabaik. id fleksibel dalam berkomunikasi untuk menjangkau audiens yang lebih luas.

Peningkatan jumlah infografis bertema "lain-lain" ini mengindikasikan adanya perubahan fokus komunikasi pemerintah. Dulunya lebih menekankan aspek struktural-institusional, kini lebih condong ke pendekatan yang humanis dan melibatkan partisipasi masyarakat. Lewat infografis yang membahas isu sosial, akun ini tak hanya memberikan informasi, tetapi juga memperkuat nilai-nilai sosial, memberikan pendidikan moral, dan meningkatkan kesadaran masyarakat. Pemerintah, melalui kanal digitalnya, berusaha membangun hubungan emosional dengan masyarakat melalui konten yang relevan dengan kehidupan sehari-hari.

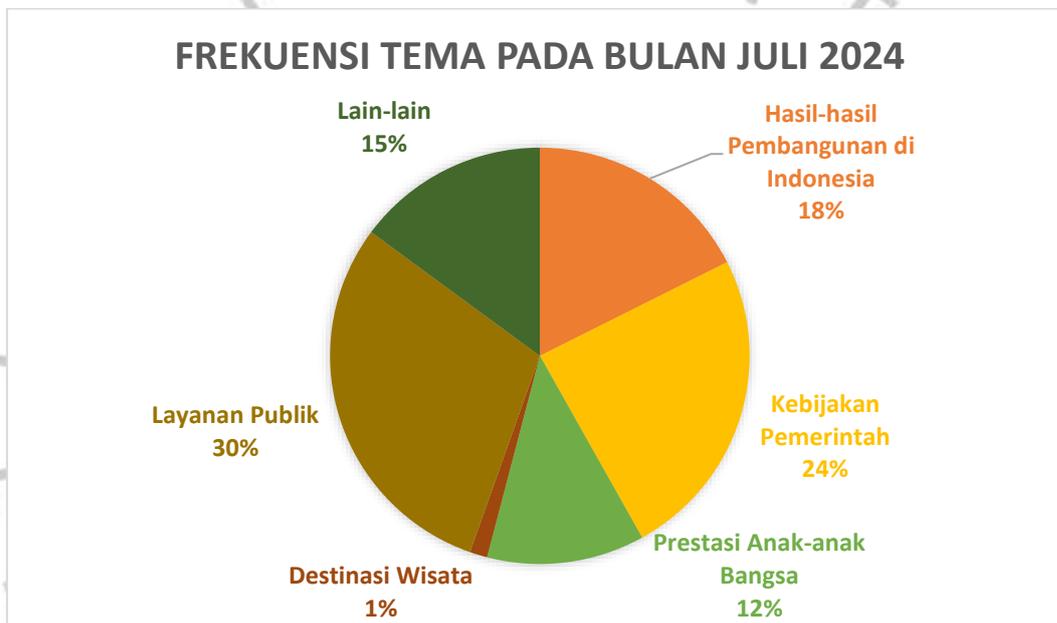
Namun, tema kebijakan pemerintah juga tetap penting dan mendapatkan perhatian yang cukup selama periode yang sama. Walaupun jumlahnya tidak sebanyak tema "lain-lain", pengelola akun tetap konsisten menyampaikan berbagai kebijakan nasional, program strategis, serta upaya pemerintah dalam mengatasi isu-isu besar seperti ekonomi, pembangunan infrastruktur, dan tata kelola pemerintahan. Keberadaan infografis bertema kebijakan di tengah dominasi tema sosial menunjukkan keseimbangan antara komunikasi formal (berbasis kebijakan) dan komunikasi sosial (berbasis isu masyarakat) dalam strategi digital pemerintah.

Kesimpulannya, komposisi tema infografis pada bulan Juni mencerminkan dinamika baru dalam komunikasi publik yang diterapkan oleh @indonesiabaik. id. Dominasi tema "lain-lain" menunjukkan perubahan pendekatan dari sekadar menyampaikan informasi institusional menjadi komunikasi yang lebih responsif, kontekstual, dan dekat dengan masyarakat. Di sisi lain, tema kebijakan pemerintah tetap dipertahankan sebagai landasan utama untuk membangun transparansi dan kepercayaan publik digital terhadap pemerintah.

Table 4. 7. Frekuensi Tema Bulan Juli 2024

No	Tema	Σ	%
1	Hasil-hasil Pembangunan di Indonesia	13	18
2	Kebijakan Pemerintah	18	24
3	Prestasi Anak-anak Bangsa	9	12
4	Destinasi Wisata	1	1
5	Layanan Publik	22	30
6	Lain-lain	11	15
Total Keseluruhan		74	100

Sumber : Hasil Peneliti



Gambar 4. 14. Pie Chart Frekuensi Tema Periode Juli 2024



Gambar 4. 15. Tema infografis Prestasi Anak-anak Bangsa, Layanan Publik, Kebijakan Pemerintah, Lain-lain

Evaluasi terhadap 74 unggahan infografis yang dibuat oleh akun Instagram @indonesiabaik.id pada bulan Juli menunjukkan bahwa fokus utama komunikasi

visual adalah tema layanan publik, dengan jumlah 22 unggahan. Tema ini mendominasi penyampaian informasi, menunjukkan bahwa pemerintah, melalui saluran digitalnya, berupaya memperkuat pemahaman publik terhadap layanan yang tersedia, baik secara daring maupun luring. Unggahan mengenai layanan publik pada bulan ini memuat informasi tentang akses kesehatan, administrasi kependudukan, layanan pendidikan, serta pemanfaatan platform digital milik pemerintah, yang dikemas secara visual agar mudah dipahami.

Penekanan pada tema layanan publik di bulan Juli berkaitan dengan momen-momen penting nasional, seperti Hari Anak Nasional dan persiapan menyambut Hari Kemerdekaan Indonesia di bulan Agustus. Momen-momen ini mendorong pemerintah untuk meningkatkan penyebaran informasi mengenai hak-hak warga negara, khususnya anak-anak, serta akses terhadap layanan sosial yang inklusif dan setara. Selain itu, meningkatnya aktivitas layanan publik menjelang hari libur nasional menuntut penyebaran informasi yang cepat, luas, dan terstruktur, agar masyarakat dapat berpartisipasi secara aktif dalam kegiatan kenegaraan dan layanan sosial.

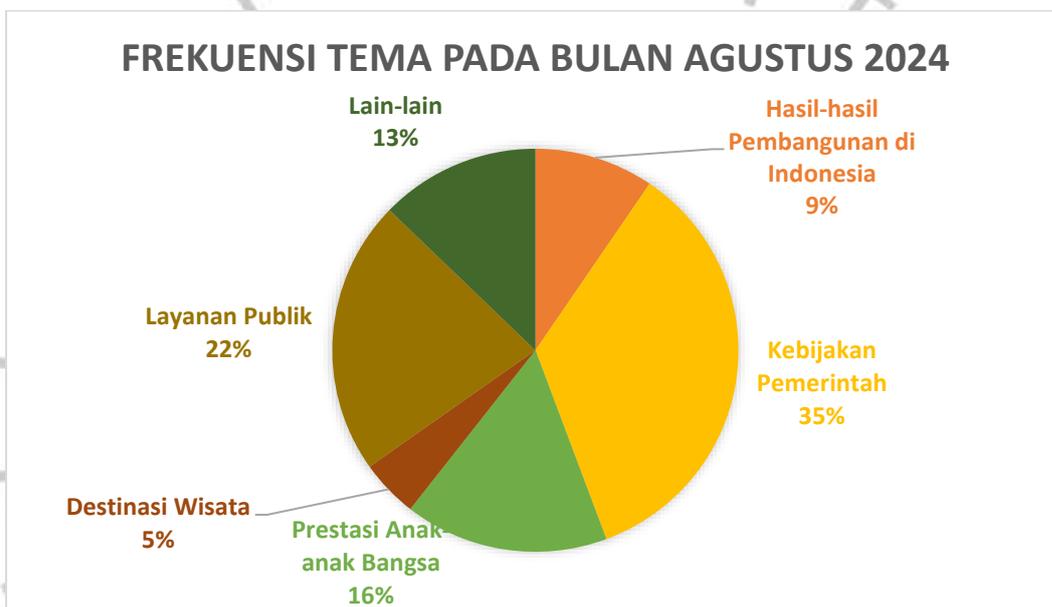
Selain layanan publik, tema kebijakan pemerintah juga tetap menjadi salah satu yang utama, dengan 18 unggahan yang signifikan. Tema ini secara konsisten muncul dalam bulan-bulan sebelumnya, mencerminkan strategi komunikasi pemerintah yang berkelanjutan untuk menyampaikan capaian, program strategis, dan kebijakan baru yang relevan dengan dinamika sosial, ekonomi, dan politik nasional. Kehadiran tema ini menunjukkan bahwa meskipun pendekatan berbasis layanan publik lebih ditonjolkan, komunikasi mengenai arah kebijakan tetap penting untuk membangun transparansi dan akuntabilitas pemerintah di hadapan publik.

Dengan demikian, komposisi tema dalam infografis bulan Juli menunjukkan perpaduan antara komunikasi yang bersifat informatif dan partisipatif, yang menjelaskan prosedur serta akses terhadap layanan, sekaligus memperkuat pemahaman publik tentang kebijakan negara. Hal ini sejalan dengan fungsi akun @indonesiabaik.id sebagai saluran komunikasi digital resmi yang dirancang untuk membentuk masyarakat yang terinformasi, tanggap terhadap kebijakan, dan terlibat aktif dalam kehidupan nasional dan kenegaraan di era digital.

Tabel 4. 8. Frekuensi Tema Bulan Agustus 2024

No	Tema	Σ	%
1	Hasil-hasil Pembangunan di Indonesia	10	9
2	Kebijakan Pemerintah	30	35
3	Prestasi Anak-anak Bangsa	14	16
4	Destinasi Wisata	4	5
5	Layanan Publik	19	22
6	Lain-lain	11	13
Total Keseluruhan		88	100

Sumber : Hasil Peneliti



Gambar 4. 16. Pie Chart Frekuensi Tema Periode Agustus 2024



Gambar 4. 17. tema infografis Layanan Publik, Hasil-hasil Pembangunan di Indonesia, Prestasi Anak-anak Bangsa, Lain-lain.

Pada table 4. 8, peneliti memperoleh hasil analisis terhadap total 88 infografis yang diposting oleh akun Instagram @indonesiabaik. id selama bulan Agustus 2024. Ditemukan bahwa tema kebijakan pemerintah berada di urutan teratas, dengan total 30 infografis. Infografis dalam kategori ini lebih fokus pada penyampaian program-program prioritas nasional, tindak lanjut dari kebijakan strategis yang sedang berlaku, serta penjelasan tentang langkah-langkah pemerintah menjelang masa peralihan kepemimpinan nasional setelah Pemilu 2024. Momen ini sangat penting karena pada Agustus 2024, Indonesia tidak hanya merayakan Hari Ulang Tahun ke-79 Kemerdekaan, tetapi juga berada dalam tahap penting sebelum pelantikan presiden dan wakil presiden terpilih dari Pemilu Februari 2024. Oleh karena itu, peningkatan jumlah infografis yang mengangkat tema kebijakan mencerminkan usaha pemerintah untuk menyampaikan keberhasilan program yang telah dilaksanakan, membangun legitimasi, dan memperkuat narasi keberlanjutan pemerintahan di tengah perhatian publik yang tinggi terhadap arah politik di tingkat nasional.

Selain tema kebijakan, tema layanan publik juga menunjukkan posisi yang signifikan dalam komposisi konten infografis pada bulan Agustus, dengan total 19 infografis. Berbeda dengan penyajian di bulan-bulan sebelumnya yang lebih teknis, konten layanan publik di bulan ini cenderung mengaitkan dengan semangat nasionalisme dan pelayanan negara kepada rakyat. Banyak infografis tidak hanya membahas prosedur layanan administrasi dan akses fasilitas publik, tetapi juga mengangkat informasi tentang layanan khusus untuk merayakan HUT RI, program sosial, dan penyediaan layanan gratis atau insentif dari pemerintah untuk masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi terkait layanan publik pada bulan Agustus memiliki sifat yang tidak hanya fungsional, tetapi juga simbolis, sebagai bagian dari perayaan kemerdekaan dan penguatan citra pemerintah sebagai pelayan masyarakat. Ini menjadi momentum yang tepat bagi masyarakat karena mudah diingat setiap tahunnya.

Gabungan antara dua tema ini, yaitu kebijakan pemerintah dan layanan publik, menunjukkan adanya pola komunikasi yang memiliki dua arah. Di satu sisi, ada penyampaian transparansi dan akuntabilitas terkait kebijakan yang telah dilaksanakan, sementara di sisi lain, ada pembangunan hubungan emosional dengan

masyarakat melalui pelayanan yang signifikan dan relevan dengan konteks. Dalam konteks peringatan HUT ke-79 RI dan menjelang berakhirnya masa jabatan pemerintah periode 2019–2024, narasi yang dibangun oleh akun @indonesiabaik.id tampak diarahkan untuk memperkuat citra pemerintah sebagai entitas yang progresif, responsif, dan berkomitmen terhadap kesejahteraan rakyat.

Dengan demikian, pola tematik infografis pada bulan Agustus 2024 tidak hanya mencerminkan rutinitas komunikasi digital pemerintah, tetapi juga berfungsi sebagai alat strategis untuk memperkuat legitimasi politik, memperingati pencapaian kemerdekaan, serta menumbuhkan kepercayaan publik di tengah transisi kekuasaan nasional. Kombinasi antara pesan simbolik dan informatif dalam konten infografis ini menjadikan akun @indonesiabaik.id sebagai contoh konkret dari strategi komunikasi publik digital yang terstruktur, kontekstual, dan halus secara politis.

Tabel 4. 9. Frekuensi Tema Bulan September 2024

No	Tema	Σ	%
1	Hasil-hasil Pembangunan di Indonesia	8	34
2	Kebijakan Pemerintah	6	25
3	Prestasi Anak-anak Bangsa	5	21
4	Destinasi Wisata	0	0
5	Layanan Publik	2	8
6	Lain-lain	3	12
Total Keseluruhan		24	100

Sumber : Hasil Peneliti



Gambar 4. 18. Pie Chart Frekuensi Tema Periode September 2024



Gambar 4. 19. tema infografis Hasil-hasil Pembangunan di Indonesia, Lain-lain, Prestasi Anak-anak Bangsa, Layanan Publik

Dari analisis mendalam terhadap 24 unggahan infografis di Instagram @indonesiabaik. id sepanjang September 2024, terungkap bahwa topik utama yang diangkat adalah pencapaian pembangunan di Indonesia, dengan 8 postingan khusus membahasnya. Infografis-infografis ini menampilkan keberhasilan nyata dari berbagai program pembangunan, misalnya kemajuan infrastruktur, digitalisasi pelayanan, pemerataan pendidikan, serta penurunan angka kemiskinan dan pengangguran. Penekanan pada hasil pembangunan dalam visualisasi ini mengisyaratkan upaya pemerintah, melalui platform digital resmi, untuk memperkuat keyakinan publik terhadap keberhasilan program-program penting selama masa pemerintahan 2019–2024.

Perlu diperhatikan bahwa fokus pada tema hasil pembangunan ini sangat terkait dengan momen penting politik dan administratif di September 2024, yaitu Sidang Tahunan MPR dan DPR, serta penyusunan RAPBN 2025, yang menjadi landasan arah pembangunan pemerintahan selanjutnya. Dengan menyampaikan informasi tentang hasil pembangunan, @indonesiabaik. id seolah menjalankan peran komunikasi pemerintah yang menekankan akuntabilitas publik, yaitu memberi tahu masyarakat bahwa investasi dan kebijakan selama lima tahun terakhir telah memberikan dampak yang jelas dan terukur. Selain itu, tema ini juga menjadi bagian dari pembentukan warisan pemerintahan yang akan segera berakhir, sekaligus membuka jalan bagi transisi narasi untuk pemerintahan yang baru terpilih.

Selanjutnya, tema kebijakan pemerintah menduduki peringkat kedua dalam hal frekuensi infografis selama September, dengan jumlah yang cukup signifikan.

Infografis tentang kebijakan pada bulan ini banyak menjelaskan mengenai kebijakan fiskal dan ekonomi makro yang tertuang dalam RAPBN 2025, reformasi sektor penting, serta kelanjutan program-program pemerintah yang mendekati tahap akhir. Berbeda dengan bulan-bulan sebelumnya di mana tema kebijakan lebih berfokus pada sosialisasi dan edukasi peraturan, konten bulan ini lebih bertujuan menunjukkan konsistensi dan kesinambungan arah pembangunan nasional, terutama dalam menyambut pemerintahan baru.

Secara keseluruhan, pola tema infografis pada September menunjukkan bahwa @indonesiabaik.id tidak hanya menyebarkan informasi biasa, tetapi juga berperan penting dalam menyampaikan narasi pencapaian dan rencana pembangunan ke depan. Dominasi tema hasil pembangunan dan kebijakan pemerintah di bulan ini memperkuat anggapan bahwa media sosial pemerintah telah menjadi alat komunikasi politik yang halus namun efektif, terutama dalam membentuk opini publik di masa transisi kekuasaan yang krusial dan penyusunan agenda nasional jangka panjang.

Tabel 4. 10. Frekuensi Tema Bulan Oktober 2024

No	Tema	Σ	%
1	Hasil-hasil Pembangunan di Indonesia	21	16
2	Kebijakan Pemerintah	29	56
3	Prestasi Anak-anak Bangsa	6	12
4	Destinasi Wisata	0	0
5	Layanan Publik	4	8
6	Lain-lain	4	8
Total Keseluruhan		64	100

Sumber : Hasil Peneliti.



Gambar 4. 20. Pie Chart Frekuensi Tema Periode Oktober 2024



Gambar 4. 21. Tema infografis Lain-lain, Kebijakan Pemerintah, Prestasi Anak-anak Bangsa, Layanan Publik

Pada Table 4.10, berdasarkan penelitian terhadap total 64 infografis yang dirilis oleh akun Instagram @indonesiabaik. id selama bulan Oktober 2024, terungkap bahwa tema kebijakan pemerintah mendominasi dengan 29 postingan. Infografis dalam kategori ini menguraikan berbagai kebijakan strategis nasional, termasuk kebijakan fiskal, penguatan program prioritas, reformasi birokrasi, serta sejumlah kebijakan transisi terkait dengan perubahan pemerintahan yang akan datang. Dominasi tema kebijakan pemerintah pada bulan Oktober sangat berkaitan dengan peristiwa penting dalam negara, yaitu persiapan pelantikan presiden dan wakil presiden terpilih dari Pemilu 2024, yang direncanakan pada 20 Oktober 2024. Dalam hal ini, akun @indonesiabaik. id tampaknya berfungsi sebagai saluran komunikasi bagi pemerintah yang bertujuan menyampaikan informasi strategis mengenai arah kebijakan nasional, sekaligus menunjukkan konsistensi dan akuntabilitas dari pemerintahan yang hampir selesai masa jabatannya.

Penyampaian infografis kebijakan selama bulan ini juga bisa dianggap sebagai bentuk komunikasi transisi, di mana pemerintah mengedepankan kesinambungan kebijakan yang telah ada, serta memberikan kesempatan bagi pemerintahan baru untuk melanjutkan atau memperbaharui kebijakan ke depan. Dengan cara lain, narasi kebijakan yang disampaikan tidak hanya bersifat melihat ke belakang untuk mengevaluasi pencapaian masa lalu, tetapi juga melihat ke depan, memberikan pandangan mengenai kerangka kebijakan yang akan diwariskan kepada pemimpin berikutnya.

Di sisi lain, tema mengenai hasil-hasil pembangunan di Indonesia juga memiliki posisi yang kuat pada bulan Oktober, dengan total 21 postingan, menjadikannya sebagai tema kedua terpopuler. Infografis dalam tema ini umumnya menyampaikan pencapaian nyata pembangunan nasional di berbagai bidang, seperti infrastruktur, digitalisasi layanan publik, penguatan sektor UMKM, pendidikan, serta peningkatan daya saing sumber daya manusia. Dominasi tema ini pada bulan Oktober dapat dihubungkan dengan berakhirnya masa kerja Kabinet Indonesia Maju 2019–2024, di mana pemerintah harus menyampaikan hasil kerja dan pencapaian yang telah diraih kepada publik sebagai bentuk pertanggungjawaban sekaligus warisan. Melalui visualisasi pembangunan dalam bentuk infografis, pemerintah berupaya untuk menunjukkan hasil-hasil konkrit dari program lima tahunan, dengan tujuan untuk membangun legitimasi dan meninggalkan kesan positif menjelang akhir masa jabatannya.

Perpaduan antara tema kebijakan dan hasil-hasil pembangunan menunjukkan bahwa strategi komunikasi pada bulan Oktober sangat berfokus pada penguatan citra keberhasilan dan kelanjutan pemerintahan, sejalan dengan momen penting transisi kekuasaan eksekutif nasional. Dalam hal ini, akun @indonesiabaik.id tidak hanya berfungsi sebagai saluran penyebaran informasi, tetapi juga sebagai alat strategis untuk membangun narasi keberhasilan dan kesiapan negara dalam menyongsong era pemerintahan yang baru.

Table 4. 11. Frekuensi Tema Bulan November 2024

No	Tema	Σ	%
1	Hasil-hasil Pembangunan di Indonesia	12	10
2	Kebijakan	34	40

No	Tema	Σ	%
3	Pemerintah		
3	Prestasi Anak-anak Bangsa	5	6
4	Destinasi Wisata	1	1
5	Layanan Publik	19	23
6	Lain-lain	17	20
Total Keseluruhan		88	100

Sumber : Hasil Peneliti



Gambar 4. 22. Pie Chart Frekuensi Tema Periode November 2024



Gambar 4. 23. tema infografis Layanan Publik, Destinasi Wisata, Kebijakan Pemerintah.

Setelah menelaah 88 unggahan infografis dari akun Instagram @indonesiabaik.id pada November 2024, diketahui bahwa tema kebijakan pemerintah menjadi yang paling dominan, muncul dalam 34 unggahan. Infografis bertema kebijakan pada bulan ini merinci langkah-langkah awal pemerintahan baru

hasil pemilu 2024, termasuk prioritas dalam 100 hari pertama, reformasi kelembagaan, serta arah baru kebijakan strategis nasional. Momen ini berkaitan langsung dengan bulan pertama masa jabatan presiden dan wakil presiden terpilih, yang resmi dilantik pada 20 Oktober 2024. Oleh karena itu, narasi kebijakan yang dibangun pada bulan November dapat dipahami sebagai bentuk komunikasi awal dari pemerintah untuk memperkuat kepercayaan publik, menunjukkan arah pembangunan jangka menengah dan panjang, serta menginformasikan rencana konkret yang akan dijalankan oleh kabinet baru.

Dominasi tema kebijakan pada bulan ini menunjukkan bahwa akun @indonesiabaik.id, sebagai kanal komunikasi resmi pemerintah, memegang peran penting dalam menyampaikan proses transisi kepemimpinan negara secara informatif dan transparan, dengan menekankan keterbukaan terhadap kebijakan-kebijakan baru yang ditetapkan. Selain itu, tema layanan publik menempati posisi kedua dengan 19 unggahan, menandakan bahwa komunikasi pemerintah tidak hanya berfokus pada kebijakan makro, tetapi juga mencakup hal-hal yang berdampak langsung pada kehidupan masyarakat. Infografis bertema layanan publik mencakup informasi mengenai peningkatan sistem layanan digital pemerintah, perluasan aksesibilitas terhadap layanan administrasi, serta inovasi dalam layanan berbasis teknologi. Hal ini menunjukkan bahwa di bulan pertama pemerintahan, para pemimpin baru tidak hanya fokus membangun citra atau merumuskan kebijakan jangka panjang, tetapi juga mulai memperhatikan peningkatan kualitas layanan kepada masyarakat sebagai upaya konkret untuk menepati janji kampanye dan memulihkan kepercayaan publik terhadap birokrasi.

Secara keseluruhan, pola tematik infografis pada November 2024 mencerminkan pergeseran fokus, dari refleksi atas pemerintahan sebelumnya menuju pembangunan narasi baru oleh pemerintahan yang sedang berjalan. Dominasi tema kebijakan dan layanan publik menjadi indikator bahwa komunikasi digital pemerintah bertujuan membangun legitimasi awal pemerintahan, memperkenalkan visi serta program unggulan, dan menunjukkan keseriusan dalam melayani masyarakat sejak awal masa jabatan. Dalam konteks ini, akun @indonesiabaik.id memainkan peran penting sebagai jembatan antara pemerintah

dan masyarakat, menyampaikan arah baru pembangunan nasional melalui strategi komunikasi visual yang mudah diakses oleh khalayak luas.

Table 4. 12. Frekuensi Tema Bulan Desember 2024

No	Tema	Σ	%
1	Hasil-hasil Pembangunan di Indonesia	3	5
2	Kebijakan Pemerintah	18	31
3	Prestasi Anak-anak Bangsa	4	7
4	Destinasi Wisata	2	3
5	Layanan Publik	15	25
6	Lain-lain	17	29
Total Keseluruhan		59	100

Sumber : Hasil Peneliti



Gambar 4. 24. Pie Chart Frekuensi Tema Periode Desember 2024



Gambar 4. 25. Tema infografis Lain-lain, Kebijakan Pemerintah, Layanan Publik.

Dari analisis terhadap 59 infografis yang diunggah akun Instagram @indonesiabaik. id selama Desember 2024, terlihat bahwa bahasan seputar kebijakan pemerintah masih paling sering muncul, yaitu dalam 18 unggahan. Hal ini menandakan bahwa @indonesiabaik, sebagai media komunikasi visual resmi pemerintah, terus menginformasikan perkembangan kebijakan nasional, meski pemerintahan baru sudah berjalan dua bulan. Jika dibandingkan Oktober dan November yang lebih fokus pada transisi dan pengenalan program, infografis Desember lebih banyak berisi evaluasi dan penguatan kebijakan yang sudah ada, misalnya laporan 100 hari kerja, target pembangunan 2025, dan penyesuaian kebijakan terhadap dinamika ekonomi dan sosial menjelang akhir tahun.

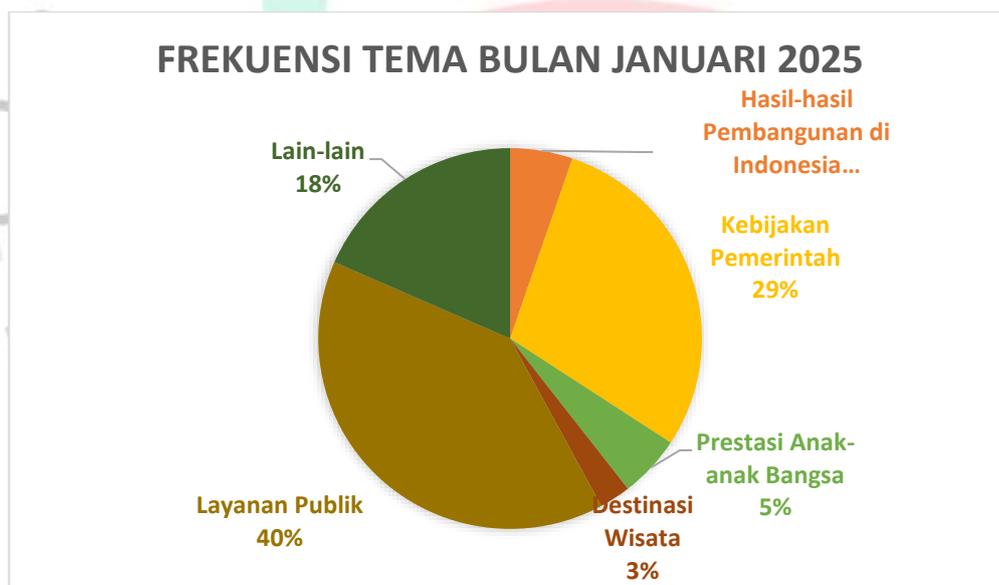
Sementara itu, tema infografis lain yang mengangkat isu sosial serta tema di luar lima topik utama (kebijakan, pembangunan, layanan publik, pencapaian bangsa, dan literasi digital) mengalami peningkatan signifikan. Dengan 17 unggahan, tema ini menjadi yang kedua paling menonjol. Hal ini mencerminkan perhatian pemerintah terhadap berbagai isu hangat di masyarakat selama Desember, seperti kampanye keselamatan libur akhir tahun, persiapan menghadapi musim hujan, edukasi pencegahan kekerasan pada anak dan perempuan, serta imbauan keamanan digital. Kenaikan jumlah infografis bertema ini juga dipengaruhi oleh situasi sosial unik di akhir tahun, di mana fokus publik bergeser dari isu struktural ke isu sehari-hari, budaya, dan sosial. Oleh karena itu, @indonesiabaik. id menyesuaikan kontennya agar tetap relevan dengan kebutuhan informasi masyarakat. Ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemerintah di media sosial bersifat adaptif dan kontekstual; tidak hanya menyoroti kebijakan dan pembangunan besar, tetapi juga merespons langsung perubahan sosial di masyarakat. Singkatnya, pola tema infografis Desember menunjukkan kombinasi antara upaya penguatan legitimasi pemerintah baru melalui penyampaian kebijakan, dan pendekatan yang lebih humanis serta responsif terhadap masyarakat melalui isu sosial dan edukasi. Dominasi kedua tema ini mengindikasikan bahwa @indonesiabaik. id menjalankan peran komunikasi publik yang seimbang, yaitu menjelaskan arah pemerintahan sekaligus mendekatkan diri dengan kebutuhan serta perhatian masyarakat di penghujung tahun. Ini juga menandakan pemanfaatan

media sosial secara strategis oleh pemerintah, bukan hanya sebagai saluran informasi, tetapi juga untuk membangun hubungan emosional dan sosial dengan masyarakat. Tujuannya adalah memperkuat legitimasi dan citra pemerintah di mata publik.

Table 4. 13. Frekuensi Tema Bulan Januari 2025

No	Tema	Σ	%
1	Hasil-hasil Pembangunan di Indonesia	2	5
2	Kebijakan Pemerintah	11	29
3	Prestasi Anak-anak Bangsa	2	5
4	Destinasi Wisata	1	3
5	Layanan Publik	15	40
6	Lain-lain	7	18
Total Keseluruhan		38	100

Sumber : Hasil Peneliti



Gambar 4. 26. Pie Chart Frekuensi Tema Periode Januari 2025



Gambar 4. 27. Tema infografis Layanan Publik, Kebijakan Pemerintah, Lain-lain.

Berdasarkan analisis terhadap 38 unggahan infografis yang dipublikasikan oleh akun Instagram @indonesiabaik.id pada Januari 2025, sebagaimana tercantum dalam Table 4.13, terlihat bahwa tema layanan publik menonjol sebagai yang paling sering muncul, dengan total 15 unggahan. Infografis bertema layanan publik pada bulan ini membahas informasi mengenai kemudahan akses terhadap layanan pemerintah, pembaruan sistem digital, serta panduan administratif setelah periode libur panjang. Dominasi tema ini mencerminkan upaya pemerintah melalui saluran resminya untuk mendorong peningkatan kualitas layanan kepada masyarakat, terutama pada awal tahun anggaran baru, ketika permintaan terhadap layanan administrasi dan publik mulai kembali meningkat.

Awal tahun 2025 juga bertepatan dengan berlanjutnya program 100 hari pertama pemerintahan baru, yang menekankan pada efisiensi dan transparansi layanan publik. Dalam konteks ini, konten infografis ditujukan tidak hanya untuk menyosialisasikan layanan yang tersedia, tetapi juga untuk mengkomunikasikan komitmen pemerintah dalam merespons kebutuhan masyarakat secara cepat dan efektif di awal masa kepemimpinannya.

Di posisi kedua, tema kebijakan pemerintah tetap menjadi isu yang relevan dengan 11 unggahan. Infografis pada tema ini membahas kebijakan strategis yang mulai dijalankan oleh pemerintah baru di awal tahun, termasuk arahan untuk pembangunan ekonomi, kebijakan fiskal, serta prioritas nasional lainnya untuk tahun 2025. Dominasi dua tema ini, layanan publik dan kebijakan pemerintah mencerminkan adanya sinergi antara penyediaan layanan langsung kepada

masyarakat dan penyampaian strategi kebijakan, dua elemen penting yang saling melengkapi pada awal pemerintahan dan tahun fiskal.

Dengan demikian, tren tematik pada Januari 2025 menunjukkan adanya pergeseran fokus, dari refleksi dan evaluasi akhir tahun sebelumnya menuju penyediaan layanan dan kebijakan konkret yang dapat langsung diterapkan. Akun @indonesiabaik.id menunjukkan perannya sebagai media komunikasi pemerintah yang adaptif terhadap situasi dan kebutuhan informasi masyarakat, khususnya selama masa transisi administratif dan politik di awal tahun.

Table 4. 14. Frekuensi Tema Keseluruhan Periode Januari 2024 – Januari 2025

No	Tema	Σ	%
1	Hasil-hasil	90	14
2	Pembangunan di Indonesia	209	32
3	Kebijakan Pemerintah	76	11
4	Prestasi Anak-anak Bangsa	16	2
5	Destinasi Wisata	155	24
6	Lain-lain	111	17
Total Keseluruhan		657	100

Sumber : Hasil Peneliti



Gambar 4. 28. Pie Chart Tema Periode Keseluruhan Januari 2024-Januari 2025

Berdasarkan data pada table 4.14, dapat diketahui bahwa tema Kebijakan Pemerintah menjadi tema yang paling sering diangkat dalam infografis yang

diunggah oleh akun Instagram @indonesiabaik.id selama periode Januari 2024 hingga Januari 2025. Tema ini muncul sebanyak 209 kali, yang merepresentasikan 32% dari total keseluruhan 657 unggahan infografis. Tingginya frekuensi tema ini menunjukkan bahwa akun tersebut memiliki fokus utama pada penyampaian informasi seputar regulasi, program, dan kebijakan strategis pemerintah kepada masyarakat secara visual dan mudah dipahami.

Selanjutnya, tema Layanan Publik menempati posisi kedua dengan 155 postingan atau setara 24% dari total. Tingginya angka ini memperlihatkan komitmen dalam menyampaikan berbagai informasi yang berkaitan langsung dengan pelayanan kepada masyarakat, seperti layanan administrasi, kesehatan, pendidikan, hingga bantuan sosial. Sementara itu, tema Hasil-hasil Pembangunan di Indonesia muncul sebanyak 90 kali (14%), yang menunjukkan upaya pemerintah dalam menampilkan pencapaian pembangunan nasional secara visual untuk meningkatkan transparansi dan apresiasi publik terhadap hasil kerja pemerintah.

Tema Prestasi Anak-anak Bangsa menempati urutan berikutnya dengan 76 postingan (11%). Tema ini menunjukkan adanya ruang khusus dalam penyampaian informasi yang mengangkat capaian dan kontribusi positif dari generasi muda atau tokoh-tokoh bangsa dalam berbagai bidang. Adapun tema "Lain-lain" tercatat sebanyak 111 postingan (17%). Kategori ini mencakup berbagai jenis infografis yang tidak termasuk dalam tema-tema utama, seperti peringatan hari besar nasional, edukasi umum, atau isu-isu aktual yang bersifat situasional. Tema Destinasi Wisata menjadi yang paling sedikit muncul, yaitu hanya 16 postingan (2%), yang kemungkinan besar karena fokus utama akun ini bukan pada promosi pariwisata melainkan pada penyampaian informasi kebijakan dan layanan pemerintah.

Dengan total keseluruhan 657 unggahan infografis, hasil ini menunjukkan bahwa akun @indonesiabaik.id secara konsisten menggunakan media visual untuk menyampaikan informasi pemerintahan dengan tema-tema yang berorientasi pada edukasi publik. Dominasi tema Kebijakan Pemerintah dan Layanan Publik juga memperkuat karakteristik akun ini sebagai saluran komunikasi resmi pemerintah yang bertujuan membangun literasi masyarakat terhadap kebijakan dan pelayanan yang diberikan oleh negara. Hal ini juga selaras dengan fungsi komunikasi publik

yang transparan dan partisipatif sebagaimana diamanatkan dalam prinsip-prinsip keterbukaan informasi di era digital.

4.2.2 Tipe Unggahan Infografis di Instagram @Indonesiabaik.id

Di samping mempertimbangkan unsur tema, pengelompokan berdasarkan tipe juga berperan penting dalam menentukan cara penyajian pesan pada infografis. Pengelompokan ini dimaksudkan untuk menegaskan perbedaan antara tiap informasi yang disampaikan dalam sebuah berita, sehingga tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi, tetapi juga mampu menghadirkan ciri dan kriteria khusus pada setiap konten yang dipublikasikan. Dengan adanya keunikan tersebut, informasi yang disajikan akan memiliki identitas tersendiri dan lebih mudah dibedakan dari berita lainnya.

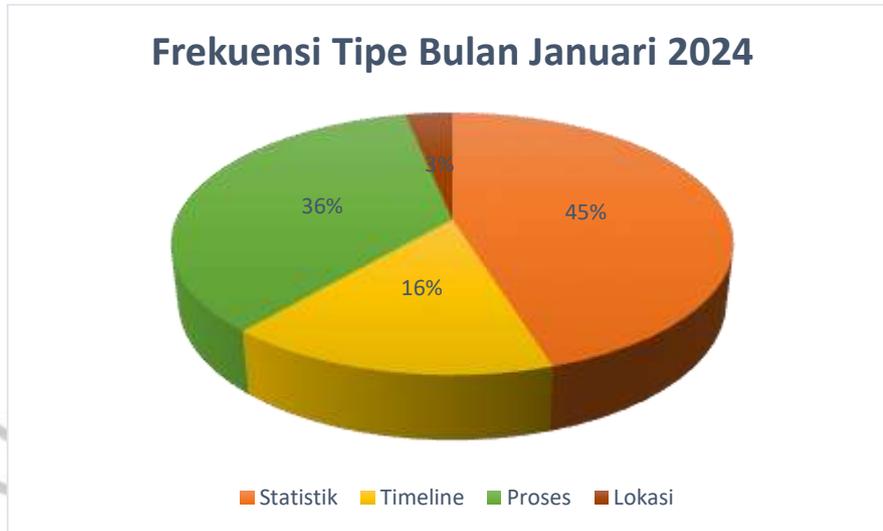
Pada penelitian ini, klasifikasi tipe infografis merujuk pada model yang dikembangkan oleh Hasni & Yustikasari, 2019. Dalam model tersebut, Hasni dan Yustikasari mengelompokkan infografis ke dalam empat tipe yang berbeda, yang masing-masing dirancang untuk menyampaikan informasi secara lebih efisien dan menarik. Keempat tipe infografis tersebut yaitu yang pertama, Statistik, digunakan untuk menyajikan data numerik atau statistik dalam bentuk visual yang lebih mudah dipahami, biasanya dengan grafik, diagram batang, atau diagram lingkaran. Kedua, *Timeline*, Berfungsi untuk menggambarkan urutan peristiwa dalam kurun waktu tertentu menggunakan garis waktu dengan titik-titik penting. Ketiga, Proses, Memaparkan proses atau alur urutan menyajikan langkah-langkah prosedur secara visual, menggunakan simbol, ikon, dan panah untuk memudahkan pemahaman tentang tahapan yang harus diikuti, seperti pendaftaran atau mekanisme tertentu. Dan yang terakhir, Lokasi, Digunakan untuk menyajikan informasi berbasis geografis, biasanya dalam bentuk peta dengan simbol atau warna tertentu untuk menyoroti data spesifik dalam suatu wilayah. Setiap jenis infografis ini memiliki peran dalam menyampaikan informasi secara visual agar lebih mudah dipahami oleh *audiens*.

Tabel 4. 15. Frekuensi Tipe Bulan Januari 2024

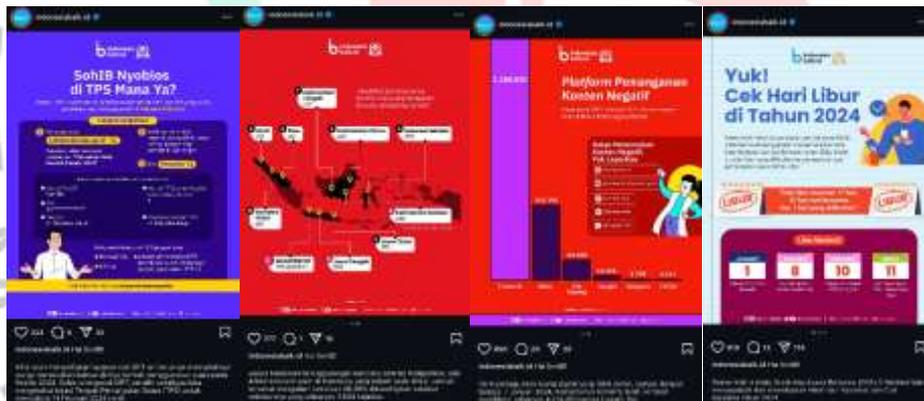
No.	Tipe	Σ	%
1	Statistik	14	45
2	Timeline	5	16
3	Proses	11	36

No.	Tipe	Σ	%
4	Lokasi	1	3
Total Keseluruhan		31	100

Sumber : Hasil Peneliti



Gambar 4. 29. Pie Chart Frekuensi Tipe Periode Januari 2024



Gambar 4. 30. Tipe infografis Proses, Lokasi, Statistik, Timeline

Dapat diketahui bahwa pada bulan Januari 2024, tipe infografis yang paling sering digunakan oleh akun Instagram @indonesiabaik.id adalah Statistik, dengan total sebanyak 14 unggahan dari keseluruhan 31 postingan infografis yang dipublikasikan selama bulan tersebut. Selain tipe Statistik, tipe infografis Proses juga banyak digunakan, yakni sebanyak 11 kali. Tipe Statistik umumnya dipilih karena mampu menyajikan data secara kuantitatif dan visual, sehingga memudahkan audiens dalam memahami perbandingan angka atau tren tertentu secara cepat dan jelas. Hal ini menunjukkan bahwa konten yang dipublikasikan oleh @indonesiabaik.id di bulan tersebut cenderung berorientasi pada penyampaian

informasi berbasis data, yang erat kaitannya dengan fakta dan perkembangan aktual di masyarakat.

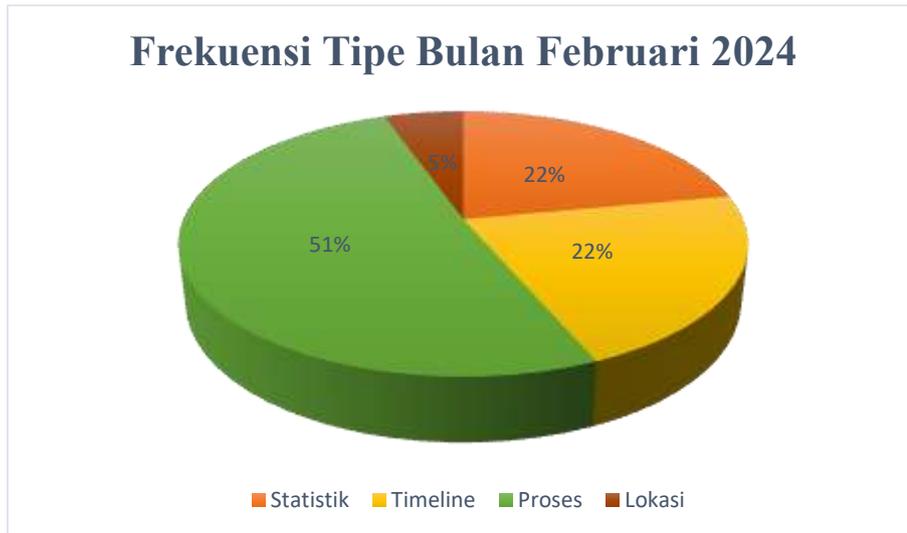
Selain melihat data yang ditampilkan pada table, berdasarkan hasil observasi dan analisis peneliti terhadap keseluruhan konten infografis pada bulan Januari 2024, tampak bahwa penggunaan tipe Statistik dan Proses menjadi strategi penyampaian yang konsisten. Hal ini kemungkinan dipengaruhi oleh topik-topik yang diangkat selama periode tersebut, seperti pemaparan data awal tahun, laporan capaian pemerintah, dan tahapan program prioritas nasional yang memerlukan visualisasi yang jelas dan terstruktur. Tipe Statistik digunakan untuk memberikan gambaran kuantitatif, sementara tipe Proses dimanfaatkan untuk menjelaskan alur kebijakan atau mekanisme layanan publik secara runtut.

Meskipun tipe Statistik mendominasi, @indonesiabaik.id tetap menyajikan variasi infografis dengan mengombinasikan tipe lainnya agar tidak monoton. Keberagaman ini bertujuan untuk menjaga daya tarik visual dan membantu audiens dari berbagai latar belakang memahami isi informasi secara efektif. Pendekatan ini menunjukkan bahwa pemilihan tipe infografis tidak hanya berdasarkan estetika, tetapi juga disesuaikan dengan karakteristik pesan dan kebutuhan komunikasi yang ingin dicapai dalam setiap unggahan.

Table 4. 16. Frekuensi Tipe Bulan Februari 2024

No.	Tipe	Σ	%
1	Statistik	9	22
2	Timeline	8	22
3	Proses	19	51
4	Lokasi	2	5
Total Keseluruhan		38	100

Sumber : Hasil Peneliti



Gambar 4. 31. Pie Chart Frekuensi Tipe Periode Februari 2024



Gambar 4. 32. Tipe infografis Timeline, Statistik, Proses, Lokasi.

Selama bulan Februari 2024, jenis infografis yang paling sering dipakai oleh akun Instagram @indonesiabaik. id adalah kategori Proses, dengan 19 unggahan dari total 38 infografis. Tipe ini dipilih secara konsisten karena mampu menyampaikan langkah-langkah atau tahapan dari kebijakan, program, atau prosedur layanan publik dengan jelas dan terstruktur. Di sisi lain, tipe Statistik juga memiliki peran penting, dengan 9 unggahan, yang umumnya digunakan untuk menyajikan data angka atau perbandingan secara visual dan singkat.

Selain itu, penggunaan tipe Statistik tetap signifikan, terutama dalam konteks penyampaian hasil survei, laporan pencapaian, atau perkembangan sosial ekonomi. Keberadaan tipe ini menambah kedalaman pada narasi infografis yang membutuhkan dukungan melalui data nyata. Kombinasi antara tipe Proses dan

Statistik menunjukkan bahwa @indonesiabaik. id tidak hanya fokus pada prosedur, tetapi juga mengedepankan transparansi melalui data.

Walaupun tipe Proses menjadi yang paling banyak digunakan, akun ini juga menyertakan beberapa jenis infografis lainnya dalam jumlah yang lebih sedikit untuk menjaga keragaman dan daya tarik visual. Variasi ini sangat penting untuk menghindari kebosanan informasi serta menyesuaikan cara penyampaian dengan karakter pesan yang ingin disampaikan. Penggunaan berbagai tipe, meskipun tidak dominan, menunjukkan bahwa @indonesiabaik. id tetap mempertimbangkan fleksibilitas dalam strategi komunikasi visualnya.

Kepemimpinan tipe infografis Proses dan Statistik pada bulan Februari 2024 sangat terkait dengan momen Pemilu 2024 yang berlangsung pada 14 Februari. Banyak konten dari @indonesiabaik. id bulan ini berfokus pada pemaparan alur pencoblosan, prosedur pemilu, serta panduan bagi para pemilih, yang dapat disampaikan dengan baik melalui tipe Proses. Sementara tipe Statistik digunakan untuk menampilkan informasi seperti jumlah pemilih, tingkat partisipasi dalam pemilu, dan distribusi logistik, yang bertujuan untuk memperkuat pemahaman masyarakat dengan visualisasi data yang jelas dan akurat.

Table 4. 17. Frekuensi Tipe Bulan Maret 2024

No.	Tipe	Σ	%
1	Statistik	12	24
2	Timeline	3	9
3	Proses	16	47
4	Lokasi	7	20
Total Keseluruhan		38	100

Sumber : Hasil Peneliti



Gambar 4. 33. Pie Chart Tipe Periode Maret 2024



Gambar 4. 34. Tipe infografis Timeline, Proses, Statistik, Lokasi

Terlihat bahwa pada bulan Maret 2024, tipe infografis Proses merupakan tipe yang paling sering digunakan oleh indonesiabaik.id dalam penyampaian infografis melalui akun media sosial Instagram mereka, dengan jumlah sebanyak 16 dari total 38 infografis yang diunggah. Tipe ini sering dipilih karena kemampuannya dalam menggambarkan tahapan atau langkah-langkah secara runtut, sehingga memudahkan audiens untuk memahami alur suatu proses atau mekanisme secara visual dan sistematis. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas konten yang diunggah oleh indonesiabaik.id di Instagram pada bulan tersebut bertujuan memberikan pemahaman yang jelas dan terstruktur kepada audiens, terutama terkait topik-topik yang membutuhkan penjelasan langkah demi langkah.

Selain itu, tipe infografis Statistik juga cukup dominan, dengan jumlah 12 dari total 38 infografis. Tipe Statistik biasanya digunakan untuk menampilkan data

numerik atau fakta-fakta penting dalam bentuk visual yang mudah dipahami, seperti grafik atau diagram. Hal ini menandakan bahwa indonesiabaik.id juga berupaya memberikan informasi berbasis data yang akurat kepada pengikutnya, sehingga audiens dapat memperoleh gambaran yang objektif dan informatif mengenai isu-isu yang sedang dibahas.

Meskipun tipe Proses dan Statistik mendominasi, indonesiabaik.id tetap menggunakan beberapa tipe infografis lain untuk menjaga variasi dalam penyajian informasi, sehingga tidak terkesan monoton bagi para pengikut akun Instagram mereka. Keberagaman tipe infografis ini bertujuan agar setiap pesan yang ingin disampaikan tetap relevan dan dapat dipahami dengan baik oleh berbagai segmen audiens, sekaligus menjaga ketertarikan audiens terhadap konten yang disajikan.

Dapat disimpulkan bahwa pada bulan Maret 2024, indonesiabaik.id lebih banyak berfokus pada penyampaian informasi yang bersifat edukatif dan informatif melalui infografis tipe Proses dan Statistik di Instagram, dengan tetap mempertahankan variasi tipe infografis untuk menjangkau dan memenuhi kebutuhan informasi dari berbagai kalangan audiens mereka, sesuai dengan data yang bersumber dari akun Instagram indonesiabaik.id.

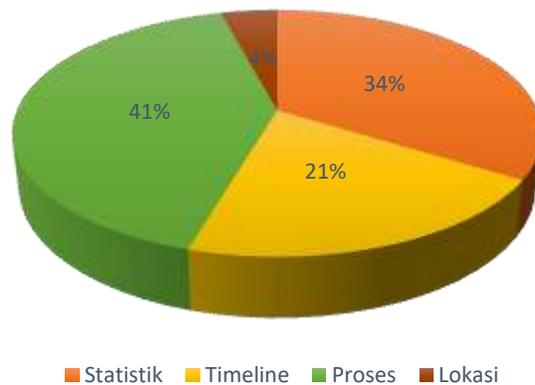
Banyaknya unggahan infografis tipe Proses dan Statistik pada Maret 2024 di indonesiabaik.id terjadi karena setelah momen penting seperti Pemilu 2024. Tipe Proses digunakan untuk menjelaskan tahapan pemilu dan prosedur layanan publik, sedangkan tipe Statistik menampilkan data partisipasi, hasil survei, dan informasi berbasis fakta. Kedua tipe ini dipilih untuk melawan hoaks dan memberikan edukasi yang jelas serta mudah dipahami di tengah tingginya isu politik dan kebutuhan informasi publik.

Tabel 4. 18. Frekuensi Tipe Bulan April 2024

No.	Tipe	Σ	%
1	Statistik	6	34
2	Timeline	5	21
3	Proses	10	41
4	Lokasi	1	4
Total Keseluruhan		22	100

Sumber : Hasil Peneliti

Frekuensi Tipe Bulan April 2024



Gambar 4. 35. Pie Chart Tipe Periode April 2024



Gambar 4. 36. Tipe infografis Statistik, Proses, Timeline

Berdasarkan data yang ditampilkan dalam table 4.18, terlihat bahwa pada bulan Maret 2024 tipe infografis Proses merupakan yang paling sering digunakan oleh indonesiabaik.id melalui akun Instagram mereka, dengan jumlah sebanyak 10 infografis, diikuti oleh tipe Statistik sebanyak 6 dari total 22 infografis. Tipe Proses dipilih karena efektif untuk menjelaskan langkah-langkah atau tahapan secara runtut, sedangkan tipe Statistik digunakan untuk menyajikan data dan fakta secara visual yang mudah dipahami.

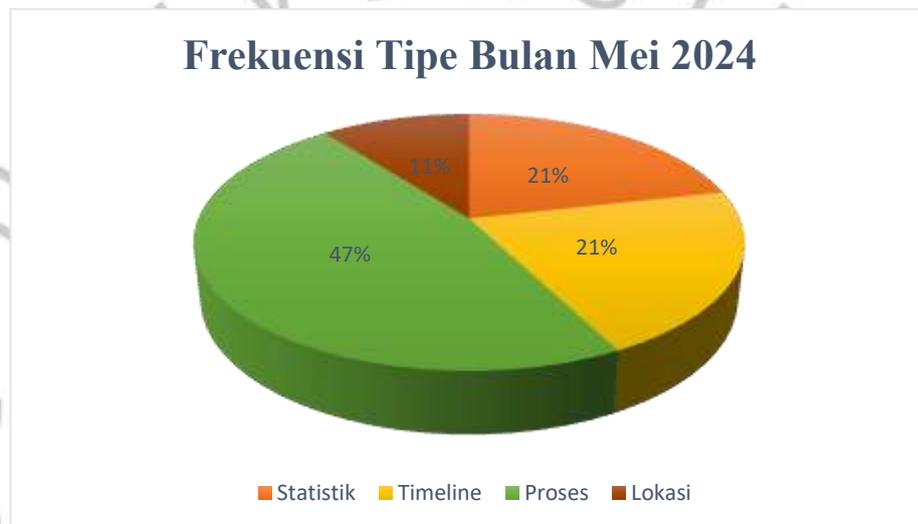
Kedua tipe infografis ini diunggah berkaitan dengan momen penting di bulan April 2024, seperti perayaan Hari Raya Idul Fitri dan berbagai hari besar nasional lainnya, termasuk Hari Penyiaran Nasional, Hari Nelayan Nasional, Hari Kartini, serta peringatan Hari Bumi dan Hari Konsumen Nasional. Momen-momen tersebut memerlukan penyampaian informasi yang jelas dan berbasis data untuk edukasi publik dan sosialisasi kebijakan, sehingga tipe Proses dan Statistik menjadi

pilihan utama dalam menyajikan konten yang informatif dan mudah dipahami oleh audiens.

Table 4. 19. Frekuensi Tipe Bulan Mei 2024

No.	Tipe	Σ	%
1	Statistik	8	21
2	Timeline	8	21
3	Proses	18	47
4	Lokasi	4	11
Total Keseluruhan		38	100

Sumber : Hasil Peneliti



Gambar 4. 37. Pie Chart Tipe Periode Mei 2024



Gambar 4. 38. Tipe infografis Proses, Timeline, Statistik.

Dari hasil table 4.19 terlihat bahwa pada bulan Maret 2024 tipe infografis Proses merupakan tipe yang paling sering digunakan oleh indonesiabaik.id melalui akun Instagram mereka, dengan jumlah sebanyak 18 infografis, diikuti oleh tipe Statistik dan Timeline yang masing-masing berjumlah 8 dari total 38 infografis. Tipe Proses dipilih karena efektif untuk menjelaskan tahapan atau langkah secara

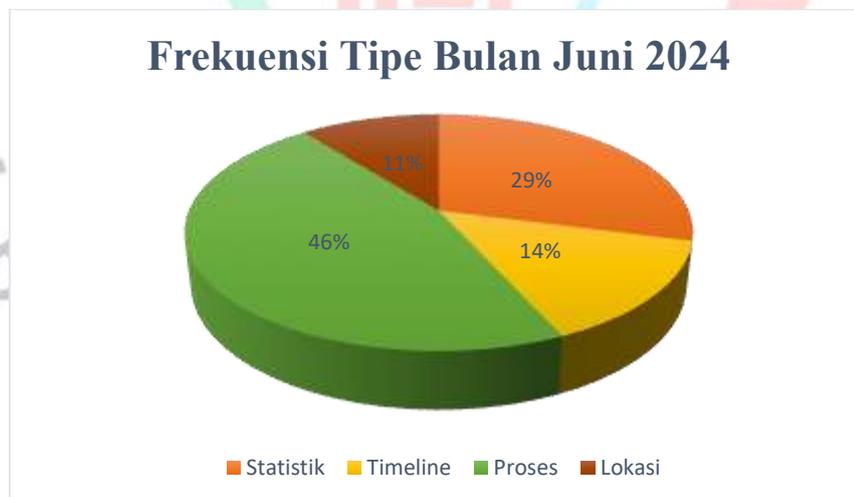
runtut, tipe Statistik digunakan untuk menyajikan data dan fakta secara visual, sedangkan tipe Timeline membantu menggambarkan urutan kejadian atau perkembangan suatu topik dari waktu ke waktu.

Dominasi ketiga tipe infografis ini berkaitan dengan momen penting di bulan Mei 2024, yaitu perhelatan World Water Forum ke-10 yang berlangsung pada 18-25 Mei 2024. Forum ini mengangkat berbagai subtema penting terkait isu air dan lingkungan yang memerlukan penyajian informasi yang terstruktur (Proses), berbasis data (Statistik), dan kronologis (Timeline) agar audiens dapat memahami isu kompleks secara menyeluruh dan sistematis. Selain itu, bulan Mei juga diwarnai dengan berbagai peringatan nasional dan kampanye sosial yang membutuhkan variasi infografis untuk edukasi publik yang efektif.

Tabel 4. 20. Frekuensi Tipe Bulan Juni 2024

No.	Tipe	Σ	%
1	Statistik	36	29
2	Timeline	4	14
3	Proses	13	46
4	Lokasi	3	11
Total Keseluruhan		56	100

Sumber : Hasil Peneliti



Gambar 4. 39. Pie Chart Tipe Periode Juni 2024



Gambar 4. 40. Tipe infografis Proses, Timeline, Statistik, Lokasi

Terlihat bahwa pada bulan Juni 2024, tipe Statistik menjadi tipe infografis yang paling sering digunakan oleh akun Instagram @indonesiabaik.id, dengan total sebanyak 36 postingan dari keseluruhan 56 unggahan infografis selama periode tersebut. Tipe ini dipilih karena kemampuannya dalam menyajikan data kuantitatif secara ringkas namun tetap informatif, sehingga memudahkan audiens untuk menangkap pesan penting dari informasi yang bersifat numerik atau berbasis data.

Tipe Statistik ini tidak lepas dari momentum penting yang terjadi di bulan Juni, seperti peringatan Hari Lingkungan Hidup Sedunia, Hari Anti Narkoba Internasional, serta pembahasan isu-isu strategis nasional yang membutuhkan pemaparan berbasis angka, seperti progres pembangunan, data kesehatan, dan statistik sosial. Momen-momen ini menuntut penyajian informasi yang kuat secara visual dan faktual, sehingga infografis Statistik menjadi pilihan yang sangat tepat untuk menyampaikan berbagai data dan capaian pemerintah kepada publik.

Selain itu, tipe infografis Proses juga cukup sering digunakan, dengan total 13 unggahan, menempati posisi kedua terbanyak pada bulan tersebut. Tipe ini biasanya digunakan untuk menjelaskan alur, tahapan kebijakan, atau prosedur layanan publik, yang banyak dibahas pada Juni 2024 seiring meningkatnya publikasi mengenai sistem pelayanan digital, tata cara pendaftaran bantuan sosial, hingga proses pelaporan masyarakat.

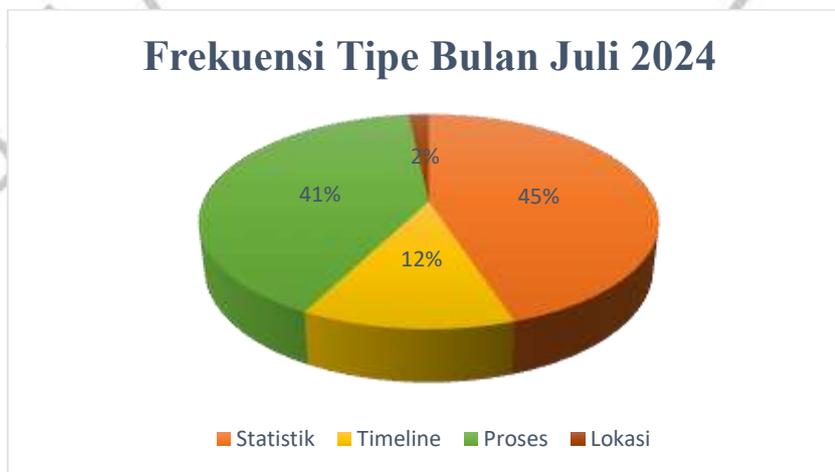
Pemanfaatan kedua tipe infografis ini menunjukkan bahwa @indonesiabaik.id tidak hanya berfokus pada penyebaran informasi semata, tetapi juga berupaya menyajikan data yang dapat dipahami dengan cepat dan dipraktikkan oleh masyarakat. Kombinasi penggunaan Statistik dan Proses memberikan

keseimbangan antara penyajian data faktual dan penjelasan prosedural, agar pesan yang disampaikan tetap edukatif, informatif, dan mudah diakses oleh audiens yang beragam.

Table 4. 21. Frekuensi Tipe Bulan Juli 2024

No.	Tipe	Σ	%
1	Statistik	32	45
2	Timeline	9	12
3	Proses	29	41
4	Lokasi	5	2
Total Keseluruhan		75	100

Sumber : Hasil Peneliti



Gambar 4. 41. Pie Chart Tipe Periode Juli 2024



Gambar 4. 42. Tipe infografis Timeline, Statistik, Proses.

Pada bulan Juli 2024, tipe Statistik merupakan tipe infografis yang paling sering digunakan oleh akun Instagram @indonesiabaik.id, dengan total 32 unggahan dari keseluruhan 75 postingan infografis selama periode tersebut. Tipe Statistik ini dipilih karena mampu menyajikan data dan angka secara visual yang

menarik, sehingga informasi penting dapat disampaikan secara lebih mudah dipahami oleh audiens. Penggunaan tipe ini menunjukkan bahwa @indonesiabaik.id ingin menekankan penyampaian informasi yang faktual, berbasis data, serta mendukung transparansi informasi publik.

Berdasarkan hasil observasi dan analisis selama proses penelitian, dapat disimpulkan bahwa dominasi tipe Statistik di bulan Juli berkaitan erat dengan berbagai momentum nasional yang membutuhkan penyajian data secara konkret, seperti peringatan Hari Koperasi Nasional, Hari Anak Nasional, serta publikasi berbagai laporan capaian kinerja kementerian/lembaga di pertengahan tahun. Momen-momen tersebut secara umum memerlukan penyajian angka, tren, dan perbandingan yang akurat sebagai bentuk pertanggungjawaban sekaligus edukasi publik terhadap isu-isu sosial, ekonomi, dan pemerintahan.

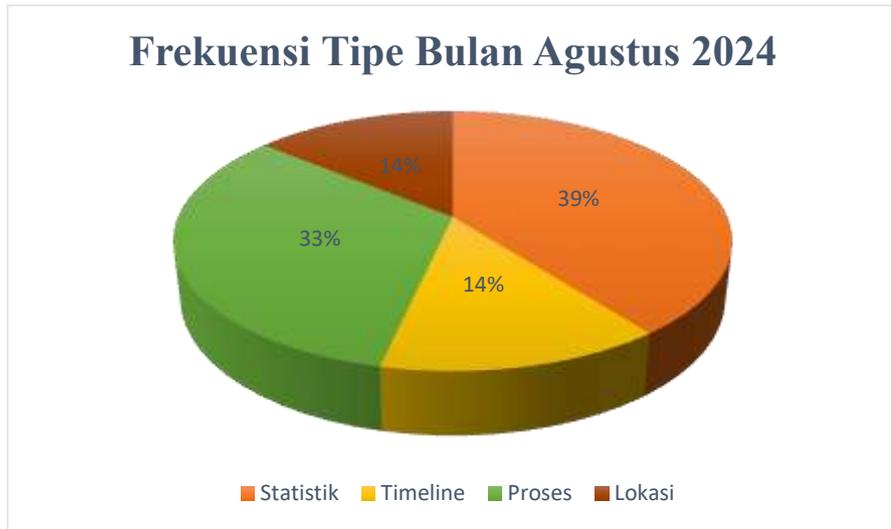
Selain Statistik, tipe infografis Proses juga digunakan cukup dominan, dengan 29 unggahan, menempati posisi kedua terbanyak. Tipe ini digunakan untuk menjelaskan berbagai alur atau tahapan layanan, kebijakan, maupun program pemerintah yang relevan pada periode tersebut. Pada bulan Juli, banyak konten yang membahas mekanisme pendaftaran bantuan sosial, alur pengajuan subsidi, serta proses layanan digital pemerintah, yang memang memerlukan pendekatan visual yang menjelaskan langkah-langkah secara runtut dan sistematis.

Walaupun infografis bertipe Statistik dan Proses mendominasi, @indonesiabaik.id juga tetap menghadirkan beberapa variasi dengan tipe lainnya seperti Komparatif dan Kronologi, untuk memberikan keragaman visual dalam penyajian informasi. Keberagaman ini bertujuan untuk menjaga perhatian audiens tetap tinggi, serta menyesuaikan gaya penyajian dengan jenis informasi yang dibahas, sehingga konten tetap komunikatif, edukatif, dan mudah dipahami oleh berbagai lapisan masyarakat.

Tabel 4. 22. Frekuensi Tipe Bulan Agustus 2024

No.	Tipe	Σ	%
1	Statistik	34	39
2	Timeline	12	14
3	Proses	28	33
4	Lokasi	12	14
Total Keseluruhan		86	100

Sumber : Hasil Peneliti



Gambar 4. 43 Pie Chart Tipe Periode Bulan Agustus 2024



Gambar 4. 44. Tipe infografis Statistik, Proses, Lokasi, Timeline

Dilihat bahwa pada bulan Agustus 2024, tipe Statistik merupakan tipe infografis yang paling sering digunakan oleh akun Instagram @indonesiabaik.id, dengan jumlah 34 unggahan dari total 86 postingan infografis. Tipe ini dipilih karena kemampuannya menyampaikan data secara visual yang informatif dan mudah dicerna, menjadikannya sangat efektif untuk mengkomunikasikan angka, tren, maupun capaian program pemerintah secara akurat kepada publik.

Berdasarkan hasil observasi dan analisis yang dilakukan selama proses penelitian, dominasi tipe Statistik pada bulan Agustus tidak lepas dari momen penting yang terjadi pada periode tersebut, seperti peringatan Hari Kemerdekaan Republik Indonesia ke-79, Hari Konstitusi, serta publikasi berbagai informasi terkait capaian pembangunan dan kinerja kementerian/lembaga menjelang akhir triwulan ketiga. Momen-momen nasional tersebut biasanya menyertakan banyak data statistik, seperti angka partisipasi publik, indeks pembangunan, data sosial-

ekonomi, hingga progres program prioritas pemerintah, yang disajikan secara visual agar mudah dipahami oleh seluruh lapisan masyarakat.

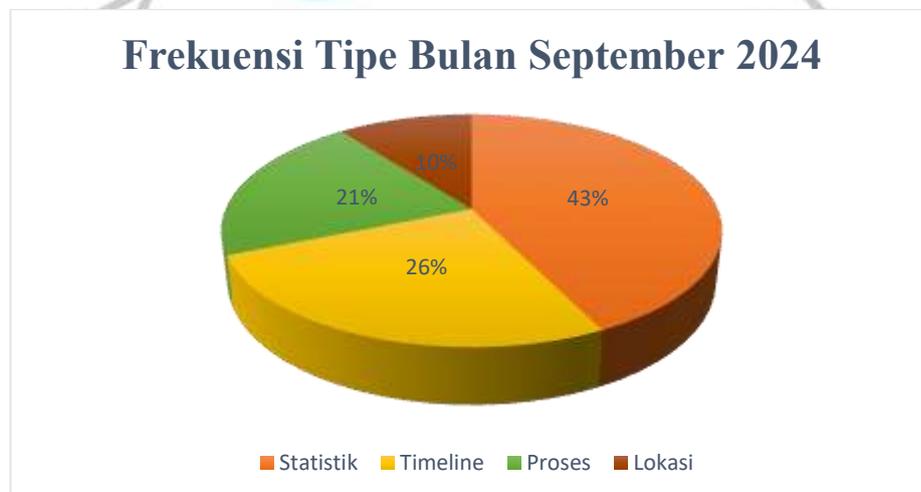
Selain Statistik, tipe infografis Proses juga digunakan cukup signifikan, dengan jumlah 28 unggahan, menjadikannya tipe kedua terbanyak selama bulan Agustus. Tipe ini digunakan untuk menjelaskan alur atau tahapan dalam berbagai kebijakan dan layanan publik, seperti prosedur upacara HUT RI, mekanisme lomba digital bertema kemerdekaan, hingga alur pendaftaran program pemerintah yang diperkenalkan sebagai bagian dari perayaan kemerdekaan.

Meskipun tipe Statistik dan Proses mendominasi, @indonesiabaik.id tetap menyisipkan tipe infografis lainnya seperti Lokasi dan Timeline dalam beberapa unggahan, untuk menjaga variasi dalam gaya penyajian informasi. Keberagaman ini dilakukan agar penyampaian informasi tetap menarik dan tidak monoton, sekaligus menjangkau berbagai gaya belajar audiens, baik yang menyukai data, tahapan visual, maupun perbandingan langsung antar informasi. Dengan memadukan tipe infografis yang kuat secara data dan prosedural, @indonesiabaik.id berhasil memberikan informasi yang tidak hanya edukatif dan akurat, tetapi juga kontekstual dan relevan dengan semangat bulan kemerdekaan.

Table 4. 23. Frekuensi Tipe Bulan September 2024

No.	Tipe	Σ	%
1	Statistik	14	43
2	Timeline	5	26
3	Proses	4	21
4	Lokasi	2	10
Total Keseluruhan		25	100

Sumber : Hasil Peneliti



Gambar 4. 45. Pie Chart Tipe Periode September 2024



Gambar 4. 46. Tipe infografis Statistik, Lokasi, Timeline, Proses.

Berdasarkan data yang ditampilkan dalam table 4.23 di atas, terlihat bahwa pada bulan September 2024, tipe Statistik merupakan tipe infografis yang paling sering digunakan oleh akun Instagram @indonesiabaik.id, dengan jumlah 14 unggahan dari total 25 postingan infografis selama periode tersebut. Tipe ini dipilih karena kemampuannya menyampaikan informasi berbasis angka secara ringkas dan menarik, sehingga sangat efektif untuk menjelaskan data dan capaian program pemerintah secara visual kepada publik.

Hasil dari observasi dan analisis yang dilakukan selama proses penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa dominasi infografis bertipe Statistik pada bulan September berkaitan erat dengan sejumlah momentum penting, seperti peringatan Hari Statistik Nasional, Hari Demokrasi Internasional, serta peningkatan publikasi mengenai data pemilu dan partisipasi masyarakat menjelang akhir tahun. Momen-momen ini menuntut penyajian data numerik secara terbuka dan mudah dipahami, baik dalam bentuk grafik, persentase, maupun tren perbandingan antar waktu.

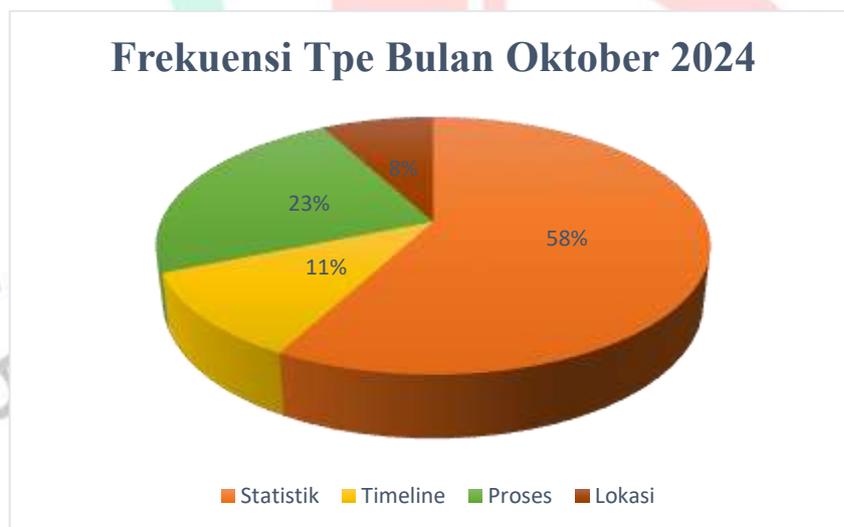
Selain tipe Statistik, infografis bertipe Timeline juga cukup sering digunakan, yakni sebanyak 5 unggahan, menjadikannya tipe terbanyak kedua pada bulan tersebut. Tipe ini dipilih untuk menggambarkan urutan waktu dari suatu peristiwa atau kebijakan, seperti sejarah peringatan Hari Tani Nasional, perkembangan tahapan pemilu, dan rangkaian agenda kenegaraan lainnya yang relevan pada bulan tersebut. Penggunaan infografis Timeline membantu audiens memahami alur kejadian secara runtut, sehingga informasi dapat dicerna dengan lebih baik.

Walaupun dua tipe tersebut mendominasi, @indonesiabaik.id tetap menyisipkan variasi tipe infografis lain agar penyampaian informasi tidak terasa monoton. Keberagaman ini bertujuan untuk mempertahankan minat audiens dan memastikan bahwa setiap konten tetap komunikatif, relevan, serta mudah diakses oleh berbagai kalangan masyarakat. Pemilihan tipe Statistik dan Timeline pada bulan September mencerminkan kebutuhan untuk menyampaikan informasi yang kuat secara data sekaligus jelas secara kronologi, terutama dalam konteks bulan yang penuh dengan refleksi terhadap pembangunan, demokrasi, dan peran aktif masyarakat.

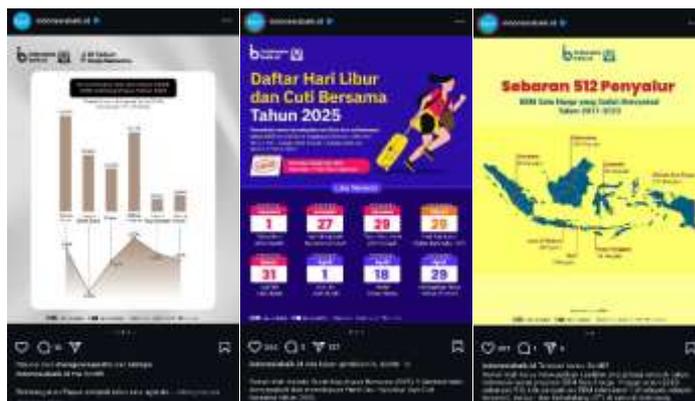
Table 4. 24. Frekuensi Tipe Bulan Oktober 2024

No.	Tipe	Σ	%
1	Statistik	37	58
2	Timeline	7	11
3	Proses	15	23
4	Lokasi	5	8
Total Keseluruhan		64	100

Sumber : Hasil Peneliti



Gambar 4. 47. Pie Chart Tipe Periode Oktober 2024



Gambar 4. 48. Tipe infografis, Statistik, Timeline, Lokasi

Pada bulan Oktober 2024 tipe infografis Statistik merupakan tipe yang paling sering digunakan oleh indonesiabaik.id dalam penyampaian infografis melalui akun media sosial Instagram mereka, dengan jumlah sebanyak 37 infografis, diikuti oleh tipe Proses sebanyak 15 dari total keseluruhan 64 infografis. Tipe Statistik dipilih karena sangat efektif untuk menyajikan data dan fakta secara visual yang mudah dipahami, sedangkan tipe Proses digunakan untuk menjelaskan langkah-langkah atau tahapan secara runtut dan sistematis.

Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas konten yang diunggah oleh indonesiabaik.id di Instagram bertujuan memberikan pemahaman yang lebih mendalam dan berbasis data kepada audiens, dengan cara menyajikan informasi yang terstruktur dan mudah dipahami. Selain melihat data tersebut, berdasarkan hasil observasi dan analisis, dominasi penggunaan tipe Statistik dan Proses pada Oktober 2024 sangat dipengaruhi oleh momen penting seperti persiapan dan pelaksanaan Pemilu 2024 serta berbagai agenda politik dan sosial yang berlangsung di bulan tersebut. Momen ini menuntut penyampaian informasi yang akurat dan terperinci, sehingga penggunaan infografis tipe Statistik dan Proses menjadi pilihan utama untuk membantu audiens memahami data pemilih, tahapan pemilu, serta dinamika politik yang kompleks secara jelas dan sistematis.

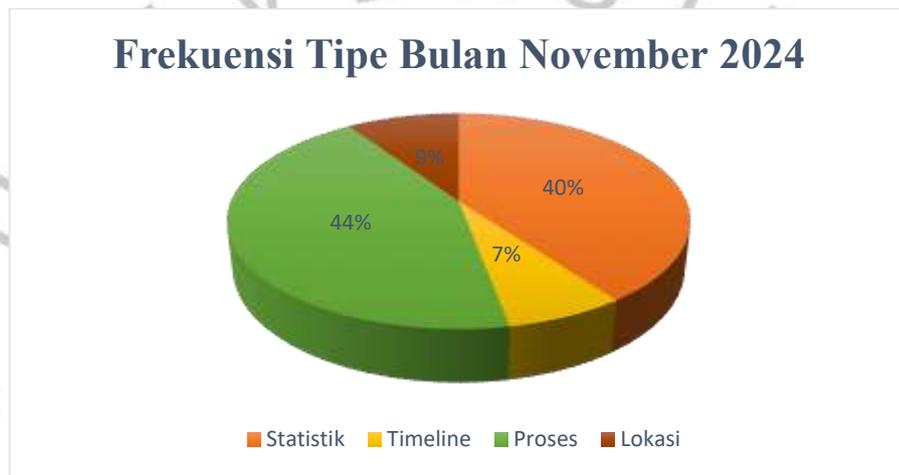
Meskipun tipe Statistik dan Proses mendominasi, indonesiabaik.id juga tetap menggunakan tipe infografis lain seperti Timeline dan juga Lokasi untuk menjaga variasi dalam penyajian informasi, sehingga tidak terkesan monoton dan tetap menarik bagi para pengikut akun Instagram mereka. Dengan cara ini,

meskipun jenis infografis yang digunakan berbeda, audiens tetap dapat memahami pesan yang ingin disampaikan dengan cara yang menarik dan efektif.

Table 4. 25. Frekuensi Tipe Bulan November 2024

No.	Tipe	Σ	%
1	Statistik	34	40
2	Timeline	6	7
3	Proses	37	44
4	Lokasi	8	9
Total Keseluruhan		85	100

Sumber : Hasil Peneliti



Gambar 4. 49. Pie Chart Tipe Periode November 2024



Gambar 4. 50. Tipe infografis Timeline, Proses, Lokasi, Statistik.

Pada bulan November 2024, jenis infografis yang paling dominan digunakan oleh akun Instagram @indonesiabaik.id adalah tipe Proses, dengan total 37 unggahan dari 85 infografis yang dipublikasikan sepanjang bulan tersebut. Tipe ini dipilih karena mampu menyajikan tahapan atau alur informasi secara runtut dan

mudah dipahami, terutama ketika menjelaskan prosedur layanan, kebijakan pemerintah, atau langkah-langkah teknis yang perlu diketahui publik.

Dari hasil observasi yang dilakukan selama proses penelitian, terlihat bahwa tingginya penggunaan tipe Proses pada bulan ini berkaitan erat dengan sejumlah peringatan dan agenda nasional, seperti Hari Kesehatan Nasional, Hari Pahlawan, serta berbagai sosialisasi kebijakan publik menjelang penutupan tahun anggaran. Konten-konten tersebut menekankan pada aspek praktis, seperti panduan akses layanan, langkah-langkah program pemerintah, hingga instruksi partisipasi masyarakat dalam kegiatan nasional, yang memang membutuhkan visualisasi proses yang jelas dan berurutan.

Selain itu, infografis bertipe Statistik juga menempati porsi besar, yakni sebanyak 34 unggahan, menjadi tipe kedua yang paling sering digunakan. Tipe ini efektif digunakan untuk menampilkan data perkembangan, pencapaian indikator nasional, hingga evaluasi program publik dalam bentuk angka dan grafik. Di bulan November, banyak informasi yang bersifat rekapitulatif dan reflektif terhadap kinerja pemerintah sepanjang tahun, sehingga infografis Statistik menjadi alat visual yang sangat relevan dalam menyampaikan data tersebut secara ringkas namun informatif.

Meski kedua tipe tersebut paling dominan, akun @indonesiabaik.id tetap menyisipkan beberapa variasi tipe lainnya untuk menjaga keragaman dalam penyajian visual. Penggunaan kombinasi visual yang menampilkan tahapan serta data faktual ini bertujuan agar informasi tetap menarik, mudah diakses, dan relevan bagi beragam kelompok audiens. Secara keseluruhan, konten infografis di bulan November memperlihatkan pendekatan yang informatif sekaligus aplikatif, sesuai dengan kebutuhan masyarakat terhadap pemahaman layanan dan pencapaian nasional di akhir tahun.

Table 4. 26. Frekuensi Tipe Bulan Desember 2024

No.	Tipe	Σ	%
1	Statistik	22	39
2	Timeline	10	17
3	Proses	17	30
4	Lokasi	8	14
Total Keseluruhan		57	100

Sumber : Hasil Peneliti



Gambar 4. 51. Pie Chart Tipe Periode Desember 2024



Gambar 4. 52. Tipe infografis Timeline, Proses, Lokasi, Statistik.

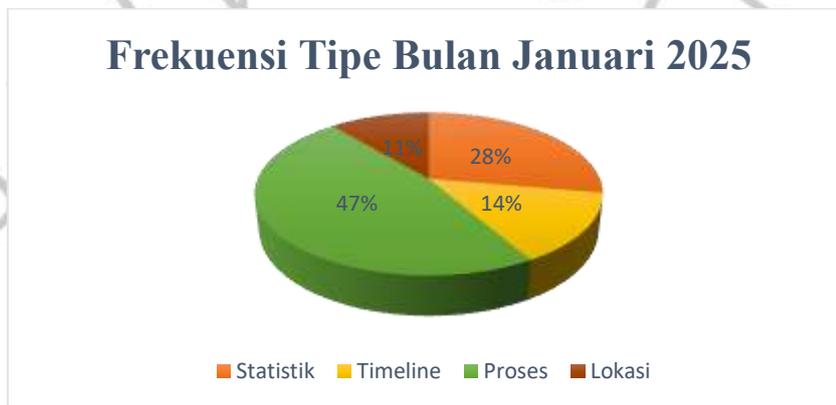
Pada bulan Desember 2024, akun media sosial Instagram @indonesiabaik.id lebih banyak menggunakan tipe infografis Statistik dengan jumlah 22 postingan dan tipe infografis Proses sebanyak 17 dari total keseluruhan 57 postingan infografis. Pemilihan tipe Statistik ini sangat relevan karena pada bulan Desember sering terdapat momen penting seperti evaluasi akhir tahun, laporan capaian program pemerintah, dan berbagai data perkembangan sosial ekonomi yang perlu disajikan secara kuantitatif dan terstruktur agar mudah dipahami oleh audiens. Sementara itu, tipe Proses dipilih untuk menjelaskan tahapan atau mekanisme pelaksanaan program atau kegiatan yang biasanya meningkat di akhir tahun, seperti persiapan program baru, pelaporan kegiatan, dan sosialisasi langkah-langkah kebijakan yang akan dijalankan. Penggunaan kedua tipe infografis ini bertujuan memberikan informasi yang jelas dan komprehensif kepada masyarakat tentang capaian dan proses kerja yang sedang berlangsung, sehingga audiens dapat memahami perkembangan secara mendalam dan terperinci. Selain itu, variasi tipe infografis ini juga menjaga agar penyajian informasi tidak

monoton dan tetap menarik untuk diikuti oleh berbagai kalangan audiens yang mengikuti akun Instagram @indonesiabaik.id.

Table 4. 27. Frekuensi Tipe Bulan Januari 2025

No.	Tipe	Σ	%
1	Statistik	10	28
2	Timeline	5	14
3	Proses	17	47
4	Lokasi	4	11
Total Keseluruhan		36	100

Sumber : Hasil Peneliti



Gambar 4. 53. Pie Chart Tipe Periode Januari 2025



Gambar 4. 54. Tipe infografis Timeline, Proses, Lokasi, Statistik.

Berdasarkan data yang ditampilkan dalam table 4.27, dapat diketahui bahwa pada bulan Januari 2025, jenis infografis Proses menjadi tipe yang paling dominan digunakan oleh akun Instagram @indonesiabaik.id, dengan total 17 unggahan dari 36 postingan infografis secara keseluruhan. Tipe ini banyak dimanfaatkan karena kemampuannya dalam menyampaikan langkah-langkah atau alur informasi secara

sistematis, yang memudahkan audiens memahami berbagai mekanisme pelayanan dan kebijakan publik.

Dari hasil analisis yang dilakukan selama masa penelitian, tingginya penggunaan infografis bertipe Proses pada bulan Januari berkaitan erat dengan momentum awal tahun yang identik dengan sosialisasi kebijakan baru, peluncuran program layanan masyarakat, serta prosedur administratif yang diperbarui. Beberapa tema yang banyak diangkat mencakup panduan pendaftaran bantuan sosial, alur layanan kesehatan nasional, serta proses perpajakan yang mulai berjalan sejak awal tahun fiskal. Semua hal ini memerlukan bentuk penyajian yang runtut, sehingga masyarakat dapat memahami langkah-langkah yang harus mereka ikuti secara jelas.

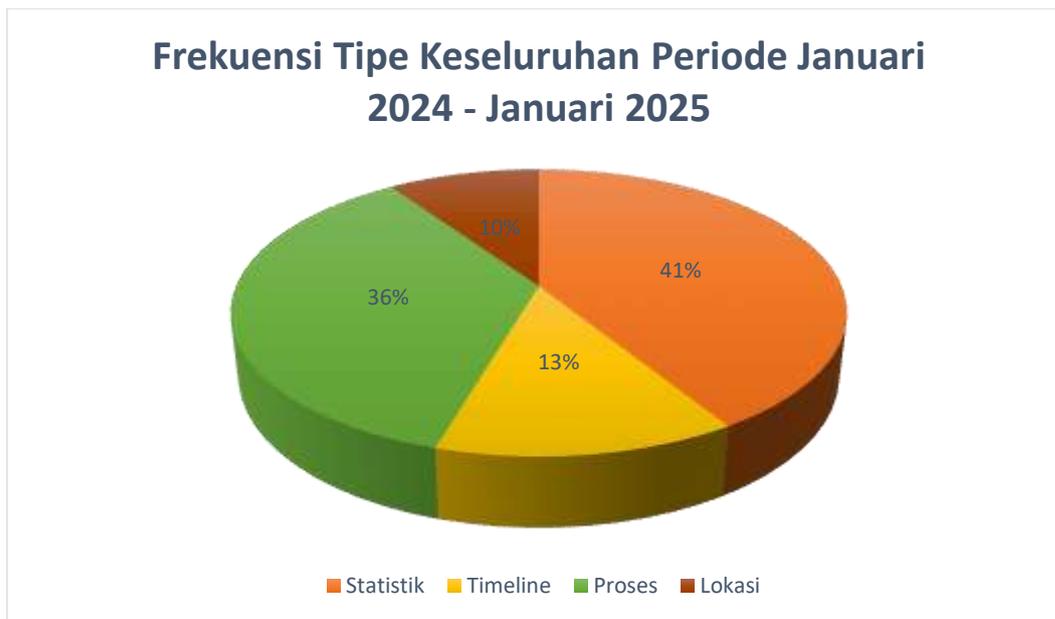
Selain itu, infografis Statistik juga cukup menonjol dengan 10 unggahan, menempati posisi kedua terbanyak. Tipe ini banyak digunakan untuk menyampaikan data hasil evaluasi program pemerintah selama tahun sebelumnya, serta sebagai bentuk transparansi terhadap capaian kinerja lembaga atau kementerian. Visualisasi dalam bentuk grafik dan angka memudahkan audiens menangkap informasi secara cepat, terutama dalam menyampaikan tren atau perbandingan data di berbagai sektor.

Meski infografis Proses dan Statistik menjadi yang paling banyak digunakan, @indonesiabaik.id tetap menyajikan beberapa tipe infografis lain guna menjaga keberagaman dalam gaya penyampaian informasi. Strategi ini bertujuan untuk menghindari kesan monoton dan memastikan setiap informasi tetap menarik dan mudah dipahami oleh berbagai kelompok masyarakat. Secara keseluruhan, konten infografis di bulan Januari 2025 memperlihatkan fokus pada penyampaian informasi yang bersifat praktis sekaligus berbasis data. Hal ini mencerminkan peran @indonesiabaik.id dalam membantu publik menavigasi awal tahun dengan informasi yang terstruktur, edukatif, dan mudah diterapkan dalam kehidupan sehari-hari.

Table 4. 28. Frekuensi Tipe Keseluruhan Periode Januari 2024 – Januari 2025

No	Tipe	Σ	%
1	Statistik	268	41
2	Timeline	87	13
3	Proses	234	36
4	Lokasi	62	10
Total Keseluruhan			100

Sumber : Hasil Peneliti



Gambar 4. 55. Pie Chart Tipe Keseluruhan Periode Januari 2024 – Januari 2025

Berdasarkan data pada table 4.28, tipe infografis yang paling banyak digunakan oleh akun Instagram @indonesiabaik.id selama periode Januari 2024 hingga Januari 2025 adalah tipe Statistik, dengan jumlah sebanyak 268 postingan, atau setara 41% dari total keseluruhan infografis yang dianalisis. Dominasi tipe ini menunjukkan bahwa penyampaian data dan informasi kuantitatif menjadi strategi utama dalam mengedukasi publik, terutama dalam menyampaikan capaian, tren, maupun hasil survei yang bersifat numerik.

Tipe infografis yang juga cukup sering digunakan adalah tipe Proses, dengan total 234 postingan (36%). Tingginya frekuensi tipe ini menunjukkan bahwa akun @indonesiabaik.id juga menekankan pentingnya menjelaskan tahapan-tahapan atau alur kerja dari suatu kebijakan atau program. Visualisasi proses memudahkan masyarakat untuk memahami urutan dan mekanisme dari kebijakan atau layanan yang ditawarkan. Selanjutnya, tipe Timeline muncul sebanyak 87 postingan (13%). Tipe ini digunakan untuk menampilkan informasi dalam bentuk kronologis atau urutan waktu, yang biasanya berkaitan dengan perkembangan kebijakan, peristiwa penting, maupun sejarah program pemerintah. Meskipun tidak sebanyak dua tipe sebelumnya, penggunaan tipe ini tetap penting dalam konteks pelacakan waktu dan kesinambungan informasi.

Adapun tipe infografis Lokasi menjadi yang paling sedikit digunakan, yakni hanya 62 postingan (10%). Tipe ini menampilkan informasi berdasarkan konteks wilayah atau daerah tertentu, dan biasanya digunakan untuk menunjukkan cakupan program, distribusi geografis, atau titik-titik penting dalam suatu kebijakan. Meskipun jumlahnya kecil, tipe ini tetap memberikan kontribusi penting dalam memperlihatkan pemerataan dan jangkauan geografis dari suatu informasi. Secara keseluruhan, terdapat total 651 infografis yang dianalisis dari segi tipenya. Data ini menunjukkan bahwa akun @indonesiabaik.id lebih banyak mengandalkan pendekatan berbasis data dan proses sebagai metode utama dalam menyampaikan pesan publik. Hal ini mencerminkan strategi komunikasi yang bersifat edukatif dan informatif, serta mendukung transparansi dan pemahaman masyarakat terhadap berbagai program dan kebijakan pemerintah.

4.2.3 Tanggapan Pembaca Unggahan Infografis di Instagram @Indonesiabaik.id

Selain itu, ada satu bagian penting lainnya yang perlu kita bahas, yaitu Tanggapan dari Para Pembaca. Di bagian ini, peneliti akan fokus menganalisis bagaimana para pembaca memberikan respons terhadap setiap infografis yang dipublikasikan oleh akun media sosial @Indonesiabaik. id dari bulan Januari 2024 hingga Januari 2025. Analisis ini bertujuan untuk mengukur seberapa besar para pengguna Instagram yang mengikuti akun @Indonesiabaik. id bereaksi terhadap berbagai infografis yang telah mereka unggah. Dalam konteks ini, reaksi pembaca dapat dinilai melalui beberapa indikator, seperti banyaknya tombol Suka, komentar, dan juga seberapa sering postingan tersebut dibagikan. Suatu infografis dapat dikatakan mendapat respons yang baik apabila jumlah suka, komentar, dan baginya cukup tinggi. Ini menandakan bahwa banyak pengguna merasa tertarik dan memberikan respons dengan menekan tombol suka, menuliskan komentar, atau membagikan postingan tersebut kepada orang lain. Jadi, interaksi yang terjadi pada setiap infografis akan menjadi tolok ukur utama untuk menentukan seberapa besar dampak dan daya tarik dari konten yang dibagikan oleh akun @Indonesiabaik. id kepada para pembaca.

Tabel 4. 29. Table Penjelasan Tanggapan Pembaca

Tanggapan Pembaca		
Like	Tinggi (8.101 – 24.300 per post) Sedang (4.051 – 8.100 per post) Rendah (0 – 4.050 per post)	Menjelaskan jumlah <i>like</i> yang diperoleh setiap unggahan infografis pada akun Instagram @Indonesiabaik.id
Comment	Tinggi (354 – 1.061 per post) Sedang (177 – 353 per post) Rendah (0 – 176 per post)	Menjelaskan jumlah komen yang diperoleh setiap unggahan infografis pada akun Instagram @Indonesiabaik.id
Share	Tinggi (5.334 – 16.000 per post) Sedang (2.667 – 5.333 per post) Rendah (0 – 2.666 per post)	Menjelaskan jumlah <i>share</i> yang diperoleh setiap unggahan infografis pada akun Instagram @Indonesiabaik.id

Sumber : Kustaryanto, 2024

Tabel 4.29 menyajikan gambaran umum terkait pemanfaatan dimensi tanggapan dari pembaca. Untuk memperoleh penjelasan yang lebih mendetail mengenai jumlah like, comment, dan share, peneliti mengelompokkan masing-masing dimensi ke dalam tiga kategori, yaitu tinggi, sedang, dan rendah. Pengelompokan ini dilakukan sebagai acuan untuk mengklasifikasikan setiap unggahan berdasarkan jumlah interaksi yang diterima, baik berupa like, komentar, maupun share, sesuai dengan kategori tersebut.

Tabel 4. 30. Frekuensi Tanggapan Pembaca Bulan Januari 2024

No	Tipe	Tinggi	Sedang	Rendah	Σ	%
1	<i>Like</i>	0	8	20	28	100
2	Komen	0	0	31	31	100
3	<i>Share</i>	0	0	30	30	100
Total Keseluruhan						100

Sumber : Hasil Peneliti

Frekuensi respons dari pembaca pada bulan Januari 2024 menunjukkan angka yang relatif rendah. Secara keseluruhan, jenis respons seperti *like*, komentar, dan *share* sebagian besar berada dalam kategori rendah. Berikut adalah rincian angkanya: jumlah suka yang diterima mencapai 28 dari 31 unggahan, jumlah berbagi tercatat 30 dari 31 unggahan, dan jumlah komentar sebanyak 31 dari 31 unggahan. Meskipun demikian, ini tidak berarti bahwa konten infografis yang dibagikan oleh akun indonesiabaik. id tidak berhasil menarik perhatian pembacanya. Nyatanya, meskipun sebagian besar respons tergolong rendah, ada beberapa unggahan yang mendapat perhatian lebih signifikan. Sebagai ilustrasi,

sekitar 5 unggahan meraih tingkat komentar yang masuk dalam kategori tinggi dan sedang. Ini menunjukkan bahwa meskipun frekuensi respons secara keseluruhan cenderung rendah, sejumlah konten infografis dari indonesiabaik. id masih dapat menarik perhatian pembaca untuk memberikan ulasan di kolom komentar. Dengan demikian, walaupun mayoritas respons berada pada level rendah, ada indikasi bahwa konten infografis yang diunggah masih memiliki daya tarik bagi sebagian pembaca.

Tabel 4. 31. Frekuensi Tanggapan Pembaca Bulan Februari 2024

No	Tipe	Tinggi	Sedang	Rendah	Σ	%
1	Like	0	5	28	33	100
2	Komen	0	0	37	37	100
3	Share	0	0	30	30	100
Total Keseluruhan						100

Sumber : Hasil Peneliti

- Frekuensi tanggapan dari audiens pada bulan Februari 2024 menunjukkan angka yang cenderung rendah. Secara umum, respon seperti menyukai, memberikan komentar, dan berbagi masih termasuk dalam kategori rendah. Berikut adalah rinciannya: jumlah "like" yang diperoleh mencapai 33 dari total 38 postingan, jumlah "share" tercatat 30 dari 38 postingan, dan jumlah komen sebanyak 37 dari 38 postingan. Akan tetapi, hal ini tidak berarti bahwa konten infografis yang diposting oleh akun indonesiabaik. id gagal menarik perhatian pembaca. Sebenarnya, meskipun sebagian besar tanggapan berada pada tingkat rendah, terdapat beberapa unggahan yang mendapatkan perhatian yang lebih menonjol. Konten infografis dari indonesiabaik. id tetap mampu menarik minat pembaca untuk memberikan tanggapan di kolom komentar. Dengan kata lain, walaupun sebagian besar tanggapan berada di level rendah, ada indikasi bahwa konten infografis yang diunggah masih memiliki daya tarik bagi beberapa pembaca.

Tabel 4. 32. Frekuensi Tanggapan Pembaca Bulan Maret 2024

No	Tipe	Tinggi	Sedang	Rendah	Σ	%
1	Like	0	3	32	35	100
2	Komen	0	0	36	36	100
3	Share	0	0	35	35	100
Total Keseluruhan						100

Sumber : Hasil Peneliti

Berdasarkan data yang ditampilkan pada table 4.32, terlihat bahwa seluruh indikator tanggapan pembaca terhadap infografis yang diunggah pada bulan Maret 2024 berada pada kategori rendah. Tanggapan berupa like menunjukkan bahwa dari total 35 unggahan, 32 unggahan mendapatkan respons rendah, sementara 3 unggahan berada pada kategori sedang, dan tidak ada unggahan yang memperoleh respons tinggi.

Sementara itu, indikator komentar juga memperlihatkan hasil yang serupa. Dari total 36 unggahan, seluruhnya (100%) berada pada kategori rendah, tanpa ada yang termasuk dalam kategori sedang maupun tinggi. Hal ini mengindikasikan bahwa interaksi dalam bentuk komentar dari audiens sangat minim selama periode tersebut. Indikator *share* atau bagikan juga menunjukkan pola yang sama. Dari total 35 unggahan, sebanyak 35 unggahan termasuk dalam kategori rendah, tanpa adanya tanggapan dalam kategori sedang atau tinggi.

- Secara keseluruhan, temuan ini menunjukkan bahwa tingkat keterlibatan pembaca terhadap konten infografis yang diunggah pada bulan Maret 2024 masih tergolong rendah. Minimnya jumlah like, komentar, dan share menandakan bahwa meskipun konten tetap diproduksi secara konsisten, belum terdapat interaksi signifikan dari audiens. Hal ini bisa disebabkan oleh berbagai faktor seperti waktu unggah, kualitas desain, relevansi konten, atau bahkan algoritma media sosial yang memengaruhi jangkauan postingan.

Tabel 4. 33. Frekuensi Tanggapan Pembaca Bulan April 2024

No	Tipe	Tinggi	Sedang	Rendah	Σ	%
1	<i>Like</i>	0	0	22	22	100
2	Komen	0	0	22	22	100
3	<i>Share</i>	0	0	22	22	100
Total Keseluruhan						100

Sumber : Hasil Peneliti

Tabel 4.33 menunjukkan bahwa seluruh tanggapan pembaca terhadap infografis pada bulan April 2024 berada dalam kategori rendah. Baik indikator like, komentar, maupun share masing-masing mencatat 22 unggahan (100%) dengan tidak ada satupun yang masuk kategori sedang atau tinggi. Temuan ini mengindikasikan bahwa tingkat interaksi audiens terhadap konten infografis masih sangat rendah, meskipun konten diunggah secara konsisten. Rendahnya respons ini kemungkinan dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti waktu unggah, tampilan

visual, relevansi topik, atau algoritma media sosial yang membatasi jangkauan konten.

Tabel 4. 34. Frekuensi Tanggapan Pembaca Bulan Mei 2024

No	Tipe	Tinggi	Sedang	Rendah	Σ	%
1	<i>Like</i>	0	1	34	35	100
2	Komen	0	0	39	39	100
3	<i>Share</i>	0	0	38	38	100
Total Keseluruhan						100

Sumber : Hasil Peneliti

Pada bulan Mei 2024, tanggapan pembaca terhadap infografis masih didominasi oleh kategori rendah. Pada indikator *like*, dari total 35 unggahan, sebanyak 34 unggahan (97%) berada dalam kategori rendah dan hanya 1 unggahan (3%) yang termasuk kategori sedang. Tidak ada unggahan yang mendapat respons tinggi.

Sementara itu, pada indikator komentar, seluruh 39 unggahan (100%) tercatat dalam kategori rendah tanpa adanya interaksi sedang maupun tinggi. Hal yang sama juga terjadi pada indikator *share*, di mana semua 38 unggahan (100%) juga berada dalam kategori rendah. Hasil ini mengindikasikan bahwa tingkat keterlibatan pembaca terhadap konten infografis selama bulan Mei 2024 masih sangat rendah. Meskipun terdapat sedikit peningkatan berupa satu unggahan yang mencapai kategori sedang pada indikator *like*, secara umum interaksi audiens belum menunjukkan perkembangan signifikan. Rendahnya respons ini dapat disebabkan oleh sejumlah faktor, seperti waktu unggah, format penyajian visual, atau terbatasnya jangkauan konten akibat algoritma media sosial.

Tabel 4. 35. Frekuensi Tanggapan Pembaca Bulan Juni 2024

No	Tipe	Tinggi	Sedang	Rendah	Σ	%
1	<i>Like</i>	0	2	45	47	100
2	Komen	0	0	55	55	100
3	<i>Share</i>	0	0	53	53	100
Total Keseluruhan						100

Sumber : Hasil Peneliti

Tanggapan pembaca terhadap konten infografis pada bulan Juni 2024 secara umum masih tergolong rendah. Indikator *like* menunjukkan bahwa dari 47 unggahan, sebanyak 45 unggahan (96%) berada dalam kategori rendah dan hanya 2 unggahan (4%) masuk kategori sedang. Tidak ada unggahan yang memperoleh

respons tinggi. Indikator komentar menunjukkan seluruh 55 unggahan (100%) berada dalam kategori rendah, tanpa adanya interaksi pada level sedang maupun tinggi. Hal yang sama terjadi pada indikator *share*, di mana seluruh 53 unggahan juga dikategorikan rendah. Hasil ini mencerminkan bahwa meskipun terdapat sedikit peningkatan pada indikator like, interaksi audiens terhadap konten masih sangat minim. Faktor-faktor seperti waktu unggah, penyajian visual, dan jangkauan konten kemungkinan turut memengaruhi rendahnya respons.

Tabel 4. 36. Frekuensi Tanggapan Pembaca Bulan Juli 2024

No	Type	Tinggi	Sedang	Rendah	Σ	%
1	<i>Like</i>	1	0	54	55	100
2	Komen	0	1	72	73	100
3	<i>Share</i>	0	2	55	57	100
Total Keseluruhan						100

Sumber : Hasil Peneliti

Tabel 4.36 menunjukkan bahwa selama bulan Juli 2024, tanggapan pembaca terhadap infografis masih didominasi kategori rendah. Pada indikator *like*, dari 55 unggahan, 54 unggahan tergolong rendah, sementara hanya 1 unggahan masuk kategori tinggi. Untuk indikator komentar, seluruh 73 unggahan (100%) berada dalam kategori rendah, tanpa ada yang masuk kategori sedang atau tinggi. Begitu pula pada indikator *share*, semua 57 unggahan juga tercatat pada kategori rendah. Data ini menunjukkan bahwa interaksi audiens masih sangat terbatas, meskipun terdapat satu unggahan yang berhasil mencapai tingkat like tinggi. Secara umum, partisipasi pengguna masih perlu ditingkatkan.

Tabel 4. 37. Frekuensi Tanggapan Pembaca Bulan Agustus 2024

No	Type	Tinggi	Sedang	Rendah	Σ	%
1	<i>Like</i>	3	0	59	62	100
2	Komen	1	1	86	88	100
3	<i>Share</i>	1	1	69	71	100
Total Keseluruhan						100

Sumber : Hasil Peneliti

Selama bulan Agustus 2024, mayoritas tanggapan pembaca terhadap konten infografis masih berada dalam kategori rendah. Pada indikator *like*, dari total 62 unggahan, sebanyak 59 unggahan (95%) tergolong rendah, sementara 3 unggahan (5%) berhasil mencapai kategori tinggi. Untuk indikator komentar, dari 88 unggahan, 86 unggahan (98%) berada dalam kategori rendah, dengan hanya 1

unggahan masing-masing masuk kategori sedang dan tinggi. Sementara pada indikator *share*, dari 71 unggahan, 69 unggahan (97%) masuk kategori rendah, dan masing-masing 1 unggahan masuk kategori sedang dan tinggi. Meskipun sebagian besar tanggapan masih rendah, terdapat sedikit peningkatan keterlibatan pembaca, terutama pada indikator like dan komentar, yang mulai menunjukkan adanya unggahan dengan interaksi tinggi. Ini mengindikasikan bahwa konten pada bulan ini mulai menunjukkan potensi menarik minat audiens secara lebih luas.

Tabel 4. 38. Frekuensi Tanggapan Pembaca Bulan September 2024

No	Tipe	Tinggi	Sedang	Rendah	Σ	%
1	<i>Like</i>	0	0	24	24	100
2	Komen	0	0	24	24	100
3	<i>Share</i>	0	0	22	22	100
Total Keseluruhan						100

Sumber : Hasil Peneliti

• Dari table 4.38 dapat dilihat bahwa seluruh respons pembaca terhadap infografis di bulan September 2024 berada di tingkat rendah. Pada tiga indikator yang dianalisis *like*, komentar, dan *share* tidak ditemukan tanggapan dalam kategori sedang maupun tinggi. Secara rinci, like dan komentar masing-masing mencatat 24 unggahan dengan 100% berada pada kategori rendah, sedangkan *share* tercatat sebanyak 22 unggahan, juga seluruhnya termasuk rendah. Hasil ini menunjukkan bahwa keterlibatan pengguna pada bulan ini sangat minim dan belum ada konten yang mampu mendorong interaksi secara lebih aktif dari audiens.

Tabel 4. 39. Frekuensi Tanggapan Pembaca Bulan Oktober 2024

No	Tipe	Tinggi	Sedang	Rendah	Σ	%
1	<i>Like</i>	0	0	39	39	100
2	Komen	0	1	64	65	100
3	<i>Share</i>	0	0	43	44	100
Total Keseluruhan						100

Sumber : Hasil Peneliti

Seluruh indikator respons pembaca pada Oktober 2024 masih didominasi oleh kategori rendah. Pada indikator *like* dan *share*, tidak terdapat unggahan yang masuk kategori sedang maupun tinggi semuanya masing-masing sebanyak 39 dan 44 unggahan berada pada kategori rendah. Indikator komentar menunjukkan satu unggahan yang berada di kategori sedang dari total 65 unggahan, sementara sisanya sebanyak 64 unggahan tetap berada di tingkat rendah. Hal ini menunjukkan bahwa

meskipun terdapat sedikit pergerakan pada interaksi komentar, secara umum keterlibatan audiens terhadap infografis masih sangat terbatas di bulan ini.

Tabel 4. 40. Frekuensi Tanggapan Pembaca Bulan November 2024

No	Tipe	Tinggi	Sedang	Rendah	Σ	%
1	<i>Like</i>	2	0	85	87	100
2	Komen	1	1	88	90	100
3	<i>Share</i>	1	1	86	88	100
Total Keseluruhan						100

Sumber : Hasil Peneliti

Berdasarkan table 4.40, frekuensi tanggapan pembaca pada bulan November 2024 menunjukkan bahwa tingkat interaksi audiens masih didominasi oleh kategori rendah pada semua tipe tanggapan. Untuk tipe *Like*, sebanyak 85 respon berada pada kategori rendah, sementara hanya 2 respon yang tergolong tinggi dan tidak ada yang sedang. Pada tipe Komen, 88 respon termasuk kategori rendah, hanya 1 respon pada kategori sedang, dan 1 respon pada kategori tinggi. Sementara itu, pada tipe *Share*, 86 respon berada pada kategori rendah, dengan masing-masing 1 respon pada kategori sedang dan tinggi. Hal ini mengindikasikan bahwa partisipasi dan keterlibatan pembaca terhadap konten masih sangat minim, dengan mayoritas tanggapan cenderung rendah di seluruh indikator.

Tabel 4. 41. Frekuensi Tanggapan Pembaca Bulan Desember 2024

No	Tipe	Tinggi	Sedang	Rendah	Σ	%
1	<i>Like</i>	0	0	53	53	100
2	Komen	0	0	59	59	100
3	<i>Share</i>	0	0	52	52	100
Total Keseluruhan						100

Sumber : Hasil Peneliti

Terlihat bahwa partisipasi pembaca terhadap konten pada bulan Desember 2024 masih sangat rendah. Seluruh indikator tanggapan, yaitu *like*, komentar, dan *share*, menunjukkan hasil pada kategori rendah dengan persentase masing-masing sebesar 100%. Tidak terdapat satupun tanggapan yang masuk dalam kategori sedang maupun tinggi. Hal ini mencerminkan bahwa keterlibatan pembaca masih minim dan belum optimal, sehingga diperlukan upaya peningkatan kualitas dan daya tarik konten agar mampu mendorong interaksi yang lebih aktif dari audiens.

Tabel 4. 42. Frekuensi Tanggapan Pembaca Bulan Januari 2025

No	Tipe	Tinggi	Sedang	Rendah	Σ	%
1	<i>Like</i>	0	0	36	36	100
2	Komen	0	0	38	38	100
3	<i>Share</i>	0	0	35	35	100
Total Keseluruhan						100

Sumber : Hasil Peneliti

Berdasarkan table 4.41, yang menunjukkan frekuensi tanggapan pembaca terhadap 38 unggahan pada bulan Januari 2025, diketahui bahwa seluruh bentuk interaksi baik *like*, komentar, maupun *share* berada pada kategori rendah dengan persentase masing-masing 100%. Like tercatat sebanyak 35, komentar 38, dan share 36, namun seluruhnya tidak mencapai tingkat sedang maupun tinggi. Hal ini menandakan bahwa meskipun jumlah unggahan cukup banyak, keterlibatan pembaca masih sangat terbatas, baik dari segi kuantitas maupun kualitas interaksi. Dengan kata lain, peningkatan frekuensi unggahan belum diikuti oleh peningkatan respons audiens. Situasi ini mengisyaratkan perlunya perbaikan dalam strategi konten agar lebih menarik, relevan, dan mampu mendorong keterlibatan yang lebih aktif dari pembaca.

Tabel 4. 43. Frekuensi Tanggapan Pembaca Keseluruhan Periode Januari 2024 – Januari 2025

No	Tipe	Indikator			Σ	%			Total
		Tinggi	Sedang	Rendah		Tinggi	Sedang	Rendah	
1	<i>Like</i>	14	19	531	557	3	3	94	100
2	Komen	2	4	624	630	0	1	99	100
3	<i>Share</i>	2	4	570	576	0	1	99	100
Total Keseluruhan									100

Sumber : Hasil Peneliti

Tanggapan pembaca terhadap konten yang diunggah selama periode Januari 2024 hingga Januari 2025 didominasi oleh kategori rendah pada ketiga indikator, yaitu *like*, komen, dan *share*. Pada indikator *like*, dari total 557 unggahan, hanya 3% yang memperoleh tanggapan tinggi dan 3% tanggapan sedang, sedangkan 94% berada dalam kategori rendah. Demikian pula pada indikator komen, dari 630 unggahan, sebesar 99% memperoleh tanggapan rendah, sementara hanya 1% berada pada kategori sedang dan tidak ada yang mencapai tanggapan tinggi. Hal serupa juga terjadi pada indikator *share*, di mana dari 576 unggahan, sebanyak 99% memperoleh tanggapan rendah, 1% sedang, dan 0% tinggi. Temuan ini menunjukkan bahwa secara umum, keterlibatan pembaca terhadap konten masih

sangat rendah. Rendahnya jumlah like, komentar, dan share mengindikasikan bahwa konten yang disajikan belum mampu menarik perhatian, membangun interaksi, ataupun mendorong pembaca untuk menyebarkan informasi lebih lanjut. Hal ini menjadi catatan penting bagi pengelola konten agar melakukan evaluasi terhadap strategi komunikasi yang digunakan, baik dari segi desain visual, gaya penyampaian pesan, maupun relevansi topik terhadap kebutuhan dan minat audiens.

