

**ANALISIS ELEMEN KOMUNIKASI VISUAL MEDIA
DIGITAL PADA AKUN INSTAGRAM
@PINTERPOLITIK**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi syarat-syarat

Guna memperoleh gelar sarjana (S1)

Dalam Ilmu Komunikasi



OLEH :

MAISYA FRENKA

Nim : 20521041

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) CURUP
TAHUN 2024**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) CURUP
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH

Jl. Dr. AK Gani No. 01 Kotak Pos 108 Telp. (0732) 21010-21759 Fax 21010 kode pos 39119
Email: iain.curup@gmail.com.id

PENGESAHAN SKRIPSI MAHASISWA

Nomor : 510 /In.34/FU/PP.00.9/07/2024

Nama : Maisya Frenika
Nim : 20521041
Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah
Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Judul : Analisis Elemen Komunikasi Visual Media Digital pada Akun Instagram @Pinterpolitik

Telah dimunaqasyahkan dalam sidang terbuka Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup, pada:

Hari/ Tanggal : Rabu, 10 Juli 2024
Pukul : 09.00-10.00 WIB
Tempat : Ruang 1 Gedung Munaqasyah FUAD IAIN Curup

Dan telah diterima untuk melengkapi sebagian syarat-syarat guna memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) dalam bidang Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Ketua,

Dita Verolvna, M.I.Kom
NIP. 198512162019032004

Sekretaris,

Intan Kurnia Syaputri, M.A
NIP. 19920831 2020 12 2 001

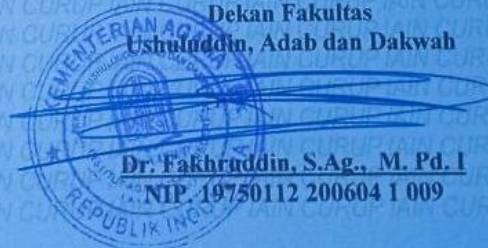
Penguji I,

Anrial, MA
NIP. 19810103 202321 1 012

Penguji II,

Femalia Valentine, M.A
NIP. 198801042020122002

Mengesahkan
Dekan Fakultas
Ushuluddin, Adab dan Dakwah



Dr. Fakhrudin, S.Ag., M. Pd. I
NIP. 19750112 200604 1 009

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Maisya Frenika
Nim : 20521041
Fakultas : Ushuluddin Adab dan dakwah
Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah di ajukan orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan penulis juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah di tulis atau di terbitkan orang lain kecuali secara tertulis di akui atau di rujuk dalam naskah ini di sebut referensi.

Apabila di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya menerima hukuman atau sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenearnya, semoga dapat di perlukan seperlunya.

Curun 4 juli 2024

Maisya Frenika
Nim. 20521041

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ushuluddin Adab Dan Dakwah (IAIN) Curup

Di-

Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan Hormat, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Maisya Frenika

Nim : 20521041

Prodi : Komunikasi Dan Penyiaran Islam

Setelah mengadakan pemeriksaan dan perbaikan seperlunya maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara Maisya Frenika mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup yang berjudul **“Analisis Elemen Komunikasi Visual Media Digital pada Akun Instagram @pinterpolitik”**. Sudah dapat diajukan dalam sidang Munaqasyah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup.

Demikian permohonan ini kami ajukan atas perhatiannya saya ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I



Dita Verolyna. M. I. Kom
NIP. 198512162019032004

Pembimbing II



Intan Kurnia Svaputri. M.A
NIP. 199208312020122001

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas anugerah dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Elmen Komunikasi Visual Media Digital pada Akun Instagram @pinterpolitik”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Pendidikan Strata Satu pada Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Selama proses penelitian dan penulisan skripsi, penulis senantiasa memperoleh dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak yang pada akhirnya dapat melalui dan menyelesaikan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Idi Warsah., M.Pd.I selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri IAIN Curup
2. Bapak Dr. Yusefri, M. Ag selaku Wakil Rektor I IAIN Curup
3. Bapak Dr. Muhammad Istan., SE., M.Pd., M.M Kons selaku Wakil Rektor II IAIN Curup
4. Bapak Dr. H. Nelson., S.Ag., M.Pd selaku Wakil Rektor III IAIN Curup
5. Bapak Dr. Fakhruddin, S.Ag., M.Pd selaku Dekan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah.
6. Bapak Rhoni Rodin, S.Pd.I., M.Hum, selaku wakil Dekan I Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah.
7. Bapak Dr. M. Taqiyuddin, selaku wakil Dekan II Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah.

8. Ibu Intan Kurnia Syaputri, M.A Ketua Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam.
9. Bunda Dita Verolyna, M. I. Kom selaku penasehat akademik yang telah banyak memberikan pengarahan, petunjuk dan saran sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan di IAIN Curup.
10. Seluruh Dosen program studi komunikasi dan penyiaran islam IAIN Curup.
11. Bunda Dita Verolyna, M. I. Kom, selaku pembimbing I dan Bunda Intan Kurnia Syaputri, M.A, M.Ag, selaku pembimbing II.
12. Kedua orang tua saya Bapak (Alm) dan Ibu ,beserta kakak dan adik yang telah memberikan do'a dan dukungannya kepadaku.
13. Rekan-rekan seperjuanganku angkatan 2020 yang selalu memberikan motivasi dan semangat dalam penyusunan skripsi ini.
14. Dan semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah membantu memberikan dukungan.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna baik dari bahasa maupun isinya. Akhir kata penulis mengucapkan terimakasih dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua orang.

Curup,.... Mei 2024

Penulis

Maisya Frenika
NIM. 20521041

MOTTO

“Hidup yang tidak sesuai impian itu bukanlah hidup yang gagal”

-Twenty Five Twenty One-

“Bahkan jika hidup menjadi sulit, jangan menyerah pada hal-hal yang kamu sukai”

-Twenty Five Twenty One-

“Tidak ada pertumbuhan tanpa rasa sakit, rasakan rasa takut dan tetap lakukan, kamu pasti bisa dan kamu akan melakukannya, tetap percaya pada diri sendiri”

-Narcissus Dark Crimson-

PERSEMBAHAN

Segala puji syukur kepada Allah Yang Maha Esa yang telah mempermudah proses penelitian ini hingga pada akhirnya skripsi ini sampai mencapai titik tujuan yang diinginkan. Dengan tidak mengurangi rasa hormat penulis persembahkan skripsi ini kepada orang-orang yang senantiasa selalu sabar dan mensupport, mengarahkan serta membimbing dengan penuh keikhlasan dengan kondisi apapun dan bagaimana pun. Semoga keberhasilan ini menjadi satu langkah awal untuk masa depanku, dan meraih cita-citaku. Teruntuk:

1. Dengan penuh rasa cinta dan kerinduan, ayahanda Amirhamzah (Alm), yang merupakan sumber kekuatanku, untuk terus berjuang mencapai impian. Ketulusan dan kasih sayangmu akan selalu menjadi penuntun dalam setiap perjalanan hidupku, walaupun bapak tidak sempat menemani penulis dalam perjalanan menempuh pendidikan. Allhamdulillah penulis sudah berada di tahap menyelesaikan karya tulis yang sederhana ini, semoga Allah SWT melapangkan kubur dan menempatkan bapak di tempat yang paling mulia di sisi SWT.
2. Untuk ibuku tersayang Herlinda, yang selalu mendoakan untuk kebaikan anak-anaknya, memberikan ketulusan cinta dan kasih, kesabaran dalam mendidik serta membesarkanku sampai saat ini. Dalam setiap langkahku yang memberiku semangat, do'a, dukungan, nasehat, serta pengorbanan yang tak pernah terbalaskan dan tergantikan.
3. Untuk saudaraku, abang Pandu Gustiananda, Maissy Eria adek Michel Najwa Azzahra terima kasih atas dukungan, kebersamaan, dan canda tawa yang telah

kita bagi bersama. Kehadiran kalian selalu menjadi sumber kekuatan dan semangat dalam setiap langkah kita agar bisa meraih prestasi, yang bisa kita tunjukkan kepada semua orang bahwa kita bisa membanggakan keluarga.

4. Kepada orang yang tak kalah penting kehadirannya, Alberth Fin Badillah beserta Growtopia, Mir4, New world, yang menjadi semangat, karena selalu ada dalam suka dan duka dan tak henti-hentinya memberikan semangat dan dukungan serta bantuan baik tenaga, pikiran maupun moril, Terimakasih banyak telah kebersamai dan menjadi bagian dari perjalanan hidup saya sampai saat ini, semoga di masa depan ada kabar baik, semoga kita bisa terus berjalan bersama. Sejauh ini aku bangga, penuh syukur dengan kehadiranmu. Terimakasih semoga tuhan menggantikan berkali-kali lipat atas kebaikan dan semoga sukses gege Alberth.
5. Teruntuk sahabat saya Mia Nur Halifah yang selalu memotivasi saya untuk bangkit dan semangat untuk meraih impian, terimakasih selalu menghibur semoga kita bisa merealisasikan impian kita kedepannya.
6. Untuk Ruby kucing oyen kesayangan terimakasih telah menemani dengan kelakuan yang lucu saat proses dalam mengerjakan skripsi ini, semoga uby selalu sehat dan di panjangkan umurnya.
7. Terimakasih untuk partner seperjuangan saya Izza Turradiyah dan Minya Diosi, karenah telah berjuang bersama dalam meraih impian kita bersama, dan menjadi penghibur di kalah susah, dan Oktalia Harva Reni terimakasih telah menemani masa-masa perkuliahan, dan telah banyak membantu dalam mengumpulkan berkas pada masa-masa menyelesaikan skripsi.

8. Keluarga besar KPI B yang tidak bisa di sebutkan satu persatu, terimakasih atas doa dan dukungan serta kebersamaannya selama ini.
9. Dosen pembimbing Bunda Dita Verolyna, M. I. Kom selaku pembimbing I dan Bunda Intan Kurnia Syaputri, M.A, M.Ag selaku pembimbing II, yang senantiasa sabar serta ikhlas dalam memberikan bimbingan dan arahan dalam proses penyelesaian studi dan skripsi ini.
10. Seluruh dosen Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam, yang selama ini telah mendukung dan memberi ilmu dan motivasi yang bermanfaat.
11. Untuk diri saya sendiri Maisya Frenika terimakasih telah kuat sampai detik ini, yang mampu mengendalikan diri disaat keadaan terpuruk, yang tidak menyerah sesulit apapun rintangan kuliah ataupun proses penyusunan skripsi, ini merupakan pencapaian yang patut di banggakan untuk diri sendiri. Terimakasih diriku, ini baru awal permulaan hidup, terlepas dari banyaknya hambatan untuk menuju masa depan, semoga pundak kecilmu selalu di kuatkan oleh tuhan. Dari semua keterbatasan semoga kamu tidak ikut terbatas dalam bermimpi, maka dari itu bangkit dan berjuanglah, ingat masi ada kejutan yang menunggu di depan sana, semangat untuk meraih mimpi. Takdir milik Allah, tapi usaha dan doa milik kita.

Pada kesempatan ini izinkan saya mengucapkan terima kasih atas segala dukungan yang telah kalian berikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar Allah Maha Mengetahui semoga amal kebaikan kalian semua dibalas oleh Allah Subhanahu Wata'ala dengan pahala yang berlipat ganda.

ANALISIS ELEMEN KOMUNIKASI VISUAL MEDIA DIGITAL PADA AKUN INSTAGRAM @PINTERPOLITIK

Oleh : Maisya frenika (20521041)

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital didukung oleh kekuatan Internet telah membawa banyak sekali perubahan yang luar biasa, termasuk bidang komunikasi. Hampir semua informasi pada saat ini berbentuk komunikasi visual, komunikasi visual merupakan proses pertukaran dan penyampaian informasi atau pesan kepada pihak lain dengan penggunaan media penggambaran yang hanya terbaca oleh indera penglihatan. Elemen komunikasi visual sangat penting untuk di rancang saat membuat sebuah infografis atau media visual. Karena pada elemen dalam bentuk komunikasi visual terdapat banyak bagian-bagian seperti titik, garis, bidang, warna, tekstur, ruang, huruf serta ukuran. Bagian-bagian tersebut yang membantu keefektifan dalam pesan yang ingin di sampaikan yang di kemas dalam bentuk komunikasi visual. penelitian ini ingin melihat bentuk infografis dan bagaimana elemen yang di tampilkan oleh akun @pinterpolitik dalam membuat konten berita. Akun @pinterpolitik merupakan salah satu bentuk akun yang menggunakan komunikasi visual. penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, dan teori analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teori analisis Charles Sanders Peicer, tentang sesuatu yang mewakili sesuatu bagi seseorang. Objek penelitiannya adalah beberapa infografis yang terdapat tampilan makna yang dapat di analisis elemennya yang berhubungan dengan *Icon* , *Indeks* dan *symbol*. Dari penelitian ini terdapat beberapa elemen penting yang berkontribusi terhadap keberhasilan penyampaian pesan, terdapat di tiga elemen penting pada infografis @pinterpolitik yaitu terdapat elemen tipografi yang menggunakan *font sans serif*, dan terdapat elemen warna yang menggunakan warna yang kontras antara latar belakang, *font* dan ilustrasi, serta menggunakan ilustrasi berupa *vektor* sehingga membuat infografis lebih menarik dan kreatif. Berdasarkan penelitian yang dilakukan terhadap tiga infografis pada akun Instagram @pinterpolitik pada periode Maret 2024 hingga April 2024 maka penulis mengambil kesimpulan dari hasil penelitian ini bahwa terdapat bentuk infografis yang berupa elemen seperti tipografi, ilustrasi dan juga warna dalam setiap infografis pada akun @pinterpolitik. Analisis elemen komunikasi visual pada tiga infografis di akun tersebut tanda visual yang dimunculkan berupa ilustrasi maupun warna serta ilustrasi memiliki makna untuk memperkuat isi dari berita atau informasi pada setiap desain infografis. Tanda verbal dan tanda visual tersebut tidak dapat berdiri sendiri, keduanya saling berkaitan satu dengan yang lainnya dan terdapat makna berita atau informasi pada setiap yang ingin disampaikan kepada khalayak umum dan didukung dengan ilustrasi yang menarik dan kreatif sehingga dapat membuat pesan tersampaikan dengan baik.

Kata Kunci : Komunikasi visual, Elemen komunikasi visual, Infografis.

DAFTAR ISI

| | |
|---|------|
| SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI..... | i |
| PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT..... | ii |
| KATA PENGANTAR..... | iii |
| MOTTO..... | v |
| PERSEMBAHAN..... | vi |
| ABSTRAK..... | viii |
| DAFTAR ISI..... | ix |
| BAB I..... | 1 |
| PENDAHULUAN..... | 1 |
| A. Latar Belakang..... | 1 |
| B. Rumusan Masalah..... | 9 |
| C. Batasan Masalah..... | 9 |
| D. Tujuan Penelitian..... | 9 |
| E. Manfaat Penelitian..... | 10 |
| 1. Secara Teoritis..... | 10 |
| 2. Secara Praktis..... | 10 |
| F. Penelitian Terdahulu..... | 11 |
| BAB II..... | 13 |
| KAJIAN TEORI..... | 13 |
| A. Semiotik Charles Sanders Peicer..... | 13 |
| B. Komunikasi Visual..... | 15 |
| C. Desain Komunikasi Visual..... | 16 |
| D. Infografis Dalam Akun Instagram..... | 21 |
| E. Informasi Media Digital..... | 33 |
| BAB III..... | 37 |
| METODOLOGI PENELITIAN..... | 37 |
| A. Jenis Penelitian..... | 36 |
| B. Tempat dan Waktu Penelitian..... | 37 |

| | |
|--|----|
| C. Subjek Penelitian..... | 37 |
| D. Sumber Data..... | 37 |
| E. Teknik Pengumpulan Data..... | 39 |
| F. Analisis Data..... | 39 |
| G. Keabsahan Data..... | 42 |
| BAB IV..... | 44 |
| HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... | 44 |
| A. Deskripsi Umum Komunikasi Visual pada Akun Instagram..... | 44 |
| B. Hasil Penelitian dan Pembahasan Penelitian..... | 48 |
| C. Temuan pada Infografis..... | 73 |
| BAB V..... | 72 |
| PENUTUPAN..... | 72 |
| A. Kesimpulan..... | 72 |
| B. Saran..... | 73 |
| LAMPIRAN..... | |
| DAFTAR PUSTAKA..... | |

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Informasi merupakan suatu hal yang sangat mendasar bagi manusia di kehidupan sosial. Dizaman modern ini media masa menjadi sumber informasi, tidak hanya sebagai menginformasikan tetapi kita juga bisa ikut dalam membuat dan menyebarkan informasi. Perkembangan teknologi membawa ragam informasi yang terkemas dalam *new media*.¹ Era digital yang didukung dengan jaringan internet membuat manusia mudah dalam berbagai kegiatan seperti berkomunikasi dan mengakses informasi.

Tingginya pengguna internet di Indonesia membuat sirna media konvensional seperti TV, radio, koran, majalah, katalog dan lain sebagainya. Yang pada awalnya sangat berperan penting bagi masyarakat sebagai sarana untuk memperoleh berbagai informasi sehingga sekarang berangsur-angsur berubah, karna informasi yang diberikan minim akan kritik dan media tersebut bersifat satu arah saja tanpa melihat pasar media.²

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah penduduk Indonesia diproyeksikan sebanyak 278,8 juta jiwa pada 2023. Jumlah tersebut naik 1,1% dibandingkan pada tahun lalu yang sebanyak 275,7 juta jiwa.³ Berdasarkan hasil

¹Syarifuin, *Jurnalistik Terapan* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010).

²Chontina Siahaan, Jeniati Artauli Tampubolon, dan Nova Betriani Sinambela, "Diseminasi Informasi Melalui Media Online Sebagai Transformasi Media Konvensional," *Jurnal Signal*, 9.2 (2021), 322 <<https://doi.org/10.33603/signal.v9i2.6288>>.

³"Badan Statistik Pusat."

survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pengguna internet di Indonesia mencapai 215,63 juta orang pada periode 2022-2023. Jumlah tersebut meningkat 2,67% dibandingkan pada periode sebelumnya yang sebanyak 210,03 juta pengguna.⁴ Melalui survey data tersebut dapat dilihat banyaknya jumlah pemakai internet di Indonesia, sehingga terjadi ketimpangan yang membuat media konvensional terancam. Karena ketertarikan masyarakat terhadap media online lebih tinggi, daripada ketertarikan masyarakat sekarang mencari informasi menggunakan media konvensional. Keberadaan internet dengan tingkat penetrasi yang cukup tinggi menjadi indikasi bahwa masyarakat semakin gemar mengakses berbagai konten melalui media digital.⁵

Sebelum perkembangan teknologi dan jaringan internet, media massa belum dapat melakukan pembaharuan suatu berita secara cepat maupun real time. Pada media massa seperti radio, surat kabar, maupun televisi pemberitaan umumnya baru akan mengalami pembaharuan pada keesokan harinya karena keterbatasan teknologi yang dimiliki untuk mengirimkan informasi. Berbeda dengan saat ini, tantangan yang harus dihadapi media konvensional di era digital ini adalah kehadiran beragam bentuk media baru, terutama media sosial. Media sosial, sebagai sebuah platform yang digunakan untuk bersosialisasi melalui teknologi internet. Pengguna media

⁴“Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia” <<https://survei.apjii.or.id/>>.

⁵Titik Wahyuningsih dan Abraham Zakky Zulhazmi, “Jurnalisme Era Baru (Konvergensi Media Radar Jogja Dalam Menghadapi Persaingan Media),” *Academic Journal of Da'wa and Communication*, 1.1 (2020), 76–91 <<https://doi.org/10.22515/ajdc.v1i1.2412>>.

sosial dapat saling berdiskusi, bertukar pikiran dan opini, serta turut berpartisipasi dalam bentuk interaksi sosial kepada sesama pengguna media sosial lainnya.⁶ Media sosial kerap digunakan sebagai penyebar luasan berita kepada khalayak, produk berita disajikan melalui konten media sosial menggunakan berbagai fitur yang tersedia di media sosial, seperti diantaranya foto, video, infografis, videografis, hingga muatan konten yang disiarkan secara langsung atau *live streaming*. Kehadiran media sosial sebagai salah satu bentuk media baru, telah memudahkan adanya proses komunikasi dua arah hubungan antara pengguna serta mendukung terciptanya ruang bagi pengguna untuk berbagi konten.

Sebuah penelitian yang dilakukan oleh Titik Wahyuningsih dan Abraham Zakky Zulhazmi dari Fakultas Ushuluddin Adap Dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri Surakarta tahun (2021) di dalam jurnalnya yang berjudul *Jurnalisme Era Baru Konvergensi Media Radar Jogja Dalam Menghadapi Persaingan Media*. Dengan hasil penelitian bahwa Radar Jogja menerapkan konvergensi media sebagai strategi bisnis yang dilakukan dalam menghadapi persaingan media massa yang berkembang secara dinamis dengan merebut pasaran di tengah masyarakat. Kemudian pentingnya pemilihan isu yang akan diliput juga menjadi perhatian tim Radar Jogja untuk menjaga dan meningkatkan kualitas konten. Selanjutnya yakni

⁶Nadya Valerie Shanaz dan Irwansyah Irwansyah, "Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Aktivitas Jurnalisme Warga Dan Implikasinya Terhadap Media Konvensional," *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3Shanaz, N.2 (2021), 373–79 <<https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i2.257>>.

kerjasama antar *platform* di bidang *advetorial*, hal ini dimaksudkan untuk memberikan pilihan layanan *advetorial* yang beragam kepada para klien dengan sistem bandling advertising. Selain itu, membangun koordinasi yang baik antar platform juga tak luput menjadi perhatian dari manajerial Radar Jogja untuk bersinergi satu sama lain dengan tujuan meningkatkan loyalitas kepada perusahaan.⁷

Keadaan ini mendorong pemilik media konvensional untuk melakukan konvergensi media, atau penggabungan media massa dengan teknologi yang sedang berkembang seperti media yang di kemas dalam *platform online* hal ini disebabkan karena semakin berkembangnya teknologi informasi di dunia hingga sampai ke Indonesia. Perkembangan teknologi di Indonesia adalah bentuk upaya modernisasi agar bangsa ini tetap mengikuti perkembangan zaman, dan juga tidak dapat dipungkiri perkembangan teknologi tersebut membawa banyak kemudahan bagi negara Indonesia.⁸

Di era digital yang terus berkembang, penyebaran informasi pada saat ini bisa didapat diberbagai macam sumber dengan cepat melalui perangkat digital, baik komputer atau ponsel pintar yang telah terhubung ke internet. Sosial media menjadi kanal utama untuk penyebaran berita atau informasi. Dengan pengemasan berita yang kreatif seperti vidio pendek, karikatur, grafik, infografis

⁷Wahyuningsih dan Zulhazmi.

⁸“Konvergensi Media.”

sehingga khalayak tertarik memahami informasi yang disampaikan baik dari portal berita, perusahaan maupun dari lembaga pemerintahan.⁹

Berdasarkan data Napoleon Cat pada September 2023, ada 111.187.100 pengguna Instagram di Indonesia yang mencakup 39,6% dari seluruh populasi Indonesia. Mayoritas dari pengguna instagram adalah perempuan - 55,4%. Masyarakat berusia 18 hingga 24 tahun merupakan kelompok pengguna terbesar (43.200.000). Perbedaan tertinggi antara laki-laki dan perempuan terjadi pada kelompok usia 18 hingga 24 tahun, dimana perempuan memimpin dengan jumlah 18.500.000. Platform media sosial instagram juga berfungsi sebagai media informasi pada saat ini yang dapat menyajikan informasi melalui gambar video IGTV, dan postingan reguler, tidak hanya itu pengguna instagram juga dapat mengkomunikasikan berbagai konten, termasuk berita, pandangan pribadi, atau informasi terkini. Instagram memberikan berbagai platform bagi individu, maupun organisasi, hingga merek untuk menyebarkan informasi serta berinteraksi dengan audiens.¹⁰

⁹ Dkk Juliyanto, Edy, "Strategi Penyampaian Informasi Melalui Instagram," *Jurnal Profologia*, 2020.

¹⁰ "Napoleon Cat"
<https://napoleoncat.com/?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_campaign=worldwide_brand&utm_content=brand_exact_no_space&utm_term=napoleoncat&gad_source=1&gclid=CjwKCAjwjeuyBhBuEiwAJ3vuoXCnUwUUQ8lgBRStqfZZHoWr20HKP4Vhmv3UvcCekT2neof4wN1RkhoCt6YQA_vD_BwE>.

Gambar 1. 1 Akun instagram pinterpolitik



Sumber: Instagram @pinterpolitik

Akun instagram @pinterpolitik merupakan akun dari media berita atau portal berita yang berdiri sejak tahun 2016 dengan *followers* mencapai 567 ribu dan 11.485 ribu jumlah postingan, yang terkemas dalam komunikasi visual. Wim Tangkilisan yang merupakan *Founder and Chief Editor @pinter politik*” Dengan perkembangan media online yang begitu pesat Wim melihat kebutuhannya portal berita yang mampu menjunjung tinggi asas-asas kebenaran. Beritayang disuguhkan harus didasari oleh fakta dan data yang relevan, sehingga mampu meningkatkan wawasan berpikir pembaca. Wim menciptakan portal berita dengan konten berkualitas serta kreatif bagi pembaca. Dalam mewujudkannya, keduanya dibantu tim penulis, desainer grafis, serta videografer terbaik dengan kreativitas serta inovasi tinggi. Dalam menciptakan konten-kontennya, @pinterpolitik memiliki ciri khas tersendiri yang unik dan berbeda dengan portal berita lain. Penulisan, infografis, serta video yang

dihadirkan tidak semata memaparkan peristiwa seperti portal berita lainnya, namun dikemas lebih mendalam dengan berbagai sudut pandang. Sesuai dengan motonya, @PinterPolitik hadir untuk memperjelas berita politik yang terjadi di negara ini. Konten-kontennya bertujuan untuk menggebrak berita di balik berita, membongkar politik dibalik politik dengan ulasan yang tajam, berani memihak atau berposisi, dengan penyuguhan yang lengkap dan terpercaya. @PinterPolitik hadir bagi siapa saja yang tertarik untuk memahami apa yang tersembunyi di setiap peristiwa politik di Indonesia. Berani menerima informasi yang dibentuk dengan sudut pandang kritis dan tidak mainstream, sehingga pembaca mendapatkan wawasan politik yang berbeda dari yang ada.¹¹ Bahwa bentuk-bentuk konten yang di tampilkan oleh @pinterpolitik ini merupakan bentuk dari komunikasi visual.

Gambar 1. 2 Desain grafis pada akun instagram pinterpolitik



Sumber: Instagram @pinterpolitik

¹¹“Pinter Politik” <<https://www.pinterpolitik.com/>>.

Hampir semua informasi pada saat ini berbentuk komunikasi visual, Komunikasi visual terdiri dari dua kata yaitu komunikasi dan visual. komunikasi merupakan pertukaran pesan dari satu orang (komunikator) kepada orang lain (komunikan) melalui saluran media dengan menghasilkan umpan balik tertentu. sedangkan visual adalah suatu yang dapat di lihat melalui indra penglihatan (mata). Dari dua pengertian tersebut maka komunikasi visual dapat di artikan sebagai proses pertukaran dan penyampaian informasi atau pesan kepada pihak lain dengan penggunaan media penggambaran yang hanya terbaca oleh indera penglihatan (media visual). Media visual mengkombinasikan seni, lambang, tipografi, gambar, desain grafis, ilustrasi, dan warna dalam penyampaian. Media visual berfungsi untuk menyalurkan pesan dari sumber ke penerima pesan. Pesan yang akan disampaikan dituangkan ke dalam simbol-simbol visual.¹²

Elemen komunikasi visual sangat penting untuk di rancang saat membuat sebuah infografis atau media visual yang lainnya. karena pada elemen dalam bentuk komunikasi visual terdapat banyak bagian-bagian yaitu titik, garis, bidang, warna, tekstur, ruang, huruf serta ukuran. Bagian-bagian tersebut yang membantu keefektifan dalam pesan yang ingin di sampaikan yang di kemas dalam bentuk komunikasi visual. Maka dari itu penelitian ini ingin melihat bentuk infografis dan bagaimana cara analisis elemen yang di tampilkan oleh akun @pinterpolitik dalam membuat konten berita.

¹² Nilnan, "Komunikasi Visual," *Islamic Communication Jurnal*, 2023, 342.

B. Batasan Masalah

Penelitian ini hanya membahas tentang bentuk infografis dan analisis elemen komunikasi visual media digital pada akun Instagram @pinterpolitik.

C. Rumusan Masalah

Untuk memudahkan pembahasan dan agar penelitian tentang Analisis Elemen Komunikasi Visual Media Digital Pada Akun Instagram @pinterpolitik lebih terarah, maka peneliti mengarahkan tulisan ini dengan membatasi pokok masalah sebagai berikut:

1. Apa saja bentuk infografis pada akun Instagram @pinterpolitik ?
2. Bagaimana analisis elemen komunikasi visual pada infografis di akun Instagram @pinterpolitik ?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian merupakan keinginan-keinginan peneliti atas hasil penelitian dengan mengetengahkan indikator-indikator apa yang hendak ditemukan dalam penelitian. Adapun tujuan dari penelitian ini, yaitu:

- 1) Untuk mengetahui bagaimana analisis elemen komunikasi visual media digital pada akun Instagram @pinterpolitik
- 2) Bagaimana analisis elemen komunikasi visual pada infografis di akun Instagram @pinterpolitik ?

E. Manfaat Penelitian

Peneliti memiliki harapan dari hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca. Terkhusus bagi peneliti-peneliti selanjutnya, beberapa manfaatnya sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Secara teoretis, penelitian ini diharapkan dapat membantu pihak-pihak yang berkepentingan terhadap masalah analisis elemen komunikasi visual pada media Instagram.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak seperti bagi mahasiswa program studi komunikasi penyiaran islam, penelitian ini dapat digunakan untuk menambah informasi analisis elemen tentang komunikasi visual dan bagi peneliti selanjutnya hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi atau pedoman analisis elemen komunikasi visual pada Instagram.

F. Penelitian Terdahulu

Tiga kajian terdahulu yang menjadikan reverensi dalam penelitian ini sebelum penelitian memaparkan analisis dalam penelitian, sejauh penelitian yang berkaitan dengan tema yang diangkat dalam penelitian ini, sebagai berikut:

Pertama, Penelitian terdahulu yang relevan dengan rencana penelitian penulis yakni yang dilaksanakan oleh Puan Samisara Pohan pada tahun 2020. Penelitian ini berjudul Infografis sebagai bentuk pengemasan berita di era jurnalisme online (Analisis Infografis tirto.id). Penelitian yang dilakukan

menggunakan metode analisis isi dengan pendekatan deskripsi. Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Puan Samisara Pohan menghasilkan bahwa terdapat berbagai tipe dari infograsi yang mampu menyampaikan pesan informatif secara efisien karena keringkasan dari infografis yang ditampilkan. Perbedaan penelitian diatas dengan penelitian yang saya teliti adalah yang pertama yaitu mengetahui tipe-tipe infografis pada tirto.id dalam penyampaian pesan dengan memanfaatkan komunikasi media digital, sedangkan pada rencana penelitian peneliti bertujuan untuk melihat bagaimana analisis elemen komunikasi visual media digital pada akun Instagram @pinterpolitik.

Kedua, Penelitian terdahulu yang relevan dengan rencana penelitian ini yaitu dilaksanakan oleh M. Syahril Iskandar dengan judul Pembentukan Persepsi Visual pada Iklan Televisi. Penelitian ini bertujuan untuk melihat pembentukan persepsi dari televisi sebagai bentuk dari media komunikasi visual. Terdapat perbedaan antara penelitian yang dilakukan oleh M. Syahril Iskandar dengan rencana penelitian yang akan dilakukan, yaitu dari segi objek penelitian. Objek penelitian yang digunakan oleh M. Syahril Iskandar yaitu televisi sebagai bentuk dari komunikasi visual, sedangkan peneliti menggunakan akun instagram @pinterpolitik sebagai bentuk dari komunikasi visual.

Ketiga, Penelitian terdahulu yang relevan dengan rencana penelitian ini yaitu dilaksanakan Heru Dwi Waluyanto dengan judul Komik Sebagai Media Komunikasi Visual. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan Pembelajaran, gambaran tentang pentingnya media yang berpotensi untuk meningkatkan kemampuan berpikir kreatif dalam pembelajaran desain perancangan komik sebagai media

komunikasi visual pembelajaran. Terdapat perbedaan antara penelitian yang dilakukan Heru Dwi Waluyanto dengan rencana penelitian yang akan dilakukan, yaitu dari segi objek penelitian. Objek penelitian yang digunakan oleh Heru Dwi Waluyanto Iskandar yaitu komik sebagai media komunikasi visual pembelajaran, sedangkan peneliti menggunakan akun instagram @pinterpolitik sebagai bentuk dari komunikasi visual.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Teori Charles Sanders Peicer

Semiotika merupakan bahan dari linguistik, linguistik yang menyatakan bahwa tawak linguistik memiliki hubungan yang saling bergantung, karena bagiannya terletak dari fungsi dalam memahami suatu makna. Representasi semiotika yaitu dari ilmu linguistik yang memberikan cara untuk menginterpretasi atau menafsirkan tanda-tanda yang ada di dunia, tanda-tanda yang mencakup segala sesuatu yang ada di bumi seperti gunung, laut, dan sebagainya. Dalam konteks ini, semiotika membantu menggali lebih dalam suatu makna yang tersembunyi di balik fenomena tersebut.¹³

Kata semiotika berasal dari kata “semeiotic” yang di gunakan oleh hipokratik yang berarti tanda dan makna. Secara umum semiotika adalah ilmu yang mempelajari penggunaan dan interpretasi simbol-simbol serta tanda-tanda dalam berbagai sistem komunikasi. Semiotik mencakup jenis tanda visual maupun verbal, serta tanda yang melibatkan indra seperti penciuman (olfactori) dan sentuhan taktil. Dalam konteks ini tanda tidak hanya merujuk pada kata-kata atau gambar tetapi mencakup segala bentuk komunikasi yang dapat membawa makna termasuk isyarat suara dan objek.¹⁴

¹³Indriyati.

¹⁴Dian Lestari, “PESAN DAKWAH DALAM DESAIN KOMUNIKASI VISUAL PADA AKUN INSTAGRAM@ gendhukstory (Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure),” 2023, 28.

Salah satu penemuan Ferdinand de Saussure dalam linguistik yaitu teorinya tentang tanda bahasa. Tanda (*sign*), penanda (*signifier*), petanda (*signified*), menurutnya terdapat dua sisi dalam satu tanda bahasa, dengan penanda bersifat imaji bunyi dan petanda yang berupa konsepnya. Penanda merupakan suatu gambaran akustik (*image acoustique*) dari tanda dan petanda sebagai konsepnya, komponen merupakan sebutan penanda dan petanda dari kedua aspek. Sehingga ke dua aspek ini tidak bisa di pisahkan. Tanda adalah kesatuan dari bentuk penanda dengan sebuah ide atau petanda.¹⁵

Adapun teori analisis yang digunakan dalam penelitian ini merupakan teori analisis Charles Sanders Peirce. Peirce menganggap bahwa semiotika dapat diterapkan pada berbagai jenis tanda dan tidak ada satu bidang ilmu yang dianggap lebih penting daripada yang lain. Peirce terkenal karena teori tandanya dalam ruang lingkup semiotika, di mana ia menjelaskan bahwa tanda adalah sesuatu yang mewakili sesuatu bagi seseorang. Menurut Peirce, perumusan tanda tidak boleh terlalu sederhana.¹⁶

Peirce menyatakan bahwa tanda terdiri dari objek, interpretasi, atau elemen penyampaian, dan simbol. Menurut Peirce, untuk membuat tanda berfungsi, diperlukan adanya hubungan triadik, yang ia sebut sebagai konsekuensi dari tanda tersebut. Hubungan triadik ini melibatkan tanda (*sign* atau *representamen*), objek yang diwakili oleh tanda tersebut, dan interpretant,

¹⁵Indriyati.

¹⁶ Drs. Alex Sobur, M.Si. “*semiotik komunikasi*”.PT REMAJA ROSDAKARYA.hal 41. Tahun 2003-2006

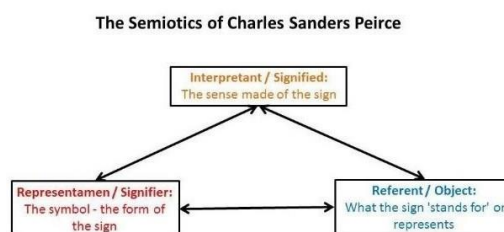
yaitu makna atau pemahaman yang diturunkan dari tanda tersebut. Peirce menekankan bahwa tanda selalu beroperasi dalam konteks hubungan triadik ini agar dapat berfungsi dengan efektif.

Charles Sanders Peirce membagi tanda atas Ikon, Indeks, dan Simbol :¹⁷

- a) *Icon* adalah tanda yang menyerupai objek yang diwakilinya. Dengan kata lain, ikon memiliki karakteristik yang sama dengan objek yang dimaksudkan.
- b) *Indeks* adalah tanda yang memiliki hubungan sebab-akibat dengan objek yang diwakilinya, atau dikenal sebagai tanda yang berfungsi sebagai bukti. Contohnya, asap menunjukkan adanya api.
- c) *Symbol* adalah tanda yang didasarkan pada aturan atau kesepakatan yang telah disepakati bersama. Simbol hanya dapat dipahami jika seseorang sudah mengetahui arti yang telah disepakati sebelumnya.

Berdasarkan konsep *interpretant*, tanda (*sign* atau *representamen*), Peirce menjelaskan tiga klasifikasi tanda dalam teorinya melalui trikotomi:

Gambar 2.1 Konsep hubungan trikotomi



¹⁷ Aqilla Padya Hayya, Dewi Anggrayni, dan Muhammad Fahri, "Komunikasi Visual Dakwah Persuasif Pada Akun Instagram @hijabalila Dengan Hashtag #Freedom99persen Dari Perspektif Semiotika Charles Sanders Peirce," *KOLONI: Jurnal Multidisiplin Ilmu*, 1.3 (2022), 2828–6863.

Gambar di atas menggambarkan proses simbolisasi dan hubungan yang berkesinambungan, di mana interpretant berkembang menjadi *representamen*, dan seterusnya. Elemen-elemen ini dibagi dalam tiga kategori atau trikotomi, kemudian dimaknai dan diinterpretasikan di luar objek. Menurut Peirce, *interpretant* adalah apa yang dihasilkan oleh tanda dan dipikirkan oleh penginterpretasi, serta dapat dipahami sebagai *representamen*. Dalam ketiga jenis tanda tersebut, terdapat beberapa bagian spesifik yang berkaitan dengan teori ini. Teori sederhana ini membuat Peirce banyak menulis tentang berbagai masalah dan sangat berjasa dalam mengidentifikasi dan mengembangkan ilmu logika.¹⁸

Konsep dalam penelitian inilah sebagai dasar yang dilakukan oleh peneliti untuk menganalisis. Bagaimana analisis elemen komunikasi visual media digital pada akun Instagram @pinterpolitik dalam menyampaikan berita atau informasi dengan menitik beratkan pada setiap elemen desain komunikasi visual yang meliputi tipografi, ilustrasi dan juga warna yang dipadukan dalam informasi dan berita.

B. Komunikasi Visual

1. Konsep Komunikasi

Istilah komunikasi berasal dari bahasa Latin, yaitu "*communis*" yang artinya yaitu berbagi atau menjadi milik bersama antara dua orang atau lebih. Menurut Yasir Komunikasi pada dasarnya berbentuk respon-respon yang

¹⁸ Rahmah, Ulfa Sufiya: SUJINAH, Affady, Ali Nuke. "*analisis semiotic peicer pada pertunjukan tari dhangga Madura*". Jurnal social humaniora. Hal 203-215.2020

diberikan dan diterima secara dua arah, tindakan komunikasi terjadi terus menerus selama kehidupan berjalan.¹⁹ Jadi dapat disimpulkan secara singkat bahwa komunikasi adalah proses penyampaian pesan dari pengirim pesan (komunikator) kepada penerima pesan (komunikan) melalui media tertentu dan menimbulkan efek .

Komunikasi merupakan sebuah proses interaksi yang kompleks melibatkan pertukaran pesan antara individu atau kelompok manusia. Proses ini melibatkan berbagai tahapan, mulai dari pengiriman pesan oleh suatu pihak, penerimaan pesan oleh pihak lain, hingga respon terhadap pesan tersebut. Komunikasi sangat berperan penting untuk kehidupan sehari-hari, baik dalam konteks pribadi ataupun profesional, karena memungkinkan orang untuk berbagi informasi, serta mengekspresikan perasaan, ataupun memelihara hubungan sosial.²⁰

Komunikasi juga tidak bisa dilepaskan dari penggunaan media komunikasi. Media komunikasi adalah alat atau perantara yang digunakan untuk mempermudah dan memperlancar proses penyampaian informasi atau pesan dari komunikator kepada komunikan, sehingga komunikan memahami makna pesan yang dimaksud sesuai dengan tujuan komunikator. Melalui media komunikasi yang tepat, tujuan komunikasi akan lebih mudah

¹⁹Viera Valencia, Felipe Luis, dan Dubian Garcia Giraldo, "Komunikasi dalam Organisasi (Teori dan Aplikasi)," *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2 (2019), 1–30.

²⁰teddy dyatmika, *Ilmu Komunikasi*, ed. oleh Syamsul Bakhri (Yogyakarta: Zahir Publishing, 2022).

tercapai.²¹ Komunikasi visual adalah ilmu yang mempelajari konsep komunikasi dan ungkapan yang kreatif yang diterapkan di berbagai media yang biasanya dengan mengelola elemen suatu desain grafis seperti gambar, huruf, warna dan *layout*.²²

C. Desain Komunikasi Visual

Menurut kamus besar Bahasa Indonesia visual adalah sesuatu yang dapat dilihat dengan indra penglihatan (mata).²³ Komunikasi visual merupakan sarana komunikasi yang dapat digunakan untuk menangkap data dengan menggunakan penglihatan. Oleh karena itu, mata adalah yang paling berperan dalam komunikasi visual pada media digital. Dalam bidang komunikasi massa, desain komunikasi visual atau desain grafis berperan dalam hal-hal utama sebagai media untuk menyampaikan pesan visual. Desain komunikasi visual adalah studi tentang konsep komunikasi dan ekspresi kreatif yang diterapkan pada berbagai media komunikasi visual melalui pengolahan elemen-elemen grafis yang berupa bentuk dan gambar, tatanan huruf, komposisi warna serta layout (tata letak).²⁴

Komunikasi. Tinarko mengatakan “ Desain komunikasi visual dapat di pahami sebagai salah satu upaya pemecahan masalah komunikasi atau komunikasi visual untuk menghasilkan suatu desain yang paling baru di antara desain terbaru”, desain komunikasi merupakan bagian yang

²¹Stephen W.Little John dan Karen A.Foss, *Teori Komunikasi, Theorie Communication* (A.Foss, Stephen W.Little John dan Karen, Teori Komunikasi, Theorie Communication (Salemba): Salemba).

²²Sumbo Tinarko, *Desain Komunikasi Visual Edisi 1* (Yogyakarta: Caps, 2015).

²³“Kamus Besar Bahasa Indonesia.”

²⁴Hendro Aryanto, Eko Agus, dan Basuki Oemar, “Pengembangan Modul Mata Kuliah Ddesain Komunikasi Visual,” 2024, 191–203 <<https://doi.org/10.25105/dim.v20i2.18245>>.

mengimplementasikan salah satu seni yang merujuk pada perencanaan dan perancangannya sebagai ilmu komunikasi visual. Akar kreatif yang bermula dengan pengenalan konflik komunikasi visual, dengan mencari data verbal dan visual, membentuk konsep kreatif yang bersumber karakteristik suatu sasaran, agar tercapainya komunikasi visual yang fungsional artistik dan komunikatif maka di perlukan visualisasi final.²⁵ Tsusanto menyatakan desain komunikasi visual berkolerasi terhadap peforma rupa yang suatu penampilannya dapat dipahami oleh pikiran maupun perasaannya.²⁶

Menurut Umar Hadi, desain komunikasi visual adalah proses menyampaikan pesan dari perancang kepada audiens melalui simbol-simbol berupa gambar, warna, dan tulisan. Desain komunikasi visual mempelajari konsep komunikasi dan ungkapan visual kreatif yang diterapkan pada berbagai media komunikasi visual. Elemen-elemen desain grafis yang digunakan dalam proses ini meliputi huruf, warna, komposisi, dan gambar (ilustrasi). Karya desain harus mampu menggerakkan audiens untuk memenuhi tujuan komunikasi yang diinginkan.²⁷

Menurut Rakhmat Supriyono, Desain Komunikasi Visual (DKV) adalah pemanfaatan teknologi untuk menyampaikan pesan dan informasi kepada pembaca dengan berbagai kekuatan visual seperti tipografi, ilustrasi, warna, garis, dan tata letak. Komunikasi visual juga menjadi kekuatan dalam

²⁵Tinarko.

²⁶Tinarko.

²⁷Shienny Megawati susanti, *Buku Ajar Konsep Desain dan ilustrasi* (SURABAYA: UNIVERSITAS CIPUTRA, 2020).

menyampaikan pesan dengan segala sesuatu yang terlihat dan dapat digunakan untuk menyampaikan maksud, makna, atau pesan.²⁸ Berikut fungsi dasar dasar desain komunikasi visual :²⁹

a. Desain komunikasi sebagai sarana identifikasi

Desain berfungsi sebagai sarana identifikasi, bertindak sebagai tanda pengenalan untuk suatu benda atau produk. Identitas yang dihasilkan oleh desain ini memudahkan produsen dalam mengkomunikasikan produknya kepada konsumen. Selain itu, identitas tersebut juga membantu konsumen dalam mengenali dan membedakan satu produk dari produk sejenis lainnya. Dengan demikian, desain tidak hanya memperindah produk tetapi juga memainkan peran penting dalam proses pemasaran dan pengenalan produk di pasar.

b. Desain komunikasi sebagai sarana informasi

Desain Komunikasi Visual juga berfungsi sebagai sarana informasi dan instruksi. Sebagai sarana informasi, desain komunikasi visual bertujuan untuk menunjukkan kaitan antara satu hal dengan hal lainnya. Contoh yang dapat kita temui dalam kehidupan sehari-hari meliputi peta, diagram, rambu lalu lintas, dan sistem penanda (*sign-system*). Melalui elemen-elemen visual ini, desain membantu menyampaikan informasi secara jelas dan efektif,

²⁸Wibowo Ari, "Digitalisasi Dakwah di Media Sosial Berbasis Desain Komunikasi Visual," *Jurnal Bimbingan Penyuluhan Islam*, 02.2 (2020), 181–12 <<https://andi.link/hootsuite-we-are-social->>.

²⁹Megawati susanti.

memandu serta memberikan instruksi kepada audiens dalam berbagai konteks.

c. Desain komunikasi sebagai sarana presentasi dan Promosi

Desain komunikasi sebagai sarana presentasi dan Promosi. Desain Komunikasi Visual juga berperan sebagai sarana presentasi dan promosi. Dalam peran ini, desain bertujuan untuk menyampaikan pesan dan mendapatkan perhatian dari khalayak sasaran secara visual. Desain yang efektif harus mampu menarik perhatian dan membuat pesan yang disampaikan mudah diingat, sering kali dengan menggunakan sedikit kata-kata. Dengan demikian, desain komunikasi visual tidak hanya berfungsi untuk menginformasikan, tetapi juga untuk mempromosikan dan memperkuat daya tarik pesan kepada audiens.

Selanjutnya Adi Krusdianto menyebutkan beberapa istilah dalam komunikasi visual sebagai berikut :³⁰

- a. *Visual Language* (Bahasa Visual), merupakan ilmu yang mempelajari cara-cara menyampaikan pesan melalui elemen-elemen visual. yang melibatkan penggunaan gambar, simbol, dan elemen grafis lainnya untuk mengkomunikasikan ide dan informasi secara efektif. Sedangkan untuk menerjemahkan Informasi dalam bentuk visual ialah Visualisasi, yang membantu audiens memahami data atau konsep yang kompleks.

³⁰Dian Lestari.

- b. *Visualiser* (Orang yang membuat bentuk Visual), adalah seseorang yang memiliki kemampuan untuk menuangkan ide atau gagasannya menjadi objek visual dalam sebuah proyek ke dalam suatu proyek desain. *Visualiser* kreativitasnya untuk menciptakan desain yang tidak hanya menarik secara estetika tetapi juga efektif dalam menyampaikan pesan.
- c. *Visual Effect* (Efek Visual), yaitu tehnik Yang di gunakan untuk menciptakan ilusi visual yang mampu menipu pandang manusia biasa, seperti sedang berada dalam situasi atau 'kejadian diluar akal manusia. Efek ini sering di gunakan di dalam flm atau media digital lainnya.
- d. *Visual Information* (Informasi Visual), merupakan informasi yang mampu ditangkap oleh indra penglihatan smencakup elemen visual.

D. Elemen Desain komunikasi visual

Desain Komunikasi Visual adalah bidang yang memanfaatkan berbagai elemen desain grafis, untuk menyampaikan informasi dengan cara yang lebih menarik dan mudah dipahami. Dalam desain komunikasi visual, desain grafis berperan penting dalam merancang komunikasi visual yang efektif, yang mampu menarik perhatian audiens sekaligus menyampaikan pesan secara jelas dan efisien. Salah satu kekuatan utama desain grafis dalam komunikasi visual adalah kemampuannya untuk mengemas informasi yang kompleks menjadi lebih sederhana dan menarik. Penggunaan elemen-elemen visual seperti warna, bentuk, garis, dan tata letak dapat membantu mengarahkan perhatian audiens,

mengatur hierarki informasi, dan menciptakan kesan tertentu yang mendukung pesan yang ingin disampaikan.³¹

Beberapa elemen penting dalam komunikasi visual yang sering digunakan untuk menyampaikan informasi antara lain:

1. Tifografi

Tipografi adalah disiplin seni yang mengandung pengetahuan tentang huruf (*font*) dan tata cara penggunaannya. Tipografi mencakup berbagai aspek yang terkait dengan pembentukan huruf dan penerapannya dalam komunikasi visual. Dalam membentuk sebuah kata dan kalimat huruf adalah komponen dasarnya. Huruf tidak hanya berfungsi sebagai alat untuk menyusun kata dan kalimat tetapi juga memiliki kekuatan untuk mengutarakan pesan dan makna tertentu. Huruf sebagai elemen dasar dalam tipografi dapat mempengaruhi bagaimana pesan disampaikan dan diterima oleh audiens. Setiap jenis huruf memiliki karakteristik unik yang dapat menciptakan kesan atau suasana tertentu.³² Misalnya, huruf dengan bentuk yang elegan dan bersih dapat memberikan kesan profesional dan formal, sementara huruf yang berlekuk dan dekoratif dapat menciptakan kesan kreatif dan *playful*. Dengan demikian, pemilihan jenis huruf yang tepat sangat penting dalam mendukung pesan yang ingin disampaikan. Selain itu, tipografi juga melibatkan tata cara penggunaan huruf, yang mencakup aspek-aspek

³¹Juliyanto, Edy.

³²Nuril Lailatus Arifah dan Meirina Lani Anggapuspa, "Pengaruh Elemen Visual Pada Konten Instagram Rintik Sedu Dalam Meraih Engagement Audiens," *Jurnal Barik*, 4.3 (2023), 141–51 <<https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/>>.

seperti ukuran huruf spasi antar huruf (*kerning*), spasi antar kata (*tracking*), dan tata letak teks. Semua elemen ini harus diatur dengan baik agar teks dapat dibaca dengan jelas dan nyaman serta mampu menarik perhatian audiens, Sebuah desain tipografi yang baik tidak hanya memperhatikan estetika, tetapi juga fungsionalitas dan keterbacaan. Sebagai disiplin seni, tipografi memiliki kekuatan untuk mengutarakan berbagai emosi dan nuansa.³³ Huruf dapat menyampaikan rasa serius, santai, modern klasik dan berbagai kesan lainnya, tergantung pada desain dan penerapannya, Dengan memahami dan memanfaatkan pengetahuan tentang huruf dan tata cara penggunaannya, desainer dapat menciptakan komunikasi visual yang lebih efektif dan menarik serta mampu menyampaikan pesan dengan cara yang lebih kuat dan berkesan. Penggolongan tipografi pada secara garis besar :

a. *Serif*

Merupakan bentuk tulisan yang diciptakan dan dikenal pada abad ke-18. Ciri khas utama dari font ini adalah adanya kaki kecil di setiap hurufnya, yang memperkuat karakteristik font jenis serif. Dalam desain logo, serif sering diaplikasikan untuk membenkan kesan klasik dan berpengalaman. Contoh huruf *serif* ialah *Times New Roman*, *Garamond*, *Book Antiqua*, *Bitstream Vera Serif*, *Platino Linotype*, *Bookman Old Style*, *Calisto MT*, *Dutch*, *Euro Roman*, *Georgia*, *Pan Roman*, *Romantic*, *Souvenir*, *Super French*, dan sebagainya.³⁴

³³Arifah dan Anggapuspa.

³⁴I Gusti Made Budiarta et al., "Penerapan Elemen Tipografi Pada Desain Logo Karya Mahasiswa Program Studi Pendidikan Seni Rupa dalam Kuliah Desain Komunikasi

b. *Sans serif*

Sans Serif yang berarti tanpa *serif* memiliki bentuk huruf tanpa kaki atau tanpa elemen tambahan yang ada pada *font serif*, *font* ini banyak digunakan di era digital dan produk modern karena mencerminkan inovasi dan teknologi, *Sans Serif* memberikan kesan futuristik dan minimalis, yang sangat diminati oleh generasi milenium dan mahasiswa dalam mendesain logo. Contoh huruf *Sans Serif* ialah *Arial*, *Futura*, *Avant Grade*, *Bitstream*, *Vera Sans*, *Century Gothic* dan lain sebagainya.³⁵

c. *script*

Font jenis *Script* memiliki tampilan yang berbeda dari *font Serif* dan *Sans Serif*. Bentuk huruf pada *font* ini menyerupai tulisan tangan, yang membuatnya mudah dikenali dan unik. Jenis *font* ini dapat berdiri sendiri sebagai logo tanpa elemen tambahan, karena mampu merepresentasikan produk atau jasa secara individual. *Font Script* sering digunakan karena bentuknya yang khas dan memberikan kesan personal dari pembuatnya. Namun, *font* ini juga bisa dikombinasikan dengan elemen logo lainnya, tetap mempertahankan kesatuan dalam desain. Contoh huruf *Script* ialah *Bickham Script Pro*, *Mistral*, *Comic Sans* dan lain sebagainya.³⁶

Visual,"*Jurnal Pendidikan Seni Rupa Undiksha*, 13.1 (2023), 60–69
<<https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JJPSP/article/view/60973>>.

³⁵Budiarta et al.

³⁶Budiarta et al.

2. Ilustrasi

Secara etimologi istilah "ilustrasi" berasal dari bahasa Inggris "illustration dengan bentuk kata kerja "*to illustrate*", yang pada gilirannya berasal dari bahasa Latin "Illustrare" yang berarti "membuat terang", Kata ini juga dapat diartikan sebagai pengiring atau pendukung yang membantuproses pemahaman terhadap suatu objek, Oleh karena itu, istilah ilustrasi memiliki aplikasi yang luas di berbagai bidang.³⁷ Demikian pula, dalam seni Visual, gambar ilustrasi berarti gambar yang berfungsi menghias dan membantu pemahaman terhadap suatu teks atau konsep. Gambar ilustrasi berperan penting dalam memperjelas atau menekankan informasi yang ingin disampaikan, membuatnya lebih mudah dipahami oleh audiens. Ilustrasi adalah seni yang melibatkan pembuatan gambar, foto, atau diagram untuk mendampingi dan memperjelas sebuah teks, baik dalam bentuk cetak lisan, atau elektronik, Ilustrasi bertujuan untuk memberikan pengertian atau menyampaikan maksud tertentu secara visual. Oleh karena itu, ilustrasi yang baik harus mampu memvisualisasikan pesan atau informasi yang ingin disampaikan dengan jelas dan efektif.³⁸

Ilustrasi memiliki peran dalam penerapannya dalam komunikasi visual antara lain :³⁹

³⁷Jurnal Tugas Akhir, "PERANCANGAN BUKU ILUSTRASI SEJARAH HISTORIOGRAFI TRANSMIGRAN JAWA DI PROVINSI LAMPUNG," 2022.

³⁸Megawati susanti.

³⁹Dian Lestari.

a. Sarana Informasi

Ilustrasi berfungsi sebagai media penyalur informasi dalam berbagai media, karena pesan akan lebih mudah dipahami ketika disampaikan secara visual. Dalam beberapa kasus, ilustrasi juga mampu mengkonstruksi dan merepresentasikan kejadian penting dalam kehidupan manusia.

b. Sarana Opini

Dalam dunia editorial, ilustrasi menjadi sarana yang digunakan untuk menyalurkan berbagai macam opini. Opini dari penulis editorial membantu menyusun dan mengatur ilustrasi agar lebih mudah dimengerti, meskipun ilustrasi itu sendiri tidak termasuk dalam bagian opini tersebut.

c. Sarana Bercerita

Ilustrasi sangat membantu dalam situasi tertentu, terutama dalam memberikan pemahaman kepada anak usia balita yang belum bisa membaca. Salah satu kelebihan ilustrasi adalah kemampuannya untuk menyampaikan pesan dengan jelas, sehingga membantu mencapai tujuan komunikasi yang diinginkan.

d. Sarana Persuasi

Peran ilustrasi dalam sarana persuasi tidak bisa dianggap remeh, khususnya dalam dunia periklanan komersial. Ilustrasi digunakan sebagai bagian dari kampanye produk untuk membangun kesadaran merek dari

sebuah barang atau perusahaan, membuat pesan lebih menarik dan mempengaruhi audiens secara efektif.

e. Sarana Identitas

Ilustrasi digunakan untuk mengenalkan produk atau perusahaan kepada publik. Selain itu, ilustrasi juga berperan sebagai representasi visual dari visi, misi, dan budaya perusahaan. Dengan menggunakan ilustrasi yang sesuai, perusahaan dapat membangun identitas yang kuat dan mudah dikenali oleh audiens, serta mengkomunikasikan nilai-nilai dan tujuan perusahaan secara visual.

f. Sarana Desain

Ilustrasi menjadi fondasi dalam proses desain produk dan komunikasi visual lainnya. Keterkaitan erat antara desain dan ilustrasi terletak pada kemampuan keduanya dalam membentuk konsep visual. Ilustrasi membantu dalam memvisualisasikan ide-ide desain, membantu desainer untuk mengembangkan dan mengkomunikasikan konsep produk secara lebih efektif kepada audiens. Dengan demikian, ilustrasi bukan hanya menjadi elemen dekoratif, tetapi juga merupakan elemen penting dalam proses desain yang memengaruhi pemahaman visual produk atau pesan yang disampaikan.

3. Warna (*Colour*)

Warna merupakan satu unsur yang menciptakan citra yang sangat penting untuk identitas suatu design. Jadi warna merupakan salah satu elemen yang dapat menarik perhatian, meningkatkan, menggambarkan citra

sebuah perusahaan, dan lainnya. Maka dari itu warna merupakan elemen penting dalam objek desain. Dalam penggunaan warna kita perlu memperhatikan apa yang ingin kita capai dalam desain yang dimaksud seperti kesan yang ingin kita bangun dalam desain tersebut. Berikut beberapa jenis-jenis warna yang ada di dalam desain:⁴⁰

Warna secara umum dapat dikelompokkan menjadi empat kategori, yaitu warna netral, warna kontras, warna dingin, dan warna panas. Berikut penjelasannya:⁴¹

a. Warna Netral

Warna netral adalah warna-warna yang tidak memiliki kemurnian warna tertentu. Warna ini bukan merupakan warna primer maupun sekunder, melainkan hasil percampuran ketiga komponen warna dalam komposisi yang berbeda. Contoh warna netral meliputi kombinasi dari kuning hijau, merah jingga, dan biru ungu. Warna netral sering digunakan dalam desain untuk memberikan kesan tenang dan seimbang.

b. Warna Kontras

Warna kontras adalah warna-warna yang terkesan berlawanan satu sama lain. Warna kontras dapat diperoleh dari warna-warna yang saling berlawanan pada roda warna, baik dari kelompok warna primer maupun

⁴⁰Diandra Zhafira dan Ryan Sheehan Nababan, "Analisis Warna Dalam Infografis," *Tuturrupa*, 3.2 (2021), 29 <<https://doi.org/10.24167/tr.v3i2.3158>>.

⁴¹I Damyantie, R Pertiwi, dan Oktian Nugroho Fajar, "Peningkatan Pengetahuan Masyarakat Tentang Pemilihan Warna Pada Pendekatan Steam Ditinjau Dari Psikologi Desain," ... *Nasional&Call*....2021,58–63 <<https://prosiding.esaunggul.ac.id/index.php/SEMNASLPPM/article/view/86>>.

sekunder. Selain itu, kontras warna juga bisa dibentuk dengan mengolah kemurnian warna atau memutar lingkaran warna. Contoh warna kontras termasuk kombinasi kuning dengan ungu, biru dengan jingga, dan merah dengan hijau. Warna kontras digunakan untuk menarik perhatian dan menciptakan fokus dalam desain.

c. Warna Dingin

Warna dingin mencakup kelompok warna dalam rentang setengah lingkaran pada roda warna, mulai dari hijau hingga ungu. Warna-warna ini memberikan kesan sejuk dan menenangkan, sering digunakan untuk menciptakan suasana tenang dan rileks dalam desain. Contoh warna dingin meliputi berbagai nuansa hijau, biru, dan ungu.

d. Warna Panas

Warna panas mencakup kelompok warna dalam rentang setengah lingkaran pada roda warna, mulai dari merah hingga kuning. Warna-warna ini memberikan kesan hangat dan energik, sering digunakan untuk menarik perhatian dan memberikan kesan semangat dalam desain. Contoh warna panas meliputi berbagai nuansa merah, jingga, dan kuning.

Pada setiap warna memiliki keterkaitan emosional maka dari itu warna mempunyai arti warna yang berbeda-beda, yang berdasarkan lingkup universal:⁴²

⁴²Dian Lestari.

a. Warna Merah

Warna merah merupakan warna yang paling emosional erotis dan cenderung ekstrim. Menyimbolkan agresivitas, gairah, kekuatan, vitalitas, keberanian, semangat dan percaya diri.

b. Warna Pink

Warna pink merupakan warna yang banyak wanita warna ini menyiratkan sesuatu feminim. yang lembut dan menenangkan, cinta, dan kasih sayang.

c. Warna Biru

Warna biru merupakan warna yang tidak bisa lepas dari elemen langit, air, dan udara, berasosiasi dengan alam, melambangkan keharmonisan, memberi kesan lapang, kesetiaan, ketenangan, sensitif, kepercayaan.

d. Warna Kuning

Warna kuning merupakan warna yang akan meningkatkan konsentrasi, warna ini menyimbolkan warna persahabatan, optimisme, santai, gembira, harapan, toleran, menonjol, eksentrik.

e. Warna Hijau

Hijau merupakan warna yang melambangkan alam, kehidupan, dan simbol fertilitas, sehat, natural.

f. Warna Orange

Warna oranye merupakan warna yang melambangkan sosialisasi, keceriaan, segar, semangat, keseimbangan, dan energi.

g. Warna Ungu

Warna ungu merupakan warna yang memberi kesan spiritual yang magis, mistis, misterius, dan mampu menarik perhatian, kekayaan, dan kebangsawanan.

h. Warna Coklat

Warna coklat merupakan warna yang netral yang natural, hangat, membumi dan stabil, menghadirkan kenyamanan, memberi kesan anggun, kesejahteraan, dan elegan.

i. Warna Abu-Abu

Warna abu-abu merupakan warna yang melambangkan kesederhanaan, intelek, futuristik, millennium.

E. Infografis Dalam Akun Instagram

Infografis merupakan karya yang mengkombinasikan bentuk grafik dan informasi serta memiliki makna yang disampaikan, infografis juga berarti sebagai media informasi yang berbentuk pesan teks, yang dipadukan dengan elemen visual seperti gambar, ilustrasi, tipografi dan grafik. Dengan penambahan beberapa grafik dan angka serta ilustrasi membuat konten berkembang pesat dalam media masa setelah mengkombinasikan berita kedalam bentuk visual. Infografis merupakan gabungan dari kata *Information* dan *Graphics* yang berarti sebuah informasi yang dikemas dalam bentuk grafis, sehingga informasi bisa dengan mudah dan cepat untuk dipahami, karena kemampuannya menjelaskan cerita yang tidak dapat dijelaskan oleh teks dan foto

dehingga sangat efektif memudahkan pembaca memahami sebuah konten informasi tanpa harus kesulitan menganalisa sebuah teks.⁴³ Namun terkadang ada juga dari beberapa unsur gambar di dalam infografis mudah sekali terjadi salah penafsiran dan rentan ditafsirkan dengan makna yang berbeda dari pemahaman pembuatnya. Maka dari itu, dalam infografis harus disediakan teks singkat berupa caption agar pembaca paham.

Adapun berbagai jenis infografis menurut Mayank Yuvaraj. Yakni tergantung pada cara informasi tersebut harus dikomunikasikan diantara para pengguna,⁴⁴ yaitu:

a. Mixed Charts

Dalam *mixed charts*, sebuah gambar dicampur dengan format diagram untuk menggambarkan suatu informasi. Mixed charts ini biasanya digunakan untuk laporan dan perpustakaan statistik.

b. Informational/list

Dalam *informational/listi*, teks digunakan untuk menyampaikan informasi menggambar dengan skema warna yang atraktif serta ikon-ikon yang menarik. Secara keseluruhan, teks atau kata-kata tersebut mendorong pesan ke pembaca.

⁴³Puan Samisara Pohan, *Infografis Sebagai Bentuk Pengemasan Berita Era Jurnalisme Online (Analisis Infografis Tirto . Id)*, 2020.

⁴⁴Pohan.

c. Timeline

Untuk menunjukkan bagaimana sesuatu hal telah berkembang seiring berjalannya waktu. Jenis infografis ini biasanya menceritakan sebuah urutan kisah dan dapat menjadi poin-poin dalam menjembatani peristiwa menjadi bentuk kronologis yang runtut.

d. How-to

Ketika suatu proses atau langkah-langkah memang hardigambarkan dengan infografis.

e. Process

Hampir sama dengan jenis “how-to” tetapi jenis ini khusus pada deskripsi suatu proses atau biasa juga disebut diagram alur atau decision-tree.

f. Comparison

Infografis ini biasanya digunakan untuk perbandingan antara dua produk, tokoh, ide, hal-hal, acara atau tempat.

g. Location

Mengkomunikasikan trend di seluruh wilayah secara visual, baik lokal, nasional atau global.

h. Fotografi infografis

merupakan kombinasi antara gambar dengan elemen grafik seperti bagan, ikon atau teks. Infografis jenis ini harus memiliki gambar dengan kualitas yang tinggi, serta estetis atau eye catching.

i. Hierarchical

Bagan jenis ini mengatur informasi menurut tingkatannya. Seperti tingkat kepeningan, tingkat kesulitan, tingkat penghasilan, dan lain-lain.

F. Informasi Media Digital

Perkembangan teknologi digital didukung oleh kekuatan Internet telah membawa banyak sekali perubahan yang luar biasa, termasuk bidang komunikasi. Media adalah tempat, saluran yang dilintasi oleh pesan atau simbol yang dapat disalurkan melalui media massa, baik secara tertulis, komunikasi massa cetak, maupun komunikasi massa elektronik. Perkembangan di bidang komunikasi berteknologi digital telah menciptakan berbagai jenis media komunikasi, Literasi digital merujuk pada adanya upaya mengenal, mencari, memahami, menilai dan menganalisis serta menggunakan teknologi digital.⁴⁵

Literasi digital merupakan ketertarikan, sikap dan kemampuan individu dalam menggunakan teknologi digital dan alat komunikasi untuk mengakses, mengelola, mengintegrasikan, menganalisis dan mengevaluasi informasi, membangun pengetahuan baru, membuat dan berkomunikasi dengan orang lain agar dapat berpartisipasi secara efektif dalam masyarakat.

Sistem komunikasi digital dalam bentuk media sosial merupakan sebuah cara berkomunikasi yang sangat berbeda dengan sistem komunikasi analog atau sistem komunikasi konvensional. Pesan digital yang dapat dengan mudah

⁴⁵Febi Afriani dan Alia Azmi, "Penerapan Etika Komunikasi di Media Sosial," *Journal of Civic Education*, 3.3 (2020), 331–38 <<https://doi.org/10.24036/jce.v3i3.372>>.

dibentuk, dikemas dan disajikan, dan dengan daya tarik yang tinggi, telah mampu menciptakan reaksi yang luar biasa.⁴⁶

1. Media Digital

Perkembangan teknologi informasi teknologi digital yang mengalami perubahan dan perkembangan yang sangat pesat di dunia sehingga mampu menimbulkan perubahan atau transformasi dari masyarakat dunia yang mulai beralih dan memanfaatkannya dalam berbagai kegiatan pribadi maupun sosial. Teknologi Digital adalah sebuah teknologi informasi yang lebih mengutamakan kegiatan dilakukan secara komputer/digital dibandingkan menggunakan tenaga manusia.⁴⁷

Konvergensi jaringan adalah efisiensi dan efektifitas jaringan komunikasi yang dapat digunakan seperti telepon, video dan komunikasi baik di rumah maupun pada perusahaan. Semakin tingginya kebutuhan konvergensi jaringan ini maka teknologi akan berubah mengarah ke kebutuhan tersebut. Digital transformation atau transformasi digital adalah sebuah perubahan cara penanganan sebuah pekerjaan dengan menggunakan teknologi informasi untuk mendapatkan efisiensi dan efektifitas.⁴⁸

Perubahan ini membawa dampak positif maupun negatif bagi setiap individu maupun perusahaan yang berkaitan dengan proses bisnis tersebut.

⁴⁶Afriani dan Azmi.

⁴⁷Gushevinalti Gushevinalti, Panji Suminar, dan Heri Sunaryanto, "Transformasi Karakteristik Komunikasi Di Era Konvergensi Media," *Bricolage: Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 6.01 (2020), 083 <<https://doi.org/10.30813/bricolage.v6i01.2069>>.

⁴⁸Gushevinalti, Suminar, dan Sunaryanto.

Dalam bisnis dengan transformasi digital, memberikan kemudahan para pelanggan untuk memesan produk atau melakukan pemesanan tentang berbagai hal lainnya dengan mudah.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Metode penelitian ini dapat digunakan untuk mengungkapkan dan memahami sesuatu dibalik suatu fenomena yang belum diketahui, dari isi data yang di analisis. Penelitian kualitatif adalah sebuah pendekatan yang digunakan untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang diberikan oleh individu atau kelompok terhadap suatu masalah sosial atau manusia. Pendekatan ini bertujuan untuk menggali pemahaman yang lebih mendalam tentang pengalaman, perspektif, dan konteks yang mempengaruhi perilaku dan sikap manusia.⁴⁹

Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan alasan bahwa dalam hal ini peneliti berusaha ingin analisis elemen komunikasi visual yang terkandung, dari analisis semiotika media digital pada akun Instagram @pinterpolitik. Objek penelitian merupakan suatu atribut atau sifat nilai dari orang, objek, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. penelitian ini, objek penelitiannya adalah beberapa infografis yang terdapat tampilan makna yang dapat di analisis elemennya yang berhubungan dengan *Icon*, *Indeks* dan *symbol*. seperti model Analisis semiotik dari Charles Sanders Peirce, serta pesan yang terkandung di dalam beberapa infografis yang terdapat dalam

⁴⁹Evi Nasution, *Metodologi Penelitian*, 2024.

postingan yang ada di akun instagram @pinterpolitik pada bulan Maret hingga April 2024.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada akun Instagram @pinterpolitik dengan jangka waktu 2 bulan, pada bulan Maret- April 2024. dengan memilih 2 postingan infografis di bulan maret dan 1 postingan di bulan April dengan like terbanyak dari setiap bulannya.

C. Subjek Penelitian

Subjek penelitian dari penelitian ini adalah media sosial pada akun instagram @pinterpolitik. Sedangkan yang menjadi objek infografis elemen komunikasi visual pada akun @pinterpolitik. dengan jumlah postingan 11.485 Ribu dan 567 Ribu jumpah pengikut.

D. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian merupakan subjek yang menyediakan data dalam penelitian atau dari siapa dan dimana data penelitian itu didapatkan. Menurut Wahidmurni, sumber data mengacu pada asal data yang dikumpulkan oleh peneliti. Untuk menjawab pertanyaan penelitian, dibutuhkan sumber data yang tepat, yang bisa berasal langsung dari orang yang mengalami peristiwa tersebut atau dari sumber lainnya. Jenis data yang dikumpulkan, apakah itu data primer atau sekunder, sangat bergantung pada kebutuhan dan kecukupan data

yang diperlukan untuk menjawab pertanyaan penelitian.⁵⁰ Sumber data ini akan menentukan jenis data yang diperoleh peneliti. Sumber data dalam penelitian ini terbagi atas dua yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder:

a) Data Primer

Data Primer adalah sumber data yang diperoleh langsung dilapangan penelitian dengan cara observasi. Jadi, sumber primer langsung (subjek pertama). Data ini berasal langsung dari informan inti yang memberikan informasi secara langsung di lokasi penelitian. Dengan kata lain, data primer adalah data yang didapatkan langsung dari subjek penelitian di tempat penelitian berlangsung.⁵¹ Dalam penelitian ini sumber data primernya yaitu kumpulan postingan infografis yang di unggah di akun @pinterolitik pada Maret 2024 hingga April 2024, dengan memilih 2 postingan di bulan maret dan 1 postingan di bulan April dengan like terbanyak dari setiap bulannya.

b) Data Sekunder

Data Sekunder merupakan data tertulis hasil karya pustaka yang bertujuan memperoleh teori yang relevan dengan penelitian, baik yang bersumber dari karya tulis ilmiah dari beberapa skripsi dan buku seperti buku yang berkaitan dengan komunikasi visual, Data sekunder juga merupakan data yang tidak diperoleh secara langsung oleh peneliti, melainkan diambil dari sumber yang sudah ada.⁵² Data sekunder berfungsi sebagai pelengkap

⁵⁰Dita febrianty, Melisa verolyna, “Dimensi Self-Disclosure Remaja Putri Pada Media Sosial Facebook Di Dusun II Desa Bengko Kecamatan Sindang Dataran” (IAIN Curup, 2023).

⁵¹febrianty, Melisa verolyna.

⁵²febrianty, Melisa verolyna.

untuk data primer dan media digital lainnya yang berhubungan dengan judul penelitian ini.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah metode yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data. Metode ini menunjuk suatu kata yang abstrak dan tidak diwujudkan dalam benda tetapi hanya dapat dilihat penggunaannya melalui observasi. Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu:

1) Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan data, pengumpul data dan juga mengamati secara visual gejala yang analisis pedalam bentuk catatan untuk validitas data tergantung pada keterampilan pengamat. Peneliti melakukan observasi atau mengamati infografis pada akun Instagram @pinterpolitik dengan waktu 2 bulan pada bulan Maret- April 2024, dengan masing-masing terdapat 2 postingan pada bulan maret dan 1 postingan pada bulan april. Objek infografis yang dipilih sebagai penelitian merupakan infografis dengan *like* dan komentar terbanyak, serta memiliki tampilan yang menarik.

2) Dokumentasi

Dokumentasi adalah sebuah teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui pengumpulan data berupa komunikasi visual dan infografis yang dipublikasi @pinterpolitik selama bulan januari 2024.

F. Teknik Analisis Data

Informasi yang akurat dan relevan sangat penting dalam proses pengambilan keputusan, terutama ketika menghadapi masalah yang kompleks. Informasi yang berguna dapat dijadikan sebagai dasar untuk pengambilan keputusan yang efektif dan efisien. Mudjiarahardjo menjelaskan bahwa analisis data adalah suatu proses di mana data disusun, diatur, dikelompokkan, diberi kode atau tanda, dan dikategorikan untuk mencapai temuan yang didasarkan pada fokus atau masalah yang ingin dijawab. Proses analisis data ini melibatkan beberapa langkah penting, yaitu pengumpulan data, penyusunan data, pengelompokan data, pemberian kode atau tanda, dan kategorisasi data. Setelah data dianalisis, temuan yang dihasilkan dapat digunakan sebagai dasar untuk pengambilan keputusan.⁵³ Analisis data adalah alat yang sangat penting dalam proses pengambilan keputusan. Dalam penelitian kualitatif, kualitas riset sangat tergantung pada kualitas dan kelengkapannya yang dihasilkan. Teknik analisis data pada penelitian ini untuk menggali secara mendalam serta memperoleh gambaran yang nyata tentang elemen yang ditampilkan oleh akun @pinterpolitik pemahaman dan penilaian dari perspektif. Sehingga dalam teknik pengumpulan data peneliti menggunakan :

a. Reduksi

Setelah pengumpulan data, langkah selanjutnya adalah melakukan reduksi data. Proses ini bertujuan untuk memilih data yang relevan dan

⁵³V. Wiratna Sujarweni, *Penelitian-Bisnis & Ekonomi*, Pustakas B (Yogyakarta: Pustakas Baru Pers, 2021).

bermakna, serta berfokus pada data yang dapat memecahkan masalah, menemukan jawaban, atau menjelaskan pertanyaan penelitian. Data tersebut kemudian disederhanakan dan diatur secara sistematis untuk mendeskripsikan isi penting dan signifikansi hasil penelitian. Selama proses reduksi data, hanya data yang relevan dengan pertanyaan penelitian yang dipertahankan. Data yang tidak relevan akan dibuang. Dengan kata lain, reduksi data digunakan untuk menganalisis, menajamkan, memilah, menyalurkan, dan mengeliminasi informasi yang tidak penting, serta mengorganisasikan data dengan cara yang memudahkan peneliti dalam menarik kesimpulan. Proses ini membantu peneliti untuk lebih fokus pada inti dari temuan penelitian, memastikan bahwa hanya informasi yang signifikan yang dipertimbangkan, sehingga kesimpulan yang ditarik lebih akurat dan dapat diandalkan.

b. Penyajian Data

Penyajian data dapat berupa berupa teks, gambar, infografis, tabel, dll. Tujuan penyajian data adalah menggabungkan informasi sehingga dapat menggambarkan apa yang terjadi. Dalam hal ini, agar peneliti dapat menangkap informasi dari keseluruhan atau sebagian hasil penelitian tanpa kesulitan, peneliti harus membuat narasi, untuk memudahkan dalam menangkap informasi atau data. Dengan demikian, peneliti dapat menjaga kontrol terhadap data dan tidak terjebak dalam kesimpulan tentang informasi yang membosankan. Hal ini dilakukan karena data yang tersebar dan tidak terstruktur dengan baik dapat mempengaruhi peneliti untuk bertindak

ceroboh dan menarik kesimpulan yang bias dan tidak berdasar. Penyajian data harus dilaksanakan sebagai bagian dari analisis data.

c. Kesimpulan / *Verifikasi*

Langkah selanjutnya dari model ini adalah penarikan kesimpulan. Kesimpulan adalah penggambaran secara utuh dari objek yang diteliti. Proses penarikan kesimpulan berdasarkan penggabungan informasi yang telah disusun dalam penyajian data. Dengan demikian, analisis peneliti harus memungkinkan untuk mulai mengembangkan kesimpulan tentang penelitian tentang elemen yang di tampilkan oleh akun @pinterpolitik. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif merupakan temuan baru yang sebelumnya belum jelas menjadi jelas. Kesimpulan awal kemudian dapat diverifikasi, dan keabsahannya diperiksa melalui referensi catatan lapangan yang ada atau pengumpulan data lebih lanjut.

G. Keabsahan Data

Keabsahan data dapat dicapai melalui proses pengumpulan data dengan teknik triangulasi data. Norman K. Denzin mendefinisikan triangulasi sebagai kombinasi atau gabungan berbagai metode yang digunakan untuk mengkaji fenomena yang saling terkait dari sudut pandang dan perspektif yang berbeda. Triangulasi melibatkan penggunaan beberapa pendekatan dalam pengumpulan dan analisis data untuk memastikan bahwa hasil penelitian lebih komprehensif dan valid. Dengan menggunakan berbagai metode seperti observasi, dan analisis dokumen, peneliti dapat mendapatkan gambaran yang lebih lengkap dan akurat

tentang fenomena yang diteliti.⁵⁴ Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi konsistensi atau perbedaan dalam data yang dikumpulkan, sehingga dapat mengurangi bias dan meningkatkan kepercayaan terhadap temuan penelitian. Dengan melihat fenomena dari berbagai sudut pandang, triangulasi membantu mengungkap aspek-aspek yang mungkin terlewat jika hanya menggunakan satu metode saja.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan triangulasi teori untuk mengecek keabsahan data. Triangulasi teori dilakukan untuk dapat meningkatkan kedalaman pemahaman peneliti harus mampu menggali pengetahuan teoretis secara mendalam berdasarkan hasil analisis data yang telah diperoleh. Tahap ini diakui sebagai yang paling sulit karena peneliti harus memiliki keahlian yang mendalam ketika membandingkan temuannya dengan perspektif tertentu. Objek dalam penelitian ini adalah elemen yang di tampilkan oleh akun @pinterpolitik, dengan begitu peneliti dapat memastikan bahwa data yang dikumpulkan konsisten dan dapat dipercaya, meningkatkan validitas hasil penelitian.

⁵⁴Dedi Susanto, Risnita, dan M. Syahrani Jailani, "Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Dalam Penelitian Ilmiah," *Jurnal QOSIM: Jurnal Pendidikan, Sosial & Humaniora*, 1.1 (2023), 53–61 <<https://doi.org/10.61104/jq.v1i1.60>>.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Umum Komunikasi Visual pada Akun Instagram @pinterpolitik

1. Profil Instagram @pinterpolitik

Gambar 4.1 logo Instagram @pinterpolitik



Sumber: Instagram @pinterpolitik

Akun instagram @pinterpolitik merupakan akun dari media berita atau portal berita yang berdiri sejak tahun 2016 dengan *followers* mencapai 567 ribu dan 11.485 ribu jumlah postingan, yang terkemas dalam komunikasi visual. Wim Tangkilisan yang merupakan *Founder and Chief Editor* @pinterpolitik. Wim menciptakan portal berita dengan konten berkualitas serta kreatif bagi pembaca. Dalam mewujudkannya, keduanya dibantu tim penulis, desainer grafis, serta videografer terbaik dengan kreativitas serta inovasi tinggi. Dalam menciptakan konten-kontennya, @pinterpolitik memiliki ciri khas tersendiri yang unik dan berbeda dengan portal berita lain.⁵⁵

⁵⁵“Pinter Politik.”

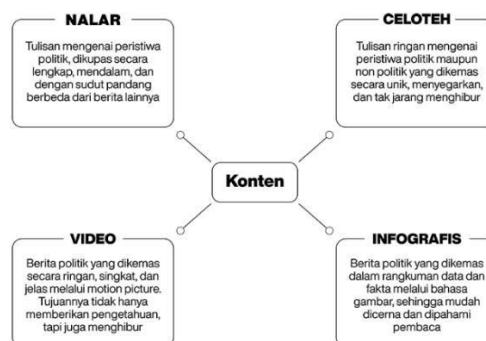
Gambar 4.2 Akun instagram @pinterpolitik



Sumber: Instagram @pinterpolitik, (Tahun 2023)

Penulisan infografis, serta video yang dihadirkan tidak semata memaparkan peristiwa seperti portal berita lainnya, namun dikemas lebih mendalam dengan berbagai sudut pandang. @pinterpolitik hadir bagi siapa saja yang tertarik untuk memahami apa yang tersembunyi di setiap peristiwa politik di Indonesia. Berani menerima informasi yang dibentuk dengan sudut pandang kritis dan tidak mainstream, sehingga pembaca mendapatkan wawasan politik yang berbeda.

Gambar 4.3 Bentuk konten pada akun @pinterpolitik



Sumber: Instagram @pinterpolitik

Terdapat beberapa konten yang dimiliki oleh @pinterpolitik yaitu: *In Depth* berisikan tulisan mengenai peristiwa politik yang dibahas secara lengkap, mendalam dan sudut pandang yang berbeda. *Celoteh* berisi tulisan ringan yang membahas mengenai peristiwa politik maupun non politik dikemas menyenangkan dan menghibur. Video berisi berita politik yang dikemas secara singkat, ringan dan jelas melalui motion picture. Infografis dirangkum dalam data dan fakta melalui visual sehingga mudah dicerna dan dipahami pembaca.⁵⁶

@pinterpolitik memiliki visi menciptakan konten jurnalistik yang berkualitas, kreatif, dan edukatif. @pinterpolitik hadir sebagai media alternatif yang mampu mengupas berita politik dengan sudut pandang berbeda, tajam, lengkap, dan dapat dipertanggungjawabkan sesuai dengan nilai kode etik jurnalistik.

@pinterpolitik memiliki misi mencerdaskan pembaca dengan konten-konten yang unik dan kreatif, serta memiliki sudut pandang berbeda dengan portal berita mainstream lainnya. Melalui penyajian yang lengkap namun mudah dicerna, @pinterpolitik bertujuan memberikan pengetahuan dan wawasan lebih bagi pembaca.⁵⁷

⁵⁶ “Pinter Politik.”

⁵⁷ “Pinter Politik.”

2. Susunan Tim @pinterpolitik

4.1 Tabel Susunan Tim @pinterpolitik

| No | Nama | Jabatan |
|-----|---|--|
| 1. | Wim Tangkilisan | Pemimpin Redaksi / Penanggung Jawab |
| 2. | Stephanie Tangkilisan | Pendiri / Editor at Large |
| 3. | Arful | Sekretaris Redaksi |
| 4. | Alfin Zulfikar Rizky Jasuma Fadholi | Asisten Redaksi |
| 5. | Krisantus Tobias Ghena Ona Dwi Aditya Priambodo | Redaktur Senior |
| 6. | Krisantus Tobias Ghena Ona Alfin Zulfikar Rizky Mohammed Dean Syahreza Jasuma Fadholi Suherwinto | Nalar |
| 8. | Wim Tangkilisan | Foreign Relation |
| 9. | Dwi Aditya Priambodo Catharina Miranda Bayu Adjie Putra Evander Arther Lesnussa Muhammad Fitra Pratama Renata Carnitia | Visual, grafis & video |
| 10. | Winrow Veritas Law Firm | Legal Advisor |
| 11. | Muhamad Ihsan | IT Division Head |
| 12. | Rihana Maulia | Asisten Production |
| 13. | Arful Decky Gustawan | Social Media & Marketing |
| 14. | Tobias Ghena Ona | Social Media & Marketing |

| | | |
|-----|-------------------------|---------------------------------------|
| | | Penelitian dan Pengembangan (LitBang) |
| 15. | PT. Media Pintar Kreasi | Penerbit |

Sumber: Website Pinterpolitik.com

B. Hasil Penelitian

Pada bab hasil dan pembahasan ini peneliti akan menguraikan dari proses menganalisis data dan hasil dari penelitian yang dilakukan tentang interpretasi pesan komunikasi visual media digital pada akun Instagram @pinterpolitik. Komunikasi visual yang saya akan teliti yaitu beberapa infografis yang terdapat pada akun instagram @pinterpolitik. Penelitian ini menggunakan analisis semiotika Charles Sanders Peirce penelitian ini yang menggunakan *Icon*, *Indeks* dan *symbol* yaitu hal-hal yang dapat langsung ditangkap oleh panca indera kita, sebagai contoh adalah dari tampilan visualnya, kemudian menggunakan *symbol* yang didasarkan pada aturan atau kesepakatan yang telah disepakati bersama. Simbol hanya dapat dipahami jika seseorang sudah mengetahui arti yang telah disepakati sebelumnya infografis tersebut.

4.2 Tabel Data Periode Posting Instagram Pinterpolitik Maret 2024 - April 2024.2

| NO | Bulan | Pola |
|----|------------|--|
| 1. | Maret 2024 | Tercatat ada 294 postingan, yang di antaranya 192 postingan infografis, dan 102 postingan vidio. |
| 2. | April 2024 | Tercatat ada 279 postingan, yang di antaranya 180 postingan infografis, dan 99 postingan vidio. |

Sumber: Instagram @pinterpolitik

Berdasarkan tabel pola postingan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa akun Instagram @pinterpolitik dimulai dari periode postingan bulan Maret hingga April tahun 2024 terdapat 372 postingan infografis dari 573 postingan Instagram. Pembahasan pada penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan dokumentasi. Peneliti memfokuskan objek penelitiannya kepada 3 postingan yang di unggah pada akun Instagram @pinterpolitik dari bulan maret hingga april 2024, dengan masing-masing terdapat 2 postingan pada bulan maret dan 1 postingan pada bulan april.

Objek infografis yang dipilih sebagai penelitian merupakan infografis dengan *like* dan komentar terbanyak, serta memiliki tampilan yang menarik. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini ialah analisis semiotika Charles Sanders Peirce yang dimana menggunakan *Icon* , *Indeks* dan *symbol* yaitu hal-hal yang dapat langsung ditangkap oleh panca indera kita, sebagai contoh adalah dari tampilan visualnya, kemudian menggunakan *symbol* yang didasarkan pada aturan atau kesepakatan yang telah disepakati yang diterima oleh *viewers* dari makna yang diciptakan oleh @pinterpolitik.

Berikut merupakan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis dari akun Instagram @pinterpolitik:

1. Bentuk Infografis dan Elemen Pada Akun Instagram @pinterpolitik

a. Infografis dengan judul rekapitulasi selesai! prabowo-gibran juara pilpres


Gambar 4.4 Infografis pada akun @pinterpolitik



Sumber: Instagram @pinterpolitik

Postingan berjudul Rekapitulasi Selesai Prabowo-Gibran Juara Pilpres diposting pada tanggal 20 Maret 2024. dan merupakan postingan dengan like dan komentar terbanyak dalam periode bulan maret 2024. Elemen desain komunikasi visual yang terdapat dalam infografis ini akan di teliti menggunakan analisis Charles Sanders Peirce sebagai berikut:


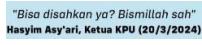

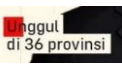
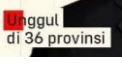


4.3 Tabel Penelitian pada Infogrphis “Rekapitulasi Selesai! Prabowo-Gibran Juara Pilpres”







| No | Model Semiotika Carles Sander Pierce | |
|----|--------------------------------------|---|
| 1. | Sign |  |
| 2. | Object | <ol style="list-style-type: none"> 1. Kemenangan Pilpres: Informasi mengenai kemenangan Prabowo-Gibran berdasarkan hasil rekapitulasi Pilpres 2024. 2. Detail suara: Jumlah suara yang diraih oleh setiap pasangan calon presiden dan wakil presiden |
| 3. | Interpretant | <ol style="list-style-type: none"> 1. Makna dari infografis: Penonton menginterpretasikan informasi yang diberikan, yaitu bahwa Prabowo-Gibran telah memenangkan Pilpres 2024 dengan rincian suara yang diperoleh. 2. Konotasi: Penilaian bahwa kemenangan ini adalah hasil yang signifikan dan berdampak pada politik Indonesia. |




Klasifikasi Tanda :

- a. *Ikon* yaitu gambar ilustrasi Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming yang menyerupai wajah mereka secara visual.
- b. *Indeks* yang merupakan teks yang menggunakan font *sans serif* serta menjelaskan jumlah suara dan kemenangan di 36 provinsi yang mengindikasikan keberhasilan mereka dalam Pilpres. Tanggal dan kutipan dari Ketua KPU yang menunjukkan waktu terjadinya peristiwa ini.
- c. *Simbol* yaitu nama Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming serta nama calon lain yang dipahami berdasarkan konvensi sosial dan politik. Kata-kata seperti "rekapitulasi selesai" dan "juara Pilpres" yang memiliki makna yang dipahami oleh masyarakat umum.

4.4 Tabel Elemen pada Infografis “Rekapitulasi Selesai! Prabowo-Gibran Juara Pilpres”

| Sign | Tifografi | Interpretan |
|--|---|--|
|        | <p><i>-Headline</i> “rekapitulasi selesai! Prabowo-Gibran juara pilpres”</p> <p>-Terdapa tulisan “hak cipta milik pinterpolitik segala bentuk pelagiat bisa di tindak”</p> <p>-Tulisan “KPU rampungkan rekapitulasi pilpres 2024 di 38 provinsi” yang terletak di sisi kiri bagian tengah</p> <p>-Tulisan “Prabowo-Gibran raih 96.303.691 suara terletak di sisi kiri bagian tengah</p> <p>-Tulisan “Unggul di 36 provonsi “ terletak disisi kiri di bagian bawah poin Prabowo-Gibran</p> <p>-Tulisan “Anies-Mohaimin 40.971726 suara “ terletak di sisi kanan tengah</p> <p>-Tulisan“Ganjar-Mahfud 27.041.508 suara” terletak di sisi kanan tengah</p> | <p>Postingan infografis tersebut menunjukkan bahwa hasil paslon no urut 02 Prabowo-gibran memiliki poin yang unggul, sehingga infografis ini memberitahukan bahwa prabowo gibran pemenang pilpres. Didalam infografis ini terdapat rangkuman semua poin cawapres dan juga memberitahukan bahwa cawapres no urut 02 unggul di 36 provinsi sedangkan cawapres no urut 01 unggul di 2 provinsi yaitu Aceh & Sumatra barat. Tidak hanya itu terdapat pernyataan dari ketua KPU bahwa poin cawapres no 02 bisa di sahkan dan beliau mengucapkan “bismillah”. Susunan elemen dalam infografis ini membentuk hubungan dan struktur dengan poin-poin di sisi kanan kiri, ilustrasi dan</p> |

| | | |
|--|--|--|
|  <p>"Bisa disahkan ya? Bismillah sah" Hasyim Asy'ari, Ketua KPU (20/3/2024)</p> <p>  burabojkr.com  burabojkrpqr.com  burabojkr  burabojkr Grup: CINI Indonesia Detik: iurp.com pspjdi grup grup grup grup grup - WA </p> | <p>- Tulisan “Anies-Mohaimin unggul di provinsi sumatra barat dan aceh “</p> <p>- Tulisan “Bisah di sahkan ya? Bismillah sah” Hasyim asy’ari, Ketua KPU (20-3-2024)” terletak di bagian dibawah ilustrasi Prabowo-Gibran</p> <p>-Tulisan “Berbagai sumber :CNN Indonesia, Detik, Inilah.com, berbagai sumber gambar :Berbagai Sumber - A43-S91” Terletak di bagian bawah</p> <p>-Terdapat nama flatporm Website:Pinterpolitik.com Facebook: pinterpolitikdotcom X: Pinterpolitik” Terletak di bagian Paling bawah.</p> | <p>pernyataan dari ketua KPU. Infografis ini terdapat sumber berita . Di dalam frame infografis terdapat platform yang dapat mengakses pinterpolitik tidak hanya di Instagram tetapi juga bisa melalui Website, Facebook, dan X.</p> |
| <p>Sign</p> | <p>Ilustrasi</p> | <p>Interpretant</p> |
|  | <p>-Terdapat gambar Prabowo-Gibran yang terletak di tengah -Di sisi kiri atas terdapat logo yang memproduksi info grafis.</p> | <p>Ilustrasi gambar cawapres dari no urut 02 Prabowo-Gibran yang menggunakan pakaian formal tersebut,</p> |

| | | |
|--|---|--|
|  <p>Sumber: CNN Indonesia, Detik, Inlah.com, berbagai sumber, Sumber gambar: Berbagai Sumber - A43 pinterpolitik.com pinterpolitikdotcom pinterpolitik pinterpolitik</p> | <p>-Di bagian bawah terdapat logo flatform seperti website, facebook, dan X.</p> | <p>menggunakan ilustrasi editorial yang sangat mendukung visualisasi terhadap isi infografis yang mengarah atas unggulnya poin Prabowo-Gibran. Logo DU, merupakan logo yang memproduksi infografis dari @pinterpolitik. juga terdapat logo flatform seperti website, facebook, dan X agar netizen mengetahui bahwa pinterpolitik tidak hanya dapat di akses melalui instagram.</p> |
| <p>Sign</p> | <p>Warna</p> | <p>Interpretant</p> |
|  <p>REKAPITULASI SELESAI! PRABOWO-GIBRAN JUARA PILPRES</p>  | <p>- Latar belakang infografis menggunakan warna krem dan garis kotak kotak bewarna abu-abu</p> <p>-Headline warna biru tua, dan tifografi yang di bawahnya bewarna hitam.</p> <p>-Kotak merah pada rekap poin cawapres</p> <p>-Pembatas berwarna biru mudah.</p> | <p>Warna krem mendakan warna yang lembut, terdapat garis garis kreasi bewarna abu-abu, namun tidak mengahlikan pandangan pembaca. Warna biru tua pada tifografi membuat fokus karena lebih menonjol. pembaca dapat melihat rekap poin pada cawapres, dengan bantuan kotak</p> |

| | | |
|---|--|---|
| <p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">"Bisa di sahkan ya? Bismillah sah" Hasyim Asy'ari, Ketua KPU (20/3/2024)</p> | | <p>berwarna merah. Dengan adanya garis pembatas warna biru mudah juga membawa suasana tenang.</p> |
|---|--|---|

a. Tifografi

Kalimat yang terletak pada bagian tengah merupakan *headline* dari infografis yang bertuliskan “Rekapitulasi Selesai! Prabowo-Gibran Juara Pilpres” kalimat ini menggunakan karakter *sans serif* tebal (*bolt*) kapital (*uppercase*). *Sans serif* memberikan tampilan modern, dan menarik perhatian. *Sans Serif* yang berarti tanpa *serif* memiliki bentuk huruf tanpa kaki atau tanpa elemen tambahan yang ada pada *font serif*.⁵⁸ penggunaan huruf tebal (*Bolt*) dan kapital (*Uppercase*) memperkuat kesan penting dan urgensi dari informasi yang di sampaikan. ini membuat headline sangat menonjol dan mudah di lihat. Pada *subheadline* terdapat teks “KPU Rampungkan Rekapitulasi Pilpres 2024 di 38 Provinsi” teks menggunakan karakter *sans serif* reguler dengan ukuran yang lebih kecil dari *headline* tetapi tetap besar untuk keterbacaan. Ukuran yang lebih kecil menunjukkan bahwa teks tersebut merupakan informasi pendukung. Pada bagian teks sebelah kanan kiri di sekitar gambar tokoh untuk menunjukkan rincian hasil, teks tersebut menggunakan karakter *sans serif* reguler dengan ukuran medium. pada bagian kutipan “Bisah di sahkan ya? Bismillah sah” Hasyim

⁵⁸Budiarta et al.

asy'ari, Ketua KPU (20-3-2024)” menggunakan karakter *italic sans serif* yang menggunakan kutipan secara langsung yang membedakan dari teks lainnya. Infografis ini memiliki teks yang bervariasi membantu menciptakan hirarki visual sehingga membantu pembaca dari informasi yang paling penting hingga ke rincian.⁵⁹

b. Ilustrasi

Ilustrasi ditempatkan di bagian tengah, tepat di bawah headline. Karakteristik ilustrasi ini menggunakan teknik *Digital Vektor* yang memerlukan perangkat lunak seperti *Adobe Illustrator* atau *Photoshop*, karena memungkinkan untuk menciptakan efek yang realistis termasuk pencahayaan dan pengaturan warna. Proses ilustrasi pada infografis ini dimulai dengan dasar atau tracing dari foto asli kemudian menggunakan teknik layering digunakan untuk memisahkan elemen (kulit, pakaian, bayangan) sehingga mudah diatur dan disesuaikan.⁶⁰ Penggunaan teknik foto realistis dan pewarnaan yang natural memberikan kesan bahwa kedua toko ini adalah figur yang resmi. Tujuan dari ilustrasi ini juga bertujuan untuk memperkuat pesan dalam infografis yaitu hasil pemilu.

⁵⁹I Ketut Sutarwiyasa I Made Marthana Yusa, Dedit Priyono, I Gede Adi Sudi Anggara, I Nyoman Anom Fajaraditya Setiawan, I Wayan Adi Putra Yasa, Ngakan Putu Darma Yasa, Dwi Novitasari, Rizkita Ayu Mutiarani, Moh Cholisatur Rizaq, I Nyoman Jayanegara, I Nyoman Yoga Trisemarawima, *Buku Ajar Desain Komunikasi visual* (Jambi: PT.Sonpedia Publishing Indonesia, 2023).

⁶⁰Stevano Antonius dan Hendi Sama, “Studi Komparasi Bitmap Dan Vektor Terhadap Kualitas Digital Art: Case Study Deviantart Nabhan Dan Pixeljeff1995,” *Universitas Internasional Batam*, 1In contra (2020), 596–603 <<http://journal.uib.ac.id/index.php/cbssit>>.

Keterbacaan ilustrasi juga dapat membantu dengan cepat mengenali tokoh dan memahami konteks infografis.

c. Warna

Warna latar belakang menggunakan warna krem yang termasuk warna netral, Warna netral adalah warna-warna yang tidak memiliki kemurnian warna tertentu. Warna ini bukan merupakan warna primer maupun sekunder, melainkan hasil percampuran ketiga komponen warna dalam komposisi yang berbeda.⁶¹ Merupakan warna yang sering di gunakan dalam design untuk memberikan latar belakang yang tidak mencolok, sehingga elemen pada infografis dapat menonjol. krem memberikan kesan keseimbangan visual dalam sebuah komposisi. Pada bagian headline menggunakan warna biru tua yang termasuk warna dingin warna biru merupakan warna sejuk yang sering di asosiasikan dengan kepercayaan, dan ketenangan.⁶² Pada bagian headline memberikan kesan formal dan serius yang sesuai dengan topik. Pada *subheadline* terdapat warna hitam yang memberikan kontras jelas dan mudah di baca. Sedangkan teks pada detail angka menggunakan warna hitam dan merah perpaduan warna hangat dan netral, warna merah digunakan untuk menarik perhatian pada angka dan hasil yang signifikan, serta memberikan kesan urgensi. Untuk ilustrasi pada bagian warna kulit toko menggunakan warna kulit alami Dengan gradasi.

⁶¹Dian Lestari.

⁶²Damayantie, Pertiwi, dan Nugroho Fajar.

b. Infografis dengan Judul Adu Ilmu Tim Hukum di Mk


Gambar 4.5 Infografis pada akun@pinterpolitik



Sumber: Instagram resmi @Pinterpolitik

Postingan berjudul Adu Ilmu Tim Hukum Di Mk diposting pada tanggal 26 Maret 2024 dan merupakan postingan dengan like dan komentar terbanyak dalam priode bulan maret 2024. Elemen desain komunikasi visual yang terdapat dalam poster ini akan di teliti menggunakan analisis Ferdinand de Saussure sebagai berikut:

4.5 Tabel Penelitian pada Infogrffis Adu Ilmu Tim Hukum di Mk



| No | Model Semiotika Carles Sander Pierce | |
|----|--------------------------------------|--|
| 1. | Sign |  |
| 2. | Object | 1. Tokoh-tokoh dalam gambar: Para advokat dan pasangan calon presiden-wakil presiden yang terlibat dalam |

| | | |
|----|---------------------|---|
| | | <p>gugatan Pilpres di Mahkamah Konstitusi.</p> <p>2. Informasi: Informasi mengenai gugatan Pilpres dan tim hukum yang terlibat.</p> |
| 3. | Interpretant | <p>1. Makna dari infografis: Netizen menginterpretasikan informasi yang diberikan, yaitu siapa saja advokat besar yang mendukung masing-masing tim hukum dalam gugatan Pilpres di MK.</p> <p>2. Konotasi: Infografis ini juga bisa memberi konotasi tentang kekuatan hukum dan pengaruh dari masing-masing kubu politik, serta persaingan ketat di antara mereka.</p> |






Klasifikasi Tanda:

- a. *Ikon* yang merupakan gambar-gambar wajah para tokoh yang menyerupai mereka secara visual.
- b. *Indeks* yang merupakan teks yang menunjukkan nama-nama para tokoh serta pasangan calon presiden-wakil presiden mengindikasikan siapa yang terlibat dalam gugatan tersebut, serta tanggal mulainya sidang di MK yang memberikan petunjuk waktu kapan peristiwa ini akan terjadi.
- c. *Simbol* yaitu nama-nama dan gelar para tokoh (misalnya, Yusril Ihza Mahendra, Hotman Paris) yang dipahami berdasarkan konvensi sosial dan hukum.

4.6 Tabel Elemen pada Infografis Adu Ilmu Tim Hukum di Mk

| Sign | Tifografi | Interpretant |
|--|--|---|
|   | <p><i>-Headline</i> “Adu Ilmu Tim Hukum Di Mk”.</p> <p>- Terdapat tulisan “Hak cipta milik pinterpolitik</p> | <p>Postingan infografis ini ingin menunjukkan konsep atau ide bahwa akan terjadi persaingan antara tim hukum di Mahkamah Konstitusi</p> |

| | | |
|--|--|--|
|    | <p>segala bentuk pelagiat bisa di tindak”</p> <p>-Tulisan ”5 Advokad Besar yang Masing-Masing Tim Hukum untuk Gugatan Pilpres di Mk” terletak dibawah headline.</p> <p>-Di sisi kiri terdapat tulisan 1.Tim Anies-Muhaimin</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ari yusuf amir • Zainudin paru • ahmad yani • relli harun • bambang widjojoanto <p>-Tulisan dibagian tengah 2.Tim prabowo-gibran</p> <ul style="list-style-type: none"> • Yusril ihza mahendra • Otto hasibuan • Oc kaligis • Hotman paris • Hinca pandjaitan <p>-Disisi kanan terdapat tulisan 3.Tim ganjar-mahfud</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tudong mulya lubis | <p>(Mk) dalam menghadapi gugatan terkait pemilihan presiden. Sidang gugatan pilpres di Mahkamah Konstitusi yang akan dimulai 27 maret 2024. Didalam infografis ini juga memuat nama advokat yang terletak didalam grid sehingga pembaca lebih mudah memahami setiap tim advokat. Sumber referensi berita di dapatkan sehingga kita tidak ragu akan kebenaran berita tersebut. Didalam infografis ini terdapat sumber referensi berita yang dapat di percaya sehingga kita tidak ragu akan kebenaran berita tersebut. Di dalam frame infografis juga terdapat flatform yang dapat mengakses pinterpolitik tidak hanya di instagram tetapi juga bisa melalui Website, facebook, dan X.</p> |
|--|--|--|

| | | |
|---|---|--|
| <p style="text-align: center;">  Sumber: CNN Indonesia, berbagai sumber, Sumber Gambar: Berbagai Sumber - D74- S91  pinterpolitik.com  pinterpolitikdotcom  pinterpolitik  pinterpolitik </p> | <ul style="list-style-type: none"> • Henry yoso diningrat • Maqdir ismail • Ifhdal kasim • Finensius mendrola <p>-Terdapat tulisan “sidang gugatan di pilpres di mk akan di mulai 27 maret 2024” yang terletak disisi bawah grid tim capres .</p> <p>-Di bagian bawah bertuliskan “Berbagai sumber :CNN Indonesia, berbagai sumber gambar :Berbagai Sumber -D74-S91,</p> <p>-Terdapat nama flatporm Website:Pinterpoltik.com Facebook: pinterpolitikdotcom X: Pinterpolitik” Terletak di bagian Paling bawah.</p> | |
|---|---|--|

| Sign | Ilustasi | Interpretant |
|---|---|--|
|    | <p>-Terdapat grid yang berisikan foto paslon cawapres dan tim dari ketiga paslon, yang berisikan foto dari setiap advokad.</p> <p>-Di sisi kiri atas terdapat logo yang memproduksi info grafis.</p> <p>-Di bagian bawah terdapat logo platform seperti website, facebook, dan X,</p> | <p>Dengan adanya grid membuat elemen tertata rapi sehingga membantu tata letak yang konsisten dan terorganisir, serta menunjukkan hubungan antara tim dan advokat dalam satu grid yang menunjukkan keterkaitan antara paslon dan tim hukumnya. Dengan adanya grid dapat mengetahui kelompok tim hukum setiap paslon dan dengan bersamaan dapat melihat foto setiap paslon, tidak hanya itu dengan adanya foto advokat yang mempresentasikan dukungan dan menghadirkan setiap peran dari tim advokat tersebut.</p> <p>Dan terdapat logo DU, merupakan logo identitas produsen infografis dari pinterpolitik.</p> <p>- terdapat logo platform seperti website, facebook, dan X agar netizen mengetahui bahwa pinterpolitik tidak</p> |

| | | |
|---|--|---|
| | | hanya dapat di akses atau dipublikasikan melalui instagram. |
| Sign | Warna | Interpretant |
|    | <p>-Latar belakang berwarna biru</p> <p>-Tifografi pada headline berwarna putih.</p> <p>-Grid bagian atas terdapat warna putih pada latar belakang foto cawapres, latar belakang warna merah untuk tim kuasa hukum.</p> <p>-Nama paslon pada grid memiliki warna merah putih, dan tifografi nama</p> | <p>Kombinasi warna latar belakang biru tua dan tifografi warna putih seperti menandakan profesionalisme dan ketenangan serta kekuatan yang terdapat pada setiap tim kuasa hukum paslon cawapres.</p> <p>Warna putih yang terdapat pada latar belakang di dalam grid memberikan kesan netral, dan memberikan kontras pada elemen warna merah putih, tentunya warna</p> |

| | | |
|--|-----------------------------|--|
| | nama advokat bewarna putih. | merah putih pada elemen mengasosiasikan kekuatan dan gairah dan pentingnya informasi tersebut. Foto cawapres dan tim hukum advokat memberikan gambaran visual pada subjek yang di bahas dalam infografis. |
|--|-----------------------------|--|

a. Tifografi

Kalimat yang terletak pada bagian tengah merupakan *headline* dari infografis yang bertuliskan "Adu Ilmu Hukum di Mk" kalimat ini menggunakan karakter sans serif bold dengan huruf kapital sehingga menghadirkan kesan tegas, kuat, serta menarik perhatian.⁶³ Serta terdapat kreasi pada *headline* menimbulkan kesan seperti sedikit melebur karena menggunakan efek grunge atau tekstur kasar sehingga teks terlihat tergores, usang, atau tidak sempurna.⁶⁴ Pada bagian *subheadline* dengan kalimat "5 Advokat Besar yang Masing-Masing Tim Hukum untuk Gugatan Pilpres di Mk" kalimat ini menggunakan karakter sans serif yang ukurannya lebih kecil dari *headline* tetapi tetap

⁶³Budiarta et al.

⁶⁴"PERANCANGAN BRAND IDENTITY UNTUK MEDIA PROMOSI MINDLOCK BAND," 2013, 18–25.

tebal dan juga sama menggunakan efek grunge. Untuk bagian nama nama tim juga menggunakan karakter sans serif reguler dan bold untuk nama-nama penting, karena memisahkan informasi umum dari elemen yang penuh penekanan dan perhatian sehingga menghadirkan kesan informasi umum yang perlu penekanan atau perhatian lebih.

b. Ilustrasi

Ilustrasi utama yaitu foto-foto tokoh utama (Anies-Muhaimin, Prabowo-Gibran, Ganjar Mahfud). Dengan menggunakan foto pada infografis menambah kredibilitas dan pengenalan visual tokoh-tokoh kunci yang relevan dengan topik. Foto merupakan dokumen yang terbentuk gambar yang dihasilkan oleh kamera yang menangkap atau merekam suatu objek, foto menggunakan tehnik editing di cut membentuk bulat.⁶⁵ Sehingga memberrikan kesan visualiasi tokoh sehingga membantu audiens mengaitkan nama peran dalam konteks adu argumen di MK dan juga memberikan identitas visual untuk setiap tim hukum.

c. Warna

Latar belakang infografis menggunakan warna biru tua, warna biru merupakan warna sejuk yang sering di asosiasikan dengan profesionalisme, kepercayaan, dan ketenangan dalam kesan latar

⁶⁵Advent Halawa et al., "Sistem Pendukung Keputusan Rekomendasi Aplikasi Editing Foto Dengan Menerapkan Metode MAUT Dan Pembobotan ROC," *Nasional Teknologi Informasi dan Komputer*, 6.1 (2022) <<https://doi.org/10.30865/komik.v6i1.5762>>.

belakang ini memberikan kesan formal dan serius yang sesuai dengan topik hukum dan pengadilan.⁶⁶ Kemudian teks pada headline menggunakan warna putih, putih merupakan warna netral yang menciptakan kontras tinggi terhadap latar belakang biru, oleh karena itu teks mudah di baca dan terlihat jelas. Pada bagian nama-nama tim dan beberapa teks menggunakan warnamerah. merah merupakan warna hangat yang menarik perhatian, menandakan urgensi pentingnya informasi tersebut.

c. Infografis dengan Judul Nadiem Blunder Tak Wajikan Pramuka ?


Gambar 4.6 Infografis pada akun @pinterpolitik



Sumber: Instagram resmi @Pinterpolitik

⁶⁶Zhafira dan Nababan.

4.7 Tabel Peneliti pada Infografis Nadiem Blunder Tak Wajikan Pramuka ?


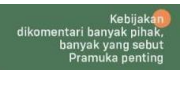
| Model Semiotika Makna Carles Sander Pierce | |
|---|---|
| Sign |  |
| Object | <ol style="list-style-type: none"> 1. Kebijakan: Kebijakan Mendikbudristek Nadiem Makarim yang mencabut kewajiban Pramuka dari ekstrakurikuler wajib. 2. Reaksi: Reaksi dan komentar dari berbagai pihak mengenai kebijakan tersebut. |
| Interpretant | <ol style="list-style-type: none"> 1. Makna dari infografis: Penonton menginterpretasikan informasi yang diberikan, yaitu bahwa Pramuka tidak lagi menjadi ekstrakurikuler wajib dan implikasinya terhadap pendidikan dan karakter siswa. 2. Konotasi: Penilaian bahwa kebijakan ini adalah blunder dan berbagai pendapat tentang pentingnya Pramuka dalam pendidikan karakter. |




Klasifikasi Tanda :



- a. *Ikon* yang meripakan gambar Nadiem Makarim yang menyerupai wajahnya secara visual.
- b. *Indeks* yang merupakan teks yang menjelaskan kebijakan dan reaksi dari tokoh masyarakat, seperti Hidayat Nur Wahid, yang mengindikasikan pentingnya Pramuka dalam kurikulum Tanggal posting yang menunjukkan waktu terjadinya peristiwa ini.

- c. *Simbol* yang terdapat pada nama Nadiem Makarim dan Hidayat Nur Wahid yang dipahami berdasarkan konvensi sosial dan politik. Kata-kata seperti "Pramuka" yang memiliki makna yang dipahami oleh masyarakat umum.

4.8 Tabel Elemen pada Infografis Nadiem Blunder Tak Wajikan Pramuka ?

| Sign | Tifografi | Interpretant |
|---|---|--|
|      | <p>-Nadiem Blunder Tak Wajikan Pramuka ?</p> <p>-“Mendikbud ristek nadiem Makarim resmi cabut pramuka dari ekskul wajib” terletak di sisi kiri bagian tengah.</p> <p>-Tulisan “pramuka kini hanya jadi pilihan dan diikuti sesuai minat siswa” di sisi kiribagian tengah.</p> <p>- Tulisan “disebutkan agar siswa bisa memilih ekskul sesuai konteks dan kebutuhan” di sisi kiribagian tengah.</p> <p>-Tulisan “kebijakan di komentari banyak pihak,banyak yang sebut pramuka penting” Terletak di disisi kanan tengah.</p> | <p>Kalimat dengan yang bertuliskan “Nadiem lunder tak wajikan pramuka”merupakan <i>headline</i> dari infografis, elemen ini mengacu pada peniaian subjektif terhadap kebijakan penghapusan pramuka sebagai ekstrakurikuler wajib. Oleh karna itu menciptakan kontras antara apa yang dahulu di anggap wajib dari kurikulum, dengan apa yag sekarang hanya dianggab sbagai pilhan yang diikuti sebagai minat siswa. Hal ini mendapat kometar dari beberapa pihak yang menyatakan berapa pentingnya pauka untuk pembentukan karakter dan pendidikan di luar kelas.</p> |

| | | |
|--|---|--|
|  <p>Untuk pembentukan karakter dan pendidikan di luar kelas</p>  <p>Sayang sekali kalau ekstrakurikuler Pramuka benar-benar dihapus Mas Menteri dari kurikulum. Saya dulu aktif di Pramuka sejak usia SD." -Hidayat Nur Wahid, Politisi Senior PKS</p>  <p>biirelabotik.com biirelabotik.com biirelabotik.com biirelabotik.com biirelabotik.com 2ndupret - CNN Indonesia RMOI - R22 - 212</p> | <p>-Tulisan “untuk pembentukan karakter dan pendidikan di luar kelas”terletak di bagian di bawah.</p> <p>-Tepat di bawah ilustrasi terdapat tulisan ”sayang sekali kalau ekstrakurikuler pramuka benar resmi di hapus Mas menteri dari kurikulum. saya dulu aktif Pramuka sejak usia SD”</p> <p>Hidayat nur wahid, politisi senior pks.</p> <p>-Di bagian bawah bertuliskan “Berbagai sumber :CNN Indonesia, berbagai sumber gambar :Berbagai Sumber -D74-S91,</p> <p>-Terdapat nama flatporm Website:Pinterpoltik.com Facebook: pinterpolitikdotcom X: Pinterpolitik” Terletak di bagian Paling bawah.</p> | <p>Didalam infografis tersebut penggunaan nam tokoh politik menambah interpretasi makna, karena pandangan beliau dapat mempengaruhi cara memahami konteks tersebut. Didalam infografis ini terdapat sumber referensi berita yang dapat di percaya sehingga kita tidak ragu akan kebenaran berita tersebut.</p> <p>Di dalam frame infografisjuga terdapat flatporm yang dapat mengakses pinterpolitik tidak hanya di instagramtetapi juga bisa melalui Website, facebook, dan X</p> |
|--|---|--|

| Sign | Ilustasi | Interpretant |
|---|--|---|
|  | <p>-Terdapat gambar nadiem makarim yang dibuat seperti hasil gambar menggunakan tehnik pensil warna</p> <p>-Di sisi kiri atas terdapat logo yang memproduksi info grafis.</p> <p>-Di bagian bawah terdapat logo flatform seperti website, facebok, dan X</p> | <p>Ilustrasi foto nadiem makarim yang di buat dengan menggunakan tehnik editan atau filter yang memberikan kesan seperti di gambar dengan pensil warna. Ilustrasi nadiem makarim juga mempresentasikan elemen visual yang mana merujuk kepada dirinya sebagai seorang menteri pendidikan.</p> |
| Sign | Warna | Interpretant |
|  | <p>-Tifografi menggunakan warna putih dan warna oren</p> <p>-Latar belakang warana hijau</p> <p>-Ilustras dominan warna coklat keorenan.</p> | <p>Warna hijau dan pada latar belakang dengan di kombinasikan dengan warna putih pada <i>headline</i> dan warna oren membuat kontras yang kuat.</p> <p>-warna coklat keoranyean bertuju pada kesan yang serius berfokus pada figur penting dalam kebijakan yang di buat.</p> |

a. Tifografi

Kalimat yang terletak pada bagian tengah yang merupakan headline dari infografis yang bertuliskan "Nadiem blunder tak wajibkan pramuka" kalimat ini menggunakan karakter sans serif dengan huruf kapital yang bersifat tegas dan mudah di baca, serta memberikan kesan modern. Kombinasi warna dan ketebalan font yang menggunakan bold membuat headline lebih menonjol dan menarik perhatian.⁶⁷ Kemudian bagian headline yang berwarna oranye yang bertuliskan "tak wajibkan pramuka" juga menekankan kontroversi atau isu yang di bahas. Pada kalimat sebelah kiri menggunakan font sans serif reguler yang dapat mempermudah pembaca. Kalimat utama merupakan informasi faktual, kalimat kedua merupakan kelanjutan informasi, sedangkan kalimat ketiga informasi tambahan yang mendukung kebijakan. Kemudian kalimat sisipan juga menggunakan *sans serif reguler*. pada kalimat utama menyampaikan reaksi publik atas perubahan kebijakan, sedangkan pada teks kedua menyoroti manfaat pramuka. Bagian kutipan menggunakan sans serif reguler "sayang sekali kalau ekstrakurikuler pramuka benar resmi dihapus Mas menteri dari kurikulum. saya dulu aktif Pramuka sejak usia SD" pada kalimat ini meningkatkan kredibilitas kalimat yang menekankan nama seorang yang memiliki jabatan dan memberi reaksi atas kebijakan.

⁶⁷ Budiarta et al.

b. Ilustrasi

Ilustrasi di tempatkan di bagian tengah, tepat di bawah *headline* sehingga menjadi pusat utama setelah *headline*. Karakteristik ilustrasi ini menggunakan tehnik *Digital Vektor* yang memerlukan perangkat lunak seperti Adobe Illustator atau CorelDRAW, karena dengan garis yang kualitas bersih detail dan jelas serta warna yang terlihat *solid*.⁶⁸ Infografis ini menunjukkan Nadiem Makarim dengan mimik wajah yang serius, dengan gestur tangan yang menyentuh telinga bagian belakang yang seolah menunjukkan sikap yang *reflek* seolah menjelaskan sesuatu sehingga menambah kesan mendalam pada sosok karakter ilustrasi.

c. Warna

Warna latar belakang menggunakan warna yang sejuk menenangkan dan memberikan kesan stabilitas. Latar belakang hijau membantu menyeimbangkan warna-warna hangat, menciptakan keseluruhan desain yang harmonis dan tidak terlalu mencolok.⁶⁹ Warna putih pada font memastikan keterbacaan dan memberikan kontras yang tajam terhadap latar belakang, membantu mempermudah pembaca memahami informasi pada infografis.

⁶⁸ Antonius dan Sama.

⁶⁹Zhafira dan Nababan.

2. Temuan yang terdapat pada infografis @pinter politik

Infografis merupakan salah satu alat komunikasi visual yang sangat efektif dalam menyampaikan informasi secara ringkas dan jelas. Berdasarkan analisis terhadap tiga infografis yang telah dikaji, terdapat beberapa elemen penting yang berkontribusi terhadap keberhasilan penyampaian pesan melalui media ini.

a. Tifografi

Tifografi merupakan salah satu aspek yang paling menonjol dalam ketiga infografis tersebut adalah penggunaan tipografi. Jenis huruf yang paling sering digunakan adalah *font sans serif*. *Font* ini dipilih karena kesederhanaannya dan kemampuannya untuk dibaca dengan mudah, bahkan dari jarak yang cukup jauh atau dalam berbagai ukuran layar. Kesederhanaan dan keterbacaan dari *font sans serif* sangat membantu dalam memastikan bahwa pesan yang disampaikan dapat diterima dengan jelas oleh audiens.

b. Warna

Penggunaan warna juga memainkan peranan penting dalam efektivitas infografis. Warna yang digunakan pada tipografi dan latar belakang dipilih dengan cermat agar dapat dibedakan dengan jelas satu sama lain. Kontras warna yang baik antara teks dan latar belakang memastikan bahwa informasi dapat dibaca dengan mudah tanpa menimbulkan kebingungan. Pemilihan warna yang tepat membantu

menarik perhatian pembaca dan memandu mata mereka melalui informasi yang disajikan.

c. Ilustrasi

Dalam hal ilustrasi, akun @interpolitik menunjukkan preferensi yang kuat terhadap penggunaan *vektor* dalam menggambarkan tokoh atau objek yang sedang diberitakan. Ilustrasi *vektor* memiliki beberapa keunggulan, termasuk kemampuannya untuk mempertahankan kualitas gambar yang tajam pada berbagai ukuran dan resolusi. Penggunaan ilustrasi *vektor* juga memungkinkan penyampaian visual yang lebih konsisten dan profesional. Dengan ilustrasi yang bersih dan detail yang tajam, audiens dapat dengan mudah mengenali dan memahami objek atau tokoh yang ditampilkan.

Dominasi penggunaan ilustrasi *vektor* oleh @interpolitik menunjukkan bahwa mereka mengutamakan kejelasan dan *profesionalisme* dalam penyajian berita. Vektor yang digunakan untuk menggambarkan tokoh atau objek juga sering kali diikuti oleh elemen-elemen grafis lain yang mendukung konteks berita tersebut. Hal ini tidak hanya memperkaya informasi visual tetapi juga membantu memperkuat pesan yang ingin disampaikan.

Secara keseluruhan, kombinasi antara tipografi sans serif, kontras terhadap elemen warna yang efektif, dan ilustrasi vektor yang dominan membuat infografis dari ketiga sumber ini mampu menyampaikan informasi dengan cara yang menarik, mudah dipahami, dan profesional.

Elemen-elemen desain ini bekerja sama untuk memastikan bahwa pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh audiens, tanpa mengorbankan estetika visual dari infografis tersebut.

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan terhadap tiga infografis pada akun Instagram @pinterpolitik pada periode Maret 2024 hingga April 2024 yang menggunakan analisis teori semiotika Charles Sanders Peicer, maka penulis mengambil kesimpulan dari hasil penelitian ini bahwa terdapat bentuk infografis yang berupa elemen seperti tipografi, ilustrasi dan juga warna dalam setiap infografis pada akun @pinterpolitik.

Sedangkan analisis elemen komunikasi visual pada tiga infografis di akun Instagram @pinterpolitik untuk tanda visual yang dimunculkan berupa ilustrasi maupun warna serta ilustrasi memiliki makna untuk memperkuat isi dari berita atau informasi pada setiap desain infografis. Tanda verbal dan tanda visual tersebut tidak dapat berdiri sendiri, keduanya saling berkaitan satu dengan yang lainnya dan terdapat makna berita atau informasi pada setiap yang ingin disampaikan kepada khalayak umum dan didukung dengan ilustrasi yang menarik dan kreatif sehingga dapat membuat pesan tersampaikan dengan baik. Analisis semiotika Charles Sanders Peicer yang dapat disimpulkan dalam penelitian ini ialah setiap infografis pada akun Instagram @pinterpolitik memiliki tampilan makna yang dapat di analisis elemennya yang berhubungan dengan *Icon*, *Indeks* dan *symbol*, serta memiliki makna berbeda di setiap elemen desain komunikasi visual yang meliputi tipografi, ilustrasi dan warna namun tetap merujuk pada inti dari berita atau informasi. Temuan penelitian yang

terdapat di tiga elemen penting pada infografis @pinterpolitik yaitu terdapat elemen typografi yang menggunakan *font sans serif*, dan terdapat elemen warna yang menggunakan warna yang kontras antara latar belakang, font dan lustrasi, serta menggunakan ilustrasi berupa vektor sehingga membuat infografis lebih menarik dan kreatif.

B. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terdapat saran-saran untuk desainer dalam mendesain infografis pada akun Instagram @pinterpolitik, agar pesan atau informasi yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh masyarakat. Meskipun tampilan desain pada akun @pinterpolitik sudah sangat kreatif, namun terdapat beberapa kekurangan dan masalah yang dapat diidentifikasi yaitu desain tataletak elemen dan ukuran pada headline yang terlalu besar sehingga terlalu padat, sehingga dapat membingungkan audiens dalam menerima informasi. Maka dari itu untuk mengatur elemen dengan rapi dan pastikan ruang cukup antar teks serta pastikan jarak antar teks tidak terlalu dekat.

DAFTAR PUSTAKA

A.Foss, Stephen W.Little John dan Karen, *Teori Komunikasi, Theorie Communication* (Salemba)

Afriani, Febi, and Alia Azmi, 'Penerapan Etika Komunikasi Di Media Sosial', *Journal of Civic Education*, 3.3 (2020), 331–38 <<https://doi.org/10.24036/jce.v3i3.372>>

Akhir, Jurnal Tugas, 'PERANCANGAN BUKU ILUSTRASI SEJARAH HISTORIOGRAFI TRANSMIGRAN JAWA DI PROVINSI LAMPUNG', 2022

Antonius, Stevano, and Hendi Sama, 'Studi Komparasi Bitmap Dan Vektor Terhadap Kualitas Digital Art: Case Study Deviantart Nabhan Dan Pixeljeff1995', *Universitas Internasional Batam*, 1In contra (2020), 596–603

Ari, Wibowo, 'Digitalisasi Dakwah Di Media Sosial Berbasis Desain Komunikasi Visual', *Jurnal Bimbingan Penyuluhan Islam*, 02.2 (2020), 181–12

Arifah, Nuril Lailatus, and Meirina Lani Anggapuspa, 'Pengaruh Elemen Visual Pada Konten Instagram Rintik Sedu Dalam Meraih Engagement Audiens', *Jurnal Barik*, 4.3 (2023), 141–51

Aryanto, Hendro, Eko Agus, and Basuki Oemar, 'Pengembangan Modul Mata Kuliah Ddesain Komunikasi Visual', 2024, 191–203 <<https://doi.org/10.25105/dim.v20i2.18245>>

'Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia' <<https://survei.apjii.or.id/survei/2023>> [accessed 15 September 2023]

'Badan Statistik Pusat' <<https://www.bps.go.id/id> > [accessed 15 September 2023]

Budiarta, I Gusti Made, Ni Nyoman, Sri Witari, and Langen Bronto Sutrisno, 'Penerapan Elemen Tipografi Pada Desain Logo Karya Mahasiswa Program Studi Pendidikan Seni Rupa Dalam Kuliah Desain Komunikasi Visual', *Jurnal Pendidikan Seni Rupa Undiksha*, 13.1 (2023), 60–69

Damayantie, I, R Pertiwi, and Oktian Nugroho Fajar, 'Peningkatan Pengetahuan Masyarakat Tentang Pemilihan Warna Pada Pendekatan Steam Ditinjau Dari Psikologi Desain', ... *Nasional & Call ...*, 2021, 58–63

Dian Lestari, 'PESAN DAKWAH DALAM DESAIN KOMUNIKASI VISUAL PADA AKUN INSTAGRAM@ Gendhukstory (Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure)', 2023, 28

Dyatmika, Teddy, *Ilmu Komunikasi*, ed. by Syamsul Bakhri (Yogyakarta: Zahir Publishing, 2022)

Febrianty, Melisa Verolyna, Dita, 'Dimensi Self-Disclosure Remaja Putri Pada Media Sosial Facebook Di Dusun II Desa Bengko Kecamatan Sindang Dataran' (IAIN Curup, 2023)

Gushevinalti, Gushevinalti, Panji Suminar, and Heri Sunaryanto, 'Transformasi Karakteristik Komunikasi Di Era Konvergensi Media', *Bricolage: Jurnal Magister Ilmu*

Komunikasi, 6.01 (2020), 083 <<https://doi.org/10.30813/bricolage.v6i01.2069>>

Halawa, Advent, Agus Minta, Riang Zega, Febrianti Telaumbanua, and Muhammad Syahrizal, 'Sistem Pendukung Keputusan Rekomendasi Aplikasi Editing Foto Dengan Menerapkan Metode MAUT Dan Pembobotan ROC', *Nasional Teknologi Informasi Dan Komputer*, 6.1 (2022) <<https://doi.org/10.30865/komik.v6i1.5762>>

I Made Marthana Yusa, Dedit Priyono, I Gede Adi Sudi Anggara, I Nyoman Anom Fajaraditya Setiawan, I Wayan Adi Putra Yasa, Ngakan Putu Darma Yasa, Dwi Novitasari, Rizkita Ayu Mutiarani, Moh Cholisatur Rizaq, I Nyoman Jayanegara, I Nyoman Yoga Trisemarawima, I Ketut Sutarwiyasa, *Buku Ajar Desain Komunikasi Visual* (Jambi: PT.Sonpedia Publishing Indonesia, 2023)

Indriyati, Annisa Nur, 'Skripsi: Semiotika Langit Dan Bumi Dalam Al-Qur'an: Perspektif Ferdinand De Saussure', 2020, 96

Juliyanto, Edy, Dkk, 'Strategi Penyampaian Informasi Melalui Instagram', *Jurnal Prfologia*, 2020

'Kamus Besar Bahasa Indonesia' <<https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/visual>> [accessed 15 September 2023]

'Konvergensi Media' <<https://pakarkomunikasi.com/konvergensi-media>> [accessed 12 September 2023]

Megawati susanti, Shienny, *Buku Ajar Konsep Desain Dan Ilustrasi* (SURABAYA: UNIVERSITAS CIPUTRA, 2020)

'Napoleon Cat' <<https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2023/04/>> [accessed 12 September 2023]

Nasution, Evi, *Metodologi Penelitian*, 2024

Nilnan, 'Komunikasi Visual', *Islamic Communication Jurnal*, 2023, 342

'Pinter Politik' <<https://www.pinterpolitik.com/profile/>> [accessed 13 September 2023]

Pohan, Puan Samisara, *Infografis Sebagai Bentuk Pengemasan Berita Era Jurnalisme Online (Analisis Infografis Tirto . Id)*, 2020

S, Sahbani, 'PERANCANGAN BRAND IDENTITY UNTUK MEDIA PROMOSI MINDLOCK BAND', 2013, 18–25

Shanaz, Nadya Valerie, and Irwansyah Irwansyah, 'Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Aktivitas Jurnalisme Warga Dan Implikasinya Terhadap Media Konvensional', *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3.2 (2021), 373–79 <<https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i2.257>>

Siahaan, Chontina, Jeniati Artauli Tampubolon, and Nova Betriani Sinambela, 'Diseminasi Informasi Melalui Media Online Sebagai Transformasi Media Konvensional',

Jurnal Signal, 9.2 (2021), 322 <<https://doi.org/10.33603/signal.v9i2.6288>>

Sujarweni, V. Wiratna, *Penelitian-Bisnis &Ekonomi*, Pustakas B (Yogyakarta: Pustakas Baru Pers, 2021)

Susanto, Dedi, Risnita, and M. Syahran Jailani, 'Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Dalam Penelitian Ilmiah', *Jurnal QOSIM: Jurnal Pendidikan, Sosial & Humaniora*, 1.1 (2023), 53–61 <<https://doi.org/10.61104/jq.v1i1.60>>

Syarifuin, *Jurnalistik Terapan* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010)

Tinarko, Sumbo, *Desain Komunikasi Visual Edisi 1* (Yogyakarta: Caps, 2015)

Valencia, Viera, Felipe Luis, and Dubian Garcia Giraldo, 'Komunikasi Dalam Organisasi (Teori Dan Aplikasi)', *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2 (2019), 1–30

Wahyuningsih, Titik, and Abraham Zakky Zulhazmi, 'Jurnalisme Era Baru (Konvergensi Media Radar Jogja Dalam Menghadapi Persaingan Media)', *Academic Journal of Da'wa and Communication*, 1.1 (2020), 76–91 <<https://doi.org/10.22515/ajdc.v1i1.2412>>

Zhafira, Diandra, and Ryan Sheehan Nababan, 'Analisis Warna Dalam Infografis', *Tuturrupa*, 3.2 (2021), 29 <<https://doi.org/10.24167/tr.v3i2.3158>>

**L
A
M
P
I
R
A
N**

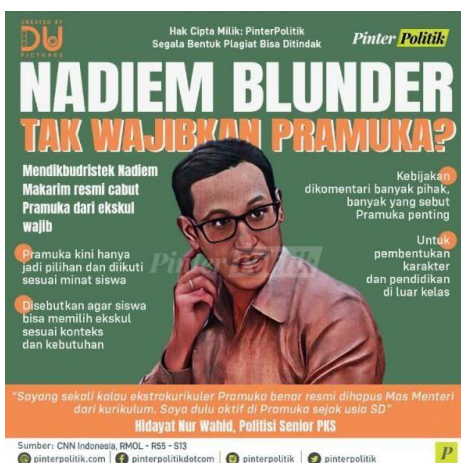
Infografis 1



Infografis 2



Infografis 3



RIWAYAT HIDUP



Maisya Frenika adalah penulis karya ilmiah skripsi dengan judul “Analisis Elemen Komunikasi Visual Media Digital pada Akun Instagram @pinterpolitik” pada tahun 2024. Penulis lahir dari pasangan bapak Amirhamzah (Alm) dan ibu Herlinda, sebagai anak Bungsu. Penulis dilahirkan di Curup Selatan, Kabupaten Rejang Lebong, Provinsi Bengkulu pada tanggal 29 Mei 2000. Riwayat Pendidikan

formal penulis dimulai dari SDN 02 Curup selatan tahun 2006-2012, melanjutkan ke SMPN 02 Curup selatan tahun 2012-2015 dan SMAN 04 Curup selatan pada tahun 2015-2018. Selanjutnya melanjutkan ke perguruan tinggi IAIN Curup tahun 2020 hingga akhirnya menempuh masa kuliah di Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam (KPI). Penulis juga aktif sebagai ketua divisi Publikasi dan Sosialisasi di komunitas Generasi Baru Indonesia (GenBI) IAIN Curup, yang merupakan komunitas penerima beasiswa Bank Indonesia yang berada di bawah naungan Bank Indonesia. Dengan ketekunan dan motivasi tinggi untuk terus belajar dan berusaha peneliti telah berhasil menyelesaikan tugas akhir skripsi ini. Semoga dengan penulisan tugas akhir skripsi ini mampu memberikan kontribusi positif bagi dunia pendidikan.