

TUGAS AKHIR KARYA ILMIAH
INFOGRAFIS PADA AKUN INSTAGRAM PEMERINTAH KOTA BOGOR
SEBAGAI MEDIA INFORMASI MENGENAI VAKSIN COVID-19 OLEH
DISKOMINFO KOTA BOGOR



*Mencerdaskan &
Memartabatkan Bangsa*

Diajukan untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Ahli Madya

Oleh:

Talitha Zahrah Azzizah Kurniawan

NIM. 1408517028

PROGRAM STUDI D-III HUBUNGAN MASYARAKAT

FAKULTAS ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

JULI 2021

Talitha Zahrah Azzizah Kurniawan (1408518028), INFOGRAFIS PADA AKUN INSTAGRAM PEMERINTAH KOTA BOGOR SEBAGAI MEDIA INFORMASI MENGENAI VAKSIN COVID-19 OLEH DISKOMINFO KOTA BOGOR, Tugas Akhir Karya Ilmiah, Juli 2021; 137 Halaman; 12 Lampiran; 28 Buku: 2000-2020, 9 Jurnal, 1 Artikel.

ABSTRAK

Ditengah kesimpangsiuran informasi dan berita mengenai vaksin COVID-19, masyarakat membutuhkan sumber informasi yang dapat dipercaya serta dapat diperoleh dengan mudah. Salah satu upaya yang dilakukan Diskominfo Kota Bogor sebagai humas pemerintah adalah dengan memanfaatkan infografis sebagai media informasi mengenai vaksin COVID-19. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana proses produksi infografis pada akun Instagram Pemerintah Kota Bogor yang dilakukan oleh Diskominfo Kota Bogor dalam menyampaikan informasi mengenai vaksin COVID-19 kepada publik.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah prinsip Vitruvius yang dikemukakan oleh Jason Lankow, dimana dalam prinsip tersebut terdapat tiga elemen dalam mengukur infografis berkualitas baik, yaitu kegunaan (*utility*), kekuatan (*soundness*), dan keindahan (*beauty*).

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dengan jenis penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan berupa pengumpulan data, pereduksian data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi. Uji keabsahan data penelitian ini menggunakan triangulasi sumber.

Pada hasil penelitian, peneliti menemukan bahwa Diskominfo Kota Bogor telah menerapkan prinsip Vitruvius pada proses produksi infografis vaksin COVID-19. Dimana dalam ketiga elemen tersebut, masing-masing elemen menjelaskan dengan baik bagaimana infografis dapat menjadi sebuah media informasi yang menarik dan mudah dipahami oleh masyarakat.

Kesimpulannya, terdapat kesesuaian dalam infografis vaksin COVID-19 yang diproduksi oleh Diskominfo Kota Bogor dengan prinsip Vitruvius. Namun masih terdapat kelemahan seperti jadwal pengunggahan yang tentatif dan penggunaan istilah kedokteran yang dapat sulit dimengerti. Dengan memperbaiki kelemahan-kelemahan tersebut, infografis vaksin COVID-19 akan menghasilkan suatu pemahaman yang lebih baik dan juga bermanfaat untuk masyarakat.

Kata kunci: Hubungan Masyarakat, Infografis, Media informasi, Instagram.

Talitha Zahrah Azzizah Kurniawan (1408518028), INFOGRAPHICS ON BOGOR CITY GOVERNMENT INSTAGRAM ACCOUNT AS A TOOL FOR SPREADING INFORMATION ABOUT COVID-19 VACCINE BY THE BOGOR CITY COMMUNICATIONS AND INFORMATION OFFICE, Final Assignment of Scientific Work, July 2021; 137 Pages; 12 Attachment; 28 Books: 2000-2020, 9 Journals, 1 Article.

ABSTRACT

In the midst of confusion of false information and hoax regarding the COVID-19 vaccine, people need reliable sources that can be obtained easily. One of the efforts made by the Bogor City Communications and Information Office as a public relations officer for the government is to use infographics as a tool for spreading information regarding the COVID-19 vaccine. This research aims to find out how the production process of infographics on the Bogor City Government Instagram account carried out by the Bogor City Communication and Information Office in conveying information about the COVID-19 vaccine to the public.

The theory used in this research is the Vitruvian principle that proposed by Jason Lankow, where in this principle there are three elements in measuring good quality infographics, which is, utility, soundness, and beauty.

This research uses descriptive research method with qualitative type research. Data collection techniques that's used are such as observation, in-depth interviewing, and documentation. Data analysis techniques that's used are in the form of data collection, data reduction, data presentation, and drawing conclusions/verification. Source triangulation is used to test the validity of this research data.

In this study, researchers found that the Bogor City Communication and Information Office has been implemented the Vitruvian principle in the production process of the COVID-19 vaccine infographic. Where in the 3 elements, each one explains well how infographics can be an interesting and easy-to-understand information tool for the public.

In conclusion, there is a conformity in the COVID-19 vaccine infographic produced by the Bogor City Communication and Information Office with the Vitruvian principle. However, there are still weaknesses such as a tentative upload schedule and the use of medical terms that can be difficult to understand. By correcting these weaknesses, the infographic of the COVID-19 vaccine will produce a better understanding and also useful to the community.

Keywords: Public Relations, Infographics, Information Media, Instagram.

LEMBAR ORISINALITAS



**PROGRAM STUDI D-III HUBUNGAN MASYARAKAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

Dengan ini peneliti menyatakan bahwa Tugas Akhir Karya Ilmiah dengan judul Infografis Pada Akun Instagram Pemerintah Kota Bogor Sebagai Media Informasi Mengenai Vaksin COVID-19 oleh Diskominfo Kota Bogor adalah benar-benar hasil karya tulis pribadi dan telah mengikuti aturan sebagaimana yang tertera pada pedoman penulisan karya ilmiah. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam Tugas Akhir Karya Ilmiah ini maka peneliti sanggup untuk menerima dan menjalankan sanksi yang telah ditentukan.

Jakarta, 6 Juli 2021




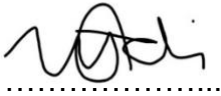

Talitha Zahrah Akmalia

1408518028

LEMBAR PENGESAHAN
TUGAS AKHIR KARYA ILMIAH

NAMA : Talitha Zahrah Azzizah Kurniawan
NIM : 1408518028
JUDUL : Infografis Pada Akun Instagram Pemerintah Kota Bogor Sebagai Media Informasi Mengenai Vaksin COVID-19 oleh Diskominfo Kota Bogor

TIM PENGUJI

No.	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1.	<u>Wina Puspita Sari, M.Si</u> Ketua Sidang		21 Juli 2021
2.	<u>Asep Soegiarto, M.Si</u> Dosen Pembimbing		19 Juli 2021
3.	<u>Wasono Adi, MPC</u> Penguji Ahli		19 Juli 2021
4.	<u>Meinati Fajar Rizki, M.Ikom</u> Sekertaris Sidang		21 Juli 2021

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya peneliti dapat menyelesaikan Tugas Akhir Karya Ilmiah dengan judul “Infografis Pada Akun Instagram Pemerintah Kota Bogor Sebagai Media Informasi Mengenai Vaksin COVID-19 oleh Diskominfo Kota Bogor” dengan lancar dan baik sesuai pada waktu yang telah ditentukan. Peneliti mengucapkan banyak terimakasih kepada kedua orang tua penlitit yang telah memberi motivasi, doa, serta dukungan hingga peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir karya ilmiah ini.

Dalam menyelesaikan Tugas Akhir Karya Ilmiah yang menjadi salah satu syarat yang ditujukan untuk meraih gelar Ahli Madya di Universitas Negeri Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial, Program Studi D3 Hubungan Masyarakat, terdapat banyak pihak yang telah memberi bantuan, bimbingan, serta dorongan sehingga penelitian ini dapat selesai. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih dengan segala kerendahan hati, kepada:

1. Prof. Dr. Komarudin, M.Si, selaku pelaksana tugas Rektor Universitas Negeri Jakarta.
2. Prof. Dr. Sarkadi, M.Si, sebagai Dekan Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta.

3. Asep Soegiarto, M.Si, sebagai Koordinator Program Studi D3 Hubungan Masyarakat Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta serta dosen pembimbing Tugas Akhir Karya Ilmiah Semester 114 yang selalu mendukung segala kegiatan peneliti dan membimbing peneliti dengan baik.
4. Seluruh dosen program studi D3 Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Jakarta.
5. Bapak Rama Andhika Yoga, Ibu Liah Lestari dan Muthia Roseli yang telah bersedia menjadi *Key Informan* dan *Informan* dalam memberi informasi kepada peneliti.
6. Syifanadia Andini Kurniawan selaku kakak kandung peneliti yang telah membantu dan memotivasi peneliti dalam menyelesaikan tugas akhir.
7. Teman satu bimbingan, yaitu Sheva, Shelfi, Verra, Hana, Sodi, Arul, Ega, Icul, Kaimala, Shandra, Novi, Alia, Rizal dan Rivo.
8. Rekan rekan yang setia memberi semangat dan menghibur, yaitu Afla Azka Alia, Ifita Mufidah, Kintan Chalvina, Muhammad Fadhil, Prameswari Gita, Shafa Tsamara, dan Muthia Roseli.
9. Seluruh teman-teman Humas UNJ angkatan 2018.

Peneliti sadar bahwa masih banyaknya kekurangan dalam penyusunan Tugas Akhir Karya Ilmiah ini. Hal tersebut keterbatasan ilmu yang peneliti miliki serta kondisi pandemi COVID-19 yang mengakibatkan adanya beberapa kelemahan dan hambatan pada penelitian ini. Peneliti menyadari bahwa Tugas Akhir Karya Ilmiah ini masih jauh dari kata sempurna, karena itu dengan segala rasa hormat, peneliti mengharapkan saran atau kritik yang bersifat membangun, agar dapat menyempurnakan penelitian ini. Peneliti juga berharap agar penelitian ini dapat bermanfaat bagi para pembaca, praktisi kehumasan, dan terutama pribadi peneliti untuk dapat menambah wawasan maupun ilmu pengetahuan, dan dapat dikembangkan untuk perbaikan di masa depan.

Jakarta, 6 Juli 2021

Peneliti



Talitha Zahrah Azzizah Kurniawan

1408518028

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR ORISINALITAS.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan masalah	8
1.3. Tujuan Penelitian.....	9
1.4. Manfaat Penelitian	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	10
2.1. Penelitian Terdahulu	10
2.2. Kajian Teori	14

2.2.1.	Hubungan Masyarakat	14
2.2.2.	Infografis	17
2.2.3.	Prinsip Vitruvius.....	20
2.2.4.	Media Informasi	23
2.2.5.	Media Sosial Instagram.....	24
2.3.	Keterkaitan Antar Konsep	25
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		28
3.1.	Pendekatan Penelitian	28
3.2.	Metode Penelitian.....	29
3.3.	Tempat dan Waktu Penelitian.....	31
3.4.	Subjek Penelitian.....	32
3.4.1.	Key Informan	33
3.4.2.	Informan Penelitian	33
3.5.	Teknik Keabsahan Data.....	34
3.6.	Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.6.1.	Data Primer.....	36
3.6.2.	Data Sekunder.....	37
3.7.	Teknik Analisis Data.....	38

3.8. Keterbatasan Penelitian	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	41
4.1. Objek Penelitian	41
4.2. Hasil Penelitian.....	42
4.2.1. Infografis Pada Akun Instagram Pemerintah Kota Bogor Sebagai Media Informasi.....	44
4.2.2. Media Sosial Instagram Sebagai Saluran Publikasi Infografis ..	46
4.2.3. Kegunaan (<i>Utility</i>).....	48
4.2.4. Kekuatan (<i>Soundness</i>).....	52
4.2.5. Keindahan (<i>Beauty</i>).....	54
4.3. Hasil Pembahasan	56
4.3.1. Infografis Pada Akun Instagram Pemerintah Kota Bogor Sebagai Media Informasi.....	56
4.3.2. Media Sosial Instagram Sebagai Saluran Publikasi Infografis ..	57
4.3.3. Kegunaan (<i>Utility</i>).....	58
4.3.4. Kekuatan (<i>Soundness</i>).....	61
4.3.5. Keindahan (<i>Beauty</i>).....	63
4.4. Triangulasi Sumber	65
BAB V PENUTUP	80

5.1. Kesimpulan.....	80
5.2. Saran	82
DAFTAR PUSTAKA.....	83
LAMPIRAN	lxxxviii

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	10
Tabel 4.1 Key Informan	42
Tabel 4.2 Informan Peneliti	42
Tabel 4.3 Tabulasi Perbandingan Hasil Wawancara Infografis Pada Akun Instagram Pemerintah Kota Bogor Sebagai Media Informasi Mengenai Vaksin COVID-19 oleh Diskominfo Kota Bogor.....	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Penanganan Persebaran Konten Hoaks Vaksin COVID-19.....	2
Gambar 1.2 Infografis Cara Membedakan Vaksin Asli dan Vaksin Palsu.....	4
Gambar 1.3 Permintaan Saluran Informasi Vaksin COVID-19.....	6
Gambar 2.1 Prinsip Vitruvius.....	20

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 Draft Pertanyaan Wawancara Key Informan	lxxxviii
LAMPIRAN 2 Draft Pertanyaan Wawancara Informan 1.....	xcii
LAMPIRAN 3 Draft Pertanyaan Wawancara Informan 2.....	xciii
LAMPIRAN 4 Transkrip Wawancara Key Informan.....	xcv
LAMPIRAN 5 Transkrip Wawancara Informan 1	civ
LAMPIRAN 6 Transkrip Wawancara Informan 2.....	cx
LAMPIRAN 7 Bukti Wawancara.....	cxv
LAMPIRAN 8 Dokumentasi	cxvii
LAMPIRAN 9 Surat Izin Penelitian.....	cxviii
LAMPIRAN 10 Bukti Balasan Izin Penelitian	cxix
LAMPIRAN 11 Absensi Bimbingan	cxx
LAMPIRAN 12 Riwayat Hidup.....	cxxii

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pandemi COVID-19 saat ini masih terus melanda Indonesia hingga di awal tahun 2021. Berbagai upaya telah dilakukan oleh pemerintah demi menekan angka kasus wabah virus Corona yang terus meningkat, salah satunya adalah dengan melakukan pelaksanaan program vaksinasi COVID-19. Kedatangan vaksin COVID-19 di Indonesia menimbulkan berbagai isu bahkan berita palsu yang dapat meresahkan masyarakat. Hal tersebut dapat dibuktikan melalui penelusuran data terkait penanganan sebaran konten hoaks vaksin COVID-19 yang dilakukan oleh Kominfo RI dan diunggah dalam website nya pada periode 9 Juli 2021. Dapat dilihat bahwa total sebanyak 1.795 sebaran berita hoaks mengenai vaksin COVID-19 telah di *takedown* oleh Kominfo RI dari berbagai media sosial seperti Facebook, Instagram, Twitter, Youtube, dan Tiktok.



Gambar 1.1 Penanganan Persebaran Konten Hoaks Vaksin COVID-19

Sumber : Website Kominfo RI (www.kominfo.go.id)

Ditengah kesimpangsiuran informasi dan berita mengenai vaksin COVID-19, masyarakat membutuhkan sumber informasi yang dapat dipercaya serta dapat diperoleh dengan mudah. Hal ini menjadi tantangan bagi praktisi hubungan masyarakat pemerintah untuk dapat menyusun strategi komunikasi yang baik dalam menyebarkan informasi mengenai vaksin COVID-19 kepada masyarakat.

Dalam melaksanakan penyebaran informasi mengenai vaksin COVID-19 kepada masyarakat, Pemerintah Kota Bogor menunjuk Diskominfo (Dinas Komunikasi dan Informatika) Kota Bogor sebagai perwakilan instansi. Diskominfo Kota Bogor sebagai hubungan masyarakat pemerintah Kota Bogor harus mampu menyampaikan segala informasi mengenai vaksin COVID-19 kepada masyarakat dengan baik. Dengan memelihara arus informasi dan komunikasi yang baik antara pemerintah dan masyarakat, keharmonisan yang menjadi tujuan akhir humas pemerintah pun akan terwujud.

Salah satu strategi yang dilakukan oleh Diskominfo Kota Bogor dalam menyampaikan informasi mengenai vaksin COVID-19 adalah dengan memanfaatkan infografis sebagai media informasi. Infografis merupakan salah satu media informasi yang tersusun atas elemen teks yang dipadukan dengan beberapa elemen visual seperti gambar, ilustrasi, grafik, dan tipografi. Infografis dapat membantu humas pemerintah dalam mengemas informasi yang dibutuhkan oleh publik secara akurat dan menarik. Dengan dilakukannya pembuatan desain infografis oleh sebuah instansi sebagai salah satu strategi dalam menyajikan informasi mengenai vaksin COVID-19, diharapkan agar publik dapat lebih tertarik untuk memperoleh informasi tersebut dan juga informasi dapat lebih mudah dimengerti.

Diskominfo Kota Bogor menggunakan media sosial Instagram dalam mempublikasikan infografisnya. Dalam akun instagram Pemerintah Kota Bogor, informasi vaksin COVID-19 disajikan dengan mengandalkan infografis sebagai poin utama. Pada saat sosialisasi vaksin COVID-19 sedang maraknya diberlakukan yaitu di periode Desember 2020 hingga Juni 2021, Diskominfo Kota bogor telah mempublikasi sejumlah 16 Infografis jenis statis dan 1 infografis jenis dinamis mengenai informasi vaksin COVID-19 melalui media sosial Instagram @pemkotbogor. Salah satu contoh infografis terkait dengan informasi vaksin COVID-19 yang diunggah ke dalam media sosial Instagramnya yaitu mengenai cara membedakan vaksin asli dan vaksin palsu.

Informasi yang disajikan dalam infografis tersebut dilansir melalui *Biofarma*. Didalamnya terlampir perbedaan vaksin asli dan vaksin palsu serta dampak yang akan dirasakan oleh penerima vaksin palsu. Terlampir juga perbedaan harga dari vaksin asli dan vaksin palsu serta panduan mengenai bagaimana cara untuk mengetahui produk asli atau palsu secara kasat mata. Dengan dibuatnya infografis tersebut, masyarakat dapat membedakan vaksin asli dan vaksin palsu dengan lebih mudah sehingga dapat terhindar dari dampak yang rasakan oleh penerima vaksin palsu.



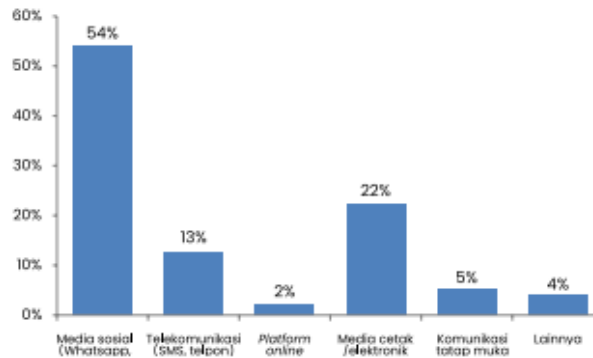
Gambar 1.2 Infografis Cara Membedakan Vaksin Asli dan Vaksin Palsu

Sumber: Instagram Pemerintah Kota Bogor

Media sosial Instagram memungkinkan penggunanya untuk dapat saling berbagi informasi dan berkomunikasi. Dengan menggunakan media sosial Instagram sebagai saluran penyebaran informasi, Diskominfo Kota

Bogor dapat mempublikasikan informasinya secara luas, cepat dan hemat biaya. Penggunaan media sosial Instagram sebagai saluran informasi mengenai vaksin COVID-19 juga selaras dengan hasil survei daring yang dilakukan oleh Kementerian Kesehatan dan Komite Penasihat Ahli Imunisasi Nasional (ITAGI) bekerjasama dengan UNICEF dan WHO terkait dengan permintaan saluran informasi vaksin COVID-19 pada tanggal 19-30 September 2020 yang melibatkan 115.000 responden dari 34 provinsi dan 514 kabupaten/kota se-Indonesia, yaitu sekitar 54% responden memilih media sosial (seperti WhatsApp, Facebook, Instagram, Twitter, dan lain-lain) untuk memperoleh lebih banyak informasi mengenai vaksin COVID-19, disusul media cetak dan media massa seperti televisi dan Koran dan sekitar 13% responden ingin menerima informasi melalui saluran telekomunikasi, seperti SMS dan panggilan telepon (Kementerian Kesehatan Republik Indonesia et al., 2020). Dapat dilihat bahwa media sosial merupakan saluran informasi yang paling banyak dipilih oleh responden dan dapat menjadi saluran informasi yang paling efektif dalam mempublikasi infografis mengenai vaksin COVID-19.

Bagaimana anda ingin mendapatkan informasi lebih lanjut? (n=112.748)



Gambar 1.3 Permintaan Saluran Informasi Vaksin COVID-19

Sumber: Survei Penerimaan Vaksin COVID-19 Di Indonesia

Cristopher Lee dalam bukunya yang berjudul “Belajar Visualisasi Data dengan Grafis dan Infografis” menjelaskan bagaimana otak manusia menyukai infografis dalam memperoleh informasi atau data. Dijelaskan bahwa hampir 50% dari otak manusia terlibat dalam pemrosesan visual dan 70% dari semua reseptor sensorik terletak dibagian mata. Manusia tidak hanya dapat mengingat informasi visual dengan lebih baik, tetapi otak manusia juga dapat memproses informasi visual 60.000 kali lebih cepat dibandingkan dengan informasi dalam bentuk teks. Infografis juga sangat membantu karena dapat mengurangi informasi yang berlebihan (*overload*) yang manusia terima dengan cara mengubah teks menjadi gambar yang dapat dipahami dengan mudah. Selain itu penggunaan warna dalam Infografis dapat membangkitkan minat audiens dan memfokuskan perhatian. Hal ini menjadikan infografis untuk dapat

terlihat lebih menarik. Grafis dan ilustrasi dalam infografis juga sangat membantu dalam menyajikan suatu ide atau fakta sehingga dapat lebih mudah dipahami dan dicerna oleh audiens. Dengan gambar yang interaktif dan menarik perhatian, infografis juga dapat menambah rasa keingintahuan audiens. Manfaat yang terkait dengan infografis mencakup peningkatan pemahaman informasi, gagasan, konsep, peningkatan kemampuan untuk berpikir kritis dan mengembangkan ide-ide dan meningkatkan retensi untuk mengingat informasi (Lee, 2018).

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti memberi batasan agar penelitian ini lebih memahami tentang proses produksi infografis pada akun instagram Pemerintah Kota Bogor yang dilakukan oleh Diskominfo Kota Bogor dalam menyampaikan informasi mengenai vaksin COVID-19. Dalam memperoleh informasi mengenai vaksin COVID-19, masyarakat memiliki keterbatasan waktu dan tenaga. Kekeliruan informasi mengenai vaksin COVID-19 dapat terjadi ditambah dengan banyaknya pengalihan atau distraksi seperti beredarnya berita vaksin COVID-19 di media sosial yang kredibilitasnya diragukan. Karena hal tersebut, sebagai sumber informasi yang terpercaya, Diskominfo Kota Bogor yang merupakan instansi kehumasan harus dapat memproduksi infografis yang berkualitas baik agar dapat meningkatkan ketertarikan dan pemahaman masyarakat terhadap informasi vaksin COVID-19. Saluran penyebaran infografis yang diteliti berfokus pada media sosial

Instagram karena fitur-fitur yang dimiliki platform tersebut dapat memudahkan praktisi kehumasan yang bertugas untuk menjangkau publik dalam menyalurkan informasinya. Dengan memproduksi infografis yang berkualitas baik yang disalurkan melalui media sosial Instagram, diharapkan agar upaya tersebut dapat menjadi strategi yang baik dalam menjembatani kesenjangan pengetahuan dan kekeliruan informasi masyarakat terhadap vaksin COVID-19. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Infografis Pada Akun Instagram Pemerintah Kota Bogor Sebagai Media Informasi Mengenai Vaksin COVID-19 oleh Diskominfo Kota Bogor”**. Peneliti merasa penggunaan infografis sebagai media informasi oleh praktisi kehumasan merupakan hal yang penting untuk diteliti karena akan berdampak pada keberhasilan praktisi kehumasan dalam meningkatkan kepercayaan publik terhadap setiap kebijakan pemerintah dalam melakukan pengembangan dan pengenalan vaksin COVID-19.

1.2. Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka peneliti merumuskan masalah yaitu bagaimana proses produksi infografis pada akun Instagram Pemerintah Kota Bogor sebagai media informasi mengenai vaksin COVID-19 yang dilakukan oleh Diskominfo Kota Bogor?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui proses produksi infografis pada akun Instagram Pemerintah Kota Bogor yang dilakukan oleh Diskominfo Kota Bogor dalam menyampaikan informasi mengenai vaksin COVID-19 kepada publik.

1.4. Manfaat Penelitian

A. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan untuk mampu menjadi media referensi bagi penelitian selanjutnya yang menggunakan konsep dan dasar penelitian yang sama, yaitu mengenai infografis bagi dunia kehumasan sebagai media informasi.

B. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana yang bermanfaat dalam mengetahui bagaimana proses produksi infografis sebagai media informasi yang dilakukan oleh Diskominfo Kota Bogor kepada masyarakatnya.

BAB II
KAJIAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Terdahulu

Ada pun penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, dimana penelitian tersebut dapat menjadi acuan yang digunakan oleh peneliti dalam melakukan penelitian mengenai infografis sebagai media informasi mengenai vaksin COVID-19 oleh Diskominfo Kota Bogor. Berikut beberapa penelitian terdahulu yang dijadikan referensi:

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti	Judul	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Fajar Novianto dan Marshelia Gloria Narida (2019)	Infografis : Media Penyampai Informasi dalam Praktik Hubungan Masyarakat	Kriteria-kriteria infografis yang sesuai dengan proses penyusunan infografis yang dikemukakan oleh Kemenkominfo dan Jason Lankow pada infografis yang	<ul style="list-style-type: none"> • Pendekatan kualitatif • Metode deskriptif • Variabel terikat adalah infografis • Konsep yang digunakan yaitu 	<ul style="list-style-type: none"> • Penelitian berfokus pada penerapan kriteria-kriteria infografis yang sesuai dengan proses penyusunan infografis sedangkan fokus penelitian peneliti adalah

No.	Nama Peneliti	Judul	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
			disusun oleh Subag Hukum dan Humas Ditjen Hortikultura(Novianto & Narida, n.d.)	Humas, infografis, dan media informasi	pemanfaatan infografis sebagai media informasi. <ul style="list-style-type: none"> • Objek penelitian yaitu Subag Hukum dan Humas Ditjen Hortikultura • Teori yang digunakan berbeda yaitu teori Difusi Inovasi
2.	Edy Juliyanto dan Farid Rusdi (2018)	Strategi Penyampaian Informasi Melalui Instagram Dengan Tampilan Infografis (di Kementerian Perdagangan RI)	Biro Humas Kementerian Perdagangan RI sudah melakukan langkah yang tepat dalam memilih infografis sebagai medium dalam	<ul style="list-style-type: none"> • Pendekatan kualitatif • Metode deskriptif • Variabel yang digunakan adalah infografis • Saluran penyebaran 	<ul style="list-style-type: none"> • Penelitian berfokus pada strategi penyampaian pesan melalui instagram dengan tampilan infografis • Objek penelitian yaitu

No.	Nama Peneliti	Judul	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
			penyampaian informasinya. Infografis yang disusun oleh Kementerian Perdagangan RI dapat menarik perhatian sekaligus memudahkan generasi muda memahami isi pesannya(Juliyanto & Rusdi, 2019).	infografis yang diteliti berfokus pada media sosial Instagram	Kementerian Perdagangan RI • Teori yang digunakan berbeda yaitu teori <i>medium is the message</i> , teori elemen desain, dan <i>new media</i>
3.	Tutik Sriyati (2019)	Pemanfaatan Infografik oleh Perpustakaan di Indonesia	Berbagai jenis perpustakaan di Indonesia telah memanfaatkan infografik yaitu perpustakaan nasional, perpustakaan khusus, perpustakaan perguruan tinggi	• Jenis penelitian deskriptif kualitatif • Terdapat kesamaan konsep yaitu infografis dalam	• Objek penelitian yaitu perpustakaan di Indonesia

No.	Nama Peneliti	Judul	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
			<p>dan perpustakaan sekolah. Pemanfaatan infografik di perpustakaan digunakan untuk menyampaikan informasi jenis koleksi, buku baru, statistik perpustakaan, proses peminjaman, jenis layanan, fasilitas dan lain-lain. Sebagian besar infografik perpustakaan ditampilkan di situs resmi dan media sosial perpustakaan(S riyati, 2019).</p>	<p>pelayanan informasi</p>	

2.2. Kajian Teori

2.2.1. Hubungan Masyarakat

A. Definisi Hubungan Masyarakat

Hubungan masyarakat merupakan salah satu jabatan yang selalu ada dan dibutuhkan di setiap perusahaan, lembaga atau instansi lainnya. Hubungan masyarakat dapat diartikan sebagai sebuah profesi yang memiliki tanggung jawab untuk dapat memberikan sebuah informasi, mendidik, meyakinkan, meraih simpati dan membangkitkan ketertarikan masyarakat terhadap sesuatu atau membuat masyarakat mengerti dan menerima sebuah situasi (Philip, 2003).

Hubungan masyarakat senantiasa berkenaan dengan kegiatan-kegiatan yang melakukan pemahaman melalui pengetahuan, dan melalui kegiatan-kegiatan tersebut diharapkan akan muncul suatu dampak yakni perubahan yang positif (Morissan, 2008).

Hubungan masyarakat juga dapat diartikan sebagai manajemen khas yang mendukung pembinaan dan pembangun upaya untuk saling menguntungkan melalui komunikasi, pengertian, penerimaan, dan kerjasama yang baik antara organisasi dengan publiknya (Ruslan, 2006).

Hubungan masyarakat merupakan aktivitas komunikasi dua arah yang dilakukan oleh suatu perusahaan atau organisasi dengan publik yang

bertujuan untuk menumbuhkan saling pengertian, saling percaya dan saling membantu atau kerjasama (Yusmawati, 2017).

Hubungan masyarakat berfungsi untuk memberikan suatu pengertian, masukan, informasi baik, kepercayaan, pelayanan, dari dan untuk publik. Hal tersebut dilakukan agar terjalinnya suatu hubungan yang harmonis antara organisasi atau perusahaan dengan masyarakat. Bukan hanya untuk kepentingan perusahaan, namun humas juga melakukan komunikasi timbal balik dari publik kepada perusahaan (Sari, 2019).

Dari beberapa pengertian tersebut peneliti menyimpulkan bahwa hubungan masyarakat merupakan suatu fungsi manajemen yang bertujuan untuk menciptakan komunikasi dua arah dengan menyebarkan informasi dari suatu instansi kepada khalayaknya yang bersifat mendidik dan memberikan penjelasan, agar hubungan yang harmonis antar keduanya dapat tercipta.

B. Hubungan Masyarakat Pemerintah

Hubungan masyarakat yang memiliki fungsi sebagai penghubung antar instansi dengan publiknya, menjadi alasan mengapa humas sangat diperlukan di dalam pemerintahan. Menurut Cutlip, Humas pemerintah biasa disebut sebagai *public affairs*. Humas pemerintah dapat diartikan sebagai fungsi manajemen yang membantu agar agen, departemen, dan entitas publik lainnya dapat responsif terhadap warga yang mereka layani (Cutlip, 2011).

Humas di dalam dunia pemerintahan memiliki tugas untuk menjalankan kegiatan kebijakan dan pelayanan publik. Salah satu kegiatan humas pemerintah dalam bidang kebijakan publik yaitu memberikan berbagai informasi tentang kebijakan pemerintahan kepada masyarakat (Ardianto, 2011).

Dari kedua pengertian tersebut peneliti menyimpulkan bahwa hubungan masyarakat pemerintah merupakan sumber informasi yang diharapkan dapat meningkatkan pelayanan dan pengelolaan informasi instansinya, serta mampu mendorong partisipasi masyarakat dalam mensukseskan berbagai program pemerintah yang hasilnya dapat dinikmati oleh publik. Informasi yang diberikan oleh humas pemerintah kepada publiknya bukan merupakan lobi untuk mendapatkan hasil yang diinginkan, namun memiliki sifat yang mendidik dan bermanfaat.

Adapun tugas dan kewajiban yang dimiliki oleh hubungan masyarakat dalam lembaga pemerintah yang dijelaskan oleh Dimock dan Koenig dalam Ruslan, yaitu:

1. Dapat memberikan penerangan atau informasi kepada masyarakat tentang pelayanan masyarakat (*public services*), kebijaksanaan serta tujuan yang akan dicapai oleh pihak pemerintah dalam menyampaikan program kerja pembangunan tersebut.
2. Dapat menanamkan keyakinan dan kepercayaan, serta mengajak masyarakat dalam partisipasinya untuk melaksanakan program pembangunan di berbagai bidang, seperti sosial, ekonomi, hukum, politik, serta menjaga stabilitas keamanan dan ketertiban nasional.
3. Adanya keterbukaan dan kejujuran dalam memberikan pelayanan serta pengabdian dari aparatur pemerintah bersangkutan yang perlu dijaga atau dipertahankan dalam melaksanakan tugas dan kewajibannya masing-masing secara konsisten dan professional (Ruslan, 2006).

2.2.2. Infografis

A. Definisi Infografis

Infografis merupakan suatu cara baru dalam menyampaikan informasi. Infografis berasal dari kata *Infographics* yang dalam Bahasa Inggris terdiri dari kata *Information* dan *Graphics*. Kata ini mengarah kepada bentuk

visualisasi data yang menyampaikan informasi kompleks kepada pembaca. Dengan dilakukannya pembuatan infografis, pembaca dapat lebih cepat dan mudah dalam memahami informasi yang bersifat kompleks (Saptodewo, 2014).

Infografis adalah visualisasi data, gagasan, informasi atau pengetahuan melalui bagan, grafis, jadwal dan lainnya agar data, gagasan, informasi atau pengetahuan yang dapat disajikan lebih dari sekedar teks dan memiliki dampak visual yang cukup kuat dan lebih menarik. Pembuatan infografis diharapkan dapat menggugah kesadaran pembacanya untuk memahami data, gagasan, informasi atau pengetahuan lebih cepat dan tepat (Kurniasih, 2017). Infografis dapat memainkan peran penting dalam menyederhanakan informasi dan meningkatkan pemrosesan data kepada pembaca sehingga menjadi lebih mudah dan cepat dipahami (Damyanov & Tsankov, 2018).

Infografis dapat didefinisikan sebagai visualiasasi data atau ide yang mencoba untuk menyampaikan informasi yang bersifat kompleks kepada audience dengan cara tertentu dan dapat lebih mudah dipahami atau mudah dimengerti (Smiciklas, 2012).

Dari beberapa pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa Infografis merupakan salah satu media informasi yang tersusun atas elemen teks yang dipadukan dengan beberapa elemen visual seperti gambar, ilustrasi,

grafik, dan tipografi yang berguna untuk menyederhanakan informasi yang sifatnya kompleks menjadi informasi yang dapat dengan mudah dipahami serta mampu menarik perhatian pembacanya.

B. Tujuan Infografis

Adapun tujuan infografis yang dikemukakan oleh Krum yang dibagi ke dalam tiga kategori yaitu:

1. Untuk memberikan informasi kepada audiens
2. Untuk menghibur audiens
3. Untuk mempersuasi audiens sehingga audiens memberikan perhatian, menyempatkan untuk membaca, menyimpulkan dan melakukan aksi sesuai apa yang ada di dalam infografis (Krum, 2013).

C. Jenis Jenis Infografis

Jason Lankow menjelaskan bahwa terdapat tiga format dalam mempublikasi infografis, yaitu :

a. Infografis Statis (*static*)

Terkandung informasi yang biasanya bersifat tetap. Interaksi pengguna infografis terdiri dari melihat dan membaca. Tampilan gambar adalah diam. Berfungsi paling baik sebagai naratif tetapi bisa eksploratif dalam beberapa kasus.

b. Infografis Gerak (*motion*)

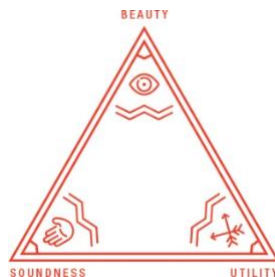
Terkandung Informasi yang biasanya bersifat tetap. Interaksi pengguna infografis terdiri dari melihat, mendengarkan (jika terdapat pengisi suara), dan membaca. Tampilan gambar dianimasikan, atau bergerak. Berfungsi paling baik sebagai naratif, hampir tidak pernah eksploratif tanpa digunakan dalam kombinasi dengan konten interaktif.

c. Infografis Interaktif

Dapat terkandung informasi yang bersifat tetap atau dinamis. Interaksi pengguna infografis terdiri dari mengklik, mencari data tertentu, secara aktif membentuk konten yang ditampilkan, dan memilih informasi yang ingin diakses dan divisualisasikan. dapat bersifat naratif, eksploratif, atau keduanya (Lankow, 2012).

2.2.3. Prinsip Vitruvius

Jason Lankow dalam bukunya yang berjudul “*Infographics The Power of Visual Storytelling*” menjelaskan bahwa Infografis yang memiliki kualitas baik dapat diukur dengan prinsip Vitruvius yang memiliki 3 elemen, yaitu:



Gambar 2.1 Prinsip Vitruvius

Sumber : Buku *Infographics The Power of Visual Storytelling*

1. Kegunaan (*Utility*)

Sehubungan dengan kegunaan, infografis harus menggunakan pendekatan yang mengarah pada tujuan. Pada dasarnya, kegunaan infografis diukur dari bagaimana infografis tersebut memungkinkan pesan yang dimuat untuk mencapai tujuannya. Dalam infografis yang digunakan untuk mengkomunikasikan informasi, terdapat dua pendekatan yang harus dicapai yaitu eksploratif dan naratif. Infografis eksploratif memberikan informasi dengan cara yang tidak memihak serta memungkinkan pembacanya untuk menganalisisnya dan sampai pada kesimpulan mereka sendiri. Pendekatan ini paling baik digunakan untuk aplikasi ilmiah dan akademis, dimana pemahaman penelitian yang dikumpulkan menjadi prioritas utama dalam memperoleh informasi. Sedangkan Infografis naratif memandu pembacanya untuk melalui serangkaian informasi spesifik yang memuat pesan yang telah ditentukan sebelumnya. Pendekatan ini paling baik digunakan ketika ingin menyampaikan pesan yang spesifik yang dapat langsung diambil oleh pembacanya, serta berfokus pada daya tarik audiens dan retensi informasi. Kedua pendekatan ini memiliki keunikan dan keefektivasannya masing-masing sesuai dengan seberapa baik mereka dalam menyampaikan pesan yang dimuat dalam infografis untuk mencapai tujuannya, terlepas dari bagaimana pembaca berinteraksi dengan informasi tersebut.

2. Kekuatan (*Soundness*)

Infografis yang baik juga mengkomunikasikan sesuatu yang bermakna. Infografis harus dapat mengkomunikasikan pesan yang layak diceritakan dan dapat memberi sesuatu yang berharga kepada pembacanya. Walaupun saat ini infografis merupakan sarana komunikasi yang kuat, terkadang infografis dibuat secara sewenang-wenang atau tidak memuat informasi yang kohesif dan menarik. Jika informasi itu sendiri tidak lengkap, tidak dapat dipercaya, atau tidak menarik, maka infografis tersebut tidak dapat menjadi infografis yang memiliki kualitas baik. Dalam hal ini, penting bagi produsen infografis untuk menentukan jenis ide infografis yang mengarah kepada pemahaman yang tepat. Konten yang dimuat dalam infografis harus dapat berhubungan dengan kebutuhan audiens yang dituju, baik secara luas maupun yang ditargetkan. Oleh karena itu, infografis yang baik adalah yang memiliki makna dan integritas.

3. Keindahan (*Beauty*)

Berkaitan dengan bagaimana proses produksi infografis dilakukan, terdapat dua hal yang perlu dipertimbangkan yaitu format dan kualitas dalam desain infografis. Desain infografis harus ditentukan berkaitan dengan kesesuaian dan efektivitas oleh tujuan dan informasi yang ditampilkan, bukan preferensi dari individu. Jika format yang digunakan tidak sesuai, hasilnya akan kurang baik. Demikian pula, jika

desain salah menggambarkan atau malah membelokkan informasi, atau jika desain tidak sesuai dengan subjeknya, infografis tersebut tidak dapat dianggap memiliki kualitas yang tinggi, tidak peduli seberapa menarik desain infografis tersebut dilihat secara estetika (Lankow, 2012).

2.2.4. Media Informasi

A. Definisi Media Informasi

Media informasi memungkinkan sebuah pesan untuk dapat tersampaikan kepada penerimanya dengan baik dan bermanfaat. Asyad mengartikan media sebagai perantara atau pengantar pesan dari pengirim kepada penerima pesan (Arsyad, 2009). Sedangkan Kadir mengartikan informasi sebagai data yang telah diproses sedemikian rupa sehingga dapat meningkatkan pengetahuan bagi orang yang menggunakan data tersebut (Kadir, 2009). Dari kedua pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa media informasi dapat diartikan sebagai alat untuk mengumpulkan dan menyusun kembali sebuah informasi sehingga menjadi bahan yang bermanfaat bagi penerima informasi.

2.2.5. Media Sosial Instagram

A. Definisi Instagram

Instagram adalah salah satu aplikasi untuk berbagi foto dan video yang didirikan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger pada tahun 2010. Instagram dapat diartikan sebagai salah satu media sosial yang banyak digunakan sebagai tempat menyebarkan dan mendapatkan informasi, berinteraksi dengan orang banyak, serta dapat mengenal lebih dekat dengan sesama pengguna Instagram melalui foto-foto dan video yang diunggah (Wasono Adi & Handini Prabawati, 2019).

Instagram merupakan salah satu media digital yang memiliki fungsi yang mirip dengan Twitter, namun perbedaannya yaitu pada pengambilan foto dengan tujuan untuk berbagi informasi pada setiap penggunaannya. Instagram juga memungkinkan untuk memberi inspirasi dan meningkatkan kreatifitas penggunaannya karena instagram memiliki fitur yang dapat membuat unggahan menjadi lebih indah, artistik dan juga baik (Atmoko, 2012).

Instagram adalah aplikasi yang memungkinkan penggunaannya untuk saling berbagi informasi melalui foto dan video. Dalam pembagian informasi dalam bentuk video, instagram hanya memfasilitasi video dengan durasi 60 detik. Pada aplikasi ini, penggunaannya dapat melakukan aktivitas *follow* yang artinya saling mengikuti satu sama lain,

serta *like* yang artinya menyukai foto atau video yang diunggah oleh pengguna lainnya (Bahesa, 2020).

Dari beberapa pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa Instagram merupakan media sosial yang memungkinkan penggunanya untuk dapat membagikan foto atau video dan berinteraksi dengan sesama penggunanya dengan cara memberi komentar serta memberi respon suka pada unggahan yang dibagikan. Dengan fitur-fitur yang dimiliki oleh Instagram, penggunanya dapat mendapatkan dan menyebarkan informasi dengan mudah, bisa dalam bentuk foto, video, maupun caption pada unggahan tersebut.

2.3. Keterkaitan Antar Konsep

Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) Kota Bogor merupakan sebuah instansi kehumasan bagi pemerintah Kota Bogor. Sebagai hubungan masyarakat pemerintah, Diskominfo Kota Bogor memiliki peran penting dalam menyampaikan informasi kepada masyarakatnya untuk menciptakan hubungan yang harmonis yang menjadi tujuan praktisi kehumasan.

Pada masa pelaksanaan program vaksinasi COVID-19 yang dilakukan oleh pemerintah untuk menekan angka kasus wabah virus Corona yang terus meningkat, Diskominfo Kota Bogor memiliki tugas penting untuk dapat menyusun strategi komunikasi yang baik dalam menyebarkan informasi

mengenai vaksin COVID-19 sebagai sumber informasi yang dapat dipercaya dan juga mudah untuk diperoleh. Upaya yang dilakukan oleh Diskominfo Kota Bogor yaitu dengan menyajikan informasi mengenai vaksin COVID-19 tidak hanya dalam bentuk teks, namun juga menggunakan tampilan visual yang memikat yang biasa disebut sebagai infografis. Upaya ini dilakukan sebagai strategi Diskominfo Kota Bogor untuk membuat publik lebih tertarik dalam memperoleh informasi mengenai vaksin COVID-19 dan juga informasi tersebut dapat lebih mudah dimengerti.

Infografis sebagai media informasi harus memiliki kualitas yang baik, karena itu infografis membutuhkan proses penyusunan yang cukup panjang dan tidak mudah, hal tersebut membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada Diskominfo Kota Bogor dalam memanfaatkan infografis sebagai media informasi mengenai vaksin COVID-19 melalui media sosialnya. Jason Lankow menjelaskan infografis yang memiliki kualitas baik dapat diukur dengan prinsip Vitruvius yang memiliki 3 elemen, yaitu :

1. Kegunaan (*Utility*)
2. Kekuatan (*Soundness*)
3. Keindahan (*Beauty*)

Dalam melakukan penelitiannya, peneliti menggunakan konsep penelitian yang terdiri dari, hubungan masyarakat, infografis, prinsip Vitruvius, media informasi, dan media sosial Instagram sebagai acuan peneliti untuk

dapat mengupas bagaimana pemanfaatan infografis sebagai media informasi mengenai vaksin COVID-19 yang dilakukan oleh Diskominfo Kota Bogor.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Pendekatan Penelitian

Ditinjau dari jenis data yang digunakan dalam penelitian ini, pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif, dimana sumber data yang digunakan diperoleh melalui hasil investigasi yang mendalam dan dijelaskan dalam bentuk kata-kata. Penelitian dengan pendekatan kualitatif dilakukan untuk mencari sebuah pemahaman dari suatu peristiwa yang dianggap unik dan terjadi pada lingkungan di sekitar kita.

Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menghasilkan beberapa temuan yang tidak dapat menggunakan prosedur statistik atau cara-cara lain dari pengukuran dalam mencapainya. Penelitian kualitatif dapat menghasilkan uraian yang mendalam tentang ucapan, tulisan, dan atau perilaku yang dapat diamati dari suatu individu, kelompok, masyarakat, dan atau organisasi tertentu dalam suatu keadaan tertentu yang dikaji dari sudut pandang yang menyeluruh (Jaya, 2020).

Pendekatan kualitatif memungkinkan penulisnya untuk dapat terjun langsung dalam mengadakan wawancara dengan responden, observasi, bahkan ikut serta ke dalam proses, dengan tujuan agar penulis dapat mengetahui secara mendalam mengenai substansi yang diteliti (Rukajat, 2018).

Pendekatan kualitatif beranggapan bahwa pemahaman tingkah laku manusia (*social behavior*) tidak cukup diperoleh hanya dari perilaku permukaan (*surface behavior*), tetapi juga perlu memperhatikan perspektif dari dalam perilaku manusia (*inner perspective of human behavior*) karena dari pendekatan tersebut akan diperoleh gambaran utuh (*holistic*) tentang manusia dan dunianya (Suwendra, 2018).

Berdasarkan beberapa pengertian tersebut, peneliti menyimpulkan bahwa pendekatan kualitatif merupakan suatu proses penelitian dan pemahaman yang didasari pada metodologi yang menyelidiki suatu fenomena sosial dan masalah manusia. Prosedur penelitian pada pendekatan kualitatif menghasilkan data deskriptif yang berupa kata-kata tertulis atau lisan dari seseorang serta perilaku yang telah diamati. Dalam hal ini peneliti melakukan penelitian berdasarkan tulisan maupun lisan untuk mengetahui proses produksi infografis yang dilakukan oleh Diskominfo Kota Bogor sebagai media informasi mengenai vaksin COVID-19, oleh karena itu peneliti tidak dapat menarik kesimpulan apabila tidak melakukan penelitian berdasarkan lisan dan tulisan terlebih dahulu.

3.2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif. Moleong mengartikan metode penelitian ini sebagai prosedur penelitian yang

menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau ucapan dari seseorang atau perilaku yang diamati yang diarahkan dari latar belakang individu secara utuh (*holistic*) tanpa memberi batasan individu dan organisasinya dalam variabel namun memandangnya sebagai bagian dari suatu keutuhan (Moleong, 2000).

Andi Prastowo dalam bukunya “Metode penelitian deskriptif” mengutip pengertian metode penelitian deskriptif menurut Whitney, yaitu pencarian fakta dengan interpretasi yang tepat. Jenis penelitian deskriptif mempelajari masalah dalam masyarakat dan tata cara yang berlaku dalam masyarakat serta situasi-situasi tertentu, termasuk hubungan kegiatan-kegiatan, sikap-sikap, pandangan-pandangan, serta proses-proses yang sedang berlangsung dan pengaruh-pengaruh dalam suatu fenomena (Prastowo, 2011).

Furchan menjelaskan bahwa metode penelitian deskriptif terdiri dari beberapa karakteristik yaitu, metode ini cenderung menggambarkan fenomena apa adanya dengan cara menelaah secara teratur dan ketat, objektivitas sangat diutamakan serta dilakukan secara cermat. Dalam metode ini tidak terdapat perlakuan yang diberikan atau dikendalikan serta tidak terdapat pula uji hipotesis (Furchan, 2004)

Berdasarkan beberapa pengertian di atas, peneliti menyimpulkan bahwa metode penelitian deskriptif merupakan metode penelitian yang dikembangkan berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan melalui observasi

dan wawancara untuk mendapatkan data-data atau informasi dari lapangan mengenai fakta atau temuan yang dapat berupa dokumen pribadi peneliti, ucapan dan tindakan responden, catatan lapangan, dan lain-lain.

Selaras dengan pengertian tersebut, penelitian “Infografis Pada Akun Instagram Pemerintah Kota Bogor Sebagai Media Informasi Mengenai Vaksin COVID-19 oleh Diskominfo Kota Bogor” menghasilkan data deskriptif berupa lisan dari data yang dikumpulkan melalui teknik wawancara mendalam dengan subjek penelitian yang memiliki kaitan dengan masalah yang ingin diteliti. Peneliti menggunakan metode deskriptif pada penelitian tersebut karena peneliti dapat mendeskripsikan berbagai sumber data dan informasi baik itu dari berbagai pendapat ahli dan berdasarkan observasi hasil wawancara yang dapat dijadikan sebagai data yang dapat membantu dalam penelitian ini.

3.3. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Diskominfo Kota Bogor, yang berlokasi di pusat Kota Bogor, tepatnya di Jl. Ir. H. Juanda No.10, RT.01/RW.01, Paledang, Kecamatan Bogor Tengah, Kota Bogor, Jawa Barat 16122. Tempat ini dipilih karena Diskominfo Kota Bogor merupakan humas pemerintah yang bekerja dibawah Pemerintahan Kota Bogor khususnya dalam pengelolaan komunikasi dan informasi publik. Oleh karena itu, peneliti menganggap bahwa Diskominfo Kota Bogor merupakan lokasi yang tepat bagi peneliti untuk melakukan

penelitian mengenai infografis sebagai media informasi, serta mendapatkan sumber data yang akurat. Penelitian ini dilakukan dalam jangka waktu 3 bulan, yaitu pada bulan Mei hingga Juli 2021.

3.4. Subjek Penelitian

Subjek penelitian merupakan individu atau benda yang dijadikan sebagai tempat perolehan data untuk keperluan variabel dan permasalahan penelitian (Arikunto, 2010). Subjek penelitian juga dapat diartikan sebagai individu, benda, atau organisme yang menjadi sumber informasi yang dibutuhkan untuk mengumpulkan data dalam penelitian (Idrus, 2009).

Subjek penelitian memiliki kaitan dengan masalah yang ingin diteliti dan menjadi tempat diperolehnya data dalam penelitian. Dalam penelitian kualitatif untuk menentukan subjek penelitian, terdapat beberapa kriteria yaitu:

1. Mereka sudah cukup lama dan intensif menyatu dalam kegiatan atau bidang yang menjadi kajian penelitian
2. Mereka terlibat penuh dalam bidang atau kegiatan tersebut
3. Mereka memiliki waktu cukup waktu untuk dimintai informasi (Basrowi, 2008)

Dari beberapa pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa subjek penelitian memiliki kaitan yang erat dengan masalah yang ingin diteliti dan

menjadi tempat diperolehnya data dalam penelitian yang akan menjadi subjek penelitian.

3.4.1. Key Informan

Key Informan atau informan kunci adalah seseorang yang dianggap mampu untuk memberi informasi secara detail. Informan penelitian utama (*Key Informan*) adalah partisipan yang karena kedudukannya dalam komunitas memiliki pengetahuan khusus mengenai orang lain, proses, maupun peristiwa secara lebih luas dan terinci dibandingkan orang lain (Sarosa, 2017).

Pada penelitian ini, peneliti memberikan kriteria terhadap *key informan* yang dipilih yaitu praktisi humas dalam Diskominfo Kota Bogor yang mengelola dan mendesain infografis mengenai vaksin COVID-19, dalam hal ini peneliti memilih Bapak Rama Andhika Yoga selaku Staff Bidang Komunikasi dan Informasi Publik (KIP) Diskominfo Kota Bogor untuk menjadi *key informan* dengan alasan beliau telah memenuhi kriteria tersebut.

3.4.2. Informan Penelitian

Posisi informan merupakan peran yang sangat penting dalam menjadi sumber data penelitian. Informan penelitian adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar belakang penelitian (Moleong, 2000). Dalam hal ini, peneliti memilih Ibu Liah Lestari selaku Kepala Seksi Pengelolaan Komunikasi dan Informasi Publik Diskominfo Kota Bogor sebagai informan penelitian pertama dan Muthia Roseli selaku

followers aktif akun media sosial Pemerintah Kota Bogor sebagai informan peneliti kedua.

3.5. Teknik Keabsahan Data

Keabsahan data adalah standar kebenaran data dari hasil penelitian yang disesuaikan dengan tuntutan pengetahuan, kriteria dan paradigmanya sendiri. Triangulasi dalam pengujian kredibilitas merupakan pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu dalam penelitian. Terdapat beberapa macam model triangulasi, yaitu sebagai berikut:

1. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber.

2. Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik untuk mengkaji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda.

3. Triangulasi Waktu

Waktu juga sering mempengaruhi kredibilitas data. Data yang dikumpulkan dengan teknik wawancara di pagi hari pada saat narasumber masih segar, belum banyak masalah, akan memberikan data yang lebih valid sehingga lebih kredibel. Untuk itu dalam rangka

pengujian kredibilitas data dapat dilakukan dengan cara melakukan pengecekan dengan wawancara, observasi atau teknik lain dalam waktu dan situasi yang berbeda (Sugiyono, 2018).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik triangulasi sumber untuk melakukan pemeriksaan keabsahan data. Triangulasi sumber tersebut dilakukan dengan cara membandingkan data hasil pengamatan dengan hasil wawancara. Upaya tersebut bertujuan untuk memeriksa keabsahan data yang ingin didapatkan peneliti seputar infografis pada akun Instagram Pemerintah Kota Bogor sebagai media informasi mengenai vaksin COVID-19 yang dilakukan oleh Diskominfo Kota Bogor.

3.6. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah upaya yang dilakukan untuk mengumpulkan informasi atau fakta-fakta yang ada di lapangan. Teknik pengumpulan data adalah cara yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data, serta instrumen dalam pengumpulan data adalah alat bantu yang digunakan dan dipilih oleh peneliti dalam mengumpulkan data agar dalam kegiatan tersebut dapat lebih mudah dan sistematis (Ridwan, 2004). Upaya perolehan dan pengumpulan data tersebut adalah langkah sangat penting untuk dilakukan agar dapat menunjang penelitian dengan memanfaatkan sumber dan data yang ada.

3.6.1. Data Primer

Sumber data primer adalah sumber data yang memuat data utama yaitu data yang diperoleh secara langsung di lapangan, misalnya narasumber atau informan (Farida, 2014). Data primer dapat berupa ucapan atau tindakan dari informan. Dalam memperoleh data primer, peneliti menggunakan beberapa teknik pengumpulan data sebagai berikut:

A. Wawancara mendalam (*in-depth interviewing*)

Wawancara mendalam adalah wawancara yang dilakukan secara lentur dan terbuka, tidak berstruktur ketat, dan tidak dalam suasana yang formal. Wawancara ini dilakukan berulang pada informan yang sama, dengan pertanyaan berbentuk *open-ended*, yaitu pertanyaan tentang fakta dari peristiwa atau aktivitas, dan opini (Farida, 2014). Dalam hal ini peneliti melakukan wawancara mendalam berkaitan dengan bidang yang sesuai dengan judul penelitian ini, yaitu dengan praktisi humas dalam Diskominfo Kota Bogor yang menyusun dan mengelola infografis mengenai vaksin COVID-19.

B. Observasi

Observasi atau pengamatan secara langsung di lapangan memungkinkan peneliti untuk dapat mendokumentasi dan merefleksikan secara sistematis terkait kegiatan dan interaksi yang dilakukan oleh subjek penelitian. Setiap hal yang didengar dan dilihat dalam kegiatan

observasi dapat dicatat dan direkam oleh peneliti jika hal tersebut sesuai dengan masalah yang dikaji dalam penelitian yang dilakukannya (Farida, 2014).

3.6.2. Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan sumber data tambahan yang diambil tidak secara langsung di lapangan, melainkan dari sumber yang sudah dibuat orang lain, misalnya: buku, dokumen, foto, dan statistik (Farida, 2014). Dalam memperoleh data sekunder, peneliti menggunakan beberapa teknik pengumpulan data, yaitu sebagai berikut:

A. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data dengan mencari data yang sudah dicatat atau dipublikasi sebelumnya dalam beberapa dokumen yang ada. Metode dokumentasi yaitu mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip buku, surat kabar, majalah, prasasti, metode cepat, legenda, dan lain sebagainya (Suharmi, 2006).

B. Studi Pustaka

Studi kepustakaan berkaitan dengan kajian teoritis dan referensi lain yang berkaitan dengan nilai, budaya dan norma yang berkembang pada situasi sosial yang diteliti, selain itu studi kepustakaan sangat penting

dalam melakukan penelitian, hal ini dikarenakan penelitian tidak akan lepas dari literatur Ilmiah (Sugiyono, 2018).

3.7. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah suatu metode dalam memproses data menjadi sebuah informasi tertentu. Teknik analisis data perlu dilakukan agar data dapat lebih mudah dipahami dan bermanfaat untuk menemukan solusi dari masalah penelitian. Jogiyanto dalam bukunya “Metoda Pengumpulan dan Teknik Analisis Data” mengutip pernyataan Miles dan Huberman bahwa terdapat 4 langkah proses analisis data kualitatif, yaitu:

1. Pengumpulan data

Sebelum direduksi, peneliti perlu menentukan langkah dalam menganalisis dan mempersiapkan data kualitatif. Jika pengolahan data dilakukan secara manual, maka data dalam bentuk gambar, audio dan video biasanya dideskripsikan atau ditranskripsikan terlebih dahulu ke dalam bentuk teks, sehingga dapat lebih mudah untuk diolah dan dianalisis. Jika pengolahan data dilakukan dengan perangkat lunak, peneliti perlu menentukan apakah perlu diubah ke dalam teks atau tidak, karena perangkat lunak memungkinkan untuk mengkode data (gambar, audio, video) dalam bentuk asli tanpa harus diubah kedalam bentuk teks.

2. Pereduksian data

Proses pereduksian data menjadi tahap yang krusial dalam penelitian kualitatif, dimana data seringkali masih bercampur antara data yang relevan dalam data lebih banyak dibanding informasi yang relevan dengan tujuan. Oleh karena itu peneliti perlu mengenali karakteristik data kemudian data tersebut dipilah dan dipilih antara yang relevan dengan yang tidak relevan dengan cara dikodekan, dikategorisasikan dan diberi tema.

3. Penyajian data

Setelah mereduksi data melalui proses pengkodean, pengkategorian dan pentemaan, hasil dari data tersebut dapat disajikan dalam berbagai bentuk. Proses pengkodean manual biasanya hanya dapat menyajikan tabel tematik atau peta pikiran (*mindmap*) sederhana, sedangkan pengkodean dengan perangkat lunak dapat menghasilkan penyajian data dalam berbagai bentuk dan ilustratif yang menarik seperti tabel tematik, diagram, jejaring hubungan antar kode, kabut data (*word cloud*), dan peta pikiran (*mindmap*).

4. Penarikan/pemverifikasian simpulan.

Dengan alasan keempat tahap analisis data kualitatif menggunakan proses yang interaktif dan berulang-ulang, kesimpulan awal yang terbentuk sering masih mudah goyah, untuk itu peneliti perlu membandingkan teori dengan data dan menganalisis kembali data

yang ada dan data tambahan (jika diperlukan), serta mencoba untuk menarik kesimpulan ulang. Proses ini dilakukan secara berulang hingga pola kesimpulan yang kuat dapat ditemukan (Hartono, 2018).

3.8. Keterbatasan Penelitian

Penelitian yang dilakukan saat ini masih memiliki banyak keterbatasan dan kelemahan, di antaranya sebagai berikut:

1. Penelitian hanya terbatas pada aspek kualitatif sehingga aspek kuantitatif dalam temuan penelitian kurang terungkap.
2. Objek penelitian pada saluran penyebaran infografis yang diteliti hanya difokuskan pada media sosial Instagram yang mana hanya satu dari banyaknya media sosial lain yang juga dapat menjadi saluran penyebaran infografis seperti Facebook, Twitter, Whatsapp, dan lain-lain.
3. Kurangnya dokumentasi untuk memperkuat penelitian ini.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Objek Penelitian

Pada saat sosialisasi vaksin COVID-19 sedang maraknya diberlakukan yaitu di periode Desember 2020 hingga April 2021, Diskominfo Kota Bogor telah mempublikasikan sejumlah 16 Infografis jenis statis dan 1 infografis jenis dinamis mengenai informasi vaksin COVID-19 melalui media sosial Instagram @pemkotbogor. Pengelolaan Infografis vaksin COVID-19 tersebut dilakukan oleh Diskominfo Kota Bogor tepatnya pada bidang KIP atau Komunikasi dan Informasi Publik di seksi komunikasi publik.

Tanggapan masyarakat terhadap infografis vaksin COVID-19 yang diproduksi oleh Diskominfo Kota Bogor pun beragam. Dilansir dari pernyataan salah satu informan dalam hasil wawancara yang dilakukan yaitu Ibu Liah Lestari sebagai Kepala Seksi Pengelolaan Komunikasi dan Informasi Publik Diskominfo Kota Bogor, adalah sebagai berikut :

“Responnya ada yang positif tapi tentu ada yang negatif, tapi kaitan dengan infografisnya itu ngga ada masalah, tapi memang lebih ke kebijakannya ya, misalnya ganjil genap, tentu ada pro dan kontra nya itu.” (Lestari, 2021).

Dapat dilihat bahwa terdapat beragam tanggapan masyarakat terkait infografis vaksin COVID-19, baik pro maupun kontra. Namun terkait tanggapan

kontra, masyarakat lebih banyak mempermasalahkan isi dari konten infografis, seperti kebijakan, himbuan, arahan pemerintah, dan lain-lain.

4.2. Hasil Penelitian

Pada hasil penelitian peneliti akan mengemukakan data yang telah didapatkan dari para narasumber. Penelitian ini dilakukan dengan metode wawancara. Wawancara ini dilakukan secara dengan metode obeservasi dan wawancara mendalam. Metode wawancara mendalam tersebut dilakukan oleh peneliti dengan narasumber antara lain:

Tabel 4. 1 Key Informan

No.	Nama	Keterangan
1.	Rama Andhika Yoga (KY)	Staff Bidang Komunikasi dan Informasi Publik (KIP)

Tabel 4.2 Informan Peneliti

No.	Nama	Keterangan
1.	Ibu Liah Lestari (I1)	Kepala Seksi Pengelolaan Komunikasi dan Informasi Publik Diskominfo Kota Bogor
2.	Muthia Roseli (I2)	<i>Followers</i> aktif media sosial Instagram Pemerintah Kota Bogor

Wawancara dengan narasumber Rama Andhika Yoga (KY) dilaksanakan pada tanggal 22 Juni 2021 pada pukul 12.00 WIB di Diskominfo Kota Bogor, sedangkan dengan Liah Lestari (I1) wawancara dilaksanakan pada tanggal 22 Juni 2020 pada pukul 11.00 WIB. Sementara untuk narasumber Followers aktif media sosial Instagram Pemerintah Kota Bogor yakni Muthia Roseli (I2), wawancara dilakukan pada tanggal 22 Juni 2021 pada pukul 17.00 di Bogor.

Infografis adalah salah satu strategi yang baik untuk profesi humas dalam menyampaikan informasi. Dalam mempublikasi konten infografis, humas perlu memilih saluran yang tepat agar infografis tersebut dapat tersebar dengan baik. Pada proses produksinya, infografis juga harus memenuhi beberapa kriteria agar dapat memiliki kualitas yang baik. Dalam hasil wawancara, Diskominfo Kota Bogor menjelaskan bagaimana penggunaan infografis yang diunggah ke dalam akun instagram Pemerintah Kota Bogor serta hal apa saja yang dilakukan dalam proses produksi infografis sehingga dapat memiliki kualitas yang baik. Data yang tidak terungkap melalui wawancara dilengkapi dengan data hasil observasi dan dokumentasi.

4.2.1. Infografis Pada Akun Instagram Pemerintah Kota Bogor Sebagai Media Informasi

Dalam melaksanakan penyebaran informasi mengenai vaksin COVID-19 kepada masyarakat, Pemerintah Kota Bogor menunjuk Diskominfo (Dinas Komunikasi dan Informatika) Kota Bogor sebagai perwakilan instansi. Diskominfo Kota Bogor sebagai instansi kehumasan Pemerintah Kota Bogor harus mampu menyampaikan segala informasi mengenai vaksin COVID-19 kepada masyarakat dengan baik. Salah satu upaya yang dilakukan Diskominfo Kota Bogor adalah dengan menggunakan infografis sebagai media informasi, yang diunggah ke dalam akun Instagram Pemerintah Kota Bogor. Hal ini berkaitan dengan pernyataan Ibu Liah Lestari selaku Kepala Seksi Pengelolaan Komunikasi dan Informasi Publik, tentang siapa/divisi apa yang membuat infografis yang diunggah ke dalam akun Instagram Pemerintah Kota Bogor:

“Kalau yang diunggah ke dalam media sosial instagram Pemerintah Kota Bogor itu memang dari Diskominfo Kota Bogor dalam kaitannya ini ada di bidang komunikasi dan informasi publik, di seksi komunikasi publik, tapi dalam penyebaran informasinya, pemerintah kota itu memiliki perangkat-perangkat daerah, tiap perangkat daerah itu semuanya rata-rata aktif dalam membuat konten di media sosial”. (Lestari, 2021).

Pernyataan serupa juga dijelaskan oleh Bapak Rama Andhika Yoga, selaku Staff Bidang Komunikasi dan Informasi Publik (KIP):

“Lebih tepatnya itu di bidang KIP atau Komunikasi dan Informasi Publik di seksi komunikasi publik” (Yoga, 2021).

Beliau juga menjelaskan jenis infografis yang diproduksi oleh Diskominfo Kota Bogor, yaitu:

“Kebanyakan infografis yang dibuat itu dalam bentuk gambar ya, untuk unggahan *feeds* instagram pemerintah Kota Bogor, jarang kita unggah dalam bentuk video” (Yoga, 2021).

Infografis berasal dari kata *Infographics* yang dalam Bahasa Inggris terdiri dari kata *Information* dan *Graphics*. Kata ini mengarah kepada bentuk visualisasi data yang menyampaikan informasi kompleks kepada pembaca. Dengan dilakukannya pembuatan infografis, pembaca dapat lebih cepat dan mudah dalam memahami informasi yang bersifat kompleks (Saptodewo, 2014). Infografis juga dapat didefinisikan sebagai visualisasi data atau ide yang mencoba untuk menyampaikan informasi yang bersifat kompleks kepada *audience* dengan cara tertentu dan dapat lebih mudah dipahami atau mudah dimengerti (Smiciklas, 2012). Kedua pengertian tersebut berkaitan dengan pernyataan Bapak Rama Andhika Yoga terkait alasan menggunakan infografis sebagai media informasi:

“Karena yang namanya media sosial ya, itu kan butuh informasi yang bentuknya tuh ngga hanya teks doang, tapi butuh juga gabungan dari teks dan gambar, bahkan video sekalipun itu bisa. Nah untuk bentuk gambar dan teks yang digabungkan itu akan menjadi sebuah infografis, dimana sebuah informasi itu akan lebih mudah dicerna karena seperti namanya ya, infografis, informasi yang berisikan tentang grafis khususnya yang fokus di informasi vaksin COVID-19 gitu” (Yoga, 2021).

Pernyataan terkait alasan pemanfaatan infografis sebagai media informasi juga dikemukakan oleh Ibu Liah Lestari, yaitu:

“Di dalam era digitalisasi ini, menurut survei itu, penggunaan internet memang sangat besar terutama dalam kalangan anak-anak muda usia 18 tahun ke atas. Media sosial salah satunya memiliki presentase yang paling sering digunakan. Kalau dalam kata-kata, dalam bentuk kalimat, kadang-kadang kan orang bosan ya untuk membacanya. Jadi dalam visualisasi, dalam bentuk infografis, dibuat sedemikian, dikemas semenarik mungkin, itu mata orang lebih enak dalam membacanya, jadi lebih mengajak masyarakat untuk mengetahui apa isi dari informasi ini” (Lestari, 2021).

Muthia Roseli selaku *followers* aktif akun Instagram Pemerintah Kota Bogor, mendukung pernyataan tersebut dengan mengemukakan pendapatnya terkait pemahaman dan ketertarikannya dalam memperoleh informasi melalui infografis, yaitu:

“Iya, jadi lebih paham karena akun pemkot itukan salah satu akun yang memang kita pantau setiap hari, informasi yang *up to date* dari pemerintah atau himbauan-himbauan lebih lanjut dari akun tersebut”.

“Iya lebih tertarik, karena infografis ini ibaratnya pengemasan yang sudah dikemas secara baik, yang tadinya masih bacaan-bacaan atau berdasarkan surat keputusan atau apa, dikemas melalui infografis, ke dalam bentuk visual, jadi lebih enak untuk dilihat, dibaca, dan untuk dipahami” (Roseli, 2021).

4.2.2. Media Sosial Instagram Sebagai Saluran Publikasi Infografis

Penggunaan media sosial Instagram sebagai saluran penyebaran infografis yang dilakukan oleh Diskominfo Kota Bogor dapat memudahkan

praktisi kehumasan yang bertugas untuk menjangkau publik dalam menyalurkan informasinya. Instagram adalah aplikasi yang memungkinkan penggunanya untuk saling berbagi informasi melalui foto dan video. Dalam pembagian informasi dalam bentuk video, instagram hanya memfasilitasi video dengan durasi 60 detik. Pada aplikasi ini, penggunanya dapat melakukan aktivitas *follow* yang artinya saling mengikuti satu sama lain, serta *like* yang artinya menyukai foto atau video yang diunggah oleh pengguna lainnya (Baheza, 2020).

Instagram dapat diartikan sebagai salah satu media digital yang memiliki fungsi yang mirip dengan twitter, namun perbedaannya yaitu pada pengambilan foto dengan tujuan untuk berbagi informasi pada setiap penggunanya. Instagram juga memungkinkan untuk memberi inspirasi dan meningkatkan kreatifitas penggunanya karena instagram memiliki fitur yang dapat membuat unggahan menjadi lebih indah, artistik dan juga baik (Atmoko, 2012). Kedua Pengertian tersebut berkaitan dengan pernyataan Bapak Rama Andhika Yoga mengenai alasan penggunaan Instagram sebagai saluran publikasi infografis, yaitu:

“Karena berdasarkan tren, instagram dinilai cukup efektif dilihat dari jumlah pengunjungnya, jumlah ketertarikannya, jadi instagram menjadi salah satu penunjang dalam menyebarkan infografis tersebut” (Yoga, 2021).

Ibu Liah Lestari juga mengemukakan pendapatnya terkait keefektifan penggunaan Instagram sebagai saluran publikasi infografis, yaitu:

“Saya pikir efektif, karena seperti yang sudah saya sebutkan tadi dengan infografis, pembaca jadi lebih enak dalam membaca informasi, dan juga pengguna media sosial instagram ini presentasinya 75% yang paling banyak digunakan dari media sosial yang lain” (Lestari, 2021).

Kedua pernyataan tersebut didukung oleh pendapat Muthia Roseli terkait keefektifan penggunaan Instagram sebagai saluran publikasi infografis, yaitu:

“Menurutku bisa dikategorikan iya, karena kan instagram ini salah satu platform yang tinggi dalam jumlah penggunanya, mulai dari kalangan anak-anak hingga lanjut usia. Jadi efektif karena mencakup ke berbagai kalangan usia” (Roseli, 2021).

4.2.3. Kegunaan (*Utility*)

Menurut prinsip Vitruvius yang dikemukakan oleh Jason Lankow, kegunaan (*utility*) merupakan salah satu elemen yang perlu diperhatikan dalam memproduksi infografis. Sehubungan dengan kegunaan, infografis harus menggunakan pendekatan yang mengarah pada tujuan. Pada dasarnya, kegunaan infografis diukur dari bagaimana infografis tersebut memungkinkan pesan yang dimuat untuk mencapai tujuannya (Lankow, 2012). Melalui hasil wawancara yang dilakukan, peneliti mendapatkan penjelasan dari informan terkait tujuan dan pendekatan dari produksi infografis. Berikut pernyataan Ibu

Liah Lestari mengenai tujuan utama Diskominfo Kota Bogor dalam menyampaikan informasi melalui infografis:

“Terkait dengan komunikasi publik, humas tentu mempunyai peranan penting dalam penyampaian informasi-informasi, kebijakan-kebijakan dari dinas maupun pemerintah Kota Bogor untuk menyampaikan kepada masyarakat terutama dalam kaitan pandemi ini, COVID-19, yang sedang melanda di seluruh dunia. Penting sekali masyarakat mengetahui apa yang telah dilakukan atau apa yang ingin dilakukan oleh pemerintah Kota Bogor dalam kaitannya pencegahan, penanggulangan, isolasi mandiri, sebab-sebab, vaksinasi, dan lain-lain kepada masyarakat, agar masyarakat mengetahui dan lebih mengedukasi masyarakat mengenai COVID-19 ini” (Lestari, 2021).

Apa saja Informasi yang dimuat dalam infografis yang diproduksi oleh Diskominfo Kota Bogor juga dikemukakan oleh informan yang lain yaitu Bapak Rama Andhika Yoga:

“Informasinya itu, misalnya data COVID-19, Kebijakan-kebijakan seperti ganjil genap, prokes COVID-19, PSBBMK, dan masih banyak lagi.”

Kalau seputar vaksin, biasanya berapa banyak kuota yang tersedia untuk melakukan vaksinasi, waktu dan tempat, ya lebih ke fakta-fakta seputar vaksin COVID-19” (Yoga, 2021).

Berikut salah satu contoh infografis seputar fakta vaksin COVID-19 yang diunggah di akun instagram Pemerintah Kota Bogor pada tanggal 24 Mei 2021.

Kedua hasil wawancara tersebut menunjukkan bahwa pendekatan yang dilakukan oleh Diskominfo Kota Bogor adalah pendekatan naratif. Infografis vaksin COVID-19 tersebut memuat informasi spesifik seperti fakta-fakta tentang vaksin yang bertujuan untuk meningkatkan ketertarikan dan pemahaman masyarakat mengenai vaksin COVID-19. Hal ini berkaitan

dengan pernyataan Jason Lankow, dimana Infografis naratif memandu pembacanya untuk melalui serangkaian informasi spesifik yang memuat pesan yang telah ditentukan sebelumnya. Pendekatan naratif paling baik digunakan ketika ingin menyampaikan pesan yang spesifik yang dapat langsung diambil oleh pembacanya, serta berfokus pada daya tarik audiens dan retensi informasi (Lankow, 2012).

Pendekatan naratif juga ditunjukkan dengan penggunaan unsur kelugasan dalam menyampaikan pesan pada infografis vaksin COVID-19. Hal ini bertujuan agar informasi yang dimuat pada infografis tersebut dapat dengan mudah untuk dipahami, jelas, lebih spesifik, tidak menimbulkan kekeliruan, serta dapat langsung diperoleh oleh pembaca. Berikut pernyataan Bapak Rama Andhika Yoga terkait unsur kelugasan dalam wawancaranya, yaitu:

“Teks nya kita susun dengan ringkas tapi tetep jelas ya, contohnya dalam bentuk poin-poin biar pembaca tuh lebih jelas gitu ngeliatnya. Desain penyusunan teksnya kita buat ada header, terus grid, dan paling bawah footer, gunanya biar strukturnya keliatan pas ketika dibaca” (Yoga, 2021).

Beliau juga menambahkan pernyataan terkait penggunaan istilah kedokteran dalam infografis vaksin COVID-19, yaitu:

“Karena dalam infografis vaksin itu biasanya banyak menggunakan istilah kedokteran ya, masih dikatakan harus butuh artikel penunjangnya lagi, karena kan emang itu istilah kedokteran ya ngga bisa kita ubah, paling biasanya kita tambahin pakai bahasa sehari-hari yang bisa dimengerti sama masyarakat gitu” (Yoga, 2021).

Pernyataan terkait kelugasan tersebut juga didukung oleh pernyataan yang dikemukakan oleh Muthia Roseli, yaitu:

“Beberapa yang udah aku liat ya cukup informatif, ya pasti namanya postingan yang di update sama pemerintah kota bogor itu adalah postingan yang memang merujuk dari himbauan dan peraturan pemerintah pusat, jadi ngga yang bertele-tele atau bahkan kurang informasinya, karena ini kan akun pemerintahan ya dan masyarakat harus dapat informasi secara jelas” (Roseli, 2021).

Masih dalam konteks pendekatan naratif, unsur persuasif juga digunakan dalam infografis vaksin COVID-19 dengan tujuan untuk meningkatkan ketertarikan pembaca dalam memperoleh informasi melalui infografis vaksin COVID-19. Berikut pernyataan Bapak Rama Andhika Yoga terkait unsur persuasif, yaitu:

“Untuk unsur persuasif ya, kita bisa cantumkan manfaat yang positif dari vaksin itu sendiri misalnya, pernyataan bahwa vaksin itu gratis, atau lebih ke kalimat ajakan gitu sih” (Yoga, 2021).

Tidak hanya di dalam Infografis, Beliau juga mengemukakan pernyataan terkait adanya unsur persuasif dalam caption/kutipan pada unggahan infografis di media sosial Instagram, yaitu sebagai berikut

“*Caption* itu udah ada ketentuannya sendiri, misalnya dicantumkan tanggal, isi inti dari infografisnya itu apa, ada juga dicantumkan kalimat ajakan atau *quotes-quotes* gitu, contohnya ajakan 5M (mencuci tangan, memakai masker, menjaga jarak, menjauhi kerumunan, membatasi mobilitas dan interaksi). Dicantumkan juga *hashtag* seperti #BogorLawanCovid19, #VaksinKotaBogor, dan lain lain” (Yoga, 2021).

4.2.4. Kekuatan (*Soundness*)

Dalam mengukur kualitas infografis, elemen kedua yang perlu diperhatikan adalah kekuatan (*soundness*) dalam infografis. Infografis yang baik dapat mengkomunikasikan sesuatu yang bermakna. Infografis harus dapat mengkomunikasikan pesan yang layak diceritakan dan dapat memberi sesuatu yang berharga kepada pembacanya. Walaupun saat ini infografis merupakan sarana komunikasi yang kuat, terkadang infografis dibuat secara sewenang-wenang atau tidak memuat informasi yang kohesif dan menarik. Jika informasi itu sendiri tidak lengkap, tidak dapat dipercaya, atau tidak menarik, maka infografis tersebut tidak dapat menjadi infografis yang memiliki kualitas baik. Dalam hal ini, penting bagi produsen infografis untuk menentukan jenis ide infografis yang mengarah kepada pemahaman yang tepat. Konten yang dimuat dalam infografis harus dapat berhubungan dengan audiens yang dituju, baik secara luas maupun yang ditargetkan (Lankow, 2012).

Berkaitan dengan hal tersebut Diskominfo Kota Bogor melakukan riset terlebih dahulu dalam memproduksi infografis vaksin COVID-19 agar informasi yang dimuat dalam infografis tersebut memiliki informasi yang akurat, komprehensif dan berdasarkan sumber yang terpercaya. Berikut hasil wawancara dengan Bapak Rama Andhika Yoga terkait riset yang dilakukan dalam proses produksi infografis:

“Awalnya sih untuk produksinya itu koordinasi puskesmas dan dinas kesehatan dan baru di koordinasi lewat grup yang sudah disediakan di *whatsapp*”.

“Tentu karena kita menyesuaikan dengan bagaimana netizen itu berkomentar, misalnya ada komentar “informasi ini kurang jelas” nah itu kita perbaiki, lalu ada masukan-masukan, itu langsung kita perbaiki. Nah jadi berdasarkan riset dari hal kecil itu, kita kembangkan supaya netizen itu nyaman dalam membaca infografis tersebut” (Yoga, 2021).

Beliau juga mengemukakan pernyataan terkait sumber informasi dan lisensi/izin penggunaan aset yang dimuat dalam infografis yang diunggah ke dalam akun Instagram Pemerintah Kota Bogor:

“Sumber informasinya, jadi kita ada grup di *whatsapp* yang isinya orang-orang dari puskesmas, petugas COVID-19, dan tentunya dinas kesehatan itu sendiri. Kadang juga kita dapat informasi dari website-website pemerintah seperti covid19.go.id, lalu juga surat keputusan, dan lain sebagainya”.

“Tentunya sumber-sumber tersebut sudah terpercaya dan dapat divalidasi dong”.

“Untuk lisensi kita pakai gambar-gambar yang *free* agar terhindar dari plagiarism” (Yoga, 2021).

Informan lain, Ibu Liah lestari juga menjelaskan alur proses produksi infografis yang diunggah ke dalam akun Instagram Pemerintah Kota Bogor:

“Memang memiliki proses yang sangat panjang, data-data dari dinas kesehatan, dari puskesmas, itu kita membuat suatu aplikasi dari Diskominfo khususnya di bidang egov, dari situ akan keluar semacam *file excel*. Dari file tersebut nanti diolah oleh bidang KIP dijadikan bahan untuk pembuatan infografis. Terkait perizinan, dari awal sudah mempunyai SK bahwa diskominfo itu sebagai publikasi untuk informasi yang berhubungan dengan COVID-19 ini” (Lestari, 2021).

Pada hasil wawancara bersama dengan Bapak Rama Andhika Yoga, peneliti juga mendapatkan pernyataan yang menunjukkan bahwa Diskominfo Kota Bogor menawarkan informasi baru yang berhubungan dengan kebutuhan pembacanya, yaitu sebagai berikut:

“Ya kita pastinya pakai informasi yang baru yang bisa digunain sama masyarakat, contohnya pada bulan ramadhan kemarin, kita buat infografis yang memberi tahu masyarakat bahwa vaksinasi COVID-19 itu ngga membatalkan puasa, jadi orang-orang yang mau divaksin pas lagi puasa, ngga takut batal gitu” (Yoga, 2021).

Terkait dengan jadwal Infografis tersebut diperbaharui, beliau menjelaskan:

“Untuk itu ngga menentu sih, jadi tentatif aja” (Yoga, 2021).

Berhubungan dengan hal tersebut, Muthia Roseli menambahkan pendapatnya terkait jadwal unggahan infografis vaksin COVID-19, yaitu:

“Kalau kritik dan saran menurutku pribadi lebih ke jadwal postingannya aja sih, aku liat postingan infografis tentang vaksin itu ga berjadwal jadi kayak nanti liat, nanti ngga, jadi kalau ada informasi yang utama banget baru diposting. Padahal menurut aku, mereka harus gencar kasih informasi tentang vaksin COVID ini, apalagi liat opini masyarakat yang bermacam-macam. Jadi harus lebih terjadwal aja sih atau dibuat *time table* gitu” (Roseli, 2021)

4.2.5. Keindahan (*Beauty*)

Elemen ketiga yang perlu diperhatikan dalam memproduksi infografis yang memiliki kualitas baik adalah elemen keindahan (*beauty*). Berkaitan

dengan bagaimana proses produksi infografis dilakukan, terdapat dua hal dalam elemen keindahan yang perlu dipertimbangkan yaitu format dan kualitas dalam desain infografis. Desain infografis harus ditentukan berkaitan dengan kesesuaian dan efektivitas oleh tujuan dan informasi yang ditampilkan, bukan preferensi dari individu. Jika format yang digunakan tidak sesuai, hasilnya akan kurang baik. Demikian pula, jika desain salah menggambarkan atau malah membelokkan informasi, atau jika desain tidak sesuai dengan subjeknya, infografis tersebut tidak dapat dianggap memiliki kualitas yang tinggi, tidak peduli seberapa menarik desain infografis tersebut dilihat secara estetika (Lankow, 2012).

Sehubungan dengan hal tersebut, dalam infografis vaksin COVID-19, Diskominfo Kota Bogor menggunakan unsur visual yang sesuai dan seimbang di mata pembaca. Hal ini ditunjukkan dengan pernyataan yang dikemukakan oleh Bapak Rama Andhika Yoga, yaitu:

“Unsur visualnya, ada angka, tipografi, gambar, terus ada grid juga, dan masih banyak lagi”.

“Biasanya ada logo COVID-19, ada logo GERMAS atau gerakan masyarakat hidup sehat, logo Pemerintah Kota Bogor, dan juga dinas kesehatan. Tujuannya untuk menunjukkan siapa yang bertugas dan bertanggung jawab gitu di pengelolaan infografis itu sendiri”.

“Untuk pemilihan warna, kita pasti pakai warna warna yang *soft*”.

“Kalau untuk video, jangan pakai latar lagu yang terlalu berisik, terus ngga kecepetan juga pergantian transisinya, jadi itu sih yang penting biar nyaman dibaca” (Yoga, 2021).

Beliau juga menjelaskan bahwa infografis vaksin COVID-19 menggunakan grid dengan proporsi yang akurat serta font yang keterbacaannya jelas, yaitu:

“Desain penyusunan teksnya kita buat ada header, terus grid, dan paling bawah footer, gunanya biar strukturnya keliatan pas ketika dibaca”.

“Kita juga pakai *font* yang keterbacaannya jelas lah, terus karena disini kita target Infografisnya untuk semua kalangan, jadi hurufnya tuh dibuat dengan ukuran yang cukup untuk bisa dibaca, siapa tau kan ada lansia yang baca itu jadi masih bisa terbaca lah buat mereka” (Yoga, 2021).

4.3. Hasil Pembahasan

Dalam tahap ini, interpretasi data akan dilakukan pada data yang telah diperoleh dan dikemukakan oleh peneliti. Peneliti akan mendeskripsikan hasil data tersebut dengan tujuan agar dapat menjawab rumusan masalah dan menemukan hasil dari penelitian tersebut.

4.3.1. Infografis Pada Akun Instagram Pemerintah Kota Bogor Sebagai

Media Informasi

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan, infografis vaksin COVID-19 pada akun Instagram Pemerintah Kota Bogor dilakukan oleh Diskominfo Kota Bogor, tepatnya di bidang komunikasi dan informasi publik, di seksi komunikasi publik. Jenis infografis yang diproduksi umumnya dalam bentuk statis atau gambar, namun Diskominfo Kota Bogor juga pernah memproduksi

infografis dinamis atau dalam bentuk video, walaupun sedikit. Alasan penggunaan infografis vaksin COVID-19 sebagai media informasi dilakukan karena pembaca membutuhkan penyampaian informasi tidak hanya dalam bentuk teks, tetapi juga dipadukan dengan gambar dan ilustrasi. Hal itu dapat memudahkan serta membuat pembaca lebih tertarik dalam memperoleh informasi, terutama mengenai vaksin COVID-19. Muthia Roseli, selaku *followers* aktif instagram Pemerintah Kota Bogor juga mendukung hal tersebut dengan menyatakan pendapatnya bahwa ia menjadi lebih paham dalam memperoleh informasi mengenai vaksin COVID-19 yang disampaikan dalam bentuk infografis. Muthia Roseli juga menambahkan pendapatnya bahwa ia menjadi lebih tertarik untuk memperoleh informasi melalui infografis karena pengemasan yang baik ke dalam bentuk visual yang memudahkannya untuk melihat, membaca, serta memahami isi dari infografis tersebut.

4.3.2. Media Sosial Instagram Sebagai Saluran Publikasi Infografis

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan, alasan Diskominfo Kota Bogor menggunakan media sosial Instagram sebagai saluran publikasi infografis vaksin COVID-19 adalah karena Instagram dinilai cukup efektif dalam mempublikasi informasi. Jumlah pengunjung, jumlah ketertarikan, serta fitur-fitur yang dimiliki Instagram dapat memudahkan praktisi kehumasan yang bertugas untuk menjangkau publik dalam menyalurkan informasinya. Hal ini juga didukung oleh pernyataan Muthia Roseli, dimana Instagram merupakan

salah satu media sosial yang tinggi dalam jumlah penggunanya, mulai dari kalangan anak-anak hingga lanjut usia. Karena itu, media sosial Instagram yang merupakan saluran penyebaran infografis dilakukan terbilang dapat cukup efektif sebab dapat mencakup ke berbagai kalangan usia.

4.3.3. Kegunaan (*Utility*)

Berkaitan dengan elemen kegunaan (*utility*), tujuan merupakan hal utama yang perlu diperhatikan dalam proses produksi infografis. Kegunaan dari infografis pada dasarnya diukur dari bagaimana infografis tersebut memungkinkan pesan yang dimuat untuk dapat mencapai tujuannya. Karena itu, untuk dapat memproduksi infografis yang berkualitas baik, pembuat infografis perlu menggunakan pendekatan yang sesuai agar dapat mengarahkan informasi yang ingin dimuat dalam infografis pada tujuan yang tepat.

Hal ini selaras dengan hasil wawancara dengan salah satu informan yaitu Ibu Liah Lestari, bahwa dalam pengelolaan komunikasi publik, sebagai instansi kehumasan, Diskominfo Kota Bogor memiliki peran penting dalam menyampaikan informasi dan kebijakan kedinasan maupun Pemerintah Kota Bogor, terutama informasi dan kebijakan yang berkaitan dengan COVID-19 yang sedang melanda seluruh dunia. Masyarakat harus dapat mengetahui rencana atau kegiatan apa yang telah dilakukan yang ingin dilakukan oleh Pemerintah Kota Bogor yang berkaitan dengan pencegahan, penanggulangan,

isolasi mandiri, sebab-sebab, vaksinasi, dan lain-lain. Tujuannya untuk memberi informasi dan edukasi kepada masyarakat perihal informasi yang berkaitan dengan COVID-19. Upaya penyampaian informasi tersebut dilakukan dalam bentuk infografis agar dapat meningkatkan ketertarikan dan pemahaman pembaca. Informan lain yaitu, Bapak Rama Andhika Yoga, juga menambahkan contoh informasi seputar pandemi dan vaksin COVID-19 yang biasa dimuat dalam infografis, seperti data COVID-19, data pelaksanaan vaksinasi COVID-19, kebijakan ganjil genap, kebijakan PSBBMK, protokol kesehatan COVID-19, serta fakta-fakta seputar vaksin COVID-19. Melalui hasil wawancara tersebut, dapat disimpulkan bahwa pendekatan yang dilakukan oleh Diskominfo Kota Bogor adalah pendekatan naratif dimana pendekatan tersebut memudahkan penyampaian pesan secara spesifik yang dapat langsung diperoleh oleh pembaca, serta berfokus dalam meningkatkan ketertarikan audiens dan retensi informasi.

Berkaitan dengan pendekatan naratif, menurut hasil wawancara dengan informan, agar informasi yang dimuat pada infografis vaksin COVID-19 dapat dengan mudah untuk dipahami, jelas, dan tidak menimbulkan kekeliruan, unsur kelugasan digunakan dalam penyampaian isi pesan infografis vaksin COVID-19 yang disusun dalam bentuk grid atau point-point. Penggunaan grid dan point-point dapat memudahkan mata pembaca dalam memperoleh informasi karena pengelompokan konten menjadi lebih rapi. Informasi yang dipaparkan

juga memiliki alur dan tidak rancu serta terdapat satu ide sentral agar pembaca dapat terfokus pada informasi tersebut. Hal ini juga didukung oleh pernyataan Muthia Roseli, bahwa infografis yang diproduksi oleh Diskominfo Kota Bogor sudah cukup informatif karena merujuk pada himbauan dan peraturan pemerintah pusat, sehingga informasi yang dimuat tidak bertele-tele atau kurang jelas. Namun, masih terdapat beberapa istilah kedokteran yang dapat sulit dipahami oleh pembaca. Hal ini dapat mengganggu pemahaman pembaca dan menimbulkan bias, ambigu atau kesalahpahaman.

Selain itu, agar infografis dapat menarik perhatian pembaca, terdapat unsur persuasif yang dicantumkan berupa manfaat positif dari vaksin COVID-19 atau pernyataan bahwa vaksinasi dilakukan secara gratis agar pembaca dapat tergerak hatinya untuk melakukan vaksinasi COVID-19. Tidak hanya dalam infografis, unsur persuasif juga dicantumkan dalam caption/kutipan unggahan infografis tersebut. Contohnya, ajakan 5M (mencuci tangan, memakai masker, menjaga jarak, menjauhi kerumunan, membatasi mobilitas dan interaksi) serta diicantumkan juga *hashtag* seperti #BogorLawanCovid19, #VaksinKotaBogor.

Dengan dilakukannya penggunaan pendekatan naratif, unsur kelugasan dan unsur persuasif di dalam proses produksi infografis vaksin COVID-19, informasi dan pesan yang dimuat dalam infografis tersebut dapat mengarah kepada tujuan yang tepat yaitu untuk meningkatkan pemahaman

serta ketertarikan masyarakat dalam memperoleh informasi yang berkaitan dengan vaksin COVID-19.

4.3.4. Kekuatan (*Soundness*)

Dalam memperhatikan elemen kekuatan (*soundness*) pada infografis vaksin COVID-19, Diskominfo Kota Bogor memproduksi konten infografis tersebut dengan melakukan riset. Riset dilakukan agar informasi yang dimuat dalam infografis tersebut memiliki informasi yang akurat dan komprehensif. Pada hasil wawancaranya, Bapak Rama Andhika Yoga menjelaskan bahwa, riset pada proses produksi infografis dilakukan dengan melaksanakan koordinasi dengan sumber yang memberi data atau informasi yang dimuat dalam infografis vaksin COVID-19. Riset juga dilakukan secara langsung berdasarkan dari lapangan, yaitu dengan memperhatikan masukan dan keluhan *netizen* pada kolom komentar unggahan infografis tersebut.

Informasi yang dimuat dalam infografis vaksin COVID-19 juga berdasarkan sumber yang terpercaya dan dapat dipertanggungjawabkan. Bapak Rama Andhika Yoga menjelaskan, pada infografis mengenai data COVID-19 dan data pelaksanaan vaksinasi COVID-19, data tersebut diterima dari Puskesmas dan Dinas Kesehatan. Selanjutnya Ibu Liah Lestari menambahkan, data yang telah diterima selanjutnya diolah menjadi *file excel* pada bidang Layanan *E-Government* melalui sebuah aplikasi, dan data tersebut dikirim kepada Diskominfo Kota Bogor untuk dapat dimuat ke dalam

design infografis. Pada infografis lain, Diskominfo Kota Bogor juga memperoleh sumber informasi dari sumber yang terpercaya seperti website covid19.go.id, surat keputusan, dan lain sebagainya. Sumber tersebut juga dicantumkan pada infografis dan terkait lisensi/izin penggunaan aset, Diskominfo Kota Bogor menggunakan ilustrasi/gambar yang tidak berbayar dalam infografisnya, sehingga terhindar dari pelanggaran hak cipta.

Selain itu hasil wawancara dengan Bapak Rama Andhika Yoga juga menunjukkan bahwa infografis yang dilakukan oleh Diskominfo Kota Bogor telah memuat konten informasi yang berhubungan dengan kebutuhan audiens yang dituju. Sebagai contoh Beliau mengemukakan bahwa pada bulan Ramadhan, tepatnya tanggal 19 April 2021, Pemerintah Kota Bogor mengunggah infografis ke dalam akun Instagramnya mengenai fakta bahwa vaksinasi injeksi COVID-19 tidak membatalkan puasa. Tidak hanya itu, dimuat juga rekomendasi MUI terkait pelaksanaan vaksinasi yang baik saat bulan Ramadhan. Melalui contoh infografis yang dikemukakan oleh informan, pembaca dapat melakukan vaksinasi pada bulan Ramadhan tanpa adanya keraguan karena takut akan membatalkan puasa. Pembaca juga dapat memahami waktu-waktu yang baik dalam melaksanakan vaksinasi pada bulan Ramadhan.

Melalui hal-hal di atas, dapat ditemukan bahwa infografis vaksin COVID-19 yang diproduksi oleh Diskominfo Kota Bogor telah memperhatikan elemen

kekuatan (*soundness*) dimana infografis tersebut diproduksi secara sungguh-sungguh dan memuat informasi yang akurat dan bermakna yaitu dengan melaksanakan riset dan juga menyajikan informasi dari sumber yang terpercaya dan dapat dipertanggungjawabkan. Melalui contoh infografis yang telah dikemukakan oleh informan, kita juga dapat mengetahui bahwa konten informasi yang dimuat dalam infografis vaksin COVID-19 telah menawarkan informasi baru dan sesuai dengan kebutuhan pembacanya.

Namun terkait kapan saja pengunggahan infografis mengenai vaksin COVID-19 dilakukan, Informan mengemukakan tidak adanya jadwal yang tetap melainkan pengunggahan tersebut dilakukan secara tentatif. Hal ini juga disampaikan oleh Muthia Roseli bahwa ia memberi masukan agar pengunggahan infografis vaksin COVID-19 untuk lebih terjadwal.

4.3.5. Keindahan (*Beauty*)

Dalam proses produksi infografis, elemen keindahan (*beauty*) dalam infografis merupakan salah satu elemen yang perlu diterapkan. Untuk dapat menerapkan elemen tersebut, terdapat dua hal yang perlu diperhatikan yaitu format dan kualitas dalam desain infografis. Desain infografis harus ditentukan berkaitan dengan kesesuaian dan efektivitas oleh tujuan dan informasi yang ditampilkan.

Selaras dengan hal tersebut, hasil wawancara dengan Bapak Rama Andhika Yoga, menunjukkan bahwa infografis vaksin COVID-19 yang

diproduksi oleh Diskominfo Kota Bogor telah menggunakan unsur visual yang sesuai guna mendukung pemahaman dan ketertarikan pembaca. Warna yang digunakan adalah warna-warna yang lembut agar lebih mudah diserap oleh mata pembaca.

Beliau juga menjelaskan bahwa tampilan infografis disusun dengan struktur yang rapi, yaitu header, isi informasi yang dimuat dalam bentuk grid, dan footer guna memudahkan pembaca dalam memperoleh informasi. Font yang dipakai dalam infografis vaksin COVID-19 menggunakan keterbacaan yang jelas dan menggunakan ukuran font yang cukup. Hal ini dilakukan sebab infografis vaksin COVID-19 yang diproduksi oleh Diskominfo Kota Bogor adalah untuk seluruh kalangan. Keterbacaan digunakan dengan jelas agar informasi dalam infografis tersebut dapat diperoleh untuk seluruh kalangan.

Terkait dengan komponen audiovisual yang digunakan pada infografis dinamis atau bergerak, Beliau menjelaskan bahwa latar belakang musik pada infografis dinamis tidak boleh mengganggu pemahaman informasi serta transisi harus sesuai agar pembaca dapat tetap terfokus pada informasi yang dimuat. Diskominfo Kota Bogor juga menggunakan logo sebagai penunjuk identitas produsen infografis tersebut. Bapak Rama Andhika Yoga menjelaskan bahwa dalam infografis vaksin COVID-19, biasanya terdapat logo GERMAS atau gerakan masyarakat hidup sehat, logo Pemerintah Kota Bogor, dan juga dinas kesehatan. Penempatan logo tersebut diletakkan pada header

infografis. Logo yang dimiliki oleh pihak lain yang bekerjasama dalam infografis vaksin COVID-19 juga harus dicantumkan. Tujuannya untuk menunjukkan siapa yang bertugas, terlibat, serta bertanggung jawab gitu di pengelolaan infografis itu sendiri.

Melalui hasil wawancara tersebut dapat ditemukan bahwa penggunaan unsur visual seperti simbol, ilustrasi, logo, gambar, font, maupun pemilihan warna dalam infografis vaksin COVID-19 oleh Diskominfo Kota Bogor telah seimbang di mata pembaca, dan menggunakan kombinasi yang sesuai dengan isi dan tujuan pesan tersebut disampaikan.

4.4. Triangulasi Sumber

Pada penelitian ini triangulasi sumber dilakukan untuk memeriksa keabsahan data. Triangulasi sumber tersebut dilakukan dengan cara membandingkan data hasil pengamatan dengan hasil wawancara. Upaya tersebut bertujuan untuk memeriksa keabsahan data yang ingin didapatkan peneliti seputar infografis pada akun Instagram Pemerintah Kota Bogor sebagai media informasi mengenai vaksin COVID-19 yang dilakukan oleh Diskominfo Kota Bogor.

Tabel 4.3 Tabulasi Perbandingan Hasil Wawancara Infografis Pada Akun Instagram Pemerintah Kota Bogor Sebagai Media Informasi Mengenai Vaksin COVID-19 oleh Diskominfo Kota Bogor

No.	Konsep	Kategori	Akumulasi Hasil Pernyataan	Hasil Penelitian
1.	Infografis Pada Akun Instagram Pemerintah Kota Bogor Sebagai Media Informasi		<p>KY: “Kalau yang diunggah ke dalam media sosial instagram Pemerintah Kota Bogor itu memang dari Diskominfo Kota Bogor dalam kaitannya ini ada di bidang komunikasi dan informasi publik, di seksi komunikasi publik, tapi dalam penyebaran informasinya, pemerintah kota itu memiliki perangkat-perangkat daerah, tiap perangkat daerah itu semuanya rata-rata aktif dalam membuat konten di media sosial”.</p> <p>I1: “Lebih tepatnya itu di bidang KIP atau Komunikasi dan Informasi Publik di seksi komunikasi publik”</p>	Penggunaan infografis vaksin COVID-19 pada akun Instagram Pemerintah Kota Bogor dilakukan oleh Diskominfo Kota Bogor, tepatnya di bidang komunikasi dan informasi publik, di seksi komunikasi publik.

No.	Konsep	Kategori	Akumulasi Hasil Pernyataan	Hasil Penelitian
			<p>KY: “Kebanyakan infografis yang dibuat itu dalam bentuk gambar ya, untuk unggahan <i>feeds</i> instagram pemerintah Kota Bogor, jarang kita unggah dalam bentuk video”.</p>	<p>Jenis infografis yang diproduksi umumnya dalam bentuk statis, dan dinamis (namun sedikit)</p>
			<p>KY: “Karena yang namanya media sosial ya, itu kan butuh informasi yang bentuknya tuh ngga hanya teks doang, tapi butuh juga gabungan dari teks dan gambar, bahkan video sekalipun itu bisa. Nah untuk bentuk gambar dan teks yang digabungkan itu akan menjadi sebuah infografis, dimana sebuah informasi itu akan lebih mudah dicerna karena seperti namanya ya, infografis, informasi yang berisikan tentang grafis khususnya yang fokus di infomasi vaksin COVID-19 gitu”</p>	<p>Alasan penggunaan infografis vaksin COVID-19 sebagai media informasi dilakukan karena pembaca membutuhkan penyampaian informasi tidak hanya dalam bentuk teks, tetapi juga dipadukan dengan gambar dan ilustrasi. Hal itu dapat memudahkan serta pembaca menjadi lebih tertarik dalam memperoleh informasi, terutama mengenai vaksin COVID-19.</p>

No.	Konsep	Kategori	Akumulasi Hasil Pernyataan	Hasil Penelitian
2.	Media Sosial Instagram Sebagai Saluran Publikasi Infografis		<p>KY: “Karena berdasarkan tren, instagram dinilai cukup efektif dilihat dari jumlah pengunjungnya, jumlah ketertarikannya, jadi instagram menjadi salah satu penunjang dalam menyebarkan infografis tersebut”</p> <p>I1: “Saya pikir efektif, karena seperti yang sudah saya sebutkan tadi dengan infografis, pembaca jadi lebih enak dalam membaca informasi, dan juga pengguna media sosial instagram ini presentasinya 75% yang paling banyak digunakan dari media sosial yang lain”</p>	<p>Diskominfo Kota Bogor menggunakan media sosial Instagram sebagai saluran publikasi infografis vaksin COVID-19 adalah karena Instagram dinilai cukup efektif dalam mempublikasi informasi. Jumlah pengunjung, jumlah ketertarikan, serta fitur-fitur yang dimiliki Instagram dapat memudahkan praktisi kehumasan yang bertugas untuk menjangkau publik dalam menyalurkan informasinya.</p>

No.	Konsep	Kategori	Akumulasi Hasil Pernyataan	Hasil Penelitian
			I2: “Menurutku bisa dikategorikan iya, karena kan instagram ini salah satu platform yang tinggi dalam jumlah penggunaanya, mulai dari kalangan anak-anak hingga lanjut usia. Jadi efektif karena mencakup ke berbagai kalangan usia”.	Media sosial Instagram yang merupakan saluran penyebaran infografis dilakukan terbilang dapat cukup efektif sebab dapat mencakup ke berbagai kalangan usia.
3.	Prinsip Vitruvius	Kegunaan (<i>Utility</i>)	I1: “Terkait dengan komunikasi publik, humas tentu mempunyai peranan penting dalam penyampaian informasi-informasi, kebijakan-kebijakan dari dinas maupun pemerintah Kota Bogor untuk menyampaikan kepada masyarakat terutama dalam kaitan pandemi ini, COVID-19, yang sedang melanda di seluruh dunia. Penting sekali masyarakat mengetahui apa yang telah dilakukan atau apa yang ingin dilakukan	Pendekatan yang dilakukan oleh Diskominfo Kota Bogor adalah pendekatan naratif dimana pendekatan tersebut memudahkan penyampaian pesan secara spesifik yang dapat langsung diperoleh oleh pembaca, serta berfokus dalam meningkatkan ketertarikan audiens dan retensi informasi.

No.	Konsep	Kategori	Akumulasi Hasil Pernyataan	Hasil Penelitian
			<p>oleh pemerintah Kota Bogor dalam kaitannya pencegahan, penanggulangan, isolasi mandiri, sebab-sebab, vaksinasi, dan lain-lain kepada masyarakat, agar masyarakat mengetahui dan lebih mengedukasi masyarakat mengenai COVID-19 ini”</p> <p>KY: “Informasinya itu, misalnya data COVID-19, Kebijakan-kebijakan seperti ganjil genap, prokes COVID-19, PSBBMK, dan masih banyak lagi.”</p> <p>“Kalau seputar vaksin, biasanya berapa banyak kuota yang tersedia untuk melakukan vaksinasi, waktu dan tempat, ya lebih ke fakta-fakta seputar vaksin COVID-19”</p>	

No.	Konsep	Kategori	Akumulasi Hasil Pernyataan	Hasil Penelitian
			<p>KY: "Teks nya kita susun dengan ringkas tapi tetep jelas ya, contohnya dalam bentuk poin-poin biar pembaca tuh lebih jelas gitu ngeliatnya. Desain penyusunan teksnya kita buat ada header, terus grid, dan paling bawah footer, gunanya biar strukturnya kelihatan pas ketika dibaca"</p>	<p>Agar informasi yang dimuat pada infografis vaksin COVID-19 dapat dengan mudah untuk dipahami, jelas, dan tidak menimbulkan kekeliruan, unsur kelugasan digunakan dalam penyampaian isi pesan infografis vaksin COVID-19 yang disusun dalam bentuk grid atau point-point.</p>
			<p>KY: "Untuk unsur persuasif ya, kita bisa cantumkan manfaat yang positif dari vaksin itu sendiri misalnya, pernyataan bahwa vaksin itu gratis, atau lebih ke kalimat ajakan gitu sih"</p> <p>"<i>Caption</i> itu udah ada ketentuannya sendiri, misalnya dicantumkan tanggal, isi inti dari infografisnya itu apa, ada</p>	<p>Terdapat unsur persuasif yang dicantumkan berupa manfaat positif dari vaksin COVID-19 atau pernyataan bahwa vaksinasi dilakukan secara gratis agar pembaca dapat tergerak hatinya untuk melakukan vaksinasi COVID-19.</p>

No.	Konsep	Kategori	Akumulasi Hasil Pernyataan	Hasil Penelitian
			<p>juga dicantumkan kalimat ajakan atau <i>quotes-quotes</i> gitu, contohnya ajakan 5M (mencuci tangan, memakai masker, menjaga jarak, menjauhi kerumunan, membatasi mobilitas dan interaksi). Dicantumkan juga <i>hashtag</i> seperti #BogorLawanCovid19, #VaksinKotaBogor, dan lain lain”</p>	<p>Tidak hanya dalam infografis, unsur persuasif juga dicantumkan dalam caption/kutipan unggahan infografis tersebut.</p>
			<p>I2: “Beberapa yang udah aku liat ya cukup informatif, ya pasti namanya postingan yang di update sama pemerintah kota bogor itu adalah postingan yang memang merujuk dari himbauan dan peraturan pemerintah pusat, jadi ngga yang bertele-tele atau bahkan kurang informasinya, karena ini kan akun pemerintahan ya dan</p>	<p>Infografis yang diproduksi oleh Diskominfo Kota Bogor sudah cukup informatif karena merujuk pada himbauan dan peraturan pemerintah pusat, sehingga informasi yang dimuat tidak bertele-tele atau kurang jelas.</p>

No.	Konsep	Kategori	Akumulasi Hasil Pernyataan	Hasil Penelitian
			<p>masyarakat harus dapat informasi secara jelas”</p> <p>KY: “Karena dalam infografis vaksin itu biasanya banyak menggunakan istilah kedokteran ya, masih dikatakan harus butuh artikel penunjangnya lagi, karena kan emang itu istilah kedokteran ya ngga bisa kita ubah, paling biasanya kita tambahin pakai bahasa sehari-hari yang bisa dimengerti sama masyarakat gitu”</p>	<p>Namun, masih terdapat beberapa istilah kedokteran yang dapat sulit dipahami oleh pembaca. Hal ini dapat mengganggu pemahaman pembaca dan menimbulkan bias, ambigu atau kesalahpahaman.</p>
4.	Prinsip Vitruvius	Kekuatan (<i>Soundness</i>)	<p>KY :“Awalnya sih untuk produksinya itu koordinasi puskesmas dan dinas kesehatan dan baru di koordinasi lewat grup yang sudah disediakan di <i>whatsapp</i>”.</p> <p>“Tentu karena kita menyesuaikan dengan bagaimana netizen itu</p>	Diskominfo Kota Bogor melakukan riset terlebih dahulu dalam memproduksi infografis vaksin COVID-19 agar informasi yang dimuat dalam infografis tersebut memiliki informasi yang akurat, komprehensif dan

No.	Konsep	Kategori	Akumulasi Hasil Pernyataan	Hasil Penelitian
			berkomentar, misalnya ada komentar “informasi ini kurang jelas” nah itu kita perbaiki, lalu ada masukan-masukan, itu langsung kita perbaiki. Nah jadi berdasarkan riset dari hal kecil itu, kita kembangkan supaya netizen itu nyaman dalam membaca infografis tersebut”	berdasarkan sumber yang terpercaya.
			KY: “Sumber informasinya, jadi kita ada grup di <i>whatsapp</i> yang isinya orang-orang dari puskesmas, petugas COVID-19, dan tentunya dinas kesehatan itu sendiri. Kadang juga kita dapat informasi dari website-website pemerintah seperti covid19.go.id, lalu juga surat keputusan, dan lain sebagainya”.	Informasi yang dimuat dalam infografis vaksin COVID-19 juga berdasarkan sumber yang terpercaya dan dapat dipertanggungjawabkan. Sumber tersebut juga dicantumkan pada infografis dan terkait lisensi/izin penggunaan aset, Diskominfo Kota Bogor menggunakan ilustrasi/gambar yang tidak berbayar dalam

No.	Konsep	Kategori	Akumulasi Hasil Pernyataan	Hasil Penelitian
			<p>“Tentunya sumber-sumber tersebut sudah terpercaya dan dapat divalidasi dong”.</p> <p>“Untuk lisensi kita pakai gambar-gambar yang <i>free</i> agar terhindar dari plagiarisme”</p>	<p>infografisnya, sehingga terhindar dari pelanggaran hak cipta.</p>
			<p>KY: “Ya kita pastinya pakai informasi yang baru yang bisa digunain sama masyarakat, contohnya pada bulan ramadhan kemarin, kita buat infografis yang memberi tahu masyarakat bahwa vaksinasi COVID-19 itu ngga membatalkan puasa, jadi orang-orang yang mau divaksin pas lagi puasa, ngga takut batal gitu”</p>	<p>Konten informasi yang dimuat dalam infografis vaksin COVID-19 telah menawarkan informasi baru dan sesuai dengan kebutuhan pembacanya.</p>
			<p>KY: “Untuk itu ngga menentu sih, jadi tentatif aja”</p> <p>I2: “Kalau kritik dan saran menurutku pribadi lebih ke jadwal postingannya aja sih,</p>	<p>Namun terkait kapan saja pengunggahan infografis mengenai vaksin COVID-19 dilakukan, Informan</p>

No.	Konsep	Kategori	Akumulasi Hasil Pernyataan	Hasil Penelitian
			<p>aku liat postingan infografis tentang vaksin itu ga berjadwal jadi kayak nanti liat, nanti ngga, jadi kalau ada informasi yang utama banget baru diposting. Padahal menurut aku, mereka harus gencar kasih informasi tentang vaksin COVID ini, apalagi liat opini masyarakat yang bermacam-macam. Jadi harus lebih terjadwal aja sih atau dibuat <i>time table</i> gitu”</p>	<p>mengemukakan tidak adanya jadwal yang tetap melainkan pengunggahan tersebut dilakukan secara tentatif.</p>
5.	Prinsip Vitruvius	Keindahan (<i>Beauty</i>)	<p>KY: “Unsur visualnya, ada angka, tipografi, gambar, terus ada grid juga, dan masih banyak lagi”.</p> <p>“Untuk pemilihan warna, kita pasti pakai warna warna yang <i>soft</i>”.</p>	<p>Infografis vaksin COVID-19 yang diproduksi oleh Diskominfo Kota Bogor telah menggunakan unsur visual yang sesuai guna mendukung pemahaman dan ketertarikan pembaca. Warna yang digunakan adalah warna-warna</p>

No.	Konsep	Kategori	Akumulasi Hasil Pernyataan	Hasil Penelitian
			<p>KY: “Desain penyusunan teksnya kita buat ada header, terus grid, dan paling bawah footer, gunanya biar strukturnya kelihatan pas ketika dibaca”.</p> <p>“Kita juga pakai <i>font</i> yang keterbacaannya jelas lah, terus karena disini kita target Infografisnya untuk semua kalangan, jadi hurufnya tuh dibuat dengan ukuran yang cukup untuk bisa dibaca, siapa tau kan ada lansia yang baca itu jadi masih bisa terbaca lah buat mereka”</p>	<p>yang lembut agar lebih mudah diserap oleh mata pembaca.</p> <p>Infografis disusun dengan strukur yang rapi, yaitu header, isi informasi yang dimuat dalam bentuk grid, dan footer guna memudahkan pembaca dalam memperoleh informasi. Font yang dipakai dalam infografis vaksin COVID-19 menggunakan keterbacaan yang jelas dan menggunakan ukuran font yang cukup. Keterbacaan digunakan dengan jelas agar informasi dalam infografis tersebut dapat diperoleh untuk seluruh kalangan.</p>

No.	Konsep	Kategori	Akumulasi Hasil Pernyataan	Hasil Penelitian
			<p>KY: “Kalau untuk video, jangan pakai latar lagu yang terlalu berisik, terus ngga kecepatan juga pergantian transisinya, jadi itu sih yang penting biar nyaman dibaca”</p>	<p>Latar belakang musik pada infografis dinamis tidak boleh mengganggu pemahaman informasi serta transisi harus sesuai agar pembaca dapat tetap terfokus pada informasi yang dimuat.</p>
			<p>KY: “Biasanya ada logo COVID-19, ada logo GERMAS atau gerakan masyarakat hidup sehat, logo Pemerintah Kota Bogor, dan juga dinas kesehatan. Tujuannya untuk menunjukkan siapa yang bertugas dan bertanggung jawab gitu di pengelolaan infografis itu sendiri”.</p>	<p>Diskominfo Kota Bogor juga menggunakan logo sebagai penunjuk identitas produsen infografis tersebut. Penempatan logo tersebut diletakkan pada header infografis. Logo yang dimiliki oleh pihak lain yang bekerjasama dalam infografis vaksin COVID-19 juga harus dicantumkan. Tujuannya untuk menunjukkan siapa</p>

No.	Konsep	Kategori	Akumulasi Hasil Pernyataan	Hasil Penelitian
				yang bertugas, terlibat, serta bertanggung jawab gitu di pengelolaan infografis itu sendiri.

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diperoleh dan dianalisis, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa infografis yang diunggah pada akun Instagram Pemerintah Kota Bogor diproduksi dengan menerapkan prinsip Vitruvius yang dikemukakan oleh Jason Lankow, dimana dalam prinsip tersebut terdapat tiga elemen dalam mengukur infografis berkualitas baik. Ketiga elemen tersebut adalah kegunaan (*utility*), kekuatan (*soundness*), dan keindahan (*beauty*).

1. Infografis vaksin COVID-19 yang diproduksi oleh Diskominfo Kota Bogor telah menerapkan elemen kegunaan (*utility*) dimana informasi dan pesan yang dimuat dalam infografis tersebut dapat mengarah kepada tujuan yang tepat yaitu untuk meningkatkan pemahaman serta ketertarikan masyarakat dalam memperoleh informasi yang berkaitan dengan vaksin COVID-19. Dalam mengarahkan informasi kepada tujuan yang tepat, Diskominfo Kota Bogor menggunakan pendekatan naratif dan juga memuat unsur kelugasan dan unsur persuasif di dalam infografis vaksin COVID-19 yang diproduksinya.
2. Infografis vaksin COVID-19 yang diproduksi oleh Diskominfo Kota Bogor telah menerapkan elemen kekuatan (*soundness*) dimana

infografis tersebut diproduksi secara sungguh-sungguh dan memuat informasi yang akurat dan bermakna yaitu dengan melaksanakan riset dan juga menyajikan informasi dari sumber yang terpercaya serta dapat dipertanggungjawabkan. Konten informasi yang dimuat dalam infografis vaksin COVID-19 juga telah menawarkan informasi baru dan berhubungan dengan kebutuhan pembacanya.

3. Infografis vaksin COVID-19 yang diproduksi oleh Diskominfo Kota Bogor telah menerapkan elemen keindahan (*beauty*). Hal ini ditunjukkan pada penggunaan unsur visual seperti simbol, ilustrasi, logo, gambar, font, maupun pemilihan warna dalam infografis tersebut yang telah seimbang di mata pembaca, menggunakan kombinasi yang sesuai, serta berkaitan dengan isi dan tujuan pesan tersebut disampaikan.

Namun peneliti menemukan kelemahan dari Infografis vaksin COVID-19 yang diproduksi oleh Diskominfo Kota Bogor, yaitu tidak adanya jadwal yang tetap dalam pengunggahan infografis serta masih banyaknya penggunaan bahasa atau istilah kedokteran yang dapat kurang dipahami oleh pembaca. Hal ini menjadi tantangan tersendiri bagi Diskominfo Kota Bogor untuk dapat menjelaskan informasi mengenai vaksin COVID-19 dengan bahasa dan istilah yang dapat diterima oleh masyarakat.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, peneliti bermaksud untuk memberikan saran yang dapat menjadi manfaat bagi penelitian selanjutnya, yaitu sebagai berikut:

1. Dikarenakan adanya keterbatasan peneliti dalam melakukan penelitian ini, hasil yang didapatkan belum mewakili teori secara keseluruhan. Karena itu peneliti memberi saran kepada penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan infografis, untuk dapat mengkaji lebih banyak sumber serta referensi, dan mempersiapkan diri dalam proses pengumpulan data sehingga penelitian dapat terlaksana dengan lebih baik.
2. Peneliti memberi saran pada penelitian selanjutnya untuk dapat melakukan penelitian di perusahaan lain yang sejenis yaitu instansi kehumasan yang menggunakan infografis dalam pelayanan informasi, agar dapat menjadi perbandingan dengan penelitian ini.
3. Disarankan bagi penelitian selanjutnya untuk membahas mengenai perkembangan dan kemajuan dari objek penelitian ini serta menggunakan teori yang berbeda mengenai konsep infografis.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

Ardianto, E. (2011). *Handbook of Public Relations*. Simbiosis Rekatama Media.

Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.

Arsyad, A. (2009). *Media Pembelajaran*. PT. Raja Grafindo Persada.

Atmoko, B. D. (2012). *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Media Kita.

Bahesa, S. B. P. (2020). *Media Sosial, Identitas, Transformasi, dan Tantangannya*. Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang dan Inteligencia Media (Intrans Publishing Group).

Basrowi. (2008). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Rineka Cipta.

Cutlip, S. (2011). *Effective Public Relations* (9th ed.). Kencana.

Farida, N. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa* (Vol. 1, Issue 1). Cakra Books.

Furchan, A. (2004). *Pengantar Penelitian dalam Pendidikan*. Pustaka Pelajar.

Hartono, J. (2018). *Metoda Pengumpulan dan Teknik Analisis Data*. Andi Offset.

- Idrus, M. (2009). *Metode Penelitian Ilmu Sosial Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif* (2nd ed.). Erlangga.
- Jaya, I. M. L. M. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Teori, Penerapan, dan Riset Nyata*. Anak Hebat Indonesia.
- Kadir, A. (2009). *Pengenalan Sistem Informasi* (1st ed.). Andi Offset.
- Krum, R. (2013). *Cool Infographics, Effective Communication Data Visualization and Design* (Vol. 53, Issue 9). John Wiley & Sons.
- Lankow, J. (2012). *Infographics The Power of Visual Storytelling*. John Wiley & Sons, Inc.
- Lee, C. (2018). *Belajar Visualisasi Data dengan Grafis dan Infografis Step-by-Step*. PT. Elex Media Komputindo.
- Moleong, L. J. (2000). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Morissan. (2008). *Manajemen Public Relations, Strategi Menjadi Humas Profesional*. Kencana Prenada Media Group.
- Philip, H. (2003). *Public Relations: A Practical Guide To The Basics* (2nd ed.). Crest Publishing House.
- Prastowo, A. (2011). *Memahami Metode-metode Penelitian Suatu Tinjauan Teoretis & Praksis*. Ar-Ruzz Media.

Ridwan. (2004). *Statistika untuk Lembaga & Instansi Pemerintah/Swasta*. Alfabeta.

Rukajat, A. (2018). *Pendekatan Penelitian Kualitatif (Qualitative Research Approach)* (1st ed.). Deepublish.

Ruslan, R. (2006). *Manajemen Public Relations Dan Media Komunikasi*. : PT. Raja Grafindo.

Sarosa, S. (2017). *Dasar-Dasar Penelitian Kualitatif*. PT INDEKS.

Smiciklas, M. (2012). *The Power of Infographics: Using Picture to Communicate and Connect with Your Audiences*. Pearson Education.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif*. Alfabeta.

Suharmi, A. (2006). Prosedur penelitian suatu pendekatan praktik. In *Jakarta: Rineka Cipta* (p. 172). Rineka Cipta.

Suwendra, I. W. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif dalam Ilmu Sosial, Pendidikan, Kebudayaan dan Keagamaan*. Nilacakra.

Jurnal :

Damyantov, I., & Tsankov, N. (2018). The role of infographics for the development of skills for cognitive modeling in education. *International Journal of Emerging Technologies in Learning*, 13(1), 82–92.

<https://doi.org/10.3991/ijet.v13i01.7541>

Juliyanto, E., & Rusdi, F. (2019). Strategi Penyampaian Informasi Melalui Instagram Dengan Tampilan Infografis (di Kementerian Perdagangan RI). *Prologia*, 2(2), 298. <https://doi.org/10.24912/pr.v2i2.3591>

Kurniasih, N. (2017). *Infografis*. 456–465. <https://doi.org/10.31227/osf.io/5jh43>

Novianto, F., & Narida, M. G. (n.d.). *Infografis: Media Penyampai Informasi Dalam Praktik Hubungan Masyarakat*. 167–183.

Saptodewo, F. (2014). Desain Infografis Sebagai Penyajian Data Menarik. *Jurnal Desain*, 01(03), 193–198.

Sari, W. P. (2019). Fungsi dan Peran Hubungan Masyarakat di Lembaga Pendidikan. *Communicology: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7, 47–64. <https://doi.org/https://doi.org/10.21009/COMMUNICOLOGY.14.03>

Sriyati, T. (2019). Pemanfaatan Infografik oleh Perpustakaan di Indonesia. *Jurnal Media Pustakawan*, 26(1), 19–26.

Wasono Adi, & Handini Prabawati. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Koalisi Pemuda Hijau Indonesia (KOPHI) Sebagai Media Publikasi Kegiatan. *Communicology: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(2), 160–176. <https://doi.org/10.21009/communicology.012.05>

Yusmawati. (2017). Strategi Humas Pemerintah Kabupaten Sumbawa Barat

dalam Menyampaikan Informasi Kepada Masyarakat Melalui Situs
www.sumbawabarakab.go.id. *Jurnal Komunikasi*, 8, 165–177.
<https://doi.org/https://doi.org/10.31294/jkom.v8i1.2113>

Artikel :

Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, ITAGI, WHO, & UNICEF. (2020).
Survei Penerimaan Vaksin COVID-19 di Indonesia. *Satuan Gugus Tugas
Penanganan COVID-19*.

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1

Draft Pertanyaan Wawancara Key Informan

Hari dan Tanggal : Selasa, 22 Juni 2021

Tempat : Diskominfo Kota Bogor

Narasumber : Bapak Rama Andhika Yoga

Jabatan : Staff Bidang Komunikasi dan Informasi Publik (KIP)

Pertanyaan :

1. Dalam menyampaikan informasi mengenai vaksin COVID 19 kepada masyarakat melalui media sosial, mengapa Diskominfo Kota Bogor memilih infografis sebagai salah satu media yang digunakan?
2. Apa saja jenis infografis yang dibuat oleh Diskominfo Kota Bogor dalam menyampaikan informasi mengenai vaksin COVID 19?
3. Siapa/divisi mana yang membuat infografis mengenai vaksin COVID 19 yang diunggah ke dalam akun instagram Pemerintah Kota Bogor?
4. Secara umum, Informasi apa saja yang biasa disampaikan dalam infografis yang diproduksi oleh Diskominfo Kota Bogor?
5. Bagaimana proses produksi infografis vaksin COVID 19 yang dilakukan oleh Diskominfo Kota Bogor?

6. Apa saja yang biasa disampaikan dalam infografis mengenai vaksin COVID 19 yang diproduksi oleh Diskominfo Kota Bogor?
7. Setiap berapa lama infografis mengenai informasi vaksin COVID 19 diperbaharui?
8. Apakah pesan yang terkandung dalam infografis vaksin COVID 19 sesuai dengan kenyataan yang ada dan dapat digunakan saat ini?
9. Dalam menyusun konten informasi untuk infografis vaksin COVID 19, dari mana Diskominfo Kota Bogor mendapatkan sumber informasi?
10. Apakah sumber informasi tersebut dapat divalidasi?
11. Apakah sumber dan tanggal produksi infografis vaksin COVID 19 dilampirkan ke dalam infografis tersebut?
12. Apakah dilakukan riset terlebih dahulu dalam menyusun konten informasi untuk infografis vaksin COVID 19?
13. Bagaimana cara agar pesan dalam infografis vaksin COVID 19 dapat disampaikan dengan menarik dan memancing keingintahuan pembaca lebih lanjut?
14. Apa saja unsur persuasif yang digunakan dalam infografis mengenai vaksin COVID 19?
15. Apa saja unsur visual yang terdapat dalam infografis vaksin COVID 19?
16. Bagaimana cara agar unsur-unsur visual tersebut dapat terlihat seimbang di mata pembaca? (terkait pemilihan warna, pemilihan font, struktur grid, dan lain-lain)

17. Bagaimana penyusunan teks dalam infografis vaksin COVID 19?
18. Apakah ejaan dan bahasa dalam infografis vaksin COVID 19 sudah benar, jelas, dan tidak ambigu?
19. Apakah terdapat ketentuan penggunaan logo/watermark dalam infografis vaksin COVID 19 yang dibuat oleh Diskominfo Kota Bogor?
20. Adakah ketentuan dalam menggunakan logo/watermark jika infografis berkolaborasi/bekerja sama dengan pihak lain?
21. Adakah ketentuan terkait lisensi penggunaan gambar/ilustrasi dalam infografis vaksin COVID 19 yang diproduksi oleh Diskominfo Kota Bogor?
22. Di media sosial apa saja penyebaran infografis vaksin COVID 19 dilakukan?
23. Mengapa Instagram menjadi salah satu media yang dipilih dalam menjadi media publikasi infografis?
24. Berapa format ukuran foto/video dan durasi video (untuk infografis dinamis) infografis yang diunggah ke akun instagram Pemerintah Kota Bogor?
25. Dalam mempublikasi infografis ke akun instagram Pemerintah Kota Bogor, apakah terdapat ketentuan dalam membuat *caption*/kutipan untuk menjelaskan isi dari infografis itu sendiri?

LAMPIRAN 2

Draft Pertanyaan Wawancara Informan 1

Hari dan Tanggal : Selasa, 22 Juni 2021

Tempat : Diskominfo Kota Bogor

Narasumber : Ibu Liah Lestari

Jabatan : Kepala Seksi Pengelolaan Komunikasi dan Informasi
Publik Diskominfo Kota Bogor

Pertanyaan :

1. Di era pandemi dan sosialisasi vaksin ini, apa tugas utama Diskominfo Kota Bogor sebagai humas dalam instansi pemerintah?
2. Dari berbagai media yang digunakan untuk membantu Diskominfo Kota Bogor dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat, mengapa Diskominfo Kota Bogor memilih infografis sebagai salah satu media dalam menyampaikan informasi mengenai vaksin COVID 19?
3. Siapa/divisi apa yang membuat Infografis mengenai vaksin COVID 19 yang diunggah di instagram Pemerintah Kota Bogor?
4. Apakah infografis termasuk media yang efektif dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat?
5. Bagaimana alur proses produksi infografis vaksin COVID 19 hingga dapat diunggah ke akun instagram Pemerintah Kota Bogor?

6. Selain instagram, lewat media sosial mana saja penyebaran infografis mengenai vaksin COVID 19 dilakukan?
7. Apakah instagram merupakan media sosial merupakan saluran yang efektif dalam mempublikasi infografis mengenai vaksin COVID 19?
8. Seberapa besar presentase masyarakat yang aktif untuk membuka dan melihat postingan infografis vaksin COVID 19 di media sosial Pemerintah Kota Bogor?
9. Bagaimana respon masyarakat terkait infografis mengenai vaksin COVID 19 yang diunggah di media sosial Pemerintah Kota Bogor?
10. Apakah infografis yang diunggah di akun instagram Pemerintah Kota Bogor memiliki ciri khas tersendiri dan dapat menarik perhatian pembaca?

LAMPIRAN 3

Draft Pertanyaan Wawancara Informan 2

Hari dan Tanggal : Selasa, 22 Juni 2021

Tempat : Bogor

Narasumber : Muthia Roseli

Selaku : Followers aktif media sosial Instagram Pemerintah Kota
Bogor

Pertanyaan :

1. Apakah anda pernah melihat dan mengetahui infografis mengenai vaksin COVID 19 yang diunggah di media sosial Pemerintah Kota Bogor?
2. Menurut anda, apakah infografis termasuk media yang efektif dalam menyampaikan informasi mengenai vaksin COVID 19?
3. Apakah infografis yang diunggah di media sosial diskominfo sudah cukup informatif?
4. Selain media sosial instagram, lewat media sosial apa anda melihat infografis mengenai vaksin COVID 19 tersebut?
5. Menurut anda, apakah instagram merupakan saluran yang efektif dalam mempublikasi infografis mengenai vaksin COVID 19?

6. Apakah anda lebih tertarik untuk memperoleh informasi mengenai vaksin COVID 19 melalui infografis?
7. Apakah dengan dibuatnya infografis tersebut anda dapat mengetahui dan memahami informasi seputar vaksin COVID 19?
8. Apakah dengan dibuatnya infografis tersebut anda dapat lebih percaya dengan keamanan dan keefektivan vaksin COVID 19?
9. Apa saja komentar masyarakat yang anda lihat terkait postingan infografis vaksin COVID 19 yang diunggah di akun instagram Pemerintah Kota Bogor?
10. Adakah saran dan kritik terkait infografis vaksin COVID 19 yang dibuat oleh Diskominfo Kota Bogor?

LAMPIRAN 4

Transkrip Wawancara Key Informan

Hari dan Tanggal : Selasa, 22 Juni 2021

Tempat : Diskominfo Kota Bogor

Narasumber : Bapak Rama Andhika Yoga

Jabatan : Staff Bidang Komunikasi dan Informasi Publik (KIP)

Pertanyaan :

1. Dalam menyampaikan informasi mengenai vaksin COVID-19 kepada masyarakat melalui media sosial, mengapa Diskominfo Kota Bogor memilih infografis sebagai salah satu media yang digunakan?

Jawaban :

Karena yang namanya media sosial ya, itu kan butuh informasi yang bentuknya tuh ngga hanya teks doang, tapi butuh juga gabungan dari teks dan gambar, bahkan video sekalipun itu bisa. Nah untuk bentuk gambar dan teks yang digabungkan itu akan menjadi sebuah infografis, dimana sebuah informasi itu akan lebih mudah dicerna karena seperti namanya ya, infografis, informasi yang berisikan tentang grafis khususnya yang fokus di informasi vaksin COVID-19 gitu.

2. Apa saja jenis infografis yang dibuat oleh Diskominfo Kota Bogor dalam menyampaikan informasi mengenai vaksin COVID-19?

Jawaban :

Kebanyakan infografis yang dibuat itu dalam bentuk gambar ya, untuk unggahan *feeds* instagram pemerintah Kota Bogor, jarang kita unggah dalam bentuk video.

3. Siapa/divisi mana yang membuat infografis mengenai vaksin COVID-19 yang diunggah ke dalam akun instagram Pemerintah Kota Bogor?

Jawaban :

Lebih tepatnya itu di bidang KIP atau Komunikasi dan Informasi Publik di seksi komunikasi publik.

4. Secara umum, Informasi apa saja yang biasa disampaikan dalam infografis yang diproduksi oleh Diskominfo Kota Bogor?

Jawaban :

Informasinya itu, misalnya data COVID-19, Kebijakan-kebijakan seperti ganjil genap, prokes COVID-19, PSBBMK, dan masih banyak lagi.

5. Bagaimana proses produksi infografis vaksin COVID-19 yang dilakukan oleh Diskominfo Kota Bogor?

Jawaban :

Awalnya sih untuk produksinya itu koordinasi puskesmas dan dinas kesehatan dan baru di koordinasi lewat grup yang sudah disediakan di whatsapp.

6. Apa saja yang biasa disampaikan dalam infografis mengenai vaksin COVID-19 yang diproduksi oleh Diskominfo Kota Bogor?

Jawaban :

Kalau seputar vaksin, biasanya berapa banyak kuota yang tersedia untuk melakukan vaksinasi, waktu dan tempat, ya lebih ke fakta-fakta seputar vaksin COVID-19.

7. Setiap berapa lama infografis mengenai informasi vaksin COVID-19 diperbaharui?

Jawaban :

Untuk itu ngga menentu sih, jadi tentatif aja.

8. Apakah pesan yang terkandung dalam infografis vaksin COVID-19 sesuai dengan kenyataan yang ada dan dapat digunakan saat ini?

Jawaban :

Ya kita pastinya pakai informasi yang baru yang bisa digunain sama masyarakat, contohnya pada bulan ramadhan kemarin, kita buat infografis yang memberi tahu masyarakat bahwa vaksinasi COVID-19

itu ngga membatalkan puasa, jadi orang-orang yang mau divaksin pas lagi puasa, ngga takut batal gitu.

9. Dalam menyusun konten informasi untuk infografis vaksin COVID-19, dari mana Diskominfo Kota Bogor mendapatkan sumber informasi?

Jawaban :

Sumber informasinya, jadi kita ada grup di whatsapp yang isinya orang-orang dari puskesmas, petugas COVID-19, dan tentunya dinas kesehatan itu sendiri. Kadang juga kita dapat informasi dari website-website pemerintah seperti covid19.go.id, lalu juga surat keputusan, dan lain sebagainya.

10. Apakah sumber informasi tersebut dapat divalidasi?

Jawaban :

Tentunya sumber-sumber tersebut sudah terpercaya dan dapat divalidasi dong.

11. Apakah sumber dan tanggal produksi infografis vaksin COVID-19 dilampirkan ke dalam infografis tersebut?

Jawaban :

Dicantumkan ke dalam infografisnya.

12. Apakah dilakukan riset terlebih dahulu dalam menyusun konten informasi untuk infografis vaksin COVID-19?

Jawaban :

Tentu karena kita menyesuaikan dengan bagaimana netizen itu berkomentar, misalnya ada komentar “informasi ini kurang jelas” nah itu kita perbaiki, lalu ada masukan-masukan, itu langsung kita perbaiki. Nah jadi berdasarkan riset dari hal kecil itu, kita kembangkan supaya netizen itu nyaman dalam membaca infografis tersebut.

13. Bagaimana cara agar pesan dalam infografis vaksin COVID-19 dapat disampaikan dengan menarik dan memancing keingintahuan pembaca lebih lanjut?

Jawaban :

Sebenarnya infografis nya itu sendiri udah jadi inovasi yang buat ngga bikin jenuh di mata pembaca.

14. Apa saja unsur persuasif yang digunakan dalam infografis mengenai vaksin COVID-19?

Jawaban :

Untuk unsur persuasif ya, kita bisa cantumkan manfaat yang positif dari vaksin itu sendiri misalnya, pernyataan bahwa vaksin itu gratis, atau lebih ke kalimat ajakan gitu sih.

15. Apa saja unsur visual yang terdapat dalam infografis vaksin COVID-19?

Jawaban :

Unsur visualnya, ada angka, tipografi, gambar, terus ada grid juga, dan masih banyak lagi.

16. Bagaimana cara agar unsur-unsur visual tersebut dapat terlihat seimbang di mata pembaca? (terkait pemilihan warna, pemilihan font, struktur grid, dan lain-lain)

Jawaban :

Untuk pemilihan warna, kita pasti pakai warna warna yang *soft*, selain warna *soft*, kita juga pakai *font* yang keterbacaannya jelas lah, terus karena disini kita target Infografisnya untuk semua kalangan, jadi hurufnya tuh dibuat dengan ukuran yang cukup untuk bisa dibaca, siapa tau kan ada lansia yang baca itu jadi masih bisa terbaca lah buat mereka. Kalau untuk video, jangan pakai latar lagu yang terlalu berisik, terus ngga kecepetan juga pergantian transisinya, jadi itu sih yang penting biar nyaman dibaca.

17. Bagaimana penyusunan teks dalam infografis vaksin COVID-19?

Jawaban :

Teks nya kita susun dengan ringkas tapi tetep jelas ya, contohnya dalam bentuk poin-poin biar pembaca tuh lebih jelas gitu ngeliatnya. Desain

penyusunan teksnya kita buat ada header, terus grid, dan paling bawah footer, gunanya biar strukturnya kelihatan pas ketika dibaca.

18. Apakah ejaan dan bahasa dalam infografis vaksin COVID-19 sudah benar, jelas, dan tidak ambigu?

Jawaban :

Karena dalam infografis vaksin itu biasanya banyak menggunakan istilah kedokteran ya, masih dikatakan harus butuh artikel penunjangnya lagi, karena kan emang itu istilah kedokteran ya ngga bisa kita ubah, paling biasanya kita tambahkan pakai bahasa sehari-hari yang bisa dimengerti sama masyarakat gitu.

19. Apakah terdapat ketentuan penggunaan logo/watermark dalam infografis vaksin COVID-19 yang dibuat oleh Diskominfo Kota Bogor?

Jawaban :

Biasanya ada logo COVID-19, ada logo GERMAS atau gerakan masyarakat hidup sehat, logo Pemerintah Kota Bogor, dan juga dinas kesehatan. Tujuannya untuk menunjukkan siapa yang bertugas dan bertanggung jawab gitu di pengelolaan infografis itu sendiri.

20. Adakah ketentuan dalam menggunakan logo/watermark jika infografis berkolaborasi/bekerja sama dengan pihak lain?

Jawaban :

Paling penambahan logo si pihak yang terkait aja sih.

21. Adakah ketentuan terkait lisensi penggunaan gambar/ilustrasi dalam infografis vaksin COVID-19 yang diproduksi oleh Diskominfo Kota Bogor?

Jawaban :

Untuk lisensi kita pakai gambar-gambar yang *free* agar terhindar dari plagiarisme.

22. Di media sosial apa saja penyebaran infografis vaksin COVID-19 dilakukan?

Jawaban :

Di instagram, facebook, twitter.

23. Mengapa Instagram menjadi salah satu media yang dipilih dalam menjadi media publikasi infografis?

Jawaban :

Karena berdasarkan tren, instagram dinilai cukup efektif dilihat dari jumlah pengunjungnya, jumlah ketertarikannya, jadi instagram menjadi salah satu penunjang dalam menyebarkan infografis tersebut.

24. Berapa format ukuran foto/video dan durasi video (untuk infografis dinamis) infografis yang diunggah ke akun instagram Pemerintah Kota Bogor?

Jawaban :

Untuk durasi video sih bebas, karena bisa disalurkan ke *igtv*. Kalau dalam bentuk foto itu disesuaikan aja ukurannya sama *feeds* instagram yaitu *square*, atau buat ukuran *igstory*.

25. Dalam mempublikasi infografis ke akun instagram Pemerintah Kota Bogor, apakah terdapat ketentuan dalam membuat *caption*/kutipan untuk menjelaskan isi dari infografis itu sendiri?

Jawaban :

Caption itu udah ada ketentuannya sendiri, misalnya dicantumkan tanggal, isi inti dari infografisnya itu apa, ada juga dicantumkan kalimat ajakan atau *quotes-quotes* gitu, contohnya ajakan 5M (mencuci tangan, memakai masker, menjaga jarak, menjauhi kerumunan, membatasi mobilitas dan interaksi). Dicantumkan juga *hashtag* seperti #BogorLawanCovid19, #VaksinKotaBogor, dan lain lain.

LAMPIRAN 5

Transkrip Wawancara Informan 1

Hari dan Tanggal : Selasa, 22 Juni 2021

Tempat : Diskominfo Kota Bogor

Narasumber : Ibu Liah Lestari

Jabatan : Kepala Seksi Pengelolaan Komunikasi dan Informasi
Publik Diskominfo Kota Bogor

Pertanyaan :

1. Di era pandemi dan sosialisasi vaksin ini, apa tugas utama Diskominfo Kota Bogor sebagai humas dalam instansi pemerintah?

Jawaban :

Terkait dengan komunikasi publik humas tentu mempunyai peranan penting dalam penyampaian informasi-informasi, kebijakan-kebijakan dari dinas maupun pemerintah Kota Bogor untuk menyampaikan kepada masyarakat terutama dalam kaitan pandemi ini, COVID-19, yang sedang melanda di seluruh dunia. Penting sekali masyarakat mengetahui apa yang telah dilakukan atau apa yang ingin dilakukan oleh pemerintah Kota Bogor dalam kaitannya pencegahan, penanggulangan, isolasi mandiri, sebab-sebab, vaksinasi, dan lain-lain,

kepada masyarakat agar masyarakat mengetahui dan lebih mengedukasi masyarakat mengenai COVID-19 ini.

2. Dari berbagai media yang digunakan untuk membantu Diskominfo Kota Bogor dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat, mengapa Diskominfo Kota Bogor memilih infografis sebagai salah satu media dalam menyampaikan informasi mengenai vaksin COVID-19?

Jawaban :

Di dalam era digitalisasi ini, menurut survei itu, penggunaan internet memang sangat besar terutama dalam kalangan anak-anak muda usia 18 tahun ke atas. Media sosial salah satunya memiliki presentase yang paling sering digunakan. Kalau dalam kata-kata, dalam bentuk kalimat, kadang-kadang kan orang bosan ya untuk membacanya. Jadi dalam visualisasi, dalam bentuk infografis, dibuat sedemikian, dikemas semenarik mungkin, itu mata orang lebih enak dalam membacanya, jadi lebih mengajak masyarakat untuk mengetahui apa isi dari informasi ini.

3. Siapa/divisi apa yang membuat Infografis mengenai vaksin COVID-19 yang diunggah di instagram Pemerintah Kota Bogor?

Jawaban :

Kalau yang diunggah ke dalam media sosial instagram Pemerintah Kota Bogor itu memang dari Diskominfo Kota Bogor dalam kaitannya ini ada

di bidang komunikasi dan informasi publik, di seksi komunikasi publik, tapi dalam penyebaran informasinya, pemerintah kota itu memiliki perangkat-perangkat daerah, tiap perangkat daerah itu semuanya rata-rata aktif dalam membuat konten di media sosial.

4. Apakah infografis termasuk media yang efektif dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat?

Jawaban :

Saya pikir efektif, karena seperti yang sudah saya sebutkan tadi dengan infografis, pembaca jadi lebih enak dalam membaca informasi, dan juga pengguna media sosial instagram ini presentasinya 75% yang paling banyak digunakan dari media sosial yang lain.

5. Bagaimana alur proses produksi infografis vaksin COVID-19 hingga dapat diunggah ke akun instagram Pemerintah Kota Bogor?

Jawaban :

Memang memiliki proses yang sangat panjang, data-data dari dinas kesehatan, dari puskesmas, itu kita membuat suatu aplikasi dari Diskominfo khususnya di bidang *egov*, dari situ akan keluar semacam file *excel*. Dari file tersebut nanti diolah oleh bidang KIP dijadikan bahan untuk pembuatan infografis. Terkait perizinan, dari awal sudah

mempunyai SK bahwa diskominfo itu sebagai publikasi untuk informasi yang berhubungan dengan COVID-19 ini.

6. Selain instagram, lewat media sosial mana saja penyebaran infografis mengenai vaksin COVID-19 dilakukan?

Jawaban :

Semuanya kita sebar, selain instagram ada twitter, facebook, bahkan di website-website itu kita sebar, bahkan di media sosial whatsapp itu kita sebar juga.

7. Apakah instagram merupakan media sosial merupakan saluran yang efektif dalam mempublikasi infografis mengenai vaksin COVID-19?

Jawaban :

Sekarang itu, karena memasuki tahun kedua, yang kelihatan banget masyarakat *reach* di instagram itu banyak gitu, meningkat gitu terkait dengan infografis ini. Akhir-akhir ini memang masyarakat sudah mulai bosan atau jenuh kalau dilihat dari reach nya. Tetapi itu tetap efektif saya pikir, karena secara rekapitulasi kalau masyarakat ingin melihat di unggahan instagram, melihat perkembangannya seperti apa itu sangat terlihat terutama dalam grafik, itu udah meroket gitu.

8. Seberapa besar presentase masyarakat yang aktif untuk membuka dan melihat postingan infografis vaksin COVID-19 di media sosial Pemerintah Kota Bogor?

Jawaban :

Sebagai gambaran, untuk vaksinasi massal yang kemarin dan hari ini (23 juni 2020) baru saja dilaksanakan, itu ketika kita membuka postingan untuk mendaftar vaksinasi massal ini, itu satu jam sudah sekitar 1000 orang yang menyukai. Jadi waktu itu kuota yang dibuka sejumlah 5000 orang untuk vaksinasi massal dalam satu jam itu udah abis. Bayangkan padahal yang baru di vaksin dari 1 jutaan penduduk kota bogor itu yang baru di vaksin itu sekitar ratusan ngga nyampe ribuan. Ini 5000 dibuka dalam satu jam langsung habis.

9. Bagaimana respon masyarakat terkait infografis mengenai vaksin COVID-19 yang diunggah di media sosial Pemerintah Kota Bogor?

Jawaban :

Responnya ada yang positif tapi tentu ada yang negatif, tapi kaitan dengan infografisnya itu ngga ada masalah, tapi memang lebih ke kebijakannya ya, misalnya ganjil genap, tentu ada pro dan kontra nya itu.

10. Apakah infografis yang diunggah di akun instagram Pemerintah Kota Bogor memiliki ciri khas tersendiri dan dapat menarik perhatian pembaca?

Jawaban :

Iya, tentu mempunyai ciri khas, kita membikin template nya memang berbeda dan lebih rapi sesuai dengan tema dan time table yang sudah ditetapkan. Warna yang kita pakai juga konsisten dan menjadi ciri khas Pemerintah Kota Bogor.

LAMPIRAN 6

Transkrip Wawancara Informan 2

Hari dan Tanggal : Selasa, 22 Juni 2021

Tempat : Bogor

Narasumber : Muthia Roseli

Keterangan : Followers aktif media sosial Instagram Pemerintah Kota Bogor

Pertanyaan :

1. Apakah anda pernah melihat dan mengetahui infografis mengenai vaksin COVID-19 yang diunggah di media sosial Pemerintah Kota Bogor?

Jawaban :

Iya sering lihat, karena kan aku aktif di media sosial terutama Instagram, jadi sering liat postingan tentang vaksin yang di *share* sama Pemerintah Kota Bogor

2. Menurut anda, apakah infografis termasuk media yang efektif dalam menyampaikan informasi mengenai vaksin COVID-19?

Jawaban :

Kalau untuk di era pandemi COVID-19 ini menurut aku efektif karena ibaratnya kita lagi banyak di rumah aja, jadi punya lebih banyak waktu untuk main ke media sosial, jadi penyampaian informasi yang diberikan lewat instagram menurut aku efektif.

3. Apakah infografis yang diunggah di media sosial diskominfo sudah cukup informatif?

Jawaban :

Beberapa yang udah aku liat ya cukup informatif, ya pasti namanya postingan yang di update sama pemerintah kota bogor itu adalah postingan yang memang merujuk dari himbauan dan peraturan pemerintah pusat, jadi ngga yang bertele-tele atau bahkan kurang informasinya, karena ini kan akun pemerintahan ya dan masyarakat harus dapat informasi secara jelas.

4. Selain media sosial instagram, lewat media sosial apa anda melihat infografis mengenai vaksin COVID-19 tersebut?

Jawaban :

Pernah liatnya dari instagram aja, karena lebih aktif main di instagram juga.

5. Menurut anda, apakah instagram merupakan saluran yang efektif dalam mempublikasi infografis mengenai vaksin COVID-19?

Jawaban :

Menurutku bisa dikategorikan iya, karena kan instagram ini salah satu platform yang tinggi dalam jumlah penggunanya, mulai dari kalangan anak-anak hingga lanjut usia. Jadi efektif karena mencakup ke berbagai kalangan usia.

6. Apakah anda lebih tertarik untuk memperoleh informasi mengenai vaksin COVID-19 melalui infografis?

Jawaban :

Iya lebih tertarik, karena infografis ini ibaratnya pengemasan yang sudah dikemas secara baik, yang tadinya masih bacaan-bacaan atau berdasarkan surat keputusan atau apa, dikemas melalui infografis, ke dalam bentuk visual, jadi lebih enak untuk dilihat, dibaca, dan untuk dipahami.

7. Apakah dengan dibuatnya infografis tersebut anda dapat mengetahui dan memahami informasi seputar vaksin COVID-19?

Jawaban :

lya, jadi lebih paham karena akun Pemkot itu kan salah satu akun yang memang kita pantau setiap hari, informasi yang up to date dari pemerintah atau himbauan-himbauan lebih lanjut dari akun tersebut.

8. Apakah dengan dibuatnya infografis tersebut anda dapat lebih percaya dengan keamanan dan keefektifan vaksin COVID-19?

Jawaban :

Kalau untuk percaya atau tidak lebih ke individu nya sih, karena meskipun pemerintah ini kan udah memposting infografis tentang vaksin untuk menginformasi dan sosialisasi, tapi kalau misalnya individunya ga pandai menjaga, ga mengikuti peraturan atau protokol kesehatan yang udah ditetapkan, bisa jadi percaya ga percaya.

9. Apa saja komentar masyarakat yang anda lihat terkait postingan infografis vaksin COVID-19 yang diunggah di akun Instagram Pemerintah Kota Bogor?

Jawaban :

Kalau respon masyarakat aku jarang ngeliatin karena lebih fokus ke postingannya, tapi kalau dari beberapa komentar yang aku lihat masyarakat kebanyakan opini pribadi sih, yang lebih ke ngasih argument sendiri, pendapat sendiri yang ga berdasar, contohnya

kayak “percuma di vaksin kalau ujung-ujungnya kena COVID” atau misalnya “pemerintah menjamin ngga kalau setelah vaksin kita kena COVID” itu kan opini pribadi yang ngga berdasar, yang lebih ke ngga mendukung. Tapi ada juga komentar yang antusias kayak menanyakan “kapan kategori lansia bisa di vaksin?” gitu.

10. Adakah saran dan kritik terkait infografis vaksin COVID-19 yang dibuat oleh Diskominfo Kota Bogor?

Jawaban :

Kalau kritik dan saran menurutku pribadi lebih ke jadwal postingannya aja sih, aku liat postingan infografis tentang vaksin itu ga berjadwal jadi kayak nanti liat, nanti ngga, jadi kalau ada informasi yang utama banget baru diposting. Padahal menurut aku, mereka harus gencar kasih informasi tentang vaksin COVID ini, apalagi liat opini masyarakat yang bermacam-macam. Jadi harus lebih terjadwal aja sih atau dibuat *time table* gitu.

LAMPIRAN 7
Bukti Wawancara



Bukti Wawancara dengan Bapak Rama Andhika Yoga Pada 22 Juni 2021



Bukti Wawancara dengan Ibu Liah Lestari Pada 22 Juni 2021



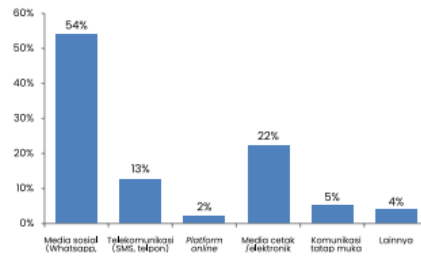
Bukti Wawancara dengan Muthia Roseli Pada 22 Juni 2021

LAMPIRAN 8

Dokumentasi



Bagaimana anda ingin mendapatkan informasi lebih lanjut? (n=112.748)



CARA MEMBEDAKAN VAKSIN ASLI DAN PALSU

VAKSIN ASLI

- RUBBER STOPER (TUTUP VIAL) BERWARNA ABU-ABU
- KEMASAN MASHI DISEGEL
- KEMASAN MENKILAT
- TERRAPAT LABEL YANG MENCANTUMKAN KETERANGAN JENIS VAKSIN PADA KEMASAN

VAKSIN PALSU

- RUBBER STOPER (TUTUP VIAL) ADL PERBEDAAN WARNA DARI PRODUK ASLI
- BENTUK KEMASAN YANG LEBIH BESAR
- NOMOR BATCH YANG TIDAK BISA TERBACA DENGAN JELAS

DAMPAK VAKSIN PALSU

- VAKSIN PALSU BISA TERDAPAT BAKTERI, VIRUS, DAN SERAGANYA.
- BATU YANG DISEDIAKAN VAKSIN PALSU TIDAK MEMILIKI KEKUALAN.
- JENGA BEREKAPAT TERJADI BAKTERI BINGKAI HINGGA BEBAT.

HARGA VAKSIN PALSU LEBIH MURAH RP 200.000 SAMPAI RP 400.000 BARI HARGA VAKSIN ASLI

SUMBER: BIOFARMA

pemkotbogor

Hallo Bogorian. Berikut beberapa perbedaan vaksin asli dan palsu berdasarkan sumber dari Biofarma. Kenapa kita harus mengetahui perbedaannya? Hal ini untuk menghindari dampak dari vaksin palsu.

#pemkotbogor #bogorberlari #bogorlawanCovid19

527 likes

Visit the COVID-19 Information Center.

Add a comment...

LAMPIRAN 9

Surat Izin Penelitian



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

Kampus Universitas Negeri Jakarta, Jl. Rawamangun Muka, Jakarta 13220
Telepon: Rektor : 4893854, WR.1 : 4895130, WR.II : 4893918, WR.III : 4892926, WR.IV : 4893982
BUK : 4750930, Bag. Kepegawaian : 4890536, Bag. UHT : 4893726, Bag. BMN : 4891838
BAKHUM : 4759081, Bag. Akademik dan kerjasama / Humas : 4898486 Bag. Kemahasiswaan
Biro Keuangan : 4755118, Bag. Keuangan : 4892414, Bag. Akuntansi dan Pelaporan : 4755118, Bag. Perencanaan : 4755118
Laman : www.unj.ac.id

Nomor : **4165/UN39.12/KM/2020**
Lamp. : -
Hal : **Permohonan Izin Mengadakan Penelitian
untuk Penulisan Tugas Akhir Karya Ilmiah**

27 Mei 2021

Yth. **Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bogor**
Jl. Ir. H. Juanda No.10, RT 01/RW 01, Paledang,
Kecamatan Bogor Tengah, Kota Bogor, Jawa Barat 16121

Kami mohon kesediaan Saudara untuk dapat menerima Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta :

N a m a : **Talitha Zahrah Azzizah Kurniawan**
Nomor Registrasi : 1408518028
Program Studi : D3 Hubungan Masyarakat
Fakultas : Ilmu Sosial
No. Telp/HP : 085785611939

Dengan ini kami mohon diberikan ijin mahasiswa tersebut, untuk dapat mengadakan penelitian guna mendapatkan data yang diperlukan dalam rangka penulisan Tugas Akhir Karya Ilmiah dengan judul:

"Infografis Pada Akun Instagram Pemerintah Kota Bogor Sebagai Media Informasi Mengenai Vaksin COVID-19 oleh Diskominfo Kota Bogor"


Atas perhatian dan kerjasama Saudara, kami sampaikan terima kasih.



Tembusan :
1. Dekan Fakultas Ilmu Sosial
2. Koordinator Prodi D3 Hubungan Masyarakat

LAMPIRAN 10

Bukti Balasan Izin Penelitian

 PEMERINTAH KOTA BOGOR
BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK
KOTA BOGOR
Jalan kesehatan Nomor 2 Bogor Telp. (0251) 8332775
BOGOR - 16161

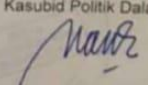
SURAT KETERANGAN
Nomor : 070/ 0676 – Kesbangpol

Yang bertanda tangan di bawah ini: Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kota Bogor.
Berdasarkan Surat dari : Wakil Rektor Bidang Akademik Universitas Negeri Jakarta Nomor 4165/UN39.12/KM/2020 Tanggal 27 Mei 2021 Perihal Permohonan Izin Penelitian

Menerangkan bahwa :

a. Nama	:	1. Prameswari Gitawardhani NPM : 1408518038 2. Shafa Tsamara Nugraini NPM : 1408518017 3. Talitha Zahrah Azzizah NPM : 1408518028
b. Telepon / E-Mail	:	0856-9229-5533 (Prameswari)
c. Tempat / Tgl. Lahir	:	-
d. Agama	:	Islam
e. Pekerjaan	:	Pelajar / Mahasiswa
f. Alamat	:	Jl Rawamangun Muka, Jakarta
g. Peserta	:	3 orang
h. Maksud	:	Permohonan Izin Penelitian
i. Untuk keperluan	:	Tugas Akhir Kuliah
j. Lokasi	:	Kota Bogor
k. Lembaga/Instansi Yang Dituju	:	Dinas Komunikasi dan Informatika

1. Sehubungan dengan maksud tersebut, diharapkan agar pihak yang terkait dapat memberikan bantuan/fasilitas yang diperlukan.
2. Mohon instansi tersebut dapat mengawasi / memonitor mahasiswa/i, siswa/i dalam pelaksanaan kegiatan tersebut.
3. Dosen/Guru Pembimbing bertanggungjawab agar ikut memberikan pengawasan dan pembinaan kepada mahasiswa/i, siswa/i yang melaksanakan Pra-Riset/ Penelitian/Permohonan Data/ Observasi/PKL/Magang serta melaporkan perkembangannya kepada Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kota Bogor secara tertulis.
4. Agar di dalam pelaksanaan kegiatannya tetap mengikuti Prosedur Protokol Kesehatan, selama masa Pandemi Covid-19 di Kota Bogor;
5. Demikian Surat Keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya, dan berlaku sampai dengan 4 September 2021

Bogor, 4 Juni 2021
a.n. Kepala
Kasubid Politik Dalam Negeri

FRANS M. RUMBINO
Penata Muda Tk. I
NIP. 19650518 199606 1 001

LAMPIRAN 11

Absensi Bimbingan

Nama Mahasiswa : Talitha Zahrah Azzizah Kurniawan

NIM : 1408518028

Program Studi : D-III Hubungan Masyarakat

Pembimbing : Asep Soegiarto, M.Si

NO	TGL BIMBINGAN	MATERI KONSULTASI	CATATAN MATERI KONSULTASI	PARAF PEMBIMBING
1.	23 April 2021	Judul penelitian	1. Membuat judul penelitian	
2.	1 Mei 2021	Pengajuan judul TAKI dan BAB I	1. Revisi judul penelitian 2. Revisi latar belakang 3. Revisi tujuan dan manfaat penelitian 4. Membuat operasional konsep	
3.	6 Mei 2021	Revisi Bab 1	1. Revisi latar belakang 2. Revisi operasional konsep 3. Boleh lanjut bab 2	
4.	20 Mei 2021	Revisi BAB I dan pengajuan BAB II	1. Finalisasi BAB I 2. Revisi teori 3. Revisi format spasi 4. Penambahan refrensi (mendeley)	
5.	25 Mei 2021	Revisi BAB II	1. Finalisasi BAB II 2. Boleh lanjut BAB III	
6.	2 Juni 2021	Pengajuan BAB III dan	1. Tingkatkan pemahaman metode,	

		operasional konsep	pendekatan, jenis, dll 2. Pencantuman Triangulasi 3. Ringkas operasional konsep	
7.	9 Juni 2021	Revisi BAB III dan operasional konsep	1. Revisi informan tambahan 2. Boleh lanjut membuat draft wawancara	
8.	17 Juni 2021	Revisi BAB III dan draft wawancara	1. Finalisasi BAB III 2. Revisi draft wawancara	
9.	20 Juni 2021	Revisi draft wawancara	1. Finalisasi draft wawancara 2. Boleh melakukan wawancara	
10.	30 Juni 2021	Pengajuan BAB IV, BAB V dan transkrip wawancara	1. Revisi format spasi hasil penelitian 2. Revisi kesimpulan	
11.	3 Juni 2021	Revisi BAB IV, BAB V dan transkrip wawancara	1. Finalisasi BAB IV 2. Finalisasi BAB V 3. Finalisasi transkrip wawancara 4. Boleh lanjut melengkapi berkas sidang	

LAMPIRAN 12

Riwayat Hidup

Nama : Talitha Zahrah Azzizah Kurniawan

Jenis Kelamin : Perempuan

TTL : Jakarta, 24 Juli 2000

No. Registrasi : 1408518028

Kewarganegaraan : Indonesia

Agama : Islam

Alamat : Jl. Kayumanis X No. 52 RT/07 RW/01, Kel. Pisangan Baru, Kec. Matraman, Jakarta Timur

No. Telp : 085785611939

Email : tlthzhr@gmail.com



Latar Belakang Pendidikan :

- 2006 — 2012 SDIT At-Taqwa
- 2012 — 2015 SMPN 1 Jakarta
- 2015 — 2018 SMAN 68 Jakarta
- 2018 — 2021 D-III Hubungan Masyarakat Universitas Negeri Jakarta