



# 11.87%

SIMILARITY OVERALL

SCANNED ON: 15 JUL 2025, 1:08 PM

## Similarity report

Your text is highlighted according to the matched content in the results above.

**IDENTICAL** 0.64%    **CHANGED TEXT** 11.22%    **QUOTES** 0.18%

## Report #27496723

7 9 16 37 i BAB I PENDAHULUAN 1.1 Latar Belakang Informasi merupakan hal yang sangat penting bagi setiap orang. Saat ini, caranya mencari informasi semakin beragam, baik melalui media cetak maupun digital, yang merupakan dampak dari kemajuan teknologi. Perubahan ini telah mengubah cara kita mengakses informasi dengan lebih cepat, dan memiliki pengaruh besar terhadap masyarakat. 2 Karena adanya teknologi, kebutuhan masyarakat dalam mencari informasi dapat terpenuhi dengan lebih mudah. Di era ini, penggunaan infografis semakin banyak digunakan untuk menyampaikan informasi. Infografis tidak hanya terbatas pada jenis media tertentu, tetapi juga sering ditemukan di halaman web dan platform media sosial. Selain berita, berbagai penelitian dan kajian (Habibah, 2021). 2 39 Infografis adalah salah satu bentuk inovasi dalam perkembangan teknologi di bidang media. Infografis merupakan metode untuk menyampaikan gagasan, informasi, data, atau pengetahuan secara visual dengan menggunakan gambar, grafik, serta berbagai bentuk lainnya. (Kurniasih, 2022). 30 Ini memungkinkan penyampaian informasi tidak hanya dalam bentuk teks, tetapi juga dengan nilai visual yang tinggi, sehingga mampu menarik perhatian pembaca. Dalam dunia jurnalistik, infografis adalah bagian yang tidak bisa dipisahkan. Cara penyajian infografis sangat menarik dan mampu membuat pembaca tertarik serta berpikir lebih dalam. 2 25 Selain itu, infografis juga berperan sebagai penghubung yang menerjemahkan informasi rumit dari berita panjang

menjadi bentuk yang lebih sederhana dan mudah dipahami. Dalam pemberitaan di media cetak, sekitar 65% masyarakat Indonesia lebih memilih membaca berita melalui aspek visual yang menarik sebelum membentuk pandangan mereka terhadap isi informasi tersebut. Infografis memiliki peran penting dalam menarik perhatian pembaca. Selain berfungsi sebagai sarana untuk menyampaikan informasi, infografis juga sangat efektif digunakan sebagai alat pembelajaran, yang dapat mempercepat proses pemahaman informasi bagi para pembacanya. Pendekatan ini sangat cocok bagi pekerja, karena memungkinkan penyampaian informasi dengan cara yang lebih sederhana dan efisien tanpa memerlukan banyak waktu untuk diingat, yang pada akhirnya meningkatkan efektivitas penerapannya. Dengan daya tarik visual yang kuat, infografis menawarkan keunggulan yang tidak bisa diabaikan (Heryanto, 2018) Saat ini, penggunaan infografis di portal media digital terbukti efektif dalam menjangkau masyarakat yang kurang berminat membaca. **2 10** We Are Social pada Januari 2023 mencatat ada 213 juta orang yang menggunakan internet di Indonesia, yang setara dengan 77% dari total populasi sebanyak 276,4 juta jiwa. Rata-rata waktu penggunaan internet mencapai 7 jam 42 menit per hari. **2** Fakta ini sangat berkaitan dengan tingkat literasi yang rendah di Indonesia, yang merupakan masalah serius. **2** Menurut laporan Antaranews. com, evaluasi kinerja Perpustakaan Nasional (Perpusnas) pada tahun 2024 menunjukkan bahwa tingkat literasi membaca masyarakat Indonesia masih jauh tertinggal dibandingkan negara lain. **2 26** Data dari PISA (Program for International Student Assessment ) tahun 2022 menempatkan Indonesia di peringkat 70 dari 80 negara, dengan skor literasi yang sangat rendah, yaitu 359. **2** Angka tersebut sangat mencolok jika dibandingkan dengan tingginya jumlah pengguna (Lubis, 2023). Untuk mengatasi tantangan tersebut, pemerintah dan berbagai lembaga terus berupaya meningkatkan akses dan kualitas bahan bacaan, serta mendorong partisipasi masyarakat dalam kegiatan literasi. Program-program seperti pengembangan perpustakaan digital, penyediaan buku murah, dan pelatihan literasi bagi guru dan masyarakat diharapkan dapat meningkatkan minat baca dan budaya literasi di Indonesia (Ginting, 2024). Media

berita Indonesiabaik.id menarik untuk dijadikan sebagai objek penelitian karena pengelolaannya yang berada di bawah Kementerian Komunikasi dan Digital (Komdigi) Indonesia. Sebagai media yang dikelola oleh lembaga pemerintah, Indonesiabaik.id memiliki peran strategis dalam menyampaikan informasi yang bersifat edukatif, informatif, dan positif kepada masyarakat Indonesia. Media ini bertujuan untuk meningkatkan literasi digital masyarakat, memberikan pemahaman yang lebih baik tentang isu-isu terkini, serta memperkuat pemahaman publik mengenai program dan kebijakan pemerintah. Sebagai bagian dari Kementerian Komunikasi dan Digital (Komdigi), Indonesiabaik.id memiliki kredibilitas tinggi dalam hal penyajian informasi yang faktual dan dapat dipercaya. Informasi yang disampaikan cenderung lebih objektif dan dapat dijadikan rujukan yang baik, terutama terkait dengan kebijakan publik, program pemerintah, serta isu-isu sosial dan ekonomi yang relevan bagi masyarakat Indonesia (Yuwono, 2021). Keunggulan lain dari Indonesiabaik.id adalah menyajikan berbagai topik berita yang beragam, mulai dari isu sosial, politik, ekonomi, kesehatan, pendidikan, dan teknologi. Media ini menggunakan berbagai format, seperti video, dan infografis, untuk menjangkau berbagai kalangan masyarakat, dari generasi muda hingga orang dewasa. **40 Penggunaan infografis dalam menyampaikan informasi juga menjadi salah satu aspek penting dari Indonesiabaik.id.** Infografis membantu menyederhanakan data dan statistik menjadi bentuk yang lebih ringkas dan mudah dibaca, sehingga mendukung pemahaman informasi secara lebih efisien. Dengan demikian, Indonesiabaik.id dapat dijadikan contoh yang relevan untuk penelitian mengenai peran infografis dalam meningkatkan literasi pembaca terhadap informasi yang kompleks (Setiyanto, 2023). Selain itu, Indonesiabaik.id berperan aktif dalam meningkatkan literasi digital masyarakat Indonesia. Dengan menyajikan informasi dalam bentuk yang menarik dan mudah diakses, media ini membantu masyarakat lebih memahami isu-isu sosial, politik, dan ekonomi yang sedang berkembang. Sebagai media yang dikelola oleh pemerintah, Indonesiabaik.id juga memiliki potensi besar untuk mempengaruhi opini publik, terutama terkait

kebijakan pemerintah dan isu-isu sosial. Dalam menjalankan fungsinya, Indonesiabaik.id juga memanfaatkan media sosial, seperti Instagram, untuk menyebarkan informasi (Maulida, 2021). 1 Ini membuatnya relevan untuk dijadikan penelitian mengenai penggunaan media sosial oleh lembaga pemerintah sebagai sarana untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan menyebarkan informasi yang membentuk pemahaman publik. Dengan berbagai aspek yang dimilikinya, Indonesiabaik.id memiliki potensi besar untuk dijadikan objek penelitian dalam berbagai topik, seperti literasi media, pengaruh infografis dalam komunikasi publik, serta dampaknya terhadap opini publik dan kebijakan pemerintah. Indonesiabaik.id, yang dikelola oleh Kementerian Komunikasi dan Digital (Komdigi), berperan penting dalam meningkatkan literasi media masyarakat Indonesia melalui penyediaan infografis yang mudah dipahami. Infografis yang disajikan mencakup berbagai topik, termasuk literasi digital, penggunaan internet, dan literasi membaca. Menurut data, Indeks Literasi Digital Indonesia 2021 mencapai skor 3,54 menunjukkan level "sedang" dalam kemampuan masyarakat menggunakan teknologi informasi dan komunikasi digital (Katadata, 2021). Menteri Komunikasi dan Informatika, Rudiantara, meluncurkan secara resmi situs indonesiabaik.id, sebuah platform yang menyajikan berbagai informasi positif mengenai Indonesia. Situs ini bertujuan untuk menyebarkan konten yang mencerminkan kebaikan dan perkembangan positif di Indonesia. Indonesiabaik.id adalah situs web yang diluncurkan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika pada 6 Juni 2017 dengan tujuan utama menyampaikan informasi mengenai berbagai program pemerintah secara menarik dan mudah dipahami oleh masyarakat, terutama generasi muda dan pengguna digital untuk menyebarkan informasi positif tentang Indonesia dengan cara yang lebih kekinian dan tidak kaku agar pesan-pesan penting dapat tersampaikan dengan baik (Komdigi, 2020). Indonesiabaik.id dirancang untuk menyampaikan informasi dengan pendekatan kekinian, mengingat sasaran utamanya adalah generasi milenial yang sedang berkembang pesat. Generasi saat ini juga akan menjadi bagian dari puncak bonus demografi di

Indonesia pada tahun 2028. Situs ini memiliki empat pilar utama dalam konten yang disajikan, yaitu "Tentang Indonesia" yang memberikan informasi dasar mengenai negara tersebut, "Informasi dan Edukasi Pelayanan Publik" yang bertujuan untuk memberikan pemahaman kepada masyarakat mengenai layanan pemerintah, "Info Terkini" yang menyajikan berita terbaru serta informasi yang relevan, serta "Pembangunan Indonesia" yang menampilkan berbagai inisiatif pembangunan yang sedang berlangsung di Indonesia. Indonesiabaik.id dirancang sebagai repositori konten digital yang berfokus pada penyampaian data dan fakta dalam bentuk infografis, video, dan motion graphics untuk meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai isu-isu penting di negara (Komdigi, 2020). Dengan peluncuran [indonesiabaik.id](http://indonesiabaik.id), pemerintah berharap masyarakat dapat lebih terlibat dalam program-program pemerintah sekaligus memahami peran mereka dalam membangun Indonesia yang lebih baik. Situs ini juga berfungsi sebagai platform edukasi bagi generasi muda untuk meningkatkan kesadaran akan pentingnya partisipasi aktif dalam pembangunan nasional (Komdigi, 2020). [Indonesiabaik.id](http://indonesiabaik.id), yang pada saat itu dikelola oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo), telah meraih sejumlah penghargaan bergengsi atas kontribusinya dalam menyebarkan informasi positif dan meningkatkan literasi digital masyarakat Indonesia. Berikut adalah beberapa penghargaan yang pernah diraih : WSIS PRIZES 2018 ( Mendapat Penghargaan Internasional), Pada ajang World Summit on the Information Society (WSIS) Forum 2018 yang diselenggarakan oleh Perserikatan Bangsa- Bangsa (PBB) di Jenewa, Swiss, [Indonesiabaik.id](http://indonesiabaik.id) meraih predikat Winner . Program ini dinilai unggul dalam menyajikan konten positif yang dapat menangkal informasi hoaks dan mendukung pembangunan berkelanjutan melalui teknologi informasi dan komunikasi (Sholahuddin, 2018). Lalu, Indonesia Baik Awards 2024 (Kategori Konten Positif) dalam rangka peringatan ulang tahun ke-25 KBR Media, [Indonesiabaik.id](http://indonesiabaik.id) menerima penghargaan dalam kategori Konten Positif pada Indonesia Baik Awards 2024. Penghargaan ini diberikan sebagai apresiasi terhadap kontribusi program dalam menyebarkan inisiatif dan inovasi yang

membawa dampak baik bagi masyarakat Indonesia (Indonesiabaik, 2024). Dan Lomba Konten Baik Edisi 1 hingga 10 Indonesiabaik.id juga menyelenggarakan serangkaian lomba bertajuk Lomba Konten Baik yang berlangsung dalam 10 periode. Lomba ini mengajak masyarakat untuk membuat konten kreatif seperti video, infografis, komik, blog, dan podcast yang mengangkat tema kebersamaan, toleransi, dan keberagaman. Total hadiah yang disediakan mencapai Rp40,5 juta (Indonesiabaik, 2024). Indonesiabaik.id, yang saat ini dikelola oleh Kementerian Komunikasi dan Digital (KomDigi), patut mendapatkan penghargaan karena konsistensinya dalam membagikan postingan-postingan yang berkualitas dan informatif. Salah satu kekuatan utamanya terletak pada penyampaian informasi publik dalam bentuk infografis yang menarik, ringkas, dan mudah dipahami oleh masyarakat luas. Topik yang diangkat pun sangat relevan, mulai dari literasi digital, penggunaan internet, hingga isu-isu sosial dan ekonomi. Sebagai contoh, infografis tentang Indeks Literasi Digital Indonesia tahun 2021 yang menunjukkan skor 3,49 mencerminkan upaya mereka dalam mengedukasi masyarakat mengenai pentingnya keterampilan digital. Atas kontribusinya tersebut, Indonesiabaik.id telah meraih berbagai penghargaan bergengsi, termasuk menjadi pemenang dalam ajang World Summit on the Information Society (WSIS) Prizes 2018 yang diselenggarakan oleh Perserikatan Bangsa-Bangsa. Penghargaan ini diberikan karena kemampuannya dalam menghadirkan konten positif yang mudah diviralkan dan mendukung pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan SDGs (Yuwono, 2018). Selain itu, Indonesiabaik.id juga aktif berinteraksi dengan publik melalui media sosial, dengan lebih dari 750 konten diproduksi sepanjang tahun 2023, yang banyak diapresiasi masyarakat, terutama terkait pencapaian olahraga nasional seperti kemenangan Timnas di SEA Games dan ASEAN Para Games. Indonesiabaik.id menyajikan infografis yang mengangkat berbagai tema bertujuan untuk memberikan informasi yang mudah dipahami oleh masyarakat Indonesia. Setiap tema dirancang untuk menjelaskan isu-isu sosial, politik, dan ekonomi dengan cara visual dan informatif, sehingga dapat

membantu masyarakat memahami topik yang kompleks. Berikut beberapa tema utama infografis yang dapat ditemukan di Indonesiabaik.id. Infografis Hasil-hasil Pembangunan, menampilkan pencapaian pembangunan nasional dalam berbagai sektor, seperti infrastruktur, ekonomi, pendidikan, dan kesejahteraan sosial, sehingga masyarakat dapat memahami perkembangan yang telah dicapai pemerintah (Komdigi, 2020). Infografis kebijakan pemerintah, berisi informasi mengenai regulasi, program strategis, serta kebijakan yang diterapkan untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat, termasuk dampaknya terhadap berbagai sektor kehidupan (Komdigi, 2020). Infografis prestasi anak-anak bangsa menyoroti berbagai pencapaian individu maupun kelompok dari Indonesia dalam bidang akademik, olahraga, teknologi, seni, dan inovasi yang membanggakan di tingkat nasional maupun internasional (Komdigi, 2020). Infografis destinasi wisata, untuk mempromosikan berbagai tempat wisata unggulan di Indonesia, menampilkan daya tarik, fasilitas, serta aksesibilitasnya guna menarik minat wisatawan lokal dan mancanegara (Komdigi, 2020). Infografis layanan publik, menyajikan informasi terkait akses dan prosedur layanan masyarakat, seperti kesehatan, transportasi, administrasi kependudukan, pendidikan, dan layanan digital, sehingga masyarakat dapat lebih mudah memahami cara memperoleh layanan yang tersedia (Komdigi, 2020). Infografis lain-lain, tema ini menjelaskan yang tidak termasuk kedalam isi dari tema-tema sebelumnya karena masih ada infografis lainnya yang digunakan untuk menyajikan informasi penting bagi masyarakat, baik dalam bidang sosial, budaya, teknologi, maupun sektor lainnya. Dengan penyajian visual yang menarik dan ringkas, infografis membantu menyampaikan pesan secara efektif serta meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap berbagai isu dan kebijakan yang sedang berlangsung di Indonesia (Komdigi, 2020). Infografis yang disediakan oleh Indonesiabaik.id sangat berperan dalam meningkatkan literasi masyarakat Indonesia, khususnya dalam mengakses dan memahami berbagai informasi yang mungkin sulit dipahami hanya dengan teks. Dengan menggunakan visualisasi yang menarik dan mudah dimengerti, infografis ini membantu masyarakat

memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai isu-isu penting di negara ini. Setiap infografis tidak hanya menyajikan data atau fakta, tetapi juga memberikan konteks dan penjelasan yang memudahkan pembaca dalam memahami informasi tersebut. Oleh karena itu, infografis sangat efektif untuk menarik perhatian audiens, khususnya dalam meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat terhadap isu-isu yang relevan di Indonesia (Yuwono, 2018). Adapun penelitian terdahulu yang menjadi acuan pada penelitian ini dengan judul “Penyajian berita infografis pada akun instagram @pandifootball sebagai upaya menarik minat pembaca skripsi perbedaannya dengan penelitian yang sedang dilakukan yakni terletak pada fokus, objek, metode, dan tujuan. Penelitian pertama fokus pada infografis sepak bola di @pandifootball untuk menarik minat pembaca, sedangkan penelitian kedua menganalisis infografis positif tentang Indonesia di @indonesiabaik.id. Metode penelitian pertama lebih kualitatif, sementara yang kedua menggunakan analisis isi kuantitatif. Tujuannya, penelitian pertama mengkaji efektivitas infografis untuk pembaca sepak bola, sedangkan yang kedua menganalisis pengemasan informasi positif. Penelitian kedua juga mencakup periode waktu spesifik (Januari 2024 – Januari 2025), sedangkan yang pertama tidak menyebutkan periode waktu. Lalu penelitian terdahulu kedua yang menjadi acuan penelitian ini dengan judul “Penyajian infografis pada instagram @tirto.id (analisis isi kuantitatif sebagai bentuk pengemasan informasi periode januari 2024-september 2024) perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang sedang dilakukan yaitu terletak pada fokus penelitian pada akun media sosial yang dikelola oleh pemerintahan Penelitian terdahulu fokus pada penyajian infografis di akun @Tirto.id, sementara penelitian yang sedang dilakukan menganalisis pengemasan pesan di akun @indonesiabaik.id. Penelitian terdahulu dan penelitian yang sedang dilakukan sama-sama menggunakan metode analisis isi kuantitatif untuk menghitung jenis dan frekuensi konten. Peneliti mengadaptasi pada bagian tanggapan pembaca dari penelitian terdahulu. Penelitian terdahulu yang menjadi dasar penelitian ini berjudul "Strategi dan Taktik Visualisasi

Infografis Dalam Penyampaian Berita Pada Akun @Pinterpolitik . Penelitian La Ode Hamzah Arafa berfokus pada strategi dan taktik penggunaan infografis dalam menyampaikan berita di akun Instagram @pinterpolitik, dengan pendekatan kualitatif yang menekankan analisis terhadap aspek visual dan makna pesan politik yang disampaikan. Sementara itu, penelitian yang sedang dikerjakan menganalisis pengemasan pesan pada akun Instagram pemerintah @Indonesiabaik.id menggunakan metode kuantitatif, dengan fokus pada isi pesan yang disampaikan selama periode Januari 2024 hingga Januari 2025. Perbedaan utama terletak pada pendekatan penelitian, objek studi, serta fokus analisis antara visualisasi pesan politik dan isi pesan informasi publik pemerintah. Dalam penelitian ini, penulis akan memfokuskan pada bentuk infografis yang ditampilkan di akun Instagram indonesiabaik. id. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi seberapa efektif infografis dalam menyampaikan pesan dan tujuan yang ingin disampaikan kepada masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk menghadirkan kebaruan dalam kajian yang ada. Fokus utama akan mencakup infografis, pesan yang terkandung di dalamnya, serta tanggapan masyarakat terhadap infografis tersebut. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis isi secara kuantitatif, yang bertujuan untuk mengkaji pesan-pesan yang disampaikan melalui infografis di akun Instagram indonesiabaik.id.

23 1.2 Rumusan Masalah Berdasarkan penjelasan mengenai latar belakang masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, pertanyaan utama dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut: 1 "Bagaimana cara infografis digunakan untuk menyampaikan informasi di platform Instagram @indonesiabaik. id selama periode Januari 2024 sampai Januari 2025? Selanjutnya, rumusan masalah tersebut akan dijabarkan lebih rinci menjadi beberapa pertanyaan penelitian terkait penyajian infografis, sebagai berikut : 1. Bagaimana tema-tema infografis yang digunakan untuk menyajikan informasi di Instagram @indonesiabaik.id pada periode Januari 2024 - Januari 2025? 2. Bagaimana jenis infografis yang digunakan untuk menyampaikan informasi di Instagram @indonesiabaik.id selama periode Januari 2024 - Januari 2025? 2 3.

Bagaimana tanggapan pembaca terhadap infografis sebagai metode pengemasan informasi di Instagram @indonesiabaik.id pada periode Januari 2024 - Januari 2025?

16 35 1.3 Tujuan Penelitian Berdasarkan perumusan masalah yang telah disampaikan, penelitian ini bertujuan untuk : 3 1. Mengetahui tema-tema infografis

yang digunakan dalam penyajian informasi di akun Instagram

@indonesiabaik.id selama periode Januari 2024 hingga Januari 2025. 2.

Mengidentifikasi jenis-jenis infografis yang digunakan untuk menyampaikan informasi pada periode Januari 2024 hingga Januari 2025. 3. ,enganalisis

tanggapan pembaca terhadap penggunaan infografis sebagai metode pengemasan informasi di akun Instagram @indonesiabaik.id pada periode Januari 202

4 hingga Januari 2025. 1.4 Manfaat Penelitian 1.4.1. Manfaat Akademis

Penelitian ini bertujuan untuk memperkaya pemahaman tentang penggunaan infografis, terutama yang menggunakan ilustrasi, serta untuk menganalisis

frekuensi, tema, jenis, dan tanggapan terhadap infografis yang diposting

di akun Instagram indonesiabaik.id. 2 7 Di harapkan penelitian ini dapat

menjadi referensi yang bermanfaat dalam menunjukkan cara berita

disampaikan melalui bentuk infografis, dengan berbagai topik seperti

politik, budaya, kesehatan, tokoh, ekonomi, teknologi, hukum, psikologi,

pendidikan, gender, SARA, dan hiburan. Melalui penelitian ini, pembaca dapat

mempelajari berbagai kategori infografis yang digunakan, serta bagaimana

tema, jenis, dan respons terhadap infografis tersebut. 1.4.2. Manfaat

Praktis Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat praktis bagi

akun-akun resmi milik Kementerian dan Instansi Pemerintahan, yaitu sebagai

acuan untuk mengelola media digital secara lebih baik, membangun

kepercayaan masyarakat, menyampaikan informasi dengan cepat dan jelas,

mengajak Masyarakat untuk lebih aktif terlibat serta memastikan jalannya

pemerintahan yang transparan dan bertanggung jawab. 19 46 4 BAB II TINJAUAN

PUSTAKA 2.1. 19 Penelitian Terdahulu Penelitian sebelumnya menjadi acuan

penting bagi penulis dalam mengembangkan penelitian ini, sehingga penulis

dapat memperkaya dasar teori yang akan digunakan. Berikut adalah tinjauan

literatur dari penelitian-penelitian serupa yang telah dilakukan sebelumnya:

Table 2. 1 Penelitian Terdahulu No Judul Penelitian | Penulis | Tahun Afiliasi Universitas Metode Penelitian Kesimpulan Saran

Perbedaan dengan penelitian ini 1 Penyajian berita infografis pada akun Instagram @pandifootball sebagai upaya menarik minat pembaca skripsi | Fadhlullah, Ilham | 2024 UIN Sunan Gunung Djati Bandung Deskriptif @pandifootball fokus pada konten berbasis fakta, kredibilitas, dan interaksi dengan audiens melalui penggunaan captions menarik, hashtag, dan responsif terhadap tren. Hasilnya, akun ini memiliki banyak postingan, pengikut, dan informasi yang akurat, menunjukkan pengelolaan yang berhasil. Saran untuk Instagram @pandifootball adalah terus mempertahankan kualitas konten berbasis fakta, meningkatkan interaksi dengan audiens melalui fitur seperti hashtag dan captions, serta selalu responsif terhadap tren dan isu yang berkembang. Selain itu, disarankan untuk lebih memperhatikan evaluasi rutin guna menjaga kredibilitas dan akuntabilitas informasi yang disebarluaskan. Penelitian ini mengkaji pengemasan berita infografis pada akun media sosial Instagram Indonesia baik di k.id, dengan fokus pada bagaimana masyarakat merespons berita infografis tersebut melalui interaksi seperti like, komentar, dan share.

2 PENYAJIAN INFOGRAFIS PADA INSTAGRAM @TIRTO.ID (Analisis Isi Kuantitatif Sebagai Universitas Pembangunan Jaya Analisis Isi Kuantitatif Tirto secara konsisten memproduksi dan membagikan infografis Tirto perlu memperluas ragam tema dan mengeksplorasi tipe infografis lain untuk Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang sedang dilakukan yakni pada pemilihan akun media sosial. Penelitian yang sedang dilakukan fokus pada akun media sosial 5 Bentuk Pengemasan Informasi Periode Januari 2024- September 2024) | Raffi Rajendra Kustaryanto | 2024 di Instagram @tirto.id dengan frekuensi tinggi. Tema yang paling sering diangkat adalah entertainment, dan sebagian besar infografis bertipe informatif. Meskipun aktif, tingkat respons pembaca masih rendah, terutama dalam bentuk komentar dan share. menarik minat audiens yang lebih luas. Selain itu, strategi interaksi dengan pembaca seperti

ajakan berdiskusi dan penggunaan fitur Instagram perlu ditingkatkan untuk mendorong keterlibatan yang lebih aktif. dibawah naungan pemerintahan. Peneliti mengadaptasi bagian tanggapan pembaca dari penelitian terdahulu. 3 STRATEGI DAN TAKTIK VISUALISASI INFOGRAFIS DALAM PENYAMPAIAN BERITA PADA AKUN INSTAGRAM @PINTERPOLITIK | LA ODE HAMZAH ARAFA | 2023 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI KENDARI deskriptif kualitatif akun Instagram @pinterpolitik berhasil menerapkan strategi dan taktik visualisasi infografis yang efektif dalam menyampaikan berita politik kepada publik. Strategi tersebut meliputi perumusan isu yang relevan, implementasi visual yang menarik dan efisien, serta evaluasi berbasis data engagement. Infografis yang ditampilkan Akun @pinterpolitik disarankan untuk terus meningkatkan kualitas visual dan keberagaman konten agar tetap relevan dengan dinamika isu politik yang cepat berubah. Selain itu, memperluas partisipasi followers melalui fitur interaktif seperti polling atau Q&A dapat memperkuat hubungan dua arah antara penyampai informasi dan audiens. Penelitian ini mengkaji pengemasan berita infografis pada akun media sosial Instagram Indonesia baik id, dengan fokus pada bagaimana masyarakat merespons berita infografis tersebut melalui interaksi seperti like, komentar, dan share. 6 an mampu menarik perhatian audiens karena dikemas secara ringkas, informatif, dan visual, serta didukung oleh pemanfaatan waktu unggah yang tepat dan konten yang sesuai dengan identitas platform. Perspektif positif dari followers juga terlihat melalui peningkatan jumlah pengikut dan tingginya interaktivitas dalam bentuk like, komentar, dan share. Sumber: Hasil Peneliti Berdasarkan ketiga penelitian terdahulu yang telah disajikan dalam table di atas, peneliti memperoleh acuan yang berharga untuk melaksanakan penelitian ini. Penelitian pertama berjudul "Penyajian berita infografis pada akun instagram @pandifootball sebagai upaya menarik minat pembaca skripsi menunjukkan bahwa media yang digunakan sejalan dengan penelitian ini, yaitu Instagram. Metode yang diterapkan tidak sama, yakni Deskriptif. Namun, selain itu ada perbedaan juga dalam

fokus penelitian. Penelitian ini lebih berfokus pada infografis yang dipublikasikan di akun Instagram indonesiabaik.id, sementara penelitian sebelumnya fokus pada akun Instagram @pandifootball. Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa @pandifootball fokus pada konten berbasis fakta, kredibilitas, dan interaksi dengan audiens melalui penggunaan captions menarik, hashtag, dan responsive. Adapun perbedaan lain dengan penelitian yang sedang dilakukan yakni terletak pada Tujuan, penelitian terdahulu mengkaji efektivitas infografis untuk pembaca sepak bola, sedangkan penelitian yang sekarang dikerjakan menganalisis pengemasan informasi positif. Penelitian kedua juga mencakup periode waktu spesifik (Januari 2024 – Januari 2025), sedangkan yang pertama tidak menyebutkan periode waktu. Selanjutnya, penelitian kedua yang berjudul " penyajian infografis pada Instagram @tirto.id (analisis isi kuantitatif sebagai bentuk pengemasan informasi periode januari 2024-september 2024) , memiliki metode penelitian yang sama yakni menggunakan analisis isi kuantitatif. Tirto secara konsisten memproduksi dan membagikan infografis di Instagram @tirto.id dengan frekuensi tinggi. Tema yang paling sering diangkat adalah entertainment, dan sebagian besar infografis bertipe informational. Meskipun aktif, tingkat respons pembaca masih rendah, terutama dalam bentuk komentar dan share. Tirto perlu memperluas ragam tema dan mengeksplorasi tipe infografis lain untuk menarik minat audiens yang lebih luas. Selain itu, strategi interaksi dengan pembaca seperti ajakan berdiskusi dan penggunaan fitur Instagram perlu ditingkatkan untuk mendorong keterlibatan yang lebih aktif. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang sedang dilakukan yakni pada pemilihan akun media social. Penelitian yang sedang dilakukan fokus pada akun media social dibawah naungan pemerintahan. Peneliti mengadaptasi bagian tanggapan pembaca dari penelitian terdahulu. Dan, penelitian terdahulu yang ketiga berjudul " Strategi dan taktik visualisasi infografis dalam penyampaian berita pada akun instagram @Pinterpolitik menggunakan metode yaitu Deskriptif kualitatif. 7 akun Instagram @pinterpolitik berhasil menerapkan strategi dan taktik

visualisasi infografis yang efektif dalam menyampaikan berita politik kepada publik. Strategi tersebut meliputi perumusan isu yang relevan, implementasi visual yang menarik dan efisien, serta evaluasi berbasis data engagement. Infografis yang ditampilkan mampu menarik perhatian audiens karena dikemas secara ringkas, informatif, dan visual, serta didukung oleh pemanfaatan waktu unggah yang tepat dan konten yang sesuai dengan identitas platform. Perspektif positif dari followers juga terlihat melalui peningkatan jumlah pengikut dan tingginya interaktivitas dalam bentuk like, komentar, dan share. Akun @pinterpolitik disarankan untuk terus meningkatkan kualitas visual dan keberagaman konten agar tetap relevan dengan dinamika isu politik yang cepat berubah. Selain itu, memperluas partisipasi followers melalui fitur interaktif seperti polling atau Q&A dapat memperkuat hubungan dua arah antara penyampai informasi dan audiens. Perbedaan dengan penelitian yang sedang dikerjakan yakni menganalisis frekuensi dan jenis infografis dalam periode waktu tertentu (Januari 2024 – Januari 2025).

38 48 2.2. Teori dan Konsep 2.2 1

Fungsi Media Sosial Lembaga Pemerintah Media sosial kini menjadi salah satu sarana komunikasi yang krusial dalam manajemen pemerintahan modern. Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi digital, institusi pemerintah memanfaatkan platform seperti Instagram, Twitter, Facebook, dan YouTube untuk berinteraksi dengan masyarakat secara lebih cepat, luas, serta interaktif. Hadirnya media sosial memberi kesempatan bagi pemerintah untuk tidak hanya berbagi informasi secara satu arah, tetapi juga menjalin komunikasi dua arah dengan public (Saragih & Susanti, 2021). Peran utama media sosial dalam lembaga pemerintah meliputi distribusi informasi publik, peningkatan transparansi dan akuntabilitas, pembentukan citra positif institusi, serta mendorong partisipasi aktif dari masyarakat. Sebagai contoh, informasi mengenai kebijakan baru, program bantuan, jadwal pelayanan, atau respon terhadap isu sosial kini dapat disampaikan dengan mudah melalui unggahan di media sosial resmi (Ramadhani, 2020). Hal ini memungkinkan masyarakat untuk mendapatkan

informasi dengan lebih cepat sekaligus memberikan kesempatan untuk menyampaikan masukan, kritik, atau penghargaan. Selanjutnya, media sosial juga berfungsi sebagai alat pendidikan publik. Pemerintah sering kali menggunakan konten visual seperti infografik, video, dan animasi untuk memberikan pemahaman kepada masyarakat mengenai isu kesehatan, hukum, perpajakan, serta literasi digital. Dengan demikian, media sosial tidak hanya berperan sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai platform untuk meningkatkan literasi dan memberdayakan warga. Namun, meskipun banyak keuntungan yang ditawarkan, pemanfaatan media sosial oleh lembaga pemerintah juga dihadapkan pada berbagai tantangan. Di antara tantangan tersebut adalah penyebaran informasi yang salah ( hoaks ), kurangnya tenaga terlatih dalam pengelolaan konten digital, serta rendahnya respons terhadap pertanyaan atau keluhan dari Masyarakat (Handayani, 2021). Oleh karena itu, diperlukan strategi komunikasi digital yang baik dan profesional agar media sosial dapat berfungsi secara maksimal sebagai bagian dari layanan publik dan transparansi informasi. Dengan pengelolaan yang efektif, media sosial dapat menjadi penghubung antara pemerintah dan masyarakat, memperkuat kepercayaan publik, serta mendukung terciptanya pemerintahan yang partisipatif, terbuka, dan responsif terhadap perubahan zaman.

### 2.2.2 Lembaga Pemerintah Kementerian Komunikasi dan Digital (Komdigi)

Komdigi merupakan lembaga pemerintah Indonesia yang dibentuk sebagai kelanjutan dan pengembangan dari Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo), dengan perubahan nama pada tahun 2024 untuk menyesuaikan dengan tantangan dan kebutuhan transformasi digital nasional (Tirto, 2024). **29 Tugas utama Komdigi adalah mengurus urusan pemerintahan di bidang komunikasi dan digital agar dapat mendukung Presiden dalam memimpin pemerintahan negara.** Fungsi-fungsi Komdigi mencakup perumusan kebijakan, pelaksanaan kebijakan, pemberian bimbingan teknis, pengawasan, serta pengembangan sumber daya manusia di bidang komunikasi dan teknologi informasi (Tirto, 2024). Dalam struktur organisasinya, Komdigi terdiri dari lima direktorat jenderal, yaitu Direktorat Jenderal Infrastruktur Digital yang menangani

pengelolaan spektrum frekuensi dan infrastruktur telekomunikasi. Direktorat Jenderal Teknologi Pemerintah Digital yang mengembangkan layanan digital publik dan platform pemerintahan elektronik, Selain itu, terdapat Direktorat Jenderal Pengawasan Ruang Digital yang berfokus pada perlindungan data pribadi dan pengawasan konten daring, serta Direktorat Jenderal Komunikasi Publik dan Media yang mengelola komunikasi strategis dan penyebaran informasi kepada Masyarakat (Katadata, 2024). Program strategis Komdigi antara lain adalah pemerataan akses internet nasional melalui teknologi Fixed Wireless Access (FWA), yang ditujukan untuk wilayah yang belum terjangkau oleh jaringan kabel optik. Komdigi juga memimpin percepatan transformasi digital pemerintahan dengan membangun layanan publik berbasis digital yang terintegrasi dan aman (Antaranews, 2024). Selain itu, Komdigi menargetkan penciptaan 9 juta talenta digital hingga tahun 2030 sebagai bagian dari upaya pengembangan sumber daya manusia di era digital. Komdigi juga menaruh perhatian besar pada pengembangan kecerdasan buatan (AI), dengan meluncurkan program pelatihan, pendidikan vokasi, dan sertifikasi bagi talenta AI nasional. 2.2.3

Infografis Dalam masa kini yang semakin berkembang teknologinya, internet memainkan peran penting dalam menyebarkan berita melalui media sosial. Pertumbuhan internet sebagai sarana yang mampu menyebarluaskan informasi secara cepat mencerminkan preferensi masyarakat yang kian cenderung mengakses berbagai konten dan hiburan dengan memanfaatkan kemudahan media digital. Kehadiran internet tidak hanya memperluas akses informasi, tetapi juga memberikan kenyamanan bagi masyarakat dalam mendapatkan konten secara lebih mudah dibandingkan dengan media cetak (Fatul Qorib, 2020). 8

Namun, kecepatan penyebaran berita ini juga menimbulkan tantangan, yaitu kebutuhan untuk memverifikasi akurasi dari berita yang disebarkan. Untuk memastikan bahwa informasi yang diterima masyarakat adalah valid, diperlukan data yang jelas. Cara yang cukup baik untuk menampilkan data tersebut adalah dengan menggunakan infografis. Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Syam Gaffar, 2022), infografis adalah penggambaran ide,

informasi, data, atau pengetahuan dalam bentuk grafis, diagram, atau bagan. Hal ini tidak hanya menjadikan informasi lebih menarik secara visual, tetapi juga memudahkan pembaca dalam memahami pesan yang disampaikan infografis dianggap sebagai media yang sangat efektif dalam menyampaikan informasi di era yang semakin digital. Menggunakan infografis sebagai alat pembelajaran sangat dianjurkan, terutama bagi para pekerja, karena mudah dipahami dan tidak membutuhkan waktu lama untuk diingat. Keunggulan ini menjadikan infografis sebagai alat yang menarik, konsisten, dan efisien dalam menyampaikan informasi. Di era kemajuan teknologi media saat ini, penggunaan infografik semakin marak dan dapat ditemukan dalam berbagai platform, baik itu di situs web maupun di media sosial. Infografik tidak hanya digunakan dalam berita, tetapi juga banyak dipakai dalam berbagai penelitian untuk menjelaskan berbagai topik. Penelitian tersebut sering kali mempelajari sejauh mana infografik dapat menjadi alat yang efektif dalam menyampaikan informasi, terutama dalam bidang jurnalisme. Tujuan pembuatan infografik adalah untuk menyampaikan pesan yang rumit secara sederhana dan mudah dipahami, sehingga pembaca tidak perlu menghabiskan waktu lama untuk memahami isinya. Selain itu, infografik membantu dalam menjelaskan data secara lebih jelas, membuat berita lebih menarik dan tidak membosankan. Infografik juga memudahkan pemantauan perubahan terhadap berbagai parameter pada interval waktu tertentu (Nuning, 2016).

#### 2.2.4. Pesan dalam Infografis

Pesan merupakan cara yang digunakan oleh komunikator untuk memberikan informasi kepada penerima pesan (khalayak), baik secara langsung maupun melalui media. Setiap pesan yang dikirim biasanya memiliki motif tertentu dari komunikator, yang menunjukkan bahwa setiap pesan intensional mempunyai tujuan spesifik.

**33** Tujuan tersebut bisa digunakan untuk memperoleh kekuasaan, baik dalam konteks sosial, politik, ekonomi, maupun budaya (Andrik, 2017). Pesan merupakan kumpulan tanda yang diatur berdasarkan kode tertentu dan disampaikan melalui proses pertukaran informasi antara orang yang mengirim pesan dan orang yang menerima pesan melalui saluran tertentu. Dengan

berjalannya waktu, pesan telah menjadi sumber informasi utama yang bisa disampaikan dengan berbagai cara, terutama melalui media, seperti media cetak, media elektronik, dan media online. Berkat kemajuan teknologi, infografis kini menjadi salah satu metode yang efektif untuk menarik perhatian pembaca di Indonesia, terutama generasi Z. Hal ini disebabkan informasi yang disajikan dalam bentuk gambar lebih mudah dipahami dibandingkan informasi yang berupa teks. Masyarakat cenderung lebih cepat memproses informasi yang ditampilkan dalam gambar, karena otak bisa menangkap informasi secara langsung, sedangkan informasi yang diberikan dalam bentuk teks biasanya diproses secara bertahap. Maka, penggunaan infografis bertujuan untuk berkomunikasi dalam tiga kategori utama, yaitu menginformasikan, menghibur, serta membujuk audiens (Ariefika, 2018). Ada tiga aspek utama yang perlu diperhatikan dalam menyampaikan pesan melalui infografis, yaitu daya tarik, pemahaman, dan retensi. Pertama, daya tarik merupakan aspek yang paling penting, karena tampilan visual menjadi pusat perhatian audiens dalam menilai apakah infografis tersebut menarik atau tidak. Kedua, pemahaman adalah respons audiens saat pertama kali melihat infografis. Dalam merancang infografis, penting untuk tidak hanya berfokus pada daya tarik, tetapi juga mempertimbangkan bagaimana pesan dapat diterima dan dipahami oleh audiens. Ketiga, retensi berperan sebagai alat visual yang membantu penonton mengingat kembali informasi yang disampaikan dalam infografis. Infografis memiliki beberapa tipe dalam menyampaikan informasi. Menurut Hasni & Yustikasari terbagi menjadi 4 (empat) Jenis infografis yakni infografis statistik, infografis timeline, infografis proses, dan infografis Lokasi. Berikut penjelasannya : 1. **3 18** Infografis statistik digunakan untuk menampilkan data angka atau statistik dalam bentuk visual yang lebih sederhana dan mudah dipahami, seperti grafik, diagram batang, atau diagram lingkaran. 2. Infografis timeline, berfungsi untuk menggambarkan urutan peristiwa dalam kurun waktu tertentu menggunakan garis waktu dengan titik-titik penting seperti contohnya tanggal-tanggal untuk jadwal libur anak sekolah yang sudah ditetapkan

oleh pemerintah. 3. Infografis proses adalah cara penyajian visual yang menunjukkan urutan langkah-langkah suatu prosedur, menggunakan simbol, ikon, dan panah untuk mempermudah pemahaman tentang tahapan-tahapan yang perlu diikuti, seperti proses pendaftaran atau mekanisme tertentu. 4. Infografis 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. 2.2 **24** 5. Instagram Instagram adalah sebuah aplikasi yang kini menjadi salah satu platform media sosial paling populer di kalangan masyarakat dari berbagai lapisan. Aplikasi ini dibuat khusus agar pengguna bisa berbagi foto dan video, dengan maksud untuk menyampaikan perasaan mereka atau mencari pengakuan serta pengembangan diri, sehingga bisa dilihat oleh pengguna Instagram lainnya (Sheillaroska, 2021). Kata "Instagram" sendiri berasal dari gabungan kata "insta" yang artinya instan dan "gram" yang berasal dari Telegram. Dari penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa nama Instagram menggambarkan proses berbagi momen melalui foto dengan cepat kepada orang lain (Kertamukti, Instagram dan 9 Pembentukan(Citra,2015). **6** Selain menampilkan foto dan video, Instagram juga memiliki fitur filter digital yang memungkinkan pengguna untuk menambahkan efek yang lebih menarik pada setiap unggahan (Agustina, 2016). Tak hanya filter, Instagram juga menyediakan fitur pemotongan foto dengan berbagai rasio, termasuk format persegi yang bisa membuat foto tampak seperti diambil dengan kamera Polaroid (Rezky, 2020). Selain itu, Instagram juga menawarkan berbagai fitur untuk konten audio visual, seperti Reels, Instagram Live, dan Instastory (Kertamukti, Nugroho, dan Wahyono, 2018). **38 43** Diluncurkan bulan Oktober 2010, aplikasi Instagram dibuat oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger. Sebelum digunakan, aplikasi ini harus diunduh terlebih dahulu melalui Google Play atau Apple Store. Instagram tergolong dalam kategori komunikasi visual yang sering digunakan sebagai media untuk membangun citra pengguna di mata publik (Innova, 2018).

Menurut (Sholihah, 2018), Instagram memiliki berbagai fitur yang bisa dimanfaatkan oleh masyarakat untuk menyebarkan informasi.: 1. **44** Unggah Foto dan Video Fitur unggah foto dan video adalah fitur utama Instagram. Melalui fitur ini, pengguna dapat membagikan informasi dalam bentuk visual atau audiovisual, yang kemudian akan muncul di beranda para pengikut atau followers. **10** 2. Caption Caption digunakan untuk menjelaskan atau menyampaikan pesan, perasaan, atau informasi melalui foto atau video yang diunggah. Dengan adanya caption, publik dapat lebih tertarik untuk melihat postingan yang dibagikan oleh pengguna. 3. Hashtag Fitur hashtag memungkinkan pengguna untuk mengelompokkan foto dan video yang telah diposting. Hal ini memudahkan pengguna lain untuk menemukan foto atau video dengan topik tertentu yang mereka cari. 4. Like Fitur like digunakan untuk menunjukkan ekspresi atau ketertarikan pengguna terhadap suatu postingan yang dianggap menarik atau sesuai dengan minat mereka. 5. Komentar Fitur komentar adalah salah satu elemen penting yang memungkinkan publik untuk menyampaikan tanggapan atau perasaan mereka terhadap sebuah postingan yang menarik bagi mereka. 2.2.6. Tanggapan Pembaca Infografis Tanggapan adalah bentuk reaksi atau respon seseorang terhadap berbagai pernyataan, situasi, atau stimulus tertentu. Tanggapan ini bisa terwujud dalam bentuk perasaan, pendapat, atau tindakan yang dilakukan setelah seseorang menerima informasi. Lebih dari itu, tanggapan juga bisa mencerminkan emosi seseorang, seperti kebahagiaan, kemarahan, atau kekecewaan. Dalam konteks komunikasi, tanggapan memainkan peranan penting dalam menjaga interaksi yang konstruktif. Di media sosial, tanggapan merujuk pada reaksi pengguna terhadap konten yang diunggah, baik itu berupa foto, video, atau sekadar komentar. Pengguna media sosial dapat menyampaikan tanggapannya melalui komentar, dimana mereka bisa berbagi pendapat dan perasaan terkait konten tersebut. Selain itu, tanggapan juga bisa diekspresikan melalui tombol like atau reaksi lainnya, yang memungkinkan pengguna untuk menunjukkan perasaan mereka dengan lebih jelas, sehingga orang lain dapat memahami apa yang sedang mereka rasakan. Untuk

tanggapan terhadap infografis di media sosial, seperti di Instagram, kita dapat mengukurnya melalui jumlah like, komentar, dan share. Setiap konten akan mencerminkan ketertarikan khalayak berdasarkan banyaknya like yang diterima. Sebagai contoh, [indonesiabaik.id](https://www.indonesiabaik.id) dapat mengkategorikan postingan infografis berdasarkan tema yang paling disukai oleh pengguna Instagram, dan dukungan dari komentar serta share akan semakin memperkuat analisis terhadap seberapa tinggi minat khalayak terhadap infografis yang diposting. Tanggapan pembaca dapat terlihat dari jumlah Like, Komentar, dan Share yang diperoleh sebuah postingan. Ini bisa menjadi indikator yang berguna untuk memahami reaksi masyarakat, termasuk tema-tema mana yang mampu menarik perhatian mereka dan jenis infografis seperti apa yang efektif. Besarnya tanggapan yang diberikan mencerminkan tingkat ketertarikan tersebut (Mulyani, 2024). Respons masyarakat terhadap sebuah postingan di media sosial dapat dikategorikan ke dalam tiga tingkat, yaitu Tinggi, Sedang, dan Rendah, berdasarkan intensitas tanggapan yang diberikan. Kategori ini penting untuk menganalisis sejauh mana sebuah konten mampu menarik perhatian dan membangun keterlibatan audiens.

1. Respons tinggi ditandai dengan jumlah likes, komentar, dan share yang jauh melebihi rata-rata, serta munculnya diskusi aktif yang menunjukkan antusiasme audiens. Konten dengan respons tinggi sering kali menjadi viral dan dapat dijadikan rujukan dalam strategi komunikasi selanjutnya.
2. Respons sedang ditunjukkan oleh interaksi yang cukup atau sedikit di atas rata-rata, dengan komentar yang bersifat netral dan distribusi konten yang terbatas. Meskipun tidak viral, konten dengan respons sedang masih memiliki nilai informatif dan komunikatif.
3. Respons rendah ditandai oleh minimnya interaksi, seperti likes dan komentar yang sangat sedikit, bahkan hampir tidak ada, serta kurangnya penyebaran ulang konten. Ini mengindikasikan bahwa konten tersebut tidak cukup menarik atau relevan bagi audiens, atau terdapat kelemahan dalam penyajiannya. Cara menghitung rata-rata tanggapan pembaca dilakukan dengan mengambil angka tertinggi dari seluruh respon pembaca, kemudian angka

tersebut dibagi menjadi tiga bagian. Pembagian ini bertujuan untuk mengelompokkan tanggapan menjadi tiga kategori, yaitu tinggi, sedang, dan rendah. Nilai sepertiga pertama digunakan untuk menentukan batas kategori tanggapan rendah, sepertiga kedua sebagai 10 tanggapan sedang, dan sepertiga terakhir sebagai tanggapan tinggi. Dengan cara ini, setiap tanggapan dapat diklasifikasikan berdasarkan rentang nilai yang telah ditentukan. Kategori respons ini didukung oleh penelitian (Tenenboim, 2022) dalam jurnal *Social Media + Society*, yang menyoroti perbedaan fungsi like, komentar, dan share dalam mengukur keterlibatan audiens terhadap konten media sosial. Selain itu, (Khan et al, 2021) dalam *Italian Journal of Marketing* menjelaskan bahwa interaksi digital seperti likes dan komentar adalah indikator penting dalam mengukur keterlibatan sosial. Penelitian (Rosli et al, 2024) juga memperkuat temuan ini, dengan menunjukkan bahwa respons dalam bentuk komentar, likes, dan shares berdampak langsung pada persepsi dan niat pengguna terhadap sebuah konten di media sosial. Oleh karena itu, respons Masyarakat baik tinggi, sedang, maupun rendah merupakan indikator signifikan yang dapat membantu instansi seperti Indonesiabaik.id dalam mengevaluasi efektivitas penyampaian informasi melalui infografis.

### 2.2.7. Definisi Konsep

No	Kategori Indikator	Definisi Referensi
1.	Tema Hasil-hasil Pembangunan di Indonesia	Menampilkan pencapaian pembangunan nasional dalam berbagai sektor, seperti infrastruktur, ekonomi, pendidikan, dan kesejahteraan sosial, sehingga masyarakat dapat memahami perkembangan yang telah dicapai pemerintah. Komdigi (2020) Kebijakan Pemerintah Berisi informasi mengenai regulasi, program strategis, serta kebijakan yang diterapkan untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat, termasuk dampaknya terhadap berbagai sektor kehidupan. Prestasi Anak-anak Bangsa menyoroti berbagai pencapaian individu maupun kelompok dari Indonesia dalam bidang akademik, olahraga, teknologi, seni, dan inovasi yang membanggakan ditingkat nasional maupun internasional. Komdigi (2020) Destinasi Wisata berfungsi untuk mempromosikan berbagai tempat wisata unggulan di

Indonesia, menampilkan daya tarik, fasilitas, serta aksesibilitasnya gunamenarik minat wisatawan lokal dan mancanegara Layanan Publik menyajikan informasi terkait akses dan prosedur layanan masyarakat, seperti kesehatan, transportasi, administrasi kependudukan, pendidikan, dan layanan digital, sehinggamasyarakat dapat lebih mudah 11 memahami cara memperoleh layanan yang tersedia Lain-lain Digunakan untuk menyajikan informasi penting bagi masyarakat, baik dalam bidang sosial, budaya, teknologi, maupun sektor lainnya. 3 20 2. Tipe Infografis Statistik Digunakan untuk menampilkan data angka atau statistik secara visual agar lebih mudah dipahami, biasanya dalam bentuk grafik, diagram batang, atau diagram lingkaran.

Hasni & Yustikasari (2019) Infografis Timeline Berfungsi untuk menggambarkan urutan peristiwa dalam kurun waktu tertentu menggunakan garis waktu dengan titik-titik penting. Infografis Proses Menjelaskan langkah- langkah suatu prosedur dengan tampilan visual yang jelas, menggunakan simbol, ikon, dan panah untuk mempermudah pemahaman mengenai urutan tahapan yang perlu diikuti, seperti proses pendaftaran atau mekanisme tertentu. Infografis 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. 3. Tanggapan Pembaca Like Tinggi (8.101–24.300 per post) Sedang (4.051-8.100 per post) Rendah (0- 4.050 per post) Tanggapan dihitung dari nilai respon tertinggi yang dibagi tiga untuk menentukan kategori rendah, sedang, dan tinggi. Kustaryanto (2024) Komen Tinggi (354-1.061 per post) Sedang (177-353 per post) Rendah (0-176 per post ) 12 Tanggapan dihitung dari nilai respon tertinggi yang dibagi tiga untuk menentukan kategori rendah, sedang, dan tinggi. Share Tinggi (5.334-16.000 per post) Sedang (2.667-5.333 per post) Rendah (0-2.666 per post) Tanggapan dihitung dari nilai respon tertinggi yang dibagi tiga untuk menentukan kategori rendah, sedang, dan tinggi. Sumber : Hasil Peneliti Penelitian ini

menjelaskan berbagai konsep yang digunakan sebagai definisi yang dibagi menjadi 3 (tiga) kategori yakni Tema, Tipe Infografis, dan Tanggapan Pembaca. Kategori tema yang dimana infografis dibagi menjadi 6 (enam) tema yakni hasil-hasil Pembangunan di Indonesia, kebijakan pemerintah, prestasi anak-anak bangsa, destinasi wisata, layanan publik, dan lain-lain, agar para pembaca dapat membedakan tema yang dipilih dalam penelitian yang sedang dilakukan ini. Kementerian informasi dan informatika pada era presiden Jokowi telah mengeluarkan situs [indonesiabaik.id](http://indonesiabaik.id) yang merupakan portal untuk berita positif di Indonesia. Pada saat itu Menteri komunikasi dan informatika 2014-2019 drs. Rudiantara M.B.A. membagi konten positif tersebut kedalam enam kategori yang sudah disebutkan diatas antara lain : 1. Infografis hasil-hasil Pembangunan, menampilkan pencapaian pembangunan nasional dalam berbagai sektor, seperti infrastruktur, ekonomi, pendidikan, dan kesejahteraan sosial, sehingga masyarakat dapat memahami perkembangan yang telah dicapai pemerintah. 2. Infografis kebijakan pemerintah, berisi informasi mengenai regulasi, program strategis, serta kebijakan yang diterapkan untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat, termasuk dampaknya terhadap berbagai sektor kehidupan. 3. Infografis prestasi anak-anak bangsa, menyoroti berbagai pencapaian individu maupun kelompok dari Indonesia dalam bidang akademik, olahraga, teknologi, seni, dan inovasi yang membanggakan di tingkat nasional maupun internasional. 4. infografis destinasi wisata, berfungsi untuk mempromosikan berbagai tempat wisata unggulan di Indonesia, menampilkan daya tarik, fasilitas, serta aksesibilitasnya guna menarik minat wisatawan lokal dan mancanegara. 5. Infografis layanan public, menyajikan informasi terkait akses dan prosedur layanan masyarakat, seperti kesehatan, transportasi, administrasi kependudukan, pendidikan, dan layanan digital, sehingga masyarakat dapat lebih mudah memahami cara memperoleh layanan yang tersedia. Selain tema-tema yang telah disebutkan, masih ada infografis lainnya yang digunakan untuk menyajikan informasi penting bagi masyarakat, baik dalam bidang sosial,

budaya, teknologi, maupun sektor lainnya. Dengan penyajian visual yang menarik dan ringkas, infografis membantu menyampaikan pesan secara efektif serta meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap berbagai isu dan kebijakan yang sedang berlangsung di Indonesia. Lalu pada bagian kategori tipe infografis terbagi menjadi 4 (empat) macam infografis yakni infografis statistik, infografis timeline, infografis proses, dan infografis Lokasi. Berikut penjelasannya :

1. **3** Infografis statistik Digunakan untuk menampilkan data angka atau statistik secara visual agar lebih mudah dipahami, biasanya dalam bentuk grafik, diagram batang, atau diagram lingkaran.

2. Infografis timeline berfungsi untuk menggambarkan urutan peristiwa dalam kurun waktu tertentu menggunakan garis waktu dengan titik-titik penting seperti contohnya tanggal- tanggal pelaksanaan piala dunia atau urutan tanggal libur anak sekolah yang sudah ditetapkan oleh pemerintah.

3. Infografis proses Menjelaskan langkah-langkah suatu prosedur dengan tampilan visual yang jelas, menggunakan simbol, ikon, dan panah untuk mempermudah pemahaman mengenai urutan tahapan yang perlu diikuti, seperti proses pendaftaran atau mekanisme tertentu. **21**

4. Infografis 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. **47** 13 2.3

**Kerangka Berpikir Gambar 2.** 1 Kerangka Berpikir Penelitian ini menjadi menarik untuk dikaji karena melalui tema, tipe, dan tanggapan para pembaca terhadap infografis yang dipublikasikan di akun Instagram @indonesiabaik.id, peneliti dapat memperoleh gambaran mengenai bagaimana sebuah informasi disampaikan secara visual dan bagaimana penerimaan masyarakat terhadap informasi tersebut. Infografis dalam hal ini berperan penting sebagai media komunikasi visual yang tidak hanya menyampaikan data dan fakta, tetapi juga mampu menarik perhatian khalayak luas melalui tampilan yang informatif dan menarik secara estetika. Peran infografis menjadi semakin signifikan karena dapat memengaruhi cara

audiens memahami isu-isu penting, serta membentuk opini publik secara lebih efektif. Oleh karena itu, penyampaian berita melalui infografis menjadi strategi yang menarik untuk diteliti, terutama dalam konteks meningkatkan minat baca masyarakat Indonesia yang selama ini dianggap cukup rendah. Dengan pendekatan visual yang menarik dan mudah dipahami, infografis diharapkan mampu menjadi jembatan antara informasi dan pembaca, serta berkontribusi dalam menumbuhkan kembali budaya literasi di Indonesia. 14 Infografis sebagai bentuk pengemasan informasi pada platform digital media Konsistensi @Indonesiabaik.id dalam membuat dan menyebarkan luaskan infografis di media sosial Bagaimana penyajian infografis sebagai bentuk pengemasan informasi di Instagram @indonesiabaik.id periode Januari 2024 – Januari 2025 Infografis Pesan Dalam Infografis Media Sosial Lembaga Pemerintah Tanggapan Pembaca Analisis Isi Kuantitatif Penyajian infografis (Tingkat frekuensi postingan, tema postingan, tipe postingan) sebagai bentuk pengemasan informasi di Instagram @Indonesiabaik.id periode Januari 2024 – Januari 2025 Instagram Lembaga Pemerintah BAB I

II METODOLOGI PENELITIAN 3.1. **8** Pendekatan Penelitian Pada penelitian ini peneliti menggunakan penelitian Kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan salah satu metode pendekatan ilmiah yang digunakan untuk mengumpulkan data terkait suatu kasus atau fenomena yang diteliti. Disebut kuantitatif karena fokus pada aspek statistik, di mana data yang dikumpulkan umumnya berbentuk angka-angka (numerik) untuk dianalisis. Dalam pelaksanaan penelitian ilmiah, terdapat tahapan atau proses tertentu yang harus diikuti dalam penelitian kuantitatif (Qothrunnada, 2022). Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang pada dasarnya mengadopsi pendekatan deduktif- induktif. Pendekatan ini dimulai dari kerangka teori dan ide-ide yang diajukan oleh para ahli, kemudian dikembangkan menjadi berbagai masalah dan solusi yang diajukan guna mendapatkan verifikasi atau penilaian, yang berupa bukti-bukti data empiris dari lapangan. **45** Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah positivisme. **15** Dalam konteks penelitian kuantitatif, paradigma positivisme adalah pendekatan yang

menekankan pengumpulan data yang dapat diukur dan dianalisis secara statistik untuk menghasilkan pengetahuan yang bersifat objektif. Paradigma ini fokus pada pengujian hipotesis serta penerapan metode ilmiah untuk menjelaskan fenomena yang diteliti. Positivisme sendiri berasal dari kata "positif," yang merujuk pada teori yang bertujuan menyusun fakta-fakta yang dapat diamati secara objektif. Oleh karena itu, dalam penelitian ini, peneliti bertujuan untuk mengetahui sejauh mana infografis dapat mempengaruhi minat masyarakat, yang nantinya akan digunakan sebagai acuan untuk mengkategorikan tingkat pengaruh infografis pada Instagram @indonesiabaik.id, yakni tinggi, sedang, atau rendah. Dalam paradigma Positivisme, terdapat tiga perkembangan utama, yaitu Positivisme Sosial, Positivisme Evolusioner, dan Positivisme Logis (Sudiyana & Suswoto, 2018). Positivisme sendiri merupakan aliran ilmu filsafat yang berfokus pada persepsi, pikiran, atau gagasan manusia dalam menilai dan melakukan sesuatu terkait objek yang diteliti, berdasarkan pengetahuan yang faktual dan objektif. Menurut (Creswell, 2020), penelitian kuantitatif dalam pendekatan positivisme biasanya menggunakan metode seperti survei atau eksperimen untuk mengumpulkan data berbentuk angka yang kemudian dianalisis tujuannya untuk menemukan pola atau hubungan antar variabel. Pendekatan ini sangat bermanfaat dalam ilmu sosial, di mana peneliti dapat menguji teori-teori dengan data yang kuat dan terukur. Pemilihan paradigma positivisme dalam penelitian ini disesuaikan dengan teori dan fokus utama penelitian, yaitu untuk mengidentifikasi tema, tipe, serta tanggapan yang terdapat pada postingan infografis milik @indonesiabaik.id. 3.2.

**14** Metode Penelitian Pendekatan kuantitatif sering disebut sebagai pendekatan positivisme karena berlandaskan pada filosofi positivisme. Penelitian kuantitatif mengikuti prinsip-prinsip ilmiah seperti bersifat teoritis, empiris, dapat diuji ulang, terbuka untuk kritik, objektif, terukur, rasional, konsisten, dan sistematis (Hotimaulina, 2023). Proses penelitian kuantitatif dimulai dengan mempelajari subjek penelitian untuk mengidentifikasi masalah yang sebenarnya. Masalah penelitian ini tidak

hanya bisa diketahui dari tinjauan pustaka saja, tetapi juga perlu diteliti lebih lanjut melalui investigasi awal yang didukung oleh bukti-bukti empiris.. Untuk memahami masalah dengan lebih baik, peneliti harus memiliki pemahaman teori yang lengkap dan menggunakan berbagai sumber informasi. Dan sangat penting untuk merumuskan masalah dengan benar terlebih dahulu untuk memastikan solusi masalah saat menjawab pertanyaan. Sementara, para peneliti memilih untuk membaca sumber teoretis yang relevan, sehingga pengetahuan dari penelitian terkait sebelumnya dapat menjadi sumber informasi yang berharga untuk memberikan solusi sebagai formulasi masalah baru sesuai dengan teori dan mendukungnya dalam penelitian terkait. **14** Namun, solusi tersebut masih harus dianggap sebagai hipotesis, karena bukti empiris yang ada belum cukup dan ada bukti yang belum dapat dipercaya. Analisis isi kuantitatif berfokus pada penjelasan atau deskripsi suatu masalah dengan hasil yang dapat digeneralisasi, sehingga lebih mengutamakan luasnya cakupan data daripada kedalaman analisis. **31** Peneliti lebih memprioritaskan pengumpulan data yang meluas agar hasil penelitian dapat mewakili populasi secara keseluruhan. **22** Secara umum, analisis isi kuantitatif adalah metode penelitian ilmiah yang bertujuan memahami karakteristik dari suatu konten serta mengambil kesimpulan berdasarkan data yang dikumpulkan. Teknik ini dibuat untuk mengidentifikasi bentuk komunikasi yang terjadi secara sistematis, dilakukan secara objektif, valid, dapat dipercaya, dan dapat diulang kembali. **11** 3.3.

**4 11 27** Unit Analisis Unit analisis dalam penelitian kuantitatif adalah bagian dari metode penelitian yang sangat berkaitan dengan masalah yang diteliti. **4 11** Menentukan unit analisis ini sangat penting agar tidak ada kesalahan dalam pengumpulan data dan pembuatan kesimpulan. **4** Dalam penelitian ini, unit analisis yang digunakan adalah dokumen berupa gambar postingan infografis yang menggunakan tagar #infografis di akun Instagram @indonesiabaik. id. Selain itu, terdapat beberapa kriteria yang telah ditetapkan untuk memilih unit analisis dari semua gambar yang ada di akun tersebut. yakni: 1. Unggahan Infografis dengan hashtag #Infografis yang di unggah pada

periode Januari 2024 - Januari 2025 2. Tipe Infografis ( Statistik, Timeline, Proses dan Lokasi) yang termasuk kedalam tipe indikator Hasni & Yustikasari Penelitian ini menggunakan sebanyak 657 Unggahan dengan model carousel dan unggahan tunggal sebagai unit analisis. **13** Berikut ini adalah beberapa contoh infografis yang termasuk unit analisis tersebut. Antara lain: 15

Tabel 3. 1 Contoh Infografis No Gambar Tema Tipe Infografis Deskripsi

1 Kebijakan Pemerintah Timeline Infografis ini tergolong kebijakan pemerintah karena memuat jadwal libur dan belajar selama Ramadan hingga Idulfitri 2025 sesuai SEB 3 Menteri No. 2/2024/1/2025. Secara visual, menggunakan tipe timeline untuk menyajikan informasi secara berurutan, sehingga memudahkan pemahaman alur waktu kebijakan. 2 Layanan Publik Proses Termasuk tema layanan publik karena memberikan panduan penggunaan aplikasi IKNOW, dengan menggunakan tipe infografis proses karena menampilkan Langkah-langkah pendaftaran secara runtut dan sistematis.

3 Layanan publik Lokasi Infografis ini termasuk dalam tema layanan publik karena menyampaikan informasi terkait lokasi titik pengumpulan yang disediakan Pertamina untuk masyarakat. Tipe infografis yang digunakan adalah tipe lokasi, karena menyajikan daftar lokasi secara spesifik

Sumber: Hasil Peneliti Seluruh unit analisis berhasil dikumpulkan sebagai data utama dalam penelitian ini, peneliti akan memanfaatkan dokumentasi tersebut untuk melakukan pembahasan secara mendalam mengenai isi dari masing-masing dokumen, sesuai dengan fokus dan kebutuhan penelitian yang telah ditetapkan. Infografis yang telah disajikan dalam table sebelumnya akan dikategorisasikan berdasarkan coding sheets yang telah dirancang oleh peneliti sebagai instrumen analisis. Proses kategorisasi ini bertujuan untuk memenuhi kebutuhan metodologis penelitian serta mendukung penyusunan kesimpulan yang relevan. Seluruh infografis yang menjadi objek penelitian diperoleh dari akun Instagram resmi milik @Indonesiabaik.id, dengan menggunakan tagar atau hashtag #Infografis, serta telah diseleksi sesuai dengan indikator tipe infografis yang dirumuskan oleh Hasni & Yustikasari. **13** 3.4.

**9 12 13 17** Teknik Pengumpulan Data Teknik pengumpulan data merupakan

langkah penting dan strategis yang digunakan oleh peneliti untuk memperoleh data yang akan menjadi dasar dalam proses analisis dan penarikan kesimpulan.

34 Data yang dikumpulkan melalui proses ini akan sangat menentukan kualitas serta validitas dari hasil penelitian secara keseluruhan. Dalam pelaksanaan penelitian kuantitatif ini, peneliti menerapkan teknik observasi sebagai metode utama, dengan cara melakukan dokumentasi secara sistematis terhadap konten-konten infografis yang diunggah melalui akun Instagram resmi milik @Indonesiabaik.id. 32 Untuk mendukung kelengkapan dan ketepatan data, peneliti memanfaatkan dua jenis sumber data, yakni data primer dan data sekunder.

6 Data primer diperoleh secara langsung melalui proses observasi terhadap objek penelitian, sedangkan data sekunder diperoleh dari sumber-sumber pendukung lainnya yang relevan dan kredibel. 12 42 Berikut ini penjelasan mengenai teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini.: 1.

Data Primer: Dalam proses pengumpulan data primer, peneliti menggunakan instrumen berupa coding sheet yang telah dirancang secara sistematis berdasarkan kategorisasi tipe infografis yang ditetapkan sebelumnya. Lembar coding sheet ini digunakan sebagai alat bantu dalam mengklasifikasikan dan mencatat karakteristik infografis yang menjadi objek kajian. Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data primer adalah teknik dokumentasi, yang dilaksanakan melalui kegiatan observasi langsung terhadap konten infografis yang dipublikasikan oleh akun media sosial Instagram resmi milik @Indonesiabaik.id. Peneliti secara aktif mengamati dan mencatat informasi yang relevan dari setiap postingan infografis untuk kemudian dianalisis sesuai dengan indikator penelitian yang telah ditentukan. Penggunaan data primer ini bertujuan untuk memperoleh informasi yang akurat secara langsung dari sumber utamanya (Fajri, 2019). 5 8 2.

Data Sekunder Dalam pengumpulan data sekunder, peneliti melakukan kajian dan analisis terhadap berbagai sumber referensi yang relevan, seperti artikel berita, situs web, karya ilmiah berupa skripsi, buku, serta jurnal ilmiah yang memiliki keterkaitan dengan topik penelitian. Sumber-sumber data sekunder yang digunakan merupakan hasil penelitian terdahulu maupun

literatur ilmiah yang membahas isu atau tema yang sejalan dengan fokus penelitian ini. Tujuan dari penggunaan data sekunder ini adalah untuk memberikan landasan teoritis yang kuat, memperkaya perspektif analisis, serta menjadi acuan bagi peneliti dalam merumuskan kerangka pemikiran yang sistematis, sehingga proses penelitian dapat berjalan secara lebih terarah, terstruktur, dan mendalam (Ibrahim, 2023).

### 3.5. Metode Pengujian Data

Peneliti telah melakukan proses konfirmasi data setelah menyelesaikan beberapa tahapan awal dalam pengumpulan dan pengolahan data. Salah satu tahapan penting dalam rangka menjamin keandalan data adalah pelaksanaan uji reliabilitas, yang digunakan untuk mengukur tingkat konsistensi atau kesesuaian hasil pengkodean antara dua orang coder, yaitu coder 1 (peneliti) dan coder 2 (pihak lain yang ditunjuk oleh peneliti). Uji reliabilitas ini bertujuan untuk menilai sejauh mana kedua coder memberikan 16 penilaian yang serupa terhadap unit analisis yang sama, berdasarkan indikator dan kategori yang telah ditetapkan sebelumnya. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode uji reliabilitas antar-coder yang dikembangkan oleh Holsti, yang merupakan salah satu teknik pengujian reliabilitas yang banyak digunakan dalam analisis isi (content analysis). Metode Holsti memiliki prinsip dasar yang serupa dengan percentage agreement, yaitu mengukur tingkat kesamaan antara dua hasil pengkodean terhadap objek yang identik. **28** Dengan demikian, metode ini dapat menunjukkan sejauh mana alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini dapat menghasilkan data yang konsisten dan dapat dipercaya. Langkah-langkah yang dilakukan dalam uji reliabilitas ini yaitu: pertama, peneliti memberikan sejumlah dokumen infografis yang telah dikumpulkan sebagai unit analisis kepada coder kedua. Kedua, coder tersebut diminta untuk melakukan pengkodean menggunakan lembar coding yang telah dirancang oleh peneliti. Ketiga, hasil pengkodean dari coder kedua kemudian dibandingkan dengan hasil pengkodean yang dilakukan oleh peneliti. Perbandingan kedua hasil pengkodean tersebut selanjutnya dianalisis menggunakan rumus Holsti, guna menghitung tingkat kesesuaian antara keduanya. **5** Hasil dari perhitungan ini

akan menunjukkan tingkat reliabilitas antar-coder, yang menjadi indikator penting dalam menjamin validitas hasil penelitian. Uji ini memastikan bahwa instrumen yang digunakan oleh peneliti bersifat objektif, serta bahwa proses pengkodean dapat direplikasi dengan hasil yang konsisten oleh pengkode lainnya.  $CR = \frac{2MN}{M^2 + N^2}$  Keterangan: M: Jumlah coding yang sama N1: Jumlah coding yang dibuat oleh coder 1 N2: Jumlah coding yang dibuat oleh coder 2 Berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Holsti dalam bukunya *Content Analysis for the Social Sciences and Humanities* (1969), reliabilitas antar-coder merupakan salah satu indikator penting untuk mengukur sejauh mana hasil pengkodean data dapat dipercaya dan konsisten. Dalam rumus Holsti, nilai reliabilitas minimum yang dapat diterima adalah 0,70 atau setara dengan 70% kesesuaian antar hasil pengkodean dua orang coder. Jika nilai reliabilitas berada di bawah angka tersebut, maka instrumen pengukuran yang digunakan dapat dikatakan tidak reliabel karena menunjukkan tingkat konsistensi yang rendah. Sebaliknya, jika nilai yang diperoleh melebihi angka 0,70, maka instrumen pengukuran dapat dikategorikan reliabel karena telah memenuhi standar konsistensi yang dapat diterima dalam penelitian ilmiah. Dalam penelitian ini, peneliti menyadari adanya kemungkinan subjektivitas dalam proses pengkodean, khususnya karena peneliti terlibat langsung dalam tahap awal pengumpulan dan analisis data. Untuk meminimalkan subjektivitas dan meningkatkan validitas serta objektivitas penelitian, peneliti melibatkan seorang coder kedua yang telah ditentukan sebelumnya. Coder 2 tersebut diberikan lembar coding yang sama dan diminta untuk mengolah data yang telah dikumpulkan. Selanjutnya, hasil pengkodean dari coder kedua dibandingkan dengan hasil pengkodean yang dilakukan oleh peneliti. Perbandingan tersebut kemudian dianalisis menggunakan rumus Holsti untuk mengetahui tingkat reliabilitas antar-coder. Apabila hasil perhitungan menunjukkan angka reliabilitas lebih dari 0,70, maka dapat disimpulkan bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian ini telah memenuhi standar reliabilitas dan bahwa data yang dikumpulkan bersifat konsisten dan

objektif. Dengan demikian, keabsahan data dan hasil analisis dalam penelitian ini dapat dipertanggungjawabkan secara akademik. Tabel 3. 2 Hasil Pengujian Reliabilitas Antar Coder No Kategori Definisi Coder 1 Coder 2 Uji Reabilitas  $CR = 2M / (N1 + N2) \times 100\%$  1 Tema Hasil-hasil Pembangunan di Indonesia 90 93 2(90) /90 +93 x 100% 98 8 Kebijakan Pemerintah 209 201 2(201) /209 + 201 x 100% 98 Prestasi Anak-anak Bangsa 76 76 2(76) /76 + 76 x 100% 100 17 Destinasi Wisata 16 16 2(16) /16 +16 x 100% 100 Layanan Publik 155 160 2(155) /155 +160 x 100% 98 Lain-lain 111 111 2(111) /111 +111 x 100% 98 2 Tipe Infografis Statistik 269 270 2(269) /269 +270 x 100% 99 Timeline 87 89 2(87) /87 + 89 x 100% 98 Proses 234 236 2(234) /234 +236 x 100% 98 Lokasi 62 62 2(62) /62 +62 x 100% 100 3 Tanggapan Pembaca Like (Tinggi) 14 12 2(12) /14 +12 x 100% 92 (Sedang) 19 24 2(19) /6 +19 x 100% 88 (Rendah) 531 621 2(531) /531 +621 x 100% 92 Comment (Tinggi) 2 3 2(2) /2 +3 x 100% 80 (Sedang) 4 3 2(3) /4 +3 x 100% 85 (Rendah) 624 651 2(624) /624 +651 x 100% 97 Share (Tinggi) 2 2 2(2) /2 +2 x 100% 100 (Sedang) 4 5 2(4) /4 +5 x 100% 88 (Rendah) 570 650 2(570) /570 +650 x 100% 93 Sumber

: Hasil Peneliti Berdasarkan hasil uji reliabilitas menggunakan rumus Holsti, dapat disimpulkan bahwa terdapat kesepakatan yang konsisten antara dua coder dalam mengklasifikasikan tema dan tipe infografis pada postingan Instagram @indonesiabaik.id dengan tagar #infografis. Pengkategorian tema dan tipe infografis tersebut didasarkan pada jumlah postingan yang muncul, sehingga semakin sering suatu kategori digunakan, maka semakin tinggi frekuensinya. Namun, untuk kategori tanggapan pembaca yang meliputi jumlah like, komentar, dan share, pendekatannya berbeda. Penilaian terhadap tanggapan tidak dilihat dari banyaknya postingan, melainkan dari jumlah interaksi yang diperoleh. Artinya, sebuah postingan bisa saja hanya muncul satu kali, tetapi apabila memperoleh tanggapan yang tinggi dari audiens, maka tetap dikategorikan sebagai tanggapan

tertinggi. Sebaliknya, meskipun suatu kategori muncul dalam banyak postingan, namun jika tidak menghasilkan interaksi yang signifikan, maka tetap masuk dalam kategori tanggapan terendah. Berdasarkan hasil uji reliabilitas yang dilakukan oleh peneliti sebagai coder 1 dan seorang pembanding sebagai coder 2, diperoleh hasil bahwa semua kategori dalam alat ukur infografis menunjukkan tingkat reliabilitas yang sangat baik. Nilai reliabilitas yang dihasilkan berada di atas ambang batas minimum menurut rumus Holsti, yaitu 0,7 atau setara dengan 70%. Hasil ini menunjukkan bahwa kedua coder memiliki tingkat kesamaan atau konsistensi yang tinggi dalam mengkode dan menilai data yang sama. **36** Dalam konteks penelitian ini, hal tersebut menandakan bahwa alat ukur yang digunakan dapat dipercaya atau reliabel. Bahkan, nilai reliabilitas terendah dari seluruh kategori alat ukur dalam penelitian ini adalah 80%, yang berarti sudah jauh melampaui standar minimum yang ditetapkan. Tingginya tingkat kesepakatan antara kedua coder dalam memahami dan mengkategorikan data menjadi bukti bahwa instrumen pengukuran tidak hanya tepat secara konsep, tetapi juga konsisten saat digunakan. Oleh karena itu, data yang diperoleh dari proses pengkodean ini dapat diandalkan dan digunakan secara akurat dalam proses analisis serta dalam penarikan kesimpulan penelitian.

### 3.6. Metode Analisis Data

Analisis data merupakan tahap penting dalam proses penelitian yang bertujuan untuk menyaring, mengelompokkan, serta mengkategorikan data agar dapat menjawab pertanyaan atau permasalahan yang telah dirumuskan sebelumnya. Dalam konteks ini, analisis data juga berfungsi untuk menemukan tema utama dan menunjukkan bagaimana data yang telah dikumpulkan mampu mendukung tema tersebut. **41** Proses analisis dilakukan setelah seluruh data yang dibutuhkan dalam penelitian tersedia dan siap diolah. Secara umum, terdapat tiga langkah utama yang harus dilakukan peneliti dalam menganalisis data. Pertama, peneliti perlu melakukan identifikasi terhadap seluruh data yang telah diperoleh, baik dari sumber primer maupun sekunder. Langkah ini penting agar data yang relevan dapat dipisahkan dari data yang kurang sesuai. Kedua, data yang telah teridentifikasi

kemudian diklasifikasikan berdasarkan kategori atau indikator yang telah ditentukan sebelumnya dalam penelitian. Klasifikasi ini memudahkan proses pembacaan pola dan hubungan antar data. Ketiga, peneliti perlu menginterpretasikan data yang telah diklasifikasi tersebut untuk menganalisis fenomena yang terjadi, dan pada akhirnya menarik kesimpulan yang sesuai dengan tujuan penelitian (Nugrahani & Hum, 2014). Dalam penelitian ini, data kuantitatif yang telah dikumpulkan dianalisis menggunakan kaidah- kaidah statistik dasar, seperti distribusi frekuensi dan tabulasi silang, agar dapat memberikan gambaran yang sistematis terhadap temuan yang diperoleh. Data yang dianalisis bersumber dari hasil dokumentasi observasi peneliti terhadap postingan infografis yang diunggah oleh akun Instagram @indonesiabaik.id, selama periode Januari 2024 hingga Januari 2025. Proses ini dilakukan untuk mengetahui pola penyajian infografis, baik dari segi frekuensi, tema, jenis infografis, maupun tanggapan dari audiens terhadap konten yang disajikan. Tabel 3.

3 Table Kategorisasi No Kategori Indikator Definisi Referensi 1 Tema Hasil-hasil Pembangunan di Indonesia Menampilkan pencapaian pembangunan nasional dalam berbagai sektor, seperti infrastruktur, ekonomi, pendidikan, dan kesejahteraan sosial, sehingga masyarakat dapat memahami perkembangan yang telah dicapai pemerintah. Komdigi (2020) Komdigi (2020) Kebijakan Pemerintah Berisi informasi mengenai regulasi, program strategis, serta kebijakan yang diterapkan untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat, termasuk dampaknya terhadap berbagai sektor kehidupan. Prestasi Anak- anak Bangsa menyoroti berbagai pencapaian individu maupun kelompok dari Indonesia dalam bidang akademik, olahraga, teknologi, seni, dan inovasi yang membanggakan di tingkat nasional maupun internasional. Destinasi Wisata berfungsi untuk mempromosikan berbagai tempat wisata unggulan di Indonesia, menampilkan daya tarik, fasilitas, serta aksesibilitasnya untuk menarik minat wisatawan lokal dan mancanegara Layanan Publik menyajikan informasi terkait akses dan prosedur layanan masyarakat, seperti kesehatan, transportasi, administrasi kependudukan, pendidikan, dan layanan digital,

sehingga masyarakat dapat lebih mudah memahami cara memperoleh layanan yang tersedia. 19 Lain-lain Digunakan untuk menyajikan informasi penting bagi masyarakat, baik dalam bidang sosial, budaya, teknologi, maupun sektor lainnya.

3 2 Tipe Infografis Statistik Digunakan untuk menampilkan data angka atau statistik secara visual agar lebih mudah dipahami, biasanya dalam bentuk grafik, diagram batang, atau diagram lingkaran. Hasni & Yustikasari (2019) Timeline Berfungsi untuk menggambarkan urutan peristiwa dalam waktu tertentu menggunakan garis waktu dengan titik-titik penting. Proses Menjelaskan langkah-langkah suatu prosedur dengan tampilan visual yang jelas, menggunakan simbol, ikon, dan panah untuk mempermudah pemahaman mengenai urutan tahapan yang perlu diikuti, seperti proses pendaftaran atau mekanisme tertentu. 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. 3 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 like yang diperoleh setiap postingan infografis pada akun instagram @Indonesiabaik.id Tanggapan dihitung dari nilai respon tertinggi yang dibagi tiga untuk menentukan kategori rendah, sedang, tinggi. (Kustaryanto, 2024) Komen Tinggi (354-1.061 per post) Sedang (177-353 per post) Rendah (0-176 per post ) Menjelaskan jumlah komen yang diperoleh setiap postingan infografis pada akun instagram @Indonesiabaik.id 20 Tanggapan dihitung dari nilai respon tertinggi yang dibagi tiga untuk menentukan kategori rendah, sedang, tinggi. (Kustaryanto, 2024) Share Tinggi (5.334-16.000 per post) Sedang (2.667-5.333 per post) Rendah (0-2.666 per post) Menjelaskan jumlah share yang diperoleh setiap postingan infografis pada akun instagram @Indonesiabaik.id Tanggapan dihitung dari nilai respon tertinggi yang dibagi tiga untuk menentukan kategori rendah, sedang, tinggi. (Kustaryanto, 2024) Sumber: hasil peneliti 3.7. Keterbatasan Penelitian



Keterbatasan pada penelitian ini, yaitu : 1. Peneliti hanya berfokus pada postingan infografis di akun Instagram @Indonesiabaik.id dengan tagar #Infografis selama periode Januari 2024 – Januari 2025 2. Peneliti hanya berfokus pada infografis yang tergolong dalam kategori tipe Hasni & Yustikasari 3. Tanggapan pembaca pada beberapa postingan tidak dapat di akses karena tidak dipublikasikan oleh pengelola akun / Instagram

## BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Kesimpulan Penelitian ini

bertujuan untuk memberikan jawaban atas pertanyaan yang telah dirumuskan, dengan niat utama untuk menggambarkan karakteristik infografis yang diunggah oleh akun media sosial Instagram @indonesiabaik. id. Penyampaian infografis pada akun Instagram @indonesiabaik. id akan dijelaskan lebih lanjut melalui tema infografis yang digunakan sebagai cara menyampaikan informasi selama periode Januari 2024 hingga Januari 2025, jenis infografis yang berfungsi sebagai cara penyampaian informasi pada Instagram @indonesiabaik. id di periode yang sama, serta respons pembaca terhadap infografis sebagai metode penyampaian informasi pada akun tersebut selama periode yang ditentukan. Fokus penelitian ini adalah infografis di akun Instagram @indonesiabaik. id antara Januari 2024 dan Januari 2025, yang akan menganalisis bagaimana infografis dimanfaatkan pada masa itu. Metode yang diterapkan dalam penelitian ini adalah analisis konten secara kuantitatif dengan mengamati data dari setiap unggahan infografis pada rentang waktu yang sama, yang hanya dibatasi pada unggahan infografis yang menggunakan #infografis dan termasuk tipe yang telah ditentukan oleh Hasni dan Yustikasari, 2019. Terdapat enam tema yang menjadi fokus, yaitu Hasil-hasil Pembangunan di Indonesia, Kebijakan Pemerintah, Prestasi Anak-anak Bangsa, Destinasi Wisata, Layanan Publik, dan Lain-lain (tema yang tidak memenuhi kriteria sebelumnya). Jumlah unit analisis dalam penelitian ini mencapai sekitar 657 unggahan infografis yang telah disesuaikan dengan tiga indikator penelitian untuk memastikan bahwa setiap elemen tersebut termasuk dalam unit analisis. Tiga indikator tersebut mencakup pembagian tema menjadi enam, yang

meliputi Hasil-hasil Pembangunan di Indonesia, Kebijakan Pemerintah, Prestasi Anak-anak Bangsa, Destinasi Wisata, Layanan Publik, dan Lain-lain (tema yang tidak memenuhi kriteria sebelumnya). Selain itu, tipe infografis juga dibagi menjadi empat jenis, yaitu Statistik, Timeline, Proses, dan Lokasi. Terakhir, respons pembaca dikategorikan menjadi tiga jenis like, share, dan komen, yang masing-masing kategori tersebut selanjutnya diklasifikasikan menjadi tiga tingkat yaitu tinggi, sedang, dan rendah.

1 Keseluruhan analisis dilakukan secara tematik dengan menggunakan indikator yang telah diuji validitasnya. Temuan Pertama dalam penelitian ini menunjukkan bahwa infografis yang diposting di akun Instagram @indonesiabaik. id memperlihatkan pola produksi yang seragam selama beberapa bulan tertentu. Secara khusus, infografis paling banyak dirilis pada bulan Juli, Agustus, dan November. 1 Temuan ini didasarkan pada jumlah infografis yang diunggah setiap bulan, dengan jumlah rata-rata postingan berkisar antara 74 hingga 88 per bulan. 1 Angka tersebut menandakan bahwa frekuensi unggahan infografis di bulan-bulan itu tergolong tinggi. Banyaknya infografis yang diunggah di bulan-bulan tersebut bisa dihubungkan dengan peristiwa penting atau hari nasional yang berlangsung pada periode itu. Peristiwa- peristiwa ini menyediakan konteks yang signifikan, sehingga indonesiabaik. id cenderung untuk meningkatkan jumlah produksi dan penyebaran infografis agar sesuai dengan perhatian lebih besar dari publik. 1 Dengan demikian, jumlah unggahan yang tinggi di bulan-bulan tersebut adalah respons terhadap peristiwa penting yang berlangsung, yang membuat indonesiabaik. id lebih aktif dalam menyajikan informasi dalam bentuk infografis dibandingkan bulan-bulan lainnya. Temuan kedua dalam penelitian ini berhubungan dengan jenis postingan infografis yang diunggah oleh akun Instagram @indonesiabaik. id. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar konten yang diposting oleh indonesiabaik. id tipe statistik dan proses. 1 Temuan ini menarik bagi peneliti, mengingat bahwa sekitar 41% dari total infografis yang diunggah adalah jenis statistik, sementara 36% berasal dari tipe proses. Persentase yang begitu besar ini menunjukkan



bahwa infografis jenis statistik dan proses menjadi pilihan utama bagi indonesiabaik. id dalam menyampaikan pesan kepada masyarakat. Keberadaan jenis statistik dan proses ini mengisyaratkan bahwa tujuan utama dari akun Instagram indonesiabaik. id adalah memberikan informasi mengenai langkah-langkah dalam suatu proses secara visual dan mudah dimengerti. Meskipun indonesiabaik. id menyajikan berbagai tema yang bervariasi dalam setiap infografis, seperti kebijakan pemerintah, prestasi anak bangsa, dan lainnya, fokus utama tetap pada penyampaian informasi yang dapat meningkatkan pengetahuan serta pemahaman masyarakat. Dengan memilih jenis postingan terkait kebijakan pemerintah, indonesiabaik. id ingin memastikan bahwa setiap infografis yang dibagikan memberikan manfaat edukatif bagi audiens, sehingga pengikutnya tidak hanya mendapatkan informasi terbaru, tetapi juga dapat memahami konteks yang lebih mendalam mengenai isu-isu yang sedang tren, mengingat indonesiabaik. id merupakan media sosial yang dikelola oleh kementerian komunikasi dan digital. Temuan ketiga dalam penelitian ini mengkaji reaksi pembaca terhadap infografis yang diunggah oleh akun Instagram @indonesiabaik. Secara keseluruhan, reaksi pembaca terhadap infografis tersebut didominasi oleh kategori dengan tingkat interaksi yang rendah. 1 Salah satu indikator utama yang mencerminkan hal ini adalah jumlah like pada setiap postingan, yang menunjukkan kategori rendah dengan total mencapai 94%. 1 Ini berarti bahwa mayoritas pengikut akun Instagram @indonesiabaik. id cenderung memberikan jumlah like yang sedikit pada infografis yang diunggah. Selain itu, angka share juga menunjukkan persentase yang rendah, yaitu 99%. Angka ini menunjukkan bahwa meskipun infografis tersebut dibagikan, frekuensinya masih lebih banyak dibandingkan dengan like. Di sisi lain, total jumlah komentar juga tergolong rendah, dengan total sebesar 99%, yang menunjukkan bahwa interaksi dalam bentuk komentar terhadap postingan infografis ini tidak terlalu banyak. Hasil menarik dalam penelitian ini menunjukkan adanya hubungan antara tema, jenis artikel, dan reaksi pembaca. Melalui analisis yang dilakukan, peneliti menemukan bahwa tema

yang paling sering muncul dalam unggahan infografis dari Indonesiabaik.id antara Januari 2024 hingga Januari 2025 adalah tentang Kebijakan Pemerintah dan Layanan Publik. Kedua tema ini paling banyak menggunakan jenis 22 Statistik dan Proses, yang mengedepankan penyampaian informasi mengenai regulasi serta tata cara layanan publik, contohnya adalah prosedur pembuatan SIM online dengan detail untuk pembaca. Metode ini sangat tepat karena setiap infografis yang diterbitkan oleh Indonesiabaik.id selama periode waktu tersebut bertujuan memberikan penjelasan komprehensif dan akurat tentang isu yang dibahas, sehingga pemilihan jenis Statistik dan Proses dianggap sangat sesuai untuk mencapai sasaran tersebut.

5.2 Saran penelitian

5.2.1 Saran Akademis Untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar melakukan pengembangan kategorisasi infografis yang ditayangkan oleh akun media sosial Instagram @Indonesiabaik.id dengan menggunakan indikator atau pendekatan yang berbeda dari penelitian ini. Jika dalam penelitian ini kategorisasi didasarkan pada tema, tipe, dan tanggapan pembaca, maka penelitian lanjutan dapat menambahkan dimensi baru seperti gaya visual, elemen desain, tujuan komunikasi, atau segmentasi audiens, sehingga dapat memperluas cakupan analisis serta memberikan perbandingan terhadap kategorisasi yang telah dibuat sebelumnya. Selain itu, penelitian ini juga dapat direplikasi dengan pendekatan metode yang berbeda, misalnya dengan menggunakan metode analisis resepsi. Melalui metode tersebut, peneliti dapat menggali lebih dalam tentang bagaimana audiens atau pembaca memaknai dan menafsirkan konten infografis yang disajikan oleh @Indonesiabaik.id, sehingga tidak hanya mengukur tanggapan secara kuantitatif, tetapi juga memahami aspek interpretatif dari komunikasi visual yang disampaikan. Selanjutnya, penelitian mendatang juga dapat melakukan studi komparatif antara akun Instagram @Indonesiabaik.id dengan akun Instagram milik portal berita daring lainnya yang juga dikelola oleh instansi pemerintahan dan menyajikan konten dalam bentuk infografis. Perbandingan ini dapat membuka wawasan tentang perbedaan strategi penyampaian informasi, efektivitas komunikasi visual, serta tingkat

keterlibatan audiens di antara berbagai kanal informasi resmi pemerintah.

5.2.2 Saran Praktis Saran praktis dari hasil penelitian ini dapat memberikan masukan berharga, khususnya untuk pengelola akun Instagram @Indonesiabaik. id serta situs berita online lainnya yang menggunakan infografis untuk menyampaikan informasi. Disarankan agar pengelola akun @Indonesiabaik. id terus memperbarui bentuk dan cara penyajian konten infografis, sehingga dapat lebih menarik perhatian serta meningkatkan interaksi dengan para pengikutnya. Salah satu strategi yang bisa digunakan adalah dengan menyajikan tema-tema yang terbukti mendapat respons positif dari audiens, seperti konten yang fokus pada tokoh publik atau sosok yang menginspirasi. Metode ini juga bisa diterapkan oleh situs berita online lainnya yang dikelola pemerintah dan memanfaatkan infografis sebagai bagian dari strategi komunikasi mereka. Sangat penting bagi pengelola konten untuk meningkatkan mutu dan kejelasan pesan dalam infografis yang disampaikan. Hal ini bertujuan agar infografis tidak sekadar menjadi tambahan visual, tetapi benar-benar dapat menyampaikan informasi utama dengan cara yang efektif dan menarik. Dengan demikian, infografis bisa memberikan kontribusi penting dalam meningkatkan pengetahuan dan minat baca masyarakat Indonesia, terutama bagi mereka yang cenderung kurang menyukai bacaan panjang. Mengingat infografis dirancang untuk memberikan informasi secara ringkas, padat, dan menarik secara visual, maka penggunaan yang tepat berpotensi menjadi solusi untuk mengatasi rendahnya minat baca di zaman digital ini. 23 24



REPORT #27496723

## Results

Sources that matched your submitted document.

● IDENTICAL ● CHANGED TEXT

INTERNET SOURCE		
1.	<b>3.48%</b> eprints.upj.ac.id <a href="https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/10733/12/BAB%205.pdf">https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/10733/12/BAB%205.pdf</a>	● ●
INTERNET SOURCE		
2.	<b>1.75%</b> eprints.upj.ac.id <a href="https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/10733/8/BAB%201.pdf">https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/10733/8/BAB%201.pdf</a>	● ●
INTERNET SOURCE		
3.	<b>0.87%</b> www.hostinger.com <a href="https://www.hostinger.com/id/tutorial/cara-membuat-infografis">https://www.hostinger.com/id/tutorial/cara-membuat-infografis</a>	●
INTERNET SOURCE		
4.	<b>0.51%</b> repository.unpas.ac.id <a href="http://repository.unpas.ac.id/55662/5/BAB%20III%20SKRIPSI%20EGA.pdf">http://repository.unpas.ac.id/55662/5/BAB%20III%20SKRIPSI%20EGA.pdf</a>	●
INTERNET SOURCE		
5.	<b>0.48%</b> eprints.upj.ac.id <a href="https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/9343/11/BAB%20III.pdf">https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/9343/11/BAB%20III.pdf</a>	●
INTERNET SOURCE		
6.	<b>0.43%</b> ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id <a href="http://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2021/08/JURNA..">http://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2021/08/JURNA..</a>	●
INTERNET SOURCE		
7.	<b>0.42%</b> repository.uinjkt.ac.id <a href="https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/53442/1/PUAN%20S..">https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/53442/1/PUAN%20S..</a>	●
INTERNET SOURCE		
8.	<b>0.4%</b> eprints.upj.ac.id <a href="https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/9306/11/BAB%20III.pdf">https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/9306/11/BAB%20III.pdf</a>	●
INTERNET SOURCE		
9.	<b>0.35%</b> e-theses.iaincurup.ac.id <a href="http://e-theses.iaincurup.ac.id/7357/1/fulltext%20.pdf">http://e-theses.iaincurup.ac.id/7357/1/fulltext%20.pdf</a>	●



REPORT #27496723

INTERNET SOURCE		
10.	0.34% digilib.unila.ac.id	●
	<a href="http://digilib.unila.ac.id/77047/3/3.%20SKRIPSI%20TANPA%20BAB%20PEMBAH...">http://digilib.unila.ac.id/77047/3/3.%20SKRIPSI%20TANPA%20BAB%20PEMBAH...</a>	
INTERNET SOURCE		
11.	0.33% eprints.upj.ac.id	●
	<a href="https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/7895/10/BAB%20III.pdf">https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/7895/10/BAB%20III.pdf</a>	
INTERNET SOURCE		
12.	0.32% ettheses.iainponorogo.ac.id	●
	<a href="https://ettheses.iainponorogo.ac.id/28629/1/Galih%20Ratna%20Puri_Skripsi_Ob...">https://ettheses.iainponorogo.ac.id/28629/1/Galih%20Ratna%20Puri_Skripsi_Ob...</a>	
INTERNET SOURCE		
13.	0.32% eprints.upj.ac.id	●
	<a href="https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/6373/10/10.%20BAB%20III.pdf">https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/6373/10/10.%20BAB%20III.pdf</a>	
INTERNET SOURCE		
14.	0.29% repository.uki.ac.id	●
	<a href="http://repository.uki.ac.id/13479/1/BukuMetodePenelitianKuantitatif.pdf">http://repository.uki.ac.id/13479/1/BukuMetodePenelitianKuantitatif.pdf</a>	
INTERNET SOURCE		
15.	0.25% repository.mediapenerbitindonesia.com	●
	<a href="http://repository.mediapenerbitindonesia.com/338/1/Naskah%20Fix%20K%202...">http://repository.mediapenerbitindonesia.com/338/1/Naskah%20Fix%20K%202...</a>	
INTERNET SOURCE		
16.	0.24% repository.uin-suska.ac.id	●
	<a href="http://repository.uin-suska.ac.id/22924/6/6.%20BAB%20I%20%281%29.pdf">http://repository.uin-suska.ac.id/22924/6/6.%20BAB%20I%20%281%29.pdf</a>	
INTERNET SOURCE		
17.	0.22% repository.upi.edu	●
	<a href="http://repository.upi.edu/111903/4/S_PENMAS_1905684_Chapter3.pdf">http://repository.upi.edu/111903/4/S_PENMAS_1905684_Chapter3.pdf</a>	
INTERNET SOURCE		
18.	0.22% tokopresentasi.com	●
	<a href="https://tokopresentasi.com/tips-infografis/pengertian-infografis/">https://tokopresentasi.com/tips-infografis/pengertian-infografis/</a>	
INTERNET SOURCE		
19.	0.22% eprints.polsri.ac.id	●
	<a href="http://eprints.polsri.ac.id/11404/3/File%20III.pdf">http://eprints.polsri.ac.id/11404/3/File%20III.pdf</a>	
INTERNET SOURCE		
20.	0.21% kiriminaja.com	●
	<a href="https://kiriminaja.com/blog/infografis">https://kiriminaja.com/blog/infografis</a>	



REPORT #27496723

INTERNET SOURCE		
21.	0.2% <a href="http://www.liputan6.com">www.liputan6.com</a>	●
	<a href="https://www.liputan6.com/feeds/read/5755352/infografis-adalah-cara-efektif-m...">https://www.liputan6.com/feeds/read/5755352/infografis-adalah-cara-efektif-m...</a>	
INTERNET SOURCE		
22.	0.2% <a href="http://eprints.umm.ac.id">eprints.umm.ac.id</a>	●
	<a href="https://eprints.umm.ac.id/8248/4/BAB%20III.pdf">https://eprints.umm.ac.id/8248/4/BAB%20III.pdf</a>	
INTERNET SOURCE		
23.	0.2% <a href="http://repository.uin-suska.ac.id">repository.uin-suska.ac.id</a>	●
	<a href="http://repository.uin-suska.ac.id/73610/1/SKRIPSI%20GABUNGAN.pdf">http://repository.uin-suska.ac.id/73610/1/SKRIPSI%20GABUNGAN.pdf</a>	
INTERNET SOURCE		
24.	0.19% <a href="http://evervista.id">evervista.id</a>	●
	<a href="https://evervista.id/tips-untuk-meningkatkan-engagement-di-instagram/">https://evervista.id/tips-untuk-meningkatkan-engagement-di-instagram/</a>	
INTERNET SOURCE		
25.	0.19% <a href="http://journal.uc.ac.id">journal.uc.ac.id</a>	●
	<a href="https://journal.uc.ac.id/index.php/calathu/article/download/3591/2539/11123">https://journal.uc.ac.id/index.php/calathu/article/download/3591/2539/11123</a>	
INTERNET SOURCE		
26.	0.19% <a href="http://www.ybkb.or.id">www.ybkb.or.id</a>	●
	<a href="https://www.ybkb.or.id/manfaat-dan-strategi-meningkatkan-literasi/">https://www.ybkb.or.id/manfaat-dan-strategi-meningkatkan-literasi/</a>	
INTERNET SOURCE		
27.	0.18% <a href="http://eprints.umg.ac.id">eprints.umg.ac.id</a>	●
	<a href="http://eprints.umg.ac.id/5351/6/BAB%20III.pdf">http://eprints.umg.ac.id/5351/6/BAB%20III.pdf</a>	
INTERNET SOURCE		
28.	0.17% <a href="http://ejurnal.bangunharapanbangsa.com">ejurnal.bangunharapanbangsa.com</a>	●
	<a href="https://ejurnal.bangunharapanbangsa.com/index.php/sasana/article/view/218/...">https://ejurnal.bangunharapanbangsa.com/index.php/sasana/article/view/218/...</a>	
INTERNET SOURCE		
29.	0.16% <a href="http://id.wikipedia.org">id.wikipedia.org</a>	●
	<a href="https://id.wikipedia.org/wiki/Kementerian_Komunikasi_dan_Digital_Republik_I...">https://id.wikipedia.org/wiki/Kementerian_Komunikasi_dan_Digital_Republik_I...</a>	
INTERNET SOURCE		
30.	0.16% <a href="http://jicnusanantara.com">jicnusanantara.com</a>	●
	<a href="https://jicnusanantara.com/index.php/jicn/article/download/1719/1910/9157">https://jicnusanantara.com/index.php/jicn/article/download/1719/1910/9157</a>	
INTERNET SOURCE		
31.	0.15% <a href="http://eprints.umm.ac.id">eprints.umm.ac.id</a>	●
	<a href="https://eprints.umm.ac.id/11090/4/BAB%20III.pdf">https://eprints.umm.ac.id/11090/4/BAB%20III.pdf</a>	



REPORT #27496723

INTERNET SOURCE		
32. 0.14%	<a href="https://ojs.daarulhuda.or.id/index.php/Socius/article/download/1736/1874">ojs.daarulhuda.or.id</a> <a href="https://ojs.daarulhuda.or.id/index.php/Socius/article/download/1736/1874">https://ojs.daarulhuda.or.id/index.php/Socius/article/download/1736/1874</a>	●
INTERNET SOURCE		
33. 0.14%	<a href="https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/9304/11/BAB%20IV.pdf">eprints.upj.ac.id</a> <a href="https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/9304/11/BAB%20IV.pdf">https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/9304/11/BAB%20IV.pdf</a>	●
INTERNET SOURCE		
34. 0.13%	<a href="https://blog.unsibu.ac.id/sumber-data-penelitian/">blog.unsibu.ac.id</a> <a href="https://blog.unsibu.ac.id/sumber-data-penelitian/">https://blog.unsibu.ac.id/sumber-data-penelitian/</a>	●
INTERNET SOURCE		
35. 0.12%	<a href="https://repository.unja.ac.id/15739/2/BAB%201.pdf">repository.unja.ac.id</a> <a href="https://repository.unja.ac.id/15739/2/BAB%201.pdf">https://repository.unja.ac.id/15739/2/BAB%201.pdf</a>	●
INTERNET SOURCE		
36. 0.12%	<a href="https://kc.umn.ac.id/16073/6/BAB_III.pdf">kc.umn.ac.id</a> <a href="https://kc.umn.ac.id/16073/6/BAB_III.pdf">https://kc.umn.ac.id/16073/6/BAB_III.pdf</a>	●
INTERNET SOURCE		
37. 0.12%	<a href="https://etd.umy.ac.id/26396/5/Bab%20I.pdf">etd.umy.ac.id</a> <a href="https://etd.umy.ac.id/26396/5/Bab%20I.pdf">https://etd.umy.ac.id/26396/5/Bab%20I.pdf</a>	●
INTERNET SOURCE		
38. 0.12%	<a href="https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/9329/9/9.%20BAB%202.pdf">eprints.upj.ac.id</a> <a href="https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/9329/9/9.%20BAB%202.pdf">https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/9329/9/9.%20BAB%202.pdf</a>	● ●
INTERNET SOURCE		
39. 0.11%	<a href="http://digilib.unila.ac.id/24164/3/SKRIPSI%20TANPA%20BAB%20PEMBAHASAN...">digilib.unila.ac.id</a> <a href="http://digilib.unila.ac.id/24164/3/SKRIPSI%20TANPA%20BAB%20PEMBAHASAN...">http://digilib.unila.ac.id/24164/3/SKRIPSI%20TANPA%20BAB%20PEMBAHASAN...</a>	●
INTERNET SOURCE		
40. 0.11%	<a href="https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/9242/12/11.%20BAB%204.pdf">eprints.upj.ac.id</a> <a href="https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/9242/12/11.%20BAB%204.pdf">https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/9242/12/11.%20BAB%204.pdf</a>	●
INTERNET SOURCE		
41. 0.11%	<a href="https://static.skm.kemdikbud.go.id/announcements/061dc233-c03e-4913-90d7...">static.skm.kemdikbud.go.id</a> <a href="https://static.skm.kemdikbud.go.id/announcements/061dc233-c03e-4913-90d7...">https://static.skm.kemdikbud.go.id/announcements/061dc233-c03e-4913-90d7...</a>	●
INTERNET SOURCE		
42. 0.1%	<a href="https://www.gramedia.com/literasi/teknik-pengumpulan-data/?srsltid=AfmBOo...">www.gramedia.com</a> <a href="https://www.gramedia.com/literasi/teknik-pengumpulan-data/?srsltid=AfmBOo...">https://www.gramedia.com/literasi/teknik-pengumpulan-data/?srsltid=AfmBOo...</a>	●



REPORT #27496723

INTERNET SOURCE

43. **0.1%** id.wikipedia.org

<https://id.wikipedia.org/wiki/Instagram>



INTERNET SOURCE

44. **0.1%** www.merdeka.com

<https://www.merdeka.com/sumut/instagram-adalah-media-sosial-berbasis-foto..>



INTERNET SOURCE

45. **0.08%** kc.umn.ac.id

[https://kc.umn.ac.id/21708/6/BAB\\_III.pdf](https://kc.umn.ac.id/21708/6/BAB_III.pdf)



INTERNET SOURCE

46. **0.03%** biologi.ub.ac.id

<https://biologi.ub.ac.id/s1/wp-content/uploads/sites/25/2011/05/BAB-I.pdf>



INTERNET SOURCE

47. **0.03%** repository.unas.ac.id

<http://repository.unas.ac.id/5547/3/BAB%202.pdf>



INTERNET SOURCE

48. **0.02%** eprints.upj.ac.id

<https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/4264/9/9.%20BAB%20II.pdf>



**QUOTES**

INTERNET SOURCE

1. **0.18%** repository.uin-suska.ac.id

<http://repository.uin-suska.ac.id/73610/1/SKRIPSI%20GABUNGAN.pdf>