

Kreativitas dalam Kemas Ulang Infografis dan Video untuk Penyampaian Pesan

Siti Sholikhah¹, Putri Setyawati^{2*}, Yolan Yustiar Reza³, Lusi Puspasari⁴

¹²³⁴Institut Agama Islam Negeri Curup, Indonesia

*Korespondensi email: putrisetyawati.mhs@iaincurup.ac.id

Information

Submitted: 22-04-2025

Revised: 15-05-2025

Accepted: 09-06-2025

How to cite: Kreativitas dalam Kemas Ulang Infografis dan Video untuk Penyampaian Pesan. (2025). *TADWIN: Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, 6 (1), 38-48.

<https://doi.org/10.19109/tadwin.v6i1.27544>

DOI: doi.org/10.19109/tadwin.v6i1.27544

First Publication Right:

Tadwin: Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi Program Studi Ilmu Perpustakaan, Fakultas Adab dan Humaniora, UIN Raden Fatah Palembang, Indonesia

Licensed:



This article is licensed under a [Creative Commons Attribution-Share Alike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

ABSTRACT

In the fast-paced digital era, effective information delivery is very important. This study aims to explore creativity in repackaging information through infographics and videos as communication media. The methodology used in this study is a literature study by analyzing various relevant sources, including scientific journals and research reports. The results show that infographics and videos not only increase visual appeal but also accelerate the understanding of complex information. The use of visual elements in infographics can improve audience memory, while videos provide a more dynamic and interactive experience. The conclusion of this study confirms that creativity in infographic and video design is very important to achieve effective message delivery. A deeper understanding of the target audience and social context is needed to design relevant and interesting content. This study is expected to provide guidance for communication practitioners and designers in developing more innovative content.

Keywords: *Infographics; Video; Creativity; Information Delivery*

Abstrak

Di era digital yang serba cepat, penyampaian informasi yang efektif menjadi sangat penting. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi kreativitas dalam pengemasan ulang informasi melalui infografis dan video sebagai media komunikasi. Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi literatur dengan menganalisis berbagai sumber yang relevan, termasuk jurnal ilmiah dan laporan penelitian. Hasil menunjukkan bahwa infografis dan video tidak hanya meningkatkan daya tarik visual, tetapi juga mempercepat pemahaman informasi yang kompleks. Penggunaan elemen visual dalam infografis dapat meningkatkan daya ingat audiens, sementara video memberikan pengalaman yang lebih dinamis dan interaktif. Kesimpulan dari penelitian ini menegaskan bahwa kreativitas dalam desain infografis dan video sangat penting untuk mencapai efektivitas penyampaian pesan. Diperlukan pemahaman yang lebih mendalam mengenai audiens target dan konteks sosial untuk merancang konten yang relevan dan menarik. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan panduan bagi para praktisi komunikasi dan desainer dalam pengembangan konten yang lebih inovatif.

Kata Kunci: Infografis; Kreativitas; Penyampaian Informasi; Video

1. PENDAHULUAN

Di tengah era digital yang cepat dan terhubung ini, kebutuhan akan komunikasi yang efektif dan efisien semakin mendesak (Agustian et al., 2023). Informasi yang disampaikan perlu bisa menjangkau audiens secara luas dengan cara yang mudah dipahami (Azzaakiyyah, 2023), terutama karena perhatian orang kini semakin singkat dan ketertarikan mereka lebih condong kepada media visual dibandingkan dengan teks yang panjang. Salah satu solusi yang efektif untuk menghadapi tantangan ini adalah dengan memanfaatkan infografis dan video sebagai sarana untuk menyajikan informasi (Butdisuwan et al., 2024).

Infografis merupakan representasi visual yang menyajikan data dan informasi dengan memadukan elemen grafis dan teks, sehingga memudahkan pemahaman (Bhat & Alyahya, 2023). Sementara itu, video memanfaatkan kombinasi visual, suara, dan teks untuk menyampaikan pesan dengan cara yang lebih dinamis dan menarik (Bian & Ji, 2021). Kedua bentuk media ini terbukti sangat efektif dalam menarik perhatian audiens, memberikan edukasi, dan memperkuat daya ingat terhadap informasi yang disampaikan (Deny, 2019).

Sementara itu, video semakin populer sebagai alat untuk menyampaikan pesan karena kemampuannya untuk menggabungkan gambar, suara, dan teks (Grewal et al., 2021), sehingga dapat mempengaruhi audiens dalam dua saluran pengolahan informasi sekaligus. Sujarweni (2020) mengungkapkan bahwa penggunaan video dalam strategi pemasaran di Indonesia semakin meningkat karena dapat menarik perhatian audiens secara efektif dan menyampaikan pesan dengan cara yang lebih dinamis dan mudah diingat (Adi et al., 2024). Penelitian lain oleh (Setiawan, 2020) juga menunjukkan bahwa video pembelajaran dapat membantu siswa memahami materi pelajaran lebih baik dibandingkan dengan metode tradisional.

Pada konteks ini, kreativitas memegang peranan yang sangat penting dalam pembuatan infografis dan video (Aldalalah, 2021). Kreativitas tidak hanya terbatas pada desain visual yang menarik, tetapi juga mencakup cara menyederhanakan informasi kompleks agar dapat disajikan dengan lebih mudah dipahami oleh audiens (Han et al., 2021). Berbagai penelitian menunjukkan bahwa infografis dan video yang dirancang secara kreatif mampu meningkatkan pemahaman dan mempercepat proses belajar (Dunlap & Lowenthal, 2016). Hal ini juga menjadi semakin krusial dalam era media sosial dan komunikasi digital, di mana kecepatan informasi dan daya tarik visual menjadi kunci utama dalam penyebaran pesan (Giese et al., 2021).

Peningkatan penggunaan infografis dan video juga menuntut adanya literasi visual dan digital yang memadai dari para pembuat konten (Kalaf-Hughes, 2023). Tanpa pemahaman yang cukup terhadap prinsip-prinsip desain, psikologi warna, serta struktur narasi visual, informasi yang disajikan justru berisiko disalahpahami atau kehilangan makna (Nazeer Khan et al., 2024). Oleh karena itu, penting bagi para pendidik, praktisi komunikasi, maupun pelaku industri kreatif untuk tidak hanya fokus pada estetika visual, tetapi juga pada aspek kejelasan pesan, relevansi konten, serta kemampuan media tersebut untuk membangun koneksi emosional dengan audiens (Udris-Borodavko et al., 2023). Meskipun infografis dan video memiliki potensi yang sangat besar, masih banyak pihak yang belum sepenuhnya memahami cara mengemas informasi secara kreatif dan efektif (Amnouychokanant, 2023). Selain itu, faktor budaya, audiens yang ditargetkan, serta konteks sosial harus diperhatikan dalam merancang kedua jenis media ini, agar pesan yang disampaikan dapat berfungsi secara optimal (Zhou et al., 2021).

Artikel ini bertujuan untuk mengungkap lebih dalam bagaimana kreativitas dalam pengemasan ulang informasi melalui infografis dan video dapat memperkuat efektivitas penyampaian

pesan. Dengan mengkaji berbagai teori komunikasi visual dan multimedia, serta menganalisis beberapa studi kasus, diharapkan kita dapat menemukan pendekatan terbaik dalam merancang infografis dan video yang tidak hanya menarik, tetapi juga mampu menyampaikan informasi dengan jelas dan mudah dipahami oleh audiens. Selanjutnya, artikel ini akan membahas tantangan yang sering dihadapi dalam proses desain, serta memberikan rekomendasi praktis bagi para praktisi komunikasi, desainer grafis, dan pembuat konten video.

Kreativitas dalam desain infografis dan video semakin penting di Indonesia seiring pesatnya perkembangan teknologi dan meningkatnya akses informasi melalui perangkat *mobile* dan media sosial (Nababan & Ardhiyanto, 2022). Menurut data dari *We Are Social* dan *Hootsuite*, sekitar 75% pengguna internet di Indonesia mengakses informasi melalui ponsel, dan lebih dari 80% waktu yang dihabiskan di media sosial terisi oleh konten visual, termasuk video (We Are Social, 2022). Ini menunjukkan betapa pentingnya penggunaan infografis dan video untuk menyampaikan pesan yang mudah dipahami oleh audiens.

Di Indonesia, perhatian terhadap kreativitas dalam desain visual semakin menguat, terutama dalam sektor pendidikan, pemasaran, dan pemerintahan. Penggunaan infografis dalam kampanye kesehatan, pendidikan, dan sosial telah mengalami peningkatan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir (Deny, 2019). Selain itu, video digital kini menjadi salah satu alat utama dalam strategi pemasaran dan komunikasi merek di negara ini (Sujarweni, 2020). Meskipun kedua media ini semakin populer, masih banyak yang belum sepenuhnya menyadari potensi kreativitas dalam kedua format tersebut, baik dari segi teknik desain maupun strategi penyampaian pesannya.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian Metode penelitian dengan pendekatan studi literatur merupakan suatu strategi yang digunakan untuk mengumpulkan, menganalisis, dan menyintesis informasi dari berbagai sumber tertulis yang relevan dengan topik penelitian. Pendekatan ini melibatkan pencarian dan penelaahan literatur yang sudah ada, seperti buku, artikel jurnal, laporan penelitian, dan dokumen lainnya yang berkaitan dengan isu yang diteliti (Darmalaksana, 2020). Dalam tahap ini, peneliti akan mengidentifikasi sumber-sumber yang kredibel dan relevan, kemudian melakukan analisis kritis terhadap konten yang diperoleh.

Peneliti dapat mengkonseptualisasikan masalah dan pembahasan melalui analisis dan penafsiran data, baik dengan mengacu pada literatur yang relevan maupun pengalaman sebelumnya. Analisis dan penafsiran data memperhatikan beberapa hal, seperti lingkungan alami (latar alami), pengungkapan makna dari sudut pandang subjek penelitian, tidak dapat dipisahkan dari konteks, dan instrumen utama (Nashihuddin, 2021).

Setelah pengumpulan data dari literatur, peneliti akan menyusun temuan-temuan tersebut dalam bentuk narasi atau tabel yang sistematis. Analisis ini tidak hanya mencakup ringkasan informasi, tetapi juga evaluasi terhadap metodologi, hasil, dan kesimpulan dari studi-studi sebelumnya. Dengan demikian, pendekatan studi literatur memungkinkan peneliti untuk membangun kerangka teoritis yang kuat dan memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan. Selain itu, metode ini juga membantu dalam merumuskan hipotesis atau pertanyaan penelitian yang lebih spesifik berdasarkan temuan-temuan yang ada dalam literatur.

Kemudian Material Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua sumber yaitu:

1. Sumber Pustaka: Buku akademik dan jurnal ilmiah terakreditasi, skripsi, tesis, dan disertasi relevan, artikel dan publikasi ilmiah.
2. Dokumen Pendukung: Catatan, laporan penelitian, dan artikel terkait.

Terdapat juga Instrumen Penelitian yang digunakan terdiri dari tiga instrumen antara lain:

1. Peneliti sebagai Instrumen: Peneliti bertindak sebagai perencana, pelaksana, dan analisis data.
2. Teknik Pengumpulan Data: Pencarian kata kunci dan subjek untuk menemukan sumber yang relevan.
3. Analisis Data: Teknik analisis isi untuk mengolah informasi yang dikumpulkan

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Definisi Kemas Ulang Informasi

Kemas ulang informasi, atau dalam bahasa Inggris disebut *information repackaging*, merujuk pada kegiatan mengubah atau menyajikan kembali informasi dari satu bentuk ke bentuk lain (Fatmawati, 2009). Proses ini mencakup seleksi, analisis, sintesis, dan penyajian informasi yang relevan sesuai dengan kebutuhan pengguna. Untuk itu kemas ulang informasi ini diawali dengan analisis kebutuhan pengguna supaya informasi yang dikemas ulang tepat sesuai dengan konteks dan tepat sasaran (Adelia, 2022). Kegiatan ini bertujuan untuk membuat informasi lebih menarik, mudah dipahami, dan lebih mudah diakses oleh audiens target (Santoso, 2021). Tujuan utama dari kemas ulang informasi adalah untuk:

1. Meningkatkan Aksesibilitas: Memastikan bahwa informasi dapat diakses dengan mudah oleh audiens yang lebih luas.
2. Meningkatkan Pemahaman: Menyajikan informasi dalam format yang lebih sederhana dan jelas sehingga lebih mudah dipahami oleh pengguna.
3. Menarik Minat Pengguna: Menggunakan desain visual yang menarik untuk meningkatkan daya tarik konten.

Kemas ulang informasi merupakan proses strategis yang tidak hanya mengubah bentuk penyampaian tetapi juga meningkatkan kualitas layanan informasi. Dengan memanfaatkan teknologi dan media baru, kemas ulang informasi dapat memenuhi kebutuhan pengguna di era digital ini, menjadikannya alat penting bagi pustakawan dan penyedia informasi lainnya

Peningkatan Efektivitas Komunikasi

Penggunaan infografis dan video sebagai media komunikasi tidak hanya meningkatkan efektivitas penyampaian informasi tetapi juga mempermudah pemahaman terhadap konten yang kompleks. Dengan memanfaatkan kekuatan visualisasi data dan narasi multimedia, kedua alat ini mampu menjembatani kesenjangan antara informasi yang rumit dan pemahaman audiens. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan infografis dan video secara signifikan dapat meningkatkan kesadaran serta pemahaman masyarakat terhadap isu-isu sosial dan edukatif.

Peningkatan efektivitas komunikasi melalui penggunaan infografis dan video telah menjadi fokus banyak penelitian. Kedua media ini berperan penting dalam menyederhanakan informasi kompleks, menjadikannya lebih mudah dipahami oleh masyarakat. Sekitar 75% dari otak manusia berfungsi untuk memproses informasi visual, sehingga penggunaan elemen visual dalam infografis dapat meningkatkan pemahaman dan daya ingat (Maslulah et al., 2022). Gambar, grafik, dan diagram dapat menyampaikan informasi kompleks dengan cepat. Otak kita dapat mengenali pola dan

memahami hubungan antara berbagai elemen visual dalam sekejap. Selain itu, visualisasi data, seperti grafik dan diagram, dapat menyederhanakan informasi yang rumit, menjadikannya lebih mudah dipahami.

Menurut beberapa studi, konten visual seperti infografis dan video menarik lebih banyak perhatian dibandingkan teks biasa, meningkatkan kemungkinan audiens untuk mengingat informasi yang disampaikan. Video menggabungkan elemen visual dengan audio, memungkinkan penyampaian pesan yang lebih dinamis dan menarik. Hal ini membantu audiens tidak hanya melihat tetapi juga mendengar informasi, yang dapat meningkatkan pemahaman (Saputri & Jumino, 2023). Penelitian tentang Efektivitas Infografis sebagai Media Penyebaran Informasi Bidang Perpustakaan pada Akun Instagram @literatif.id. Hasil riset menunjukkan Penelitian ini menilai efektivitas infografis sebagai media penyebaran informasi perpustakaan pada akun Instagram @literatif.id. Dengan menggunakan metode kuantitatif deskriptif dan melibatkan 229 responden, hasilnya menunjukkan bahwa infografis memiliki tingkat efektivitas sebesar 84,65% dalam menyampaikan informasi.

Analisis data menunjukkan hubungan positif yang kuat antara variabel infografis dan penyebaran informasi, dengan koefisien korelasi Pearson sebesar 0,646 dan nilai signifikansi <0,001. Ini menunjukkan bahwa infografis efektif dalam menarik perhatian dan menyampaikan informasi kepada audiens. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian dinyatakan valid dan reliabel, menunjukkan bahwa desain infografis yang baik dapat meningkatkan pemahaman dan keterlibatan pengguna terhadap konten informasi perpustakaan. Penelitian ini memberikan kontribusi penting bagi pengembangan ilmu perpustakaan dan strategi komunikasi visual dalam era digital. Dengan penggunaan grafik bergerak (motion graphics) dalam video, informasi dapat disampaikan dengan cara yang jelas dan mudah dimengerti. Penelitian menunjukkan bahwa video infografis motion graphic memiliki tingkat efektivitas tinggi dalam menyampaikan pesan kepada audiens.

Teori Pembelajaran Multimedia

Teori pembelajaran multimedia yang dikemukakan oleh Richard E. Mayer pada tahun 2001 menekankan bahwa kombinasi teks, gambar, dan suara dapat meningkatkan pemahaman siswa. Konsep ini didasarkan pada beberapa asumsi kunci yang menjelaskan bagaimana manusia memproses informasi melalui media multimedia. Manusia memiliki dua saluran terpisah untuk memproses informasi, yaitu saluran visual (untuk gambar) dan saluran auditori (untuk suara). Ini berarti bahwa informasi yang disajikan dalam bentuk gambar dan kata-kata dapat diproses secara bersamaan, yang meningkatkan pemahaman (Imran et al., 2017). Dalam penelitian yang berjudul Efek Multimedia Pembelajaran Pada Kemampuan Siswa Menjawab Soal Analisis Energi Pada Perubahan Wujud Air: Sebuah Tinjauan Pada Siswa Kelas X Sman 3 Mataram menunjukkan bahwa penggunaan pembelajaran multimedia menawarkan pemahaman yang lebih mendalam bagi siswa dengan mengombinasikan teks dan gambar. Berbagai penelitian yang sedang berlangsung menunjukkan bahwa multimedia memiliki keunggulan dibandingkan dengan hanya menggunakan teks. Penelitian ini mengkaji efek multimedia pembelajaran interaktif (MPIK) terhadap kemampuan siswa dalam menjawab soal analisis energi pada perubahan wujud air. Penelitian dilakukan pada siswa kelas X SMAN 3 Mataram, dengan sampel 80 siswa yang dibagi menjadi dua kelompok: kelas eksperimen yang menggunakan MPIK dan kelas kontrol yang tidak.

Hasil analisis menunjukkan bahwa siswa di kelas eksperimen memiliki kemampuan yang lebih baik dalam menganalisis energi dibandingkan dengan kelas kontrol. Hal ini terlihat dari nilai rata-rata yang lebih tinggi di kelas eksperimen (21,8 poin) dibandingkan dengan kelas kontrol (15,2 poin). Uji statistik menunjukkan perbedaan signifikan antara kedua kelas, yang mengindikasikan bahwa penggunaan MPIK berpengaruh positif terhadap hasil belajar siswa. Menggunakan MPIK, siswa dapat

memahami konsep pemanasan dan pendinginan air melalui simulasi interaktif, yang memungkinkan mereka untuk memberikan dan menyerap kalor serta melihat grafik hubungan antara kalor dan suhu. Selain itu, MPIK membantu siswa membangun keterampilan analisis dengan memecah masalah menjadi langkah-langkah yang lebih sederhana. Penelitian ini mendukung temuan bahwa multimedia interaktif dapat meningkatkan hasil belajar, serta menunjukkan bahwa metode pembelajaran yang lebih tradisional mungkin tidak cukup untuk mengembangkan keterampilan berpikir kritis yang diharapkan dari siswa.

Hasil penelitian selanjutnya yaitu mengenai Efektifitas Penggunaan Interactive Educational Multimedia Learning Berbasis Teori Kognitif Terhadap Dyslexic Student Di Sekolah Dasar. Penelitian ini menilai efektivitas penggunaan multimedia pembelajaran interaktif berbasis teori kognitif untuk siswa disleksia di Sekolah Dasar. Hasil validasi menunjukkan bahwa media pembelajaran tersebut valid dari segi tampilan, operasional, dan interaksi. Data aktivitas siswa disleksia menunjukkan skor rata-rata baik (4,17), mengindikasikan bahwa aplikasi multimedia ini berhasil meningkatkan keterlibatan siswa.

Dari analisis, terlihat bahwa multimedia interaktif dapat menjadi alat yang efektif dalam membantu siswa disleksia mengatasi kesulitan belajar mereka. Penelitian ini menyimpulkan bahwa media ini layak untuk dikembangkan dan diterapkan bagi siswa disleksia, dengan saran agar media tersebut digunakan untuk mendukung proses pembelajaran mereka. Pembelajaran multimedia interaktif adalah suatu metode yang memberdayakan siswa untuk mengontrol lingkungan belajar mereka. Lingkungan belajar ini merujuk pada pembelajaran yang dilakukan dengan bantuan komputer. Prinsip dasar penggunaan multimedia interaktif melibatkan penggabungan berbagai elemen media, termasuk teks, warna, grafik, animasi, audio, dan video (Sinaga, 2019). Pembelajaran multimedia interaktif adalah pendekatan yang mengizinkan siswa untuk aktif mengendalikan proses belajar mereka sendiri. Dengan menggunakan komputer, siswa dapat berinteraksi dengan berbagai materi pembelajaran yang disajikan dalam bentuk multimedia.

Penggunaan Video dalam Pembelajaran

Penggunaan video dalam pembelajaran telah menjadi strategi yang semakin populer dan efektif dalam meningkatkan keterlibatan siswa. Video interaktif dan infografis yang informatif tidak hanya menarik perhatian, tetapi juga mendorong siswa untuk aktif berpartisipasi dalam proses belajar. Berikut adalah beberapa aspek penting mengenai penggunaan video dalam pembelajaran.

Video dapat menyajikan informasi dengan cara yang lebih mudah dipahami melalui visualisasi dan demonstrasi langsung. Ini membantu siswa memahami konsep-konsep yang kompleks dengan lebih baik dibandingkan hanya melalui teks. Salah satu solusinya adalah dengan membuat video pembelajaran yang berfungsi sebagai sumber belajar yang efektif. Video pembelajaran dapat menggambarkan konsep secara nyata, menyajikan pembelajaran secara prosedural dan terstruktur, serta menyampaikan materi yang diadaptasi sesuai dengan format media video tersebut (Nur & Putri, 2024).

Hasil penelitian yang dipaparkan oleh (Biassari, 2021), penelitian ini dilakukan di SDN Lirboyo 2 Kota Kediri dengan tujuan untuk meningkatkan hasil belajar matematika siswa kelas V pada materi kecepatan melalui penggunaan media video pembelajaran interaktif. Hasil penelitian menunjukkan adanya peningkatan yang signifikan dalam hasil belajar siswa:

1. Pra Siklus: Rata-rata nilai kelas 36,88 dengan ketuntasan klasikal 28,13%.
2. Siklus I: Rata-rata nilai meningkat menjadi 70,63 dengan ketuntasan klasikal 56,25%.
3. Siklus II: Rata-rata nilai mencapai 89,38 dengan ketuntasan klasikal 87,5%.

Penggunaan video pembelajaran interaktif terbukti efektif dalam membantu siswa memahami materi kecepatan, meningkatkan ketertarikan, dan partisipasi siswa dalam pembelajaran daring.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa media video interaktif dapat digunakan sebagai inovasi dalam pembelajaran untuk meningkatkan hasil belajar siswa, terutama di tengah tantangan pembelajaran daring saat pandemi COVID-19. Keberhasilan penelitian ini mendukung temuan sebelumnya yang menunjukkan bahwa multimedia interaktif berpengaruh positif terhadap hasil belajar siswa.

Pentingnya Analisis Audiens

Memahami audiens adalah kunci untuk menyampaikan pesan yang efektif. audiens yang bervariasi memerlukan pendekatan yang berbeda dalam penyampaian informasi, baik melalui infografis maupun video. Memahami audiens adalah langkah fundamental dalam menyampaikan pesan yang efektif. Dalam konteks komunikasi, baik itu melalui infografis atau video, analisis audiens menjadi kunci untuk memastikan bahwa informasi yang disampaikan dapat diterima dan dipahami dengan baik. Dengan mengetahui audiens target secara mendalam, organisasi dapat mengalokasikan sumber daya komunikasi secara lebih efisien. Ini membantu dalam merancang kampanye yang lebih fokus dan mengurangi pemborosan sumber daya pada audiens yang kurang relevan. Efisiensi ini sangat penting dalam konteks pemasaran dan komunikasi bisnis, di mana setiap anggaran harus digunakan secara optimal (Arswendi, 2013). Pahami apa yang menjadi preferensi audiens dalam menerima informasi. Ini mencakup gaya penyampaian, jenis visualisasi yang disukai (seperti grafik atau video animasi), serta kebutuhan emosional mereka saat mengonsumsi konten. Mengetahui apa yang mereka cari akan membantu dalam menciptakan konten yang lebih menarik dan relevan.

Inovasi dalam Teknologi Penyampaian

Inovasi teknologi, terutama dalam bentuk *Augmented Reality* (AR) dan *Virtual Reality* (VR), telah mengubah cara penyampaian informasi dan pengalaman pengguna di berbagai bidang. Virtual reality (VR) dan augmented reality (AR) diantisipasi akan mengubah cara konten multimedia diproduksi dan disajikan. Teknologi VR dan AR menawarkan pengalaman yang lebih mendalam dan interaktif, memungkinkan pengguna berinteraksi dengan konten digital secara lebih alami dan intuitif (Arief dkk., 2023). Teknologi ini tidak hanya memberikan pengalaman visual yang mendalam tetapi juga menciptakan interaksi yang lebih nyata antara pengguna dengan konten yang disajikan.

AR menggabungkan elemen digital dengan dunia nyata, memungkinkan pengguna untuk melihat informasi tambahan yang relevan dengan konteks fisik mereka. Misalnya, aplikasi AR dapat menampilkan informasi nutrisi pada kemasan produk makanan ketika dipindai menggunakan smartphone (Monica, 2014). Dengan AR, pengguna dapat berinteraksi dengan konten secara langsung, seperti melihat objek 3D yang muncul di lingkungan nyata mereka. Ini membuat penyampaian informasi menjadi lebih menarik dan mudah diingat. VR memungkinkan penceritaan yang lebih mendalam dengan mengajak pengguna "masuk" ke dalam cerita, sehingga mereka dapat merasakan pengalaman secara langsung. Ini sangat efektif dalam konteks pemasaran dan pendidikan (Agung Nugrohadhi, 2022).

Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Jamil et al., 2024) dengan judul Peran Teknologi 5g Dalam Mendorong Inovasi Pembelajaran. Bagian pembahasan dari penelitian ini menyoroti potensi besar Teknologi 5G dalam mendorong inovasi pembelajaran. Penelitian menunjukkan bahwa 5G secara signifikan meningkatkan aksesibilitas dan responsivitas internet, yang memungkinkan penggunaan aplikasi dan platform pembelajaran daring yang lebih interaktif dan dinamis. Integrasi Teknologi 5G dengan augmented reality (AR) dan virtual reality (VR) menciptakan pengalaman belajar yang lebih immersif, meningkatkan keterlibatan siswa dan membantu pemahaman konsep-konsep kompleks.

Penelitian serupa yang di bidang pendidikan adalah penelitian yang dilakukan oleh (Supriyantomo & Fauzan, 2024) mengenai Virtual Reality (Vr) Dalam Pendidikan: Strategi Menyongsong

Pendidikan Masa Depan Di Era Metaverse. Teknologi, seperti VR, telah mengubah cara siswa belajar dan berinteraksi. Hal ini menciptakan pengalaman belajar yang lebih mendalam dan menarik, mendorong partisipasi aktif siswa. VR memungkinkan siswa untuk terlibat dalam simulasi situasi nyata, yang memperkuat pemahaman mereka melalui pengalaman langsung.

Meskipun VR menawarkan banyak manfaat, ada tantangan yang perlu diatasi, seperti biaya perangkat, aksesibilitas, dan infrastruktur. Di daerah terpencil, siswa mungkin tidak dapat mengakses teknologi ini secara maksimal. Namun, dengan pendekatan yang tepat, VR memiliki potensi untuk meningkatkan motivasi belajar dan memahami materi pelajaran dengan lebih baik. Setiap bidang menunjukkan bagaimana VR dapat digunakan untuk meningkatkan pengalaman belajar dan memberi pemahaman yang lebih baik tentang subjek yang diajarkan.

4. KESIMPULAN

Kreativitas dalam pengemasan ulang informasi melalui infografis dan video terbukti menjadi alat yang efektif dalam meningkatkan efektivitas penyampaian pesan. Penggunaan media visual ini tidak hanya mempermudah pemahaman audiens terhadap informasi yang kompleks, tetapi juga menarik perhatian dan meningkatkan daya ingat. Dengan memanfaatkan teknologi dan desain yang inovatif, infografis dan video dapat menghadirkan informasi dengan cara yang lebih menarik dan mudah diakses. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa pemahaman yang mendalam tentang audiens sangat penting dalam merancang konten yang relevan dan menarik. Dalam konteks komunikasi modern, infografis dan video menjadi strategi penting yang dapat dioptimalkan oleh para profesional di berbagai bidang, termasuk pendidikan, pemasaran, dan kebijakan publik. Oleh karena itu, disarankan agar para praktisi terus menggali potensi kreativitas dalam desain dan penyampaian informasi untuk mencapai hasil yang lebih baik dalam komunikasi efektif.

REFERENSI

- Adelia, N. (2022). Kemas Ulang Informasi dalam Perspektif Budaya Informasi Digital. *Al-Ma'arif: Ilmu Perpustakaan Dan Informasi Islam*, 2(1), 121–133. DOI [10.37108/almaarif.v2i1.825](https://doi.org/10.37108/almaarif.v2i1.825)
- Adi, R. S., Wulandari, Y. F., & Himawan, S. (2024). Analisis Visual Efek Khusus Dalam Film Fantasi: Studi Kasus Pada Film Spider-man: No Way Home: Teori Compositing Digital Dalam Menganalisis Visua I Efek Film Fantasi. *Brand Communication*, 3(4), 325-340. DOI [10.70704/bc.v3i4.319](https://doi.org/10.70704/bc.v3i4.319)
- Agung Nugrohadhi. (2022). Perpustakaan dalam Bayang-bayang Transformasi Metaverse. *Media Informasi*, 31(2), 192–202. DOI [10.22146/mi.v31i2.5235](https://doi.org/10.22146/mi.v31i2.5235)
- Agustian, K., Mubarak, E. S., Zen, A., Wiwin, W., & Malik, A. J. (2023). The impact of digital transformation on business models and competitive advantage. *Technology and Society Perspectives (TACIT)*, 1(2), 79-93. DOI [10.61100/tacit.v1i2.55](https://doi.org/10.61100/tacit.v1i2.55)
- Aldalalah, O. M. A. (2021). The Effectiveness of Infographic via Interactive Smart Board on Enhancing Creative Thinking: A Cognitive Load Perspective. *International Journal of Instruction*, 14(1), 345-364. DOI [10.29333/iji.2021.14120a](https://doi.org/10.29333/iji.2021.14120a)
- Amnouyochokanant, V. (2023). Knowledge management using storytelling with infographics to develop creativity of undergraduate students. *International Journal of Learning, Teaching*

and Educational Research, 22(10), 18-36. DOI 10.26803/ijlter.22.10.2

- Arief Yanto Rukmana, Rony Sandra Yofa Zebua, Sepriano, Didik Aryanto, Indah Nur'Aini, Welly Ardiansyah, Iwan Adhicandra, Hartatik, Z. S. (2023). *DUNIA MULTIMEDIA: Pengenalan dan Penerapannya* (Issue June).
https://www.google.co.id/books/edition/DUNIA_MULTIMEDIA
- Arswendi, R. (2013). Konservasi Berbasis Komunitas (Studi Tentang Strategi Branding Universitas Negeri Semarang Sebagai Universitas Konservasi). *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2), 134-144. DOI 10.30659/jikm.4.1.80-93
- Azzaakiyyah, H. K. (2023). The impact of social media use on social interaction in contemporary society. *Technology and Society Perspectives (TACIT)*, 1(1), 1-9. DOI 10.61100/tacit.v1i1.33
- Bhat, S. A., & Alyahya, S. (2023). Infographics in educational settings: A literature review. *IEEE Access*, 12, 1633-1649. DOI 10.1109/ACCESS.2023.3348083
- Bian, J., & Ji, Y. (2021). Research on the teaching of visual communication design based on digital technology. *Wireless Communications and Mobile Computing*, 2021(1), 8304861. DOI 10.1155/2021/8304861
- Biassari, I. (2021). Peningkatan Hasil Belajar Matematika pada Materi Kecepatan Menggunakan Media Video Pembelajaran Interaktif di Sekolah Dasar. *Jurnal Basicedu*, 5(4), 2322-2329. DOI 10.29407/66ybj561
- Butdisuwan, S., Kataria, S., Taj, A., & Subaveerapandiyan, A. (2024). Visualising knowledge: a survey of infographic perceptions and challenges in academic library settings. *Library Management*, 45(5), 317-330. DOI 10.1108/LM-11-2023-0115
- Darmalaksana, W. (2020). Metode penelitian kualitatif studi pustaka dan studi lapangan. *Pre-Print Digital Library UIN Sunan Gunung Djati Bandung*.
<http://digilib.uinsgd.ac.id/id/eprint/32855>
- Deny Kurniawan, Y. N. (2019). Infografis sebagai Media Pembelajaran di Era Digital. *Jurnal Pendidikan dan Teknologi*, 1, 45-58.
- Dunlap, J. C., & Lowenthal, P. R. (2016). Getting graphic about infographics: design lessons learned from popular infographics. *Journal of visual literacy*, 35(1), 42-59. DOI 10.1080/1051144X.2016.1205832
- Fatmawati, E. (2009). Kemas Ulang Informasi: Suatu Tantangan Bagi Pustakawan. *Media Pustakawan*, 16(1&2), 23-27. DOI 10.37014/medpus.v16i1&2.903
- Giese, H., Neth, H., & Gaissmaier, W. (2021). Determinants of information diffusion in online communication on vaccination: The benefits of visual displays. *Vaccine*, 39(43), 6407-6413. DOI 10.1016/j.vaccine.2021.09.016
- Grewal, R., Gupta, S., & Hamilton, R. (2021). Marketing insights from multimedia data: Text, image, audio, and video. *Journal of Marketing Research*, 58(6), 1025-1033.

[DOI 10.1177/00222437211054601](https://doi.org/10.1177/00222437211054601)

- Han, J., Forbes, H., & Schaefer, D. (2021). An exploration of how creativity, functionality, and aesthetics are related in design. *Research in Engineering Design*, 32(3), 289-307. DOI [10.1007/s00163-021-00366-9](https://doi.org/10.1007/s00163-021-00366-9)
- Imran, I., Harjono, A., & Gunawan, G. (2017). Efek Multimedia Pembelajaran pada Kemampuan Siswa Menjawab Soal Analisis Energi pada Perubahan Wujud Air: Sebuah Tinjauan pada Siswa Kelas X Sman 3 Mataram. *Jurnal Pendidikan Fisika Dan Teknologi*, 1(1), 47–51. DOI [10.29303/jpft.v1i1.234](https://doi.org/10.29303/jpft.v1i1.234)
- Jamil, M. A., Haetami, A., Mayasari, M., Aina, M., Sukini, S., & Ulimaz, A. (2024). Peran Teknologi 5G Dalam Mendorong Inovasi Pembelajaran. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran (JRPP)*, 7(1), 1841–1853. <http://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/jrpp/article/view/25562>
- Kalaf-Hughes, N. (2023). Promoting information literacy and visual literacy skills in undergraduate students using infographics. *PS: Political Science & Politics*, 56(2), 321-327. DOI [10.1017/S1049096522001214](https://doi.org/10.1017/S1049096522001214) PS
- Masluhah, M., Afifah, K. R., & Hafid, A. (2022). Efektivitas media pembelajaran berbasis infografis terhadap hasil belajar siswa pada mata pelajaran IPS. *Jurnal Teori Dan Praksis Pembelajaran IPS*, 7(1), 11. DOI [10.17977/um022v7i12022p11](https://doi.org/10.17977/um022v7i12022p11)
- Monica Hartanti, N. N. (2014). Kajian Penggunaan Teknologi Augmented Reality Pada Desain Kemasan Makanan Oleh-Oleh Umkm Sebagai Duta Budaya Lokal. <http://repository.maranatha.edu/id/eprint/26163>
- Nababan, R. S., & Ardianto, P. (2022). A study of the covid-19 infographic design issued by Indonesian Ministries in online media. *International Journal of Visual and Performing Arts*, 4(2), 99-110. DOI [10.31763/viperarts.v4i2.804](https://doi.org/10.31763/viperarts.v4i2.804)
- Nashihuddin, W. (2021). Strategi kemas ulang informasi untuk peningkatan pelayanan perpustakaan di era new normal. *Jurnal Kajian Informasi & Perpustakaan*, 9(1), 59. DOI [10.24198/jkip.v9i1.28767](https://doi.org/10.24198/jkip.v9i1.28767)
- Nazeer Khan, S. B., Bilgin, A. A., Richards, D., & Formosa, P. (2024). Educating students about the ethical principles underlying the interpretation of infographics. *Teaching Statistics*, 46(2), 69-94. DOI [10.1111/test.12362](https://doi.org/10.1111/test.12362)
- Nur Azmi Alwi, & Putri Lestari Agustia. (2024). Penggunaan Media Vidio Dalam Proses Pembelajaran di Sekolah Dasar. *Jurnal Bintang Pendidikan Indonesia*, 2(3), 183–190. DOI [10.55606/jubpi.v2i3.3095](https://doi.org/10.55606/jubpi.v2i3.3095)
- Santoso, J. (2021). Kemas Ulang Informasi Koleksi Perpustakaan Sebagai Upaya Pemenuhan Kebutuhan Informasi Para Pemustaka. *ABDI PUSTAKA: Jurnal Perpustakaan Dan Kearsipan*, 1(2), 67–72. DOI [10.24821/jap.v1i2.5955](https://doi.org/10.24821/jap.v1i2.5955)
- Saputri, K. W., & Jumino. (2023). Efektivitas Infografis sebagai Media Penyebaran Informasi

Bidang Perpustakaan pada Akun Instagram @literatif.id. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 12(1), 64–76. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jip/article/view/38284>

Setiawan, M. (2020). Analisis Penggunaan Infografis dalam Kampanye Kesehatan di Indonesia. *Jurnal Komunikasi dan Media*, 215-227.

Sinaga, R. (2019). Efektifitas Penggunaan Interactive Educational Multimedia Learning Berbasis Teori Kognitif Terhadap Dyslexic Student Di Sekolah Dasar. *Guru Kita*, 3(4), 338–339. DOI [10.24114/jgk.v3i4.15078](https://doi.org/10.24114/jgk.v3i4.15078)

Sujarweni, W. (2020). Pemasaran Digital dan Perkembangan Teknologi di Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 90-100.

Supriyantomo, N. A., & Fauzan, R. T. (2024). *Virtual Reality (Vr) Dalam Pendidikan: Strategi Menyongsong Pendidikan Masa Depan Di Era Metaverse*. 5, 6. <https://oaj.jurnalhst.com/index.php/jlpi/article/view/342/340>

Udris-Borodavko, N., Oliinyk, V., Bozhko, T., Budnyk, A., & Hordiichuk, Y. (2023). Aesthetics and semiotics in 21st century visual communications: Pedagogical and sociocultural aspects. *Research Journal in Advanced Humanities*, 4(4), 22-40. DOI [10.58256/ntj89217](https://doi.org/10.58256/ntj89217)

We Are Social, H. (2022). *Global Overview Report*. Retrieved Desember 11, 2024 from Digital 2022: <https://wearesocial.com/digital-2022>

Zhou, S., Blazquez, M., McCormick, H., & Barnes, L. (2021). How social media influencers' narrative strategies benefit cultivating influencer marketing: Tackling issues of cultural barriers, commercialised content, and sponsorship disclosure. *Journal of Business Research*, 134, 122-142. DOI [10.1016/j.jbusres.2021.05.011](https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.05.011)