

ISSN : **2987-078X**
E-ISSN : **2987-078X**
DOI : **10.30092/tabayyun** by Crossref

Volume 04 Nomor 02 Desember 2023,
<http://jurnal.radenfatah.ac.id/index.php/tabayyun>

Strategi Dan Taktik Visualisasi Infografis Dalam Penyampaian Berita Pada Akun Instagram @Pinterpolitik

Infographic Visualization Strategies and Tactics in Delivering News on the @Pinterpolitik Instagram Account

La Ode Hamzah Arafa¹, Subria Mamis², Yusyrifah Halid³, Rahmawati⁴

¹²³Institut Agama Islam Negeri Kendari, Indonesia

Email: subriamamis@gmail.com

History Received : 17 September 2023 Revised : 30 Oktober 2023 Accepted : 10 November 2023 Published : 30 Desember 2023	Publisher: Program Studi Jurnalistik Universitas Islam Negeri Raden Fatah, Palembang, Indonesia Licensed: This work is licensed under a Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional . 
--	---

Abstract

This study aims to review infographic visualization strategies and tactics used by @pinterpolitik Instagram accounts and review the perspectives of followers on @pinterpolitik Instagram accounts in delivering news. The type of research used is descriptive qualitative, which describes the phenomenon of infographics on @pinterpolitik Instagram account. This study used content analysis methods, data collected through observation and document studies. The data is analyzed using data reduction, data presentation and conclusions. The results of this study show that the infographic visualization strategy and tactics used by @pinterpolitik Instagram account in delivering news involve three important stages in the strategy, namely formulation, implementation, and evaluation. The formulation stage is the selection of the type of social media used and the ability to search or search for issues. The two stages of implementation are avoiding information that is too long and boring, maximizing aspects of corporate branding or institutional branding, uploading products in prime time hours and using attractive visual content. The third stage of evaluation is to analyze or see from existing data about engagement that occurs on social media accounts @pinterpolitik. In carrying out the infographic visualization tactics process, @pinterpolitik utilize product products that are the main idea in delivering news, namely Indepth, celoteh and video. The perspective of followers on the news delivered by @pinterpolitik account can be seen from the increase in followers over time, this proves that the content presented by the Instagram account @pinterpolitik useful and increase knowledge for readers. Furthermore, the information or news presented has more controversial and political value so that it affects reader interactivity which can be seen through likes, comments and shares on each post.

Keywords: Strategy; Tactics; infographics; news; instagram perspective

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk meninjau strategi dan taktik visualisasi infografis yang digunakan akun instagram @pinterpolitik dan meninjau perspektif followers pada akun Instagram @pinterpolitik dalam penyampaian berita. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, yaitu mendeskripsikan tentang fenomena infografis pada akun Instagram @pinterpolitik. Penelitian ini menggunakan metode analisis isi, data yang dikumpulkan melalui observasi dan studi dokumen. Data tersebut dianalisis menggunakan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi dan taktik visualisasi infografis yang digunakan akun instagram @pinterpolitik dalam penyampaian berita melibatkan tiga tahap penting dalam strateginya, yaitu perumusan, implementasi, dan evaluasi. Tahap perumusan yaitu pemilihan jenis media sosial yang digunakan dan kemampuan searching atau pencarian isu. Kedua tahap implementasi yaitu menghindari informasi yang terlalu panjang dan membosankan, memaksimalkan aspek corporate branding atau institusional branding, pengunggahan produk pada jam-jam prime time dan menggunakan konten visual yang menarik. Ketiga tahap evaluasi yaitu melakukan analisa atau melihat dari data yang ada mengenai engagement yang terjadi di akun media sosial @pinterpolitik. Dalam menjalankan proses taktik visualisasi infografis, @pinterpolitik memanfaatkan produk produk yang menjadi ide pokok dalam penyampaian berita yaitu Indepth, celoteh dan video. Perspektif followers terhadap berita yang disampaikan oleh akun @pinterpolitik dapat dilihat dari bertambahnya followers seiring berjalanya waktu, ini membuktikan bahwa konten yang disuguhkan akun instagram @pinterpolitik bermanfaat dan menambah pengetahuan bagi pembaca. Selanjutnya informasi atau berita yang disuguhkan lebih banyak memiliki nilai kontroversial dan politik sehingga berpengaruh pada interaktivitas pembaca yang dapat dilihat melalui like, komentar dan share di setiap postingan.

Kata Kunci: Strategi; Taktik; infografis; berita; perspektif instagram

Pendahuluan

Media massa memerlukan cara untuk memberikan informasi kepada khalayak umum agar semua informasi yang diberikan dapat menarik perhatian masyarakat. Untuk itu setiap media massa menggunakan strategi supaya mampu mengolah setiap konten yang akan dipublikasikan. Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (planning) dan manajemen (mangement) untuk mencapai suatu tujuan. Akan tetapi untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan taktik dan operasionlanya, salah satu strategi yang paling ampuh di era sekarang ini ialah dengan mengikuti tren yang ada.

Kemajuan teknologi telah mengantarkan manusia untuk menciptakan bentuk baru dalam berinteraksi dan bersosialisasi, salah satunya adalah inovasi teknologi komunikasi berupa media sosial. Dengan pesatnya perkembangan new media, telah memberikan dampak terhadap situs-situs komunikasi, dari email dan chatting, menjadi media sosial atau jejaring sosial. Salah satu media sosial yang sedang banyak digunakan oleh pengguna gadget saat ini adalah Instagram

Banyak akun instagram yang menarik untuk diteliti, namun akun instagram @pinterpolitik menjadi pilihan bagi peneliti karena @pinterpolitik adalah salah satu media alternatif yang mengemas berita tidak hanya dengan teks serta foto, tetapi

dilengkapi dengan ilustrasi infografis menjadikan informasi tersebut mudah dipahami oleh masyarakat dan dilihat dari followers yang selalu meningkat seiring berjalanya waktu membuat peneliti tertarik untuk mengetahui lebih dalam terkait akun instagram @pinterpolitik

Dalam bidang politik generasi muda di negara kita cenderung lebih tertarik untuk mem-*follow up* hal yang berkaitan dengan trend-trend terbaru. Sebagian bahkan berpikir membicarakan politik adalah topik yang berat dan terlalu serius untuk kalangan anak muda.

Dalam bidang politik, terdapat pemahaman bahwa generasi muda di negara kita memiliki kecenderungan untuk lebih tertarik pada isu-isu yang sedang tren atau populer. Mereka cenderung mengikuti perkembangan terkini dan memanfaatkan platform media sosial untuk memperoleh informasi politik. Fenomena ini mencerminkan respons positif terhadap konten yang relevan dengan tren terbaru, seperti hashtag atau peristiwa yang sedang hangat dibicarakan di kalangan masyarakat.

Namun, perlu dicatat bahwa sebagian generasi muda mungkin menganggap politik sebagai topik yang terlalu berat dan serius. Beberapa dari mereka mungkin merasa sulit terlibat dalam diskusi politik karena persepsi bahwa politik identik dengan kompleksitas, konflik, atau kekakuan. Oleh karena itu, dalam merancang strategi komunikasi politik yang efektif, perlu memahami dinamika ini dan menyesuaikan pendekatan agar lebih sesuai dengan preferensi dan kebutuhan generasi muda.

Penting untuk mengeksplorasi cara-cara kreatif untuk menyajikan informasi politik, mungkin melalui pendekatan yang lebih ringan, interaktif, atau visual. Konten yang disajikan dengan cara yang menarik dan mudah dicerna dapat membantu memecah stigma bahwa politik adalah topik yang terlalu serius. Penggunaan elemen-elemen seperti infografis, meme, atau video singkat dapat menjadi strategi efektif untuk menjangkau generasi muda dan membuatnya merasa lebih terlibat dalam pembahasan politik.

Selain itu, memanfaatkan platform media sosial dengan bijak juga menjadi aspek penting. Dengan memahami preferensi media sosial generasi muda, konten

politik dapat dihadirkan dalam format yang lebih sesuai, seperti melalui cerita Instagram, TikTok, atau platform lain yang sedang populer di kalangan mereka.

Dengan mengintegrasikan elemen-elemen ini dalam strategi komunikasi politik, dapat diharapkan bahwa generasi muda akan lebih terbuka untuk terlibat dalam diskusi politik dan memahami pentingnya peran mereka dalam pembentukan masa depan negara.

Selain itu, partai politik yang cenderung lebih mendekati diri pada kalangan tua dibandingkan anak muda juga turut menjadi penyebab rendahnya minat berpolitik generasi muda. Faktor lain yang menyebabkan kurangnya masyarakat dalam berpolitik karena masyarakat terjebak dalam rutinitas ekonomi membuat pilihan politik bukan menjadi prioritas sehingga mempengaruhi cara pandang mereka terhadap politik.

Adanya infografis dalam ranah jurnalistik visual termasuk pemberitaan yang disampaikan melalui media cetak ataupun online mampu membuat teks panjang menjadi lebih singkat juga menarik, sehingga akan menghilangkan rasa bosan ketika membaca informasi. Dalam bidang politik Indonesia rendahnya tingkat kepercayaan masyarakat dalam mengonsumsi berita daring bukanlah tidak memiliki banyak resiko. Konten yang diproduksi secara cepat dan massal setiap harinya memungkinkan pembaca tidak mendapatkan berita utuh dalam satu artikel belum lagi dengan isu hoax atau berita bohong yang berakar dari tidak utuhnya data yang dipaparkan.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif. Peneliti mendeskripsikan tentang fenomena isi infografis pada akun @pinterpolitik dan diinterpretasikan berdasarkan teori-teori dan literatur yang berhubungan. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis isi (*content analysis*).

Secara teknis, langkah awal dalam proses adalah memilih jenis media sosial dan mengasah keterampilan pencarian isu. Dalam tahap implementasi, fokus pada menghindari informasi yang terlalu detail dan monoton, serta memaksimalkan citra korporat atau institusional.

Selain itu, mengunggah produk pada waktu-waktu populer dan menggunakan konten visual yang menarik juga menjadi bagian integral dari

langkah ini. Pada tahap evaluasi, dilakukan analisis data terkait keterlibatan di akun media sosial @pinterpolitik.

Dalam menerapkan taktik visualisasi infografis, @pinterpolitik memanfaatkan produk-produk yang menjadi pusat perhatian dalam menyampaikan berita, termasuk Indepth, celoteh, dan video. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi dan studi dokumen. Teknik analisis data menggunakan pengumpulan data yaitu, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil Dan Pembahasan

1. Hasil

1.1 Strategi dan Taktik Visualisasi Infografis Yang Digunakan Akun Instagram @Pinterpolitik Dalam Penyampaian Berita

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil analisis dalam penelitian ini, maka dapat digambarkan tentang strategi dan taktik visualisasi infografis dalam penyampaian berita di media sosial pada akun instagram @pinterpolitik. Data yang telah diolah dan dianalisis disajikan dengan pendekatan kualitatif, yaitu memberi gambaran secara detail mengenai isi suatu pesan yang terkandung dalam infografis @pinterpolitik sesuai dengan pokok permasalahan.

Dari hasil analisis, peneliti mengemukakan terkait beberapa kategori infografis berdasarkan tipe infografis yang diunggah @pinterpolitik. Jumlah postingan diukur berdasarkan pengamatan dan perhitungan total infografis selama periode Juni 2023.

1. Proses strategi pada tahapan strategi dan taktik media sosial @pinterpolitik

Penelitian ini memfokuskan pada pengemasan berita dalam bentuk infografis di akun media sosial instagram @pinterpolitik, yaitu dengan melihat bagaimana infografis yang efektif dalam menyampaikan berita kepada pembaca. Pada tahapan strategi, proses pembuatan infografis berawal dari menentukan perencanaan sehingga menghasilkan konten di akun @pinterpolitik, selanjutnya evaluasi dengan melihat hasil dari kinerja akun.

Dalam sehari akun @pinterpolitik dapat mengunggah tiga sampai lima infografik. Dalam membuat infografis tentunya tidak hanya berpatokan dengan satu konsep saja, terlihat di akun instagram @pinterpolitik memiliki beberapa jenis konten infografis agar pesan yang disampaikan tidak monoton. Berdasarkan hasil analisis peneliti berikut jenis tipe infografis yang diterapkan akun instagram @pinterpolitik pada periode Juni 2023:

Tipe Informational

Tipe Timeline

Tipe Comparison



2. Proses taktik pada tahapan strategi dan taktik media sosial @pinterpolitik

Dalam tahapan taktik, @pinterpolitik memiliki ide pokok yang menjadi patokan dalam mengunggah atau memberikan informasi kepada pembaca. Terdapat beberapa konten yang dimiliki oleh @pinterpolitik yaitu Indepth, celoteh dan video.

Cara menentukan konten indepth yaitu, topik yang dibahas berisikan tulisan mengenai peristiwa politik secara lengkap, mendalam dan sudut pandang yang berbeda. Celoteh berisi tulisan ringan yang dikemas secara unik, membahas mengenai peristiwa politik maupun non politik dikemas menyenangkan dan tak jarang menghibur. Vidio berisi berita politik yang dikemas secara singkat, ringan dan jelas melalui *motion picture*. Berikut jenis konten yang diterapkan @pinterpolitik:

Konten Indepth



Konten Celoteh



Konten Vidio



Tabel Jumlah Postingan @Pinterpolitik (Juni 2023)

No.	Tipe Infografis	Jumlah postingan
1.	Informational	60%
2.	Timeline	10%
3.	Comparison	30%
Jumlah postingan		138 (Juni 2023)

1.2 Perspektif Followers Pada Akun Instagram @pinterpolitik Dalam Penyampaian Berita

Jumlah *followers* akun instagram @pinterpolitik saat ini adalah 460 ribu. Berdasarkan pengamatan dari 138 infografis periode Juni 2023 infografis tipe *informational* paling banyak mendapatkan "tanda hati" dari pembaca, terbanyak kedua adalah tipe *comparison*, kemudia tipe infografis terakhir adalah tipe *timeline*.

Berdasarkan data yang diperoleh pada bulan Juni 2023, terdapat beberapa infografis yang unggul mendapatkan jumlah *like* terbanyak dan mendapatkan jumlah *like* yang sedikit. Berikut contoh infografis statis dan *motion* dengan *like* terbanyak dan sedikit:

1. Infografis jumlah *like* terbanyak berjudul, **Politisi ikut FOMO Putri Ariani** (*like* 13.763, komentar 473) berisikan informasi mengenai sejumlah politisi memberikan ucapan selamat ke Putri Ariani yang mendapatkan *golden buzzer* dalam pencarian bakat *Americas Got Talent*.
2. Infografis Jumlah *like* sedikit berjudul, **Jokowi Temani Kaisar Jepang Bernostalgia** (*like* 1.948, komentar 36). Berisikan tentang Presiden

Jokowi menemani Kaisar dan Permaisuri Jepang mengunjungi tempat-tempat jajahan Jepang pada masa lalu.

3. Infografis motion berjudul **Kaesang – Ayu Ting Ting For Depok 2024** (83.400 *views*, 1.208 *like*, 34 komentar), berisikan tentang banyaknya tantangan Kaesang ketika menjadi walikota Depok dan pencocokan terhadap Ayu TingTing adalah candaan dari tim redaksi @pinterpolitik.

2. Pembahasan

2.1 Strategi dan Taktik Visualisasi Infografis Yang Digunakan Akun Instagram @Pinterpolitik Dalam Penyampaian Berita

Oleh sebab penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi dan taktik visualisasi infografis @pinterpolitik dalam penyampaian berita di media sosial Instagram, ditambah dengan hasil yang diperoleh bahwa infografis memiliki berbagai tipe tergantung bagaimana bentuk informasi yang disampaikan kepada pembaca, maka penulis menguraikan diskusi sebagai berikut;

1. Proses strategi pada tahapan strategi dan taktik media sosial @pinterpolitik

- a. Perumusan Strategi

Langkah pertama yang dilakukan @pinterpolitik adalah merumuskan strategi. Pada tahap ini, perumusan strategi melibatkan pemilihan jenis media sosial. Instagram sebagai media sosial yang bersifat grafik dan gambar, berbeda dengan media sosial lainnya, Instagram menitik beratkan kepada postingan foto dan video dari para penggunanya. Keunikan ini yang membuat Instagram berbeda dengan media sosial pada umumnya. Langkah kedua yaitu kemampuan *searching* atau pencarian isu guna untuk menemukan sudut pandang lain dibalik sebuah berita dengan ulasan yang tajam dan berani ataupun berposisi serta disuguhkan dengan lengkap dan terpercaya.

- b. Implementasi Strategi

Setelah merumuskan dan memilih strategi yang telah ditetapkan, maka langkah berikutnya adalah melaksanakan strategi yang ditetapkan tersebut. Dalam tahap pelaksanaan strategi, @pinterpolitik menghindari Informasi yang terlalu panjang dan

membosankan. Selanjutnya memaksimalkan *Aspek Corporate Branding atau Institutional Branding*: Dalam pembuatan konten, upaya harus dilakukan untuk memaksimalkan aspek-aspek dari corporate branding atau institusional branding, seperti nama, logo, warna, audio, slogan, atau tagline. Terakhir, pengunggahan produk pada jam-jam prime time. Hal ini berpengaruh pada interaktivitas pembaca disetiap postingan.

c. Evaluasi Strategi

Tahap yang terakhir dari menyusun strategi adalah evaluasi strategi. Evaluasi strategi sangat diperlukan karena keberhasilan yang dicapai dapat diukur kembali untuk menetapkan tujuan berikutnya. Pada tahap evaluasi, langkah yang dilakukan yaitu melakukan analisa atau melihat dari data yang ada mengenai *engagement* yang terjadi diakun media sosial @pinterpolitik, ini menjadi tolak ukur untuk strategi yang akan dilaksanakan kembali dan evaluasi sangat diperlukan untuk memastikan sasaran yang dinyatakan telah dicapai.

Dari uraian startegi sesuai dengan strategi yang telah dikemukakan oleh Miftah (2008), bahwa dalam menjalankan strategi ada beberapa tahapan agar strategi yang disusun bisa sesuai dengan tujuan keberhasilan. Begitu pula dengan @pintarpolitik yang menggunakan konsep strategi Miftah secara teknis sampai akhirnya menuai reviewer yang tidak sedikit.

2. Proses taktik pada tahapan strategi dan taktik media sosial @pinterpolitik

Dalam menerapkan taktik visualisasi infografis dalam penyampaian berita, @pinterpolitik menjadi salah satu media yang secara khusus membahas mengenai politik dan melakukan literasi politik kepada sasaran pembaca mereka. Dalam konteks ini, @pinterpolitik juga memanfaatkan media sosial untuk melakukan literasi politik salah satunya dengan instagram. Instagram @pinterpolitik memiliki produk yang mejadi ide pokok dalam penyampaian berita yaitu *Indepth, coleteh* dan video. Akun @pinterpolitik mengemas konten *indepth* mengenai peristiwa politik yang

dibahas secara lengkap mendalam dan dengan sudut pandang yang berbeda.

Maksud dari hal itu menunjukkan bahwa, berita politik merupakan berita yang selalu disuguhkan dengan berdasarkan fakta dan tidak sewenang-wenang dalam mengunggah sebuah konten. Sedangkan konten *coleteh* yang diunggah dalam konten @pinterpolitik lebih berisikan tentang tulisan ringan yang membahas mengenai peristiwa politik atau non politik yang dikemas secara singkat, ringan dan tak jarang menghibur. Hal ini menunjukkan bahwa dalam unggahan konten *coleteh*, @pinterpolitik juga memberikan tulisan-tulisan ringan yang dimuat dalam infografis seperti berita *entertainment* dengan tujuan agar pembaca mendapatkan hiburan dengan tidak selalu memperoleh konten yang memuat informasi atau berita yang mendalam. Sedangkan konten video berisikan tentang berita politik yang dikemas secara singkat, ringan dan jelas melalui *motion picture*. Konten video bertujuan untuk meningkatkan *engagement* dan pengalaman yang lebih memuaskan bagi penonton, karena biasanya penonton lebih cenderung menonton video daripada membaca teks Panjang atau melihat gambar statis.

Terlihat pada konsep ini sejalan dengan apa yang menurut Karl Von Clausewitz disebut tentang taktik, menjadi penjabaran operasional jangka pendek dari strategi agar strategi tersebut dapat diterapkan.

2.2 Perspektif Followers Pada Akun Instagram @pinterpolitik Dalam Penyampaian Berita

Perspektif follower terkait penyampaian berita @pinter politik terbagi pada dua efek media sosial yang peneliti selaraskan dalam teori efek media sosial yang pernah dikemukakan Amri (1988), yaitu kognitif dan afektif. Efek kognitif yang meliputi peningkatan kesadaran, belajar dan tambahan pengetahuan. Begitupula, efek afektif yang berhubungan dengan emosi, perasaan dan *attitude* (sikap).

1. Efek kognitif

Efek kognitif terjadi bila ada perubahan pada apa yang diketahui, dipahami, atau dipersepsi khalayak. Dalam efek kognitif ini akan dibahas

tentang bagaimana media massa dapat membantu khalayak dalam mempelajari informasi yang bermanfaat dan mengembangkan keterampilan kognitifnya. Dengan kata lain, dampak ini berkaitan dengan penyampaian informasi, pengetahuan, keterampilan maupun kepercayaan oleh media massa.

Dalam informasi berita yang disuguhkan akun instagram @pinterpolitik dapat menambah pengetahuan pembaca dengan melihat semakin banyaknya *followers* seiring berjalanya waktu. Ini membuktikan bahwa, pengaruh media instagram mempunyai dampak kognitif, sehingga mereka merasa memperoleh banyak informasi dari akun instagram @pinterpolitik.

2. Efek Afektif

Efek ini kadarnya lebih tinggi daripada efek kognitif. Tujuan dari komunikasi massa bukan sekedar memberi tahu khalayak tentang sesuatu, tetapi lebih dari itu, khalayak diharapkan dapat turut merasakan perasaan iba, terharu, sedih, gembira, marah dan sebagainya. Dampak pesan media massa sampai pada tahap afektif terjadi bila pesan yang disebarkan media mengubah apa yang dirasakan, disenangi atau dibenci khalayak. Dampak ini berkaitan dengan perasaan, penilaian, rangsangan emosional, dan sikap.

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti maka peneliti dapat mengambil kesimpulan, yaitu:

1. Dalam menjalankan strategi dan taktik visualisasi infografis dalam menyampaikan berita kepada pembaca, akun Instagram @pinterpolitik melibatkan tiga tahap penting dalam strateginya, yaitu perumusan, implementasi, dan evaluasi. Tahap perumusan yaitu pemilihan jenis media sosial yang digunakan dan kemampuan *searching* atau pencarian isu. Kedua tahap implementasi yaitu menghindari informasi yang terlalu panjang dan membosankan, memaksimalkan *aspek corporate branding atau institusional branding*, pengunggahan produk pada jam-jam prime time dan menggunakan konten visual yang menarik. Ketiga tahap evaluasi yaitu melakukan analisa atau melihat dari data yang ada mengenai *engagement*

yang terjadi di akun media sosial @pinterpolitik. Dalam menjalankan proses taktik visualisasi infografis, @pinterpolitik memanfaatkan produk produk yang mejadi ide pokok dalam penyampaian berita yaitu *Indepth*, *coleteh* dan video

2. Perspektif *followers* terhadap berita yang disampaikan oleh akun @pinterpolitik dapat dilihat dari bertambahnya *followers* seiring berjalanya waktu, ini membuktikan bahwa konten yang disuguhkan akun instagram @pinterpolitik bermanfaat dan menambah pengetahuan bagi pembaca. Selanjutnya informasi atau berita yang disuguhkan lebih banyak memiliki nilai kontroversial dan politik sehingga berpengaruh pada interaktivitas pembaca yang dapat dilihat melalui *like* dan kolom komentar di setiap postingan.

Referensi

- Amri Jhi, (1988). *Komunikasi Massa dan Pembangunan Pedesaan di Negara-Negara Dunia Ketiga*. Jakarta: PT. Gramedia,
- Dennis, Mc Quail. (2011). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Nurudin. (2009). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Sobur, Alex. (2004). *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar Untuk Analisis Soemanagara, Rizky. (2006). Strategi Communication. Bandung. Penerbit Alfabeta.*
- Supriyono, Rakhmat. (2010). *Desain Komunikasi Visual: Teori dan Aplikasi*. Andi, Yogyakarta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta, Sugiyono. *Metode Penelitian dan Pengembangan (Research and Development)*.
- Tan, Alexis. (1981). *Mass Communication Theories and Research*. Columbus- Ohio: Grid Publishing Inc
- Taufiqurokhman, (2016). *Manajemen Strategik*, Jakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Prof. Dr. Moestopo Beragam,
- Vivian, J. (2015). *Teori Komunikasi Massa Edisi Kedelapan*. Jakarta: Prenadamedia Group
- Yasir. (2009) *pengantar Ilmu Komunikasi*, Pekanbaru: Pusat Perkembangan Pendidikan Universitas Riau.

Jurnal

- E. Karjaluoto, rilis 1 Maret (2018) (diakses 10 Oktober, pukul 14:42) "A Primer in Social Media", issuu.com/midia8/docs/primer.
- Fiorentina, Regia, Mayasari dan Fajar Hariyanto. (2018). "Analisis Framing Pemberitaan Reuni Akbar 212" "Analisis Framing Model Robert N Entman

Media Online Kompas.com dengan "Republika.co.id" *Jurnal Politikom Indonesia* 2 Edisi 26:150-157

Ilustrasi dalam desain komunikasi visual, rilis 20 Maret (2018)
<http://dkv.binus.ac.id/2015/10/12/fotografi-sebagai-ilustrasi>.

Mansur, Hamsi dan Rafiudin. *Jurnal Komunikasi Pendidikan* 4 no. 1 (2020): 37-48. <https://doi.org/10.32585/jkp.v4i1.443>. "Perkembangan Media Pembelajaran Infografis untuk Meningkatkan Minat Belajar Mahasiswa".