



Pengaruh Bahasa Visual Infografis @tirtoid terhadap Minat Mahasiswa dalam Memperoleh Informasi

Rayna Nur Afina^{1*}, Yusuf Zaenal Abidin², Enjang Muhaemin¹

¹Jurusan Ilmu Komunikasi Jurnalistik, ²Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah dan Komunikasi,
UIN Sunan Gunung Djati, Bandung

*Email : raynanurafina2@gmail.com

ABSTRAK

Infografis mulai banyak digunakan sebagai media informasi pada media sosial khususnya instagram. Sebagai media informasi di era digital, infografis memiliki karakter dan ciri khas yang berbeda di setiap media. Karakter tersebut dilihat dari penggunaan bahasa visual dan disinyalir dapat berpengaruh terhadap perbedaan segmen pembaca yang dituju oleh media. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh penggunaan bahasa visual pada infografis @tirtoid terhadap minat segmen pembaca mahasiswa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa : (1) terdapat pengaruh penggunaan *font* pada infografis @tirtoid terhadap minat mahasiswa dalam memperoleh informasi dengan perolehan skor 3,32 dari skor maksimal 4; (2) tidak terdapat pengaruh penggunaan warna pada infografis @tirtoid terhadap minat mahasiswa dalam memperoleh informasi dengan perolehan skor 3,12 dari skor maksimal; dan (3) terdapat pengaruh penggunaan gambar pada infografis @tirtoid terhadap minat mahasiswa dalam memperoleh informasi dengan perolehan skor 3,37 dari skor maksimal 4. Namun, secara keseluruhan dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat pengaruh bahasa visual pada infografis @tirtoid terhadap minat mahasiswa dalam memperoleh informasi.

Kata Kunci : Infografis, Bahasa Visual, @tirtoid

ABSTRACT

Infographics are starting to be widely used as information media on social media, especially Instagram. As an information medium in the digital era, infographics have different characters and characteristics in each medium. This character, seen from the use of visual language and singing, can influence the different segments of readers targeted by the media. This study aims to identify the effect of using visual language on @tirtoid infographics on the interest of the student reader segment. The results showed that: (1) there was an effect of using the font on the @tirtoid

infographic on students' interest in obtaining information with a score of 3.32 out of a maximum score of 4; (2) there is no effect of the use of color on @tirtoid infographics on students' interest in obtaining information with a score of 3.12 from the maximum score; and (3) there is an effect of using images on @tirtoid infographics on students' interest in obtaining information with a score of 3.37 out of a maximum score of 4. However, as a whole it can be concluded that there is an influence of visual language on @tirtoid infographics on students' interest in obtaining information.

Keywords: *Infographics, visual language, @tirtoid*

PENDAHULUAN

Media massa berevolusi seiring berkembangnya zaman. Masyarakat yang awalnya hanya mendapatkan informasi mulai dari berupa tulisan, merambat ke suara, dan sampai saat ini melahirkan media-media baru. Perkembangan media massa dan teknologi bertemu pada suatu titik krusial melahirkan sebuah media baru bernama internet. Salah satu teknologi komunikasi yang terus berevolusi sampai saat ini adalah internet. Internet bukan hanya berkembang sebagai media komunikasi, namun juga sebagai media informasi. Media massa dalam internet bermula ketika media online muncul. Perubahan media informasi ke dunia digital ini disebut sebagai New Media (media baru). New Media membawa perubahan pada teknologi komunikasi dengan kemunculan internet, yang kemudian membawa era baru di bidang jurnalis dengan munculnya jurnalisme online.

Media online merupakan media yang saat ini paling banyak diminati masyarakat. Seiring berkembangnya zaman, pemanfaatan media online bukan hanya dalam segi laman web saja, namun juga merambah ke media sosial. Sebagai media yang mudah dijangkau di manapun dan kapanpun, media sosial menjadi media yang paling dekat dengan masyarakat. Media sosial merupakan salah satu jenis platform di internet yang memfasilitasi penggunaannya untuk merepresentasikan diri, berinteraksi, berkolaborasi, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, serta membentuk ikatan sosial secara virtual (Nasrullah, 2016: 11).

Media sosial memiliki peran penting dalam proses penyebaran informasi bagi masyarakat luas. Sejak awal dibentuk, media sosial digunakan sebagai wadah bagi para penggunanya agar dapat dengan mudah saling berpartisipasi, berbagi,

dan bertukar informasi dan di komunitas dan jejaring virtual. Dalam konteks ini, media sosial mencakup blog, jejaring sosial, forum, dan dunia visual. Saat ini, produksi informasi dan berita tidak lagi terbatas pada penerbit atau media besar saja. Siapa pun bisa membuat berita dan mempengaruhi banyak orang. Maka dari itu, konsumsi informasi dapat diakses secara bebas oleh siapa saja melalui media digital.

Terdapat beberapa karakter atau ciri khas media sosial dalam penyampaian informasi di era digital. Beberapa ciri tersebut meliputi pesan yang ditujukan untuk banyak orang secara umum, isi pesan yang cenderung bebas, serta kemampuan pesan untuk menyebar dengan cepat dibandingkan dengan media lainnya. Kekuatan dari media sosial sebagai media alternatif dalam menyebarkan informasi merupakan suatu hal yang relevan, mengingat keberhasilannya dapat mengalahkan media konvensional seperti brosur, leaflet, dan komunikasi tatap muka.

Penyajian informasi dengan tampilan visual yang lebih menarik juga menjadi daya tarik mengapa masyarakat lebih memilih media online. Karenanya, media online khususnya portal berita menjadi lebih kreatif dalam menyajikan pola jurnalistik baru agar terlihat lebih menarik di mata pembaca.

Tingginya peminat media sosial membuat para pemilik perusahaan media berlomba-lomba untuk mengemas informasi semenarik mungkin. Salah satunya dengan menggunakan infografis. Infografis (KBBI: infografik) berasal dari kata *Infographics* dalam Bahasa Inggris yang merupakan singkatan dari *Information* (informasi) + *Graphics* (grafis) adalah bentuk visualisasi data yang menyampaikan informasi kompleks kepada pembaca agar dapat dipahami dengan lebih mudah dan cepat. Dengan memadukan informasi dan grafis, tampilan infografis menjadi lebih menarik, terlebih bagi para anak muda khususnya mahasiswa.

Dalam dunia digital seperti sekarang ini infografis dapat menjadi pilihan baru dalam bentuk penyajian berita, dengan menggunakan infografis seakan-akan kita bercerita melalui sebuah visual kepada para pembaca. Istilah infografis sering digunakan pada kalangan profesi dan media pemberitaan, sedangkan khalayak lebih mengenal dengan sebutan diagram, tabel, atau statistik.

Tampilan infografis membantu menarik perhatian dan pemahaman khalayak akan informasi khusus dan kompleks. Infografis dinilai mampu memaparkan secara artistik dan tidak terpaku hanya pada penggambaran hasil data dan memberikan visualisasi menyegarkan dari data yang bersifat sangat numerik serta visualisasi peristiwa atau fakta. Terutama bagi surat kabar, infografis berperan

menghindari tata letak koran atau majalah yang menjenuhkan (Arigia, Damayanti, & Sani, 2016:122).

Bahasa visual didefinisikan sebagai integrasi yang kuat dari kata-kata dan elemen visual dan memiliki karakteristik yang membedakannya dari bahasa alami sebagai alat komunikasi yang terpisah serta subjek khas penelitian (Horn, 2001:1). Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), arti bahasa visual adalah sistem komunikasi yang menggunakan lambang dan variasi warna, bentuk, gerakan, dan sebagainya yang ditampilkan dalam desain, tata letak dan pemaparan acuan kerja.

Infografis menjadi media informasi yang paling efektif untuk di era digital. Tampilan infografis menjadi hal yang dilihat pertama kali oleh mata pembaca. Pemilihan warna, *font* tulisan, ilustrasi, juga pengemasan isu dalam infografis menjadi daya tarik pertama pembaca. Jika pengemasan infografis tersebut menarik, maka dapat menimbulkan stimulus yang baik. Selain itu, infografis memiliki tujuan untuk meningkatkan minat pembaca. Hal ini juga menarik untuk dilihat dan dapat menarik minat pembaca. Semakin berat topik yang akan disampaikan melalui infografis, semakin ringan pula pengemasannya dengan mengubahnya menjadi infografis. Perkembangan zaman ini telah mengubah cara kita hidup dan mencari informasi dalam masyarakat modern, (Iskandar, 2018:16).

Infografis dapat dikatakan sebagai produk jurnalistik yang masih baru. Selain itu, infografis juga merupakan media hasil dari perkembangan zaman. Maka dari itu, menarik untuk diteliti mengenai apa yang menjadi ciri khas dari media baru ini, guna terus mengembangkannya menjadi produk jurnalistik yang dapat diminati masyarakat. Infografis memiliki peranan penting sebagai elemen visual dalam dunia jurnalistik. Saat ini, penggunaan infografis dalam penyampaian pesan atau informasi semakin meluas dan bahkan merambah pada media sosial. Media sosial cenderung mengandalkan visual thinking, dimana elemen visual seperti foto, gambar, warna, dan bentuk lebih mendominasi. Oleh karena itu, dampaknya adalah khalayak sekarang lebih menginginkan segala sesuatu yang dapat merangsang secara visual. Sebagai mahasiswa jurnalistik, perlu untuk mengenali karakteristik bahasa visual pada infografis. Hal ini ditujukan untuk mengenali karakter mana yang sesuai dengan target pasar yang dituju.

UNESCO menyatakan bahwa Indonesia berada di urutan kedua dari bawah perihal literasi dunia, yang artinya Indonesia memiliki minat baca sangat rendah. Melansir dari data UNESCO, minat baca masyarakat Indonesia sangat memprihatinkan, yaitu hanya 0,001%. Disamping itu, fakta lainnya menunjukkan

bahwa 60 juta penduduk Indonesia memiliki gadget, atau menempati urutan kelima negara terbanyak kepemilikan gadget. Lembaga riset digital marketing Emarketer memperkirakan pada 2018 jumlah pengguna aktif smartphone di Indonesia lebih dari 100 juta orang. Dengan jumlah pengguna smartphone yang sebesar itu, Indonesia akan menempati posisi keempat sebagai negara dengan pengguna smartphone aktif terbesar di dunia setelah Cina, India, dan Amerika Serikat.

Berdasarkan hasil survei di atas, perlu adanya inovasi dalam pengolahan informasi khususnya pada media sosial untuk meningkatkan minat masyarakat dalam membaca dan mencari informasi. Infografis dapat membuat unggahan berita menjadi lebih informatif, mudah dipahami, dan menyenangkan sehingga akan mengubah pemahaman pembaca tentang konten informasi. Pembaca cenderung dapat memahami informasi visual lebih cepat daripada informasi verbal atau tertulis. Penambahan penggunaan warna dan ilustrasi juga membuat infografis terlihat lebih menarik dan cepat dipahami.

Di tengah berkembangnya teknologi, perlu adanya pengembangan inovasi untuk menyesuaikan dengan persaingan perusahaan media. Infografis merupakan salah satu peluang yang menguntungkan untuk menjadikan media lebih maju, mengingat belum banyak perusahaan media yang memiliki konten infografis. Maka dari itu, mengidentifikasi karakteristik infografis haruslah dilakukan dalam mempersiapkan perancangan pembuatan infografis. Hal ini diperlukan untuk menyesuaikan target kelompok pembaca dari media tersebut. Dengan begitu, pembaca dapat menerima inovasi baru dari munculnya infografis sebagai kemasan baru dalam penyampaian informasi.

Ketertarikan tinggi terhadap visual yang mendorong media untuk memberikan sajian informasi yang lebih padat, mudah dipahami, cepat dan tidak membingungkan, terutama dalam menyajikan urutan kronologi peristiwa hingga dibuatnya data-data statistik. Infografis menjadi salah satu bentuk penyajian yang dapat dimanfaatkan oleh berbagai media online, karena infografis memiliki tampilan visual yang dapat menarik minat pembaca.

Beberapa media online menyajikan pemberitaan infografis, salah satunya adalah media Tirto.id, media analisis berbasis jurnalisme data yang membuka akun instagramnya, @tirtoid pertama kali pada tahun 2016, telah konsisten menyajikan informasinya dengan model infografis. Infografis yang disajikan oleh Tirto.id cukup berbeda dari media-media lainnya dengan penggunaan tampilan yang lebih

santai dan berwarna.

Infografis merupakan teknik pengemasan berita baru di era digitalisasi. Sebagai wilayah kajian jurnalistik, perlu bagi para pekerja media untuk mengkaji lebih dalam mengenai karakteristik juga daya tarik dari infografis ini. Selain itu, para perusahaan media juga perlu untuk memahami bahasa visual seperti apa yang sesuai dengan target segmen pembaca.

Maka dari itu, pengoptimalan bahasa visual dalam infografis diperlukan agar sesuai dengan selera target pembaca. Penelitian ini dapat digunakan sebagai gambaran penggunaan bahasa visual seperti apa yang diminati oleh segmen pembaca mahasiswa. Penelitian ini diawali dengan melakukan kajian pustaka terhadap sejumlah penelitian terdahulu yang relevan untuk menambah informasi demi mendukung keberlanjutan penelitian yang dilakukan. Berikut beberapa penelitian sejenis.

Petama, penelitian yang dilakukan oleh Amalia Khaerani pada tahun 2021 yang membahas mengenai pengaruh penyajian infografis @tirtoid terhadap kepuasan pembaca. Penelitian ini menunjukkan bahwa infografis memiliki kemampuan untuk menyampaikan pesan yang efektif dan efisien. Keringkasan yang ditawarkan infografis dapat memberikan kepuasan pada pembaca dan juga dapat menarik perhatian pembaca.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Ithamar Yaomi Darien Cestar pada tahun 2022 yang membahas mengenai pengaruh penyajian konten visual infografis melalui akun instagram @tempodotco terhadap minat baca berita. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa penyajian konten visual infografis dapat meningkatkan minat baca mahasiswa dikarenakan pengemasannya yang menarik.

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Hamsi Mansur Rafiudin pada tahun 2020 yang membahas mengenai pengembangan media pembelajaran infografis untuk meningkatkan minat belajar mahasiswa. Penelitian ini menunjukkan bahwa penyajian infografis mempunyai daya tarik visual, sehingga memenuhi kriteria layak digunakan dan layak dapat meningkatkan minat belajar mahasiswa.

Keempat, penelitian yang dilakukan oleh Retno Nurul Aisyah, Efi Fadilah, dan Nuryah Asri Sjarifah pada tahun 2020 yang membahas mengenai penggunaan infografis pada akun Instagram tirtoid terhadap strategi *Cross-media*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa selain sebagai media informasi, instagram *tirtoid* juga memanfaatkan infografis sebagai strategi *cross-media*. Konten infografis

kemudian dibentuk ulang dan dikembangkan dengan memberikan karakter khas.

Kelima, penelitian yang dilakukan oleh Iqbal Syahrangga pada tahun 2019 yang membahas mengenai komparasi penyajian konten berita infografis pada Tirto.id dan Teks pada Kompas.com terhadap persepsi *digital native* dan *immigrant* di Kota Surabaya dalam pemberitaan gerakan #2019GantiPresiden. Meskipun berbeda konteks pemanfaatan, namun penelitian ini tetap berfokus terhadap bagaimana penggunaan infografis di media sosial. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa baik dari infografis Tirto.id maupun Kompas.com tidak terdapat perbedaan yang signifikan pada persepsi antar digital native dan digital immigrant terhadap bentuk berita dan teks dalam pemberitaan politik gerakan #2019GantiPresiden meskipun kedua kelompok umur ini memiliki karakteristik yang berbeda.

Setelah melakukan kajian pustaka terhadap sejumlah penelitian relevan diatas, peneliti kemudian melakukan penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif, untuk mengukur seberapa besar pengaruh penggunaan bahasa visual yang meliputi *font*, warna, dan gambar. Objek pada penelitian ini yaitu infografis pada akun instagram @tirtoid. Pemilihan media Tirto.id sebagai objek dikarenakan Tirto.id rutin mengunggah infografis pada akun Instagram dengan ciri khas visual yang ditampilkan.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah: Seberapa besar pengaruh penggunaan *font* pada infografis @tirtoid terhadap minat mahasiswa dalam memperoleh informasi?; Seberapa besar pengaruh penggunaan warna pada infografis @tirtoid terhadap minat mahasiswa dalam memperoleh informasi?; Seberapa besar pengaruh penggunaan gambar pada infografis @tirtoid terhadap minat mahasiswa dalam memperoleh informasi?

Metode penelitian yang dipilih pada penelitian ini adalah dengan menggunakan metode survey, yaitu metode penelitian kuantitatif yang digunakan untuk mendapatkan data yang terjadi pada masa lampau atau saat ini, tentang keyakinan, pendapat, karakteristik, perilaku hubungan variabel dan untuk menguji beberapa hipotesis tentang variabel sosiologi dan psikologis dari sampel yang diambil dari populasi tertentu, teknik pengumpulan data dengan pengamatan (wawancara atau kuesioner) yang tidak mendalam, dan hasil penelitian cenderung untuk di generasikan (Sugiyono, 2018). Populasi pada penelitian ini merupakan anggota Jurnalposmedia periode 2021-2022 dengan jumlah sampel yang diambil sebanyak 51 orang. Pengambilan sampel menggunakan Rumus Slovin.

LANDASAN TEORITIS

Penelitian ini menggunakan teori *uses and gratification*. Teori ini menunjukkan bahwa permasalahan utamanya bukan pada bagaimana cara media mengubah sikap dan perilaku khalayak, dan seberapa besar media dapat mempengaruhi serta mengubah sikap dan perilaku khalayak, akan tetapi lebih kepada bagaimana media memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial khalayak dan seberapa besar media dapat memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial khalayak. Sehingga sasarannya adalah pada khalayak yang aktif, yang memang menggunakan media untuk mencapai tujuan khusus (Humaizi, 2018:11).

Teori penggunaan dan kepuasan (*uses and gratification*) mengajukan gagasan bahwa keanekaragaman individu mengakibatkan audiens menggunakan dan merespon konten media dengan cara yang berbeda-beda, dikarenakan berbagai faktor sosial dan psikologis yang berbeda pula. Teori penggunaan dan kepuasan media memusatkan perhatian pada audiens sebagai konsumen media, bukan pada pesan yang disampaikan. Teori ini berpendapat bahwa audiens menggunakan media secara aktif dan selektif untuk memenuhi kebutuhan mereka dan bertanggung jawab atas pilihan media yang mereka gunakan.

Menurut Zilma (dalam Mukarom, 2021:207) mengatakan bahwa mood juga berpengaruh pada pemilihan media yang akan digunakan. Ketika seseorang sedang bersedih, ia hendak mencari media yang berisikan hiburan seperti stand up comedy, ketika seorang sedang bosan, ia hendak mencari media yang memberikan tayangan lebih ringan serta menarik. Pengguna media mempunyai alternatif pilihan guna memuaskan kebutuhannya. Dalam asumsi ini tersirat pengertian bahwa komunikasi massa berguna (*utility*); bahwa komunikasi media diarahkan oleh motif (*intentionality*); bahwa perilaku media mencerminkan kepentingan dan preferensi (*selectivity*); bahwa perilaku media khalayak sebenarnya kepala batu (*stubborn*) (Blumler, 1979:265).

Terdapat lima asumsi dasar teori *uses and gratification* (Richard & Lynn, 2007: 428) yaitu: 1) audiensi aktif dan berorientasi pada tujuan ketika menggunakan media; 2) inisiatif untuk mendapatkan kepuasan media ditentukan audiensi; 3) media bersaing dengan sumber kepuasan lain; 4) audiensi sadar sepenuhnya terhadap ketertarikan, motif dan penggunaan media; dan 5) penilaian isi media ditentukan oleh audiensi.

Audiensi aktif dan berorientasi pada tujuan ketika menggunakan media. Teori *uses and gratification* melihat audien sebagai partisipan yang aktif dalam

proses komunikasi, namun tingkat keaktifan audien dapat bervariasi antar individu. Audien memiliki perilaku komunikasi yang didasarkan pada target, tujuan, dan motivasi yang ingin dicapai; audiensi melakukan pilihan terhadap isi media berdasarkan motivasi, tujuan, dan kebutuhan personal mereka (Morissan, 2018: 510).

Inisiatif untuk mendapatkan kepuasan media ditentukan audiensi. Hal ini berarti bahwa audiensi memiliki inisiatif untuk memilih media yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Pilihan personal dan perbedaan antar individu memiliki pengaruh besar terhadap pemilihan media. Individu yang memiliki inisiatif minim cenderung akan lebih mudah dipengaruhi oleh media. Audiensi sadar sepenuhnya terhadap ketertarikan, motif dan penggunaan media. Ketika individu memiliki kesadaran diri yang baik tentang minat dan motif yang muncul dalam dirinya, hal tersebut membantu peneliti untuk memperoleh gambaran yang akurat tentang bagaimana media digunakan oleh audiensi.

Media bersaing dengan sumber kepuasan lain. Media dan audiens tidak berada dalam lingkungan yang tidak terpengaruh oleh faktor-faktor lain. Kedua elemen tersebut merupakan bagian dari khalayak yang lebih besar, dan hubungan antara media dan audiensi dipengaruhi oleh lingkungan khalayak/masyarakat. Media berkompetisi dengan berbagai bentuk komunikasi lain untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan individu, baik dalam hal pilihan, perhatian, maupun penggunaan.

Teori uses and gratification memiliki peran yang sangat penting pada pertumbuhan media massa dari tradisional ke media baru guna menggambarkan tren media baru sebagai pelengkap bahkan mampu menggeser posisi media tradisional pada masyarakat (Baran, et al., 2009:238). Penilaian isi media ditentukan oleh audiensi. Menurut teori ini, isi media hanya dapat dinilai oleh audiensi sendiri. Program televisi yang dianggap tidak bermutu bagi beberapa audien, dapat menjadi berguna bagi audiensi tertentu karena merasakan adanya kepuasan dengan menonton program tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini akan mengidentifikasi bagaimana pengaruh penggunaan bahasa visual pada infografis @tirtoid dapat menarik minat mahasiswa dalam memperoleh informasi. Ciri karya desain komunikasi visual yaitu mampu tampil secara atraktif, komunikatif, efektif, persuasif, dan kontekstual (Tinarbuko,2020). Sehingga hal-

hal tersebut merupakan aspek yang harus ada pada infografis mengingat infografis merupakan produk komunikasi visual.

Dengan menggunakan metode survei, responden pada penelitian ini adalah Anggota Jurnalposmedia periode 2021-2022 dengan jumlah sampel sebanyak 51 orang. Data bersumber dari pengisian kuesioner yang dibagikan melalui Google Form, dengan jumlah pertanyaan sebanyak 30 butir.

Pengolahan data pada penelitian ini bersumber dari data statistik yang diolah menjadi kesimpulan kualitatif. Pengolahan data statistik menggunakan aplikasi SPSS Statistic 23. Pada penelitian ini regresi yang digunakan adalah regresi linier berganda, yaitu model regresi linear dengan melibatkan lebih dari satu variabel bebas atau predictor. Analisis regresi berganda bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh dua atau lebih variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) dalam proses pengujian koefisien regresi parsial (uji T) dan uji simultan (uji F). Proses pengujian ini akan dirumuskan sambil menguji hipotesis. Variabel X pada penelitian ini adalah bahasa visual, dengan pembagian menjadi 3, yaitu *font* (X1), warna (X2), dan gambar (X3), dengan minat mahasiswa dalam memperoleh informasi sebagai variabel Y.

Uji T (Uji Hipotesis)

Uji t dilakukan untuk menguji hipotesis penelitian mengenai pengaruh dari masing-masing variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat (Meiryani, 2021). Pengambilan keputusan dilakukan dengan melihat nilai signifikansi pada tabel Coefficients. Biasanya dasar pengujian hasil regresi dilakukan dengan tingkat kepercayaan sebesar 95% atau dengan taraf signifikansi sebesar 5% ($\alpha = 0,05$). Adapun kriteria dari uji statistik t (Ghozali, 2016) :

- a. Jika nilai signifikan $< 0,05$, atau $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$, maka terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y.
- b. Jika nilai signifikan $> 0,05$, atau $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ maka tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y.

Untuk menentukan t tabel dapat menggunakan rumus sebagai berikut :

$$t \text{ tabel} = t (\alpha/2 ; n-k-1)$$

$$t \text{ tabel} = t (0,025 ; 51-3-1)$$

$$t \text{ tabel} = t (0,025 ; 47)$$

$$t \text{ tabel} = 2,011$$

Menentukan nilai signifikan dan t hitung menggunakan SPSS Statistic 23 adalah sebagai berikut.

Coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	14.022	5.846		2.398	.020		
	Font	1.550	.450	.396	3.442	.001	.667	1.499
	Warna	.093	.429	.028	.217	.829	.536	1.864
	Gambar	1.872	.413	.508	4.529	.000	.702	1.426

a. Dependent Variable: Minat Mahasiswa dalam Memperoleh Informasi

Setelah dilakukan perhitungan, maka selanjutnya dilakukan uji hipotesis

a) Uji T *Font* (X1) atau Pengujian H1

Diketahui nilai signifikan untuk pengaruh X1 terhadap Y adalah sebesar $0,001 < 0,05$ dan nilai t hitung $3,442 > 2,011$, sehingga dapat disimpulkan bahwa **H1 diterima yang berarti terdapat pengaruh X1 terhadap Y.**

b) Uji T *Warna* (X2) atau Pengujian H2

Diketahui nilai signifikan untuk pengaruh X2 terhadap Y adalah $0,829 > 0,05$ dan nilai t hitung $0,217 < 2,011$, sehingga dapat disimpulkan bahwa **H2 ditolak yang berarti tidak terdapat pengaruh X2 terhadap Y.**

c) Uji T *Gambar* (X3) atau Pengujian H3

Diketahui nilai signifikan untuk pengaruh X3 terhadap Y adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $4,529 > 2,011$, sehingga dapat disimpulkan bahwa **H3 diterima yang berarti terdapat pengaruh X3 terhadap Y.**

Uji F

Uji F bertujuan untuk mencari apakah variabel independen secara bersama – sama (simultan) mempengaruhi variabel dependen. Uji F dilakukan untuk melihat pengaruh dari seluruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat (Meiryani, 2021).

Pengambilan keputusan dilihat dari pengujian ini dilakukan dengan melihat nilai F yang terdapat di dalam tabel ANOVA, tingkat signifikansi yang digunakan yaitu sebesar 0,05. Adapun ketentuan dari uji F yaitu sebagai berikut (Ghozali, 2016):

a) Jika nilai signifikan $< 0,05$, atau $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$, maka terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y

b) Jika nilai signifikan $> 0,05$, atau $F \text{ hitung} < F \text{ tabel}$, maka tidak terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y.

Untuk menentukan F tabel dapat menggunakan rumus sebagai berikut :

$$F \text{ tabel} = F (k; n-k)$$

$$F \text{ tabel} = F (3; 51-3)$$

$$F \text{ tabel} = F (3; 48)$$

$$F \text{ tabel} = 2,80$$

Menentukan nilai F hitung menggunakan SPSS Statistic 23 adalah sebagai berikut.

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1103.999	3	368.000	22.126	.000 ^b
	Residual	781.687	47	16.632		
	Total	1885.686	50			

a. Dependent Variable: Minat Mahasiswa dalam Memperoleh Informasi

b. Predictors: (Constant), Gambar, Font, Warna

Berdasarkan hasil perhitungan, diketahui nilai signifikan untuk pengaruh X1, X2, dan X3 secara simultan terhadap Y adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai f hitung $22,126 > 2,80$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa **terdapat pengaruh X1, X2, dan X3 secara simultan terhadap Y.**

Pengaruh Penggunaan *Font* Infografis @tirtoid terhadap Minat Mahasiswa dalam Memperoleh Informasi

Pembahasan ini akan menjawab rumusan masalah yang pertama, yaitu untuk mengidentifikasi pengaruh penggunaan *font* pada infografis @tirtoid terhadap minat mahasiswa dalam memperoleh informasi. *Font* atau Tipografi merupakan elemen visual penting dalam sebuah desain, terutama sebagai media komunikasi untuk menyampaikan inti gagasan desain tersebut (Sihombing, 2017). Penggunaan *font* dalam visual perlu diperhatikan terutama pada infografis, yang mana teks merupakan elemen utama yang harus dimaksimalkan karena berfungsi untuk menyampaikan informasi. Definisi lain mengatakan tipografi adalah karakter desain yang disatukan oleh anatomi visual sedangkan *font* adalah satuan karakter komplit dalam satu desain, bentuk, atau tipe gaya (Suyantoro, 2008 : 170).

Dalam pengemasan infografis, penggunaan *font* haruslah sesuai dengan tema isu yang sedang diangkat. Seperti pada pernyataan pertama pada kuesioner, peneliti memberikan pernyataan “Penggunaan *font* pada infografis @tirtoid sesuai dengan tema yang diangkat”. Ambrose & Harris (2011) menyebutkan bahwa bentuk huruf dalam tipografi dapat membangun karakteristik dari desain tersebut. Ketika sebuah *font* digunakan sesuai dengan tema, maka akan memberikan karakteristik yang menonjol dan selaras. Dalam pernyataan ini, dominan responden menyatakan setuju bahwa penggunaan *font* pada infografis @tirtoid teratur dan tidak berantakan.

Pernyataan selanjutnya yaitu “Penggunaan *font* pada infografis @tirtoid teratur dan tidak berantakan”. Hal ini berkaitan dengan hierarki atau penyusunan *type/font*. Tidak ada aturan baku dalam penyusunan tersebut karena dalam grafis modern senantiasa digali kemungkinan-kemungkinan baru yang lebih menantang serta dapat menarik perhatian responden atau target (Kusrianto, 2009:214). Namun, dalam penggunaan *font* pada infografis perlulah memperhatikan hierarki untuk memudahkan pembaca membaca informasi yang terdapat didalamnya. Pada pernyataan ini, dominan responden setuju bahwa *font* pada infografis @tirtoid teratur dan tidak berantakan.

Selanjutnya ada pernyataan “Penggunaan *font* pada infografis @tirtoid selaras

dengan gambar dan warna”. Keselarasan penggunaan *font* dengan gambar dan warna merupakan salah satu prinsip untuk merancang tipografi dalam desain grafis yaitu sintaksis tipografi, merupakan proses penyusunan elemen-elemen visual menjadi kesatuan yang kohesif (Sihombing, 2017). Dengan menyelaraskan penggunaan *font* dengan warna dan gambar, maka akan menghasilkan tampilan visual yang nyaman dilihat juga informasi yang dapat mudah dimengerti.

Terakhir, yaitu pernyataan “Penggunaan *font* pada infografis @*tirtoid* cocok untuk anak muda/generasi Z. Pernyataan ini berkaitan dengan salah satu efek komunikasi massa, yaitu efek sosial yang berkaitan dengan perubahan pada struktur atau interaksi sosial sebagai akibat dari kehadiran media massa (Elvinaro dkk,50:2012). Lingkup sosial yang berhubungan dengan pernyataan diatas adalah lingkup segmen pembaca mahasiswa. Dengan tampilan yang ada, membuat segmen pembaca mahasiswa yaitu responden, merasa cocok dengan infografis @*tirtoid*.

Pengaruh Penggunaan Warna Infografis @*tirtoid* terhadap Minat Mahasiswa dalam Memperoleh Informasi

Pada pembahasan ini akan menjawab rumusan masalah yang kedua, yaitu untuk mengidentifikasi pengaruh penggunaan warna pada infografis @*tirtoid* terhadap minat mahasiswa dalam memperoleh informasi. Warna merupakan pelengkap gambar serta mewakili suasana kejiwaan pelukisnya dalam berkomunikasi (Kusrianto, 2009:46). Sebagai bagian dari desain grafis, infografis juga perlu mengoptimalkan penggunaan warna untuk menghasilkan tampilan visual yang menarik. Dalam penggunaan warna perlu diperhatikan kesan apa yang ingin dibangun dalam sebuah desain. Contohnya penggunaan warna pink untuk memberikan kesan feminim dan lembut (Lia & Kirana, 2018 : 37).

Pernyataan pertama pada bagian ini adalah “Pemilihan warna pada infografis @*tirtoid* sesuai dengan tema isu yang diangkat”. Secara visual, warna memiliki kekuatan yang mampu mempengaruhi citra orang yang melihatnya. Masing-masing warna mampu memberikan respons secara psikologis (Kusrianto, 2009:47). Berdasarkan hasil kuesioner, dominan responden menyatakan setuju bahwa pemilihan warna pada infografis @*tirtoid* sesuai dengan tema isu yang diangkat. Ini menunjukkan bahwa warna telah mempengaruhi dan memberikan respons pembaca secara psikologis.

Pernyataan selanjutnya yaitu “Infografis @*tirtoid* menggunakan palet warna yang satu tema. Pernyataan ini juga berkaitan dengan pernyataan ketiga yaitu

“Infografis @tirtoid menggunakan palet warna yang beragam”. Teori tentang palet warna berhubungan dengan teori warna yang telah dilakukan oleh para ahli seni. Salah satunya Teori Isaac Newton yang menyatakan bahwa apabila dilakukan pemecahan spektrum dari sinar matahari, akan dihasilkan warna merah, jingga, kuning, hijau, biru, dan ungu alias mejikuhibiniu. Hal ini menunjukkan bahwa dalam seni rupa, warna merupakan unsur yang sangat penting karena warna bisa menjadi alat untuk berekspresi (Kusrianto, 2009:48). Dan terhadap dua pernyataan diatas, dominan responden menyatakan setuju bahwa infografis @tirtoid menggunakan palet warna yang beragam dan menyesuaikan dengan tema yang ada.

Pernyataan terakhir yaitu “Pemilihan warna pada infografis @tirtoid cocok untuk anak muda/generasi Z”. Arti warna seringkali disebut juga dengan Psikologi Warna. Pasalnya, warna cukup berpengaruh terhadap pikiran dan perilaku seseorang (Ahmad,2021). Seperti halnya pada *font*, warna juga memengaruhi psikologis pembaca, yang mana pada pembahasan ini segmen pembaca mahasiswa setuju bahwa pemilihan warna pada infografis @tirtoid cocok untuk anak muda. Setiap orang mempunyai selera yang berbeda terhadap warna. Hal ini terjadi karena pengalaman tertentu secara emosional yang dialami setiap orang berbeda terhadap warna tertentu (David,2023). Perbedaan ketertarikan terhadap warna juga berpengaruh dari perbedaan usia. Penggunaan warna pada infografis @tirtoid ternyata cocok untuk kategori pembaca mahasiswa atau usia remaja.

Pengaruh Penggunaan Gambar Infografis @tirtoid terhadap Minat Mahasiswa dalam Memperoleh Informasi

Ilustrasi secara harfiah berarti gambar yang dipergunakan untuk menerangkan atau mengisi sesuatu (Kusrianto, 2009:110). Pada pembahasan ini akan menjawab rumusan masalah yang ketiga, yaitu untuk mengidentifikasi pengaruh penggunaan gambar pada infografis @tirtoid terhadap minat mahasiswa dalam memperoleh informasi. Gambar atau ilustrasi menjadi sebuah elemen pelengkap dalam desain grafis khususnya infografis, karena memiliki peran yang cukup banyak. Bukan hanya sebagai hiasan, tetapi juga bersifat komunikatif yaitu untuk menyampaikan informasi dari isu yang sedang disampaikan.

Pernyataan pertama yaitu “Penggunaan gambar pada infografis @tirtoid sesuai dengan tema isu yang diangkat”. Sama seperti beberapa bulir pernyataan di variabel sebelumnya, visual yang terdapat pada infografis haruslah sesuai dengan tema isu yang diangkat untuk merepresentasikan informasi tersebut. Pada

hakikatnya, desain grafis sebagai visual elemen sering dipergunakan untuk menarik perhatian pembaca atau penonton sebagai suatu informasi (Kusrianto, 2009:126). Pengoptimalan penggunaan gambar pada infografis dengan menyesuaikan isu yang sedang dibahas akan membuat infografis tersebut semakin menarik. Merujuk kepada pernyataan tersebut, pada pernyataan ini responden dengan presentase 100% menyatakan setuju bahwa penggunaan gambar pada infografis @tirtoid sesuai dengan tema isu yang diangkat.

Pernyataan selanjutnya yaitu “Gambar visual pada infografis @tirtoid memiliki ciri khas”. Identitas visual sangat perlu diperhatikan, karena penampilan visual adalah salah satu cara untuk menghadapi kesulitan membangun pasar sasarannya (Oktavia,2015). Untuk membentuk identitas haruslah memiliki ciri khas. Seperti visual pada infografis @tirtoid, yang memiliki ciri khas terutama pada gambarnya yaitu penggunaan maskot Pak Tirta di setiap infografisnya. Sehingga pembaca dapat mudah mengenali infografis @tirtoid hanya dengan melihat maskotnya saja.

Berikutnya yang menjadi pernyataan ketiga adalah “Visual pada infografis @tirtoid merepresentasikan isu yang sedang dibahas”. Pada hakikatnya, grafis merupakan pendamping teks agar dapat membantu pembaca untuk lebih mudah memahami suatu konsep atau agar konsep yang disampaikan lebih mudah dipahami dan lebih menarik (Kusrianto, 2009:126). Pada penggunaannya, gambar bukan hanya sebagai pemanis juga sebagai ornamen hiasan pada infografis @tirtoid, namun juga untuk menggambarkan data yang disampaikan. Penggunaan gambar untuk menyampaikan informasi ini juga menjadi menarik dan membuat informasi lebih mudah dipahami, khususnya bagi segmen pembaca mahasiswa, juga pengguna sosial media yang cenderung ingin cepat membaca. Maka dari itu, dominan responden menyatakan setuju bahwa visual pada infografis @tirtoid merepresentasikan isu yang sedang dibahas.

Penggunaan gambar sebagai penyampaian informasi ini juga merujuk kepada salah satu fungsi komunikasi massa, yaitu fungsi penafsiran. Media massa tidak hanya memasok fakta dan data, tetapi juga memberikan penafsiran terhadap kejadian-kejadian penting (Elvinaro dkk,15:2012). Gambar yang ditambahkan pada infografis @tirtoid membuat pembaca menafsirkan dan menelaah apa yang dimaksud pada gambar dan relevansinya terhadap isu yang disampaikan.

“Penggunaan gambar pada infografis @tirtoid cocok untuk anak muda/generasi Z”. Masih berkaitan dengan target pembaca, penggunaan visual

pada sebuah desain haruslah merujuk kepada minat dari segmen pembaca yang dituju. Audiens biasanya terdiri atas individu-individu yang memiliki pengalaman yang sama dan terpengaruh oleh hubungan sosial dan interpersonal yang sama. Individu-individu ini memilih produk media yang mereka gunakan berdasarkan kebiasaan dan atas kesadaran sendiri (Elvinaro dkk,43:2012).

Hasil penelitian diatas menunjukkan pendapat responden terhadap variabel bebas (X) *font*, warna, dan gambar pada infografis @tirtoid memiliki pengaruh yang bervariasi juga cenderung tinggi. Hal ini dapat dibuktikan dari skor rata-rata setiap butir pertanyaan yang mencapai angka tertinggi 3,58 dan terendah 2,80 dari skor maksimal 4.

Pada penelitian ini terdapat 3 hipotesis, diantaranya :

H1: Terdapat pengaruh penggunaan *font* pada infografis @tirtoid terhadap minat mahasiswa dalam memperoleh informasi;

H2: Terdapat pengaruh penggunaan warna pada infografis @tirtoid terhadap minat mahasiswa dalam memperoleh informasi;

H3: Terdapat pengaruh penggunaan gambar pada infografis @tirtoid terhadap minat mahasiswa dalam memperoleh informasi.

Dari aspek *font*, skor rata-rata yang didapatkan sebesar 3,32. Angka tersebut merupakan angka yang cukup besar jika diukur dengan skala tertinggi 4. Pada bagian ini dapat terlihat bahwa responden yang menjawab sangat setuju dan setuju cukup tinggi. Data tersebut menunjukkan bahwa dominan responden menganggap penggunaan *font* pada infografis @tirtoid memiliki pengaruh yang tinggi terhadap minat mahasiswa dalam memperoleh informasi. Hal ini juga didukung dengan adanya hasil uji t yang menunjukkan terdapat pengaruh X1 terhadap Y. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 diterima maka terdapat pengaruh *font* pada infografis @tirtoid terhadap minat mahasiswa dalam memperoleh informasi.

Hasil berbeda didapat dari aspek warna. Pada aspek warna, skor rata-rata yang didapatkan sebesar 3,12. Angka tersebut merupakan angka yang cukup besar jika diukur dengan skala tertinggi 4, namun lebih kecil bila dibandingkan dengan skor pada aspek *font*. Pada akumulasi jawaban pun dapat terlihat bahwa responden yang menjawab tidak setuju pada beberapa butir pertanyaan cukup tinggi. Data tersebut menunjukkan bahwa dominan responden menganggap penggunaan warna pada infografis @tirtoid memiliki pengaruh yang kecil terhadap minat

mahasiswa dalam memperoleh informasi. Namun hal ini bertentangan dengan adanya hasil uji t yang menunjukkan tidak terdapat pengaruh X2 terhadap Y. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H2 ditolak maka tidak terdapat pengaruh warna pada infografis @tirtoid terhadap minat mahasiswa dalam memperoleh informasi.

Namun skor tinggi kembali didapatkan dari aspek gambar. Pada aspek gambar, skor rata-rata yang didapatkan sebesar 3,37. Angka tersebut kembali merupakan angka yang cukup besar jika diukur dengan skala tertinggi 4. Pada hasil jawaban pun dapat terlihat bahwa responden yang menjawab sangat setuju dan setuju cukup tinggi. Data tersebut menunjukkan bahwa dominan responden menganggap penggunaan gambar pada infografis @tirtoid memiliki pengaruh yang tinggi terhadap minat mahasiswa dalam memperoleh informasi. Hal ini juga didukung dengan adanya hasil uji t yang menunjukkan terdapat pengaruh X3 terhadap Y. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H3 diterima maka terdapat pengaruh gambar pada infografis @tirtoid terhadap minat mahasiswa dalam memperoleh informasi.

Meskipun hasil secara individu variabel berbeda, namun kesimpulan dapat dilihat berdasarkan hasil uji F yang menunjukkan bahwa nilai signifikan untuk pengaruh X1, X2, dan X3 secara simultan terhadap Y adalah sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 dan nilai f hitung 22,126 lebih besar dari 2,80. Maka dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh secara simultan bahasa visual pada infografis @tirtoid terhadap minat mahasiswa dalam memperoleh informasi. Sebuah desain grafis yang baik memiliki tujuan atau misi tertentu saat menyampaikan pesan, memiliki segmentasi kepada siapa pesan akan disampaikan (Kusrianto, 2009:129).

Merujuk kepada salah satu asumsi teori uses and gratification yaitu “Audiensi sadar sepenuhnya terhadap ketertarikan, motif dan penggunaan media.”, terlihat bahwa selain mempertimbangkan media sebagai sumber informasi, audiens juga mempertimbangkan ketertarikan terhadap media tersebut. Tingginya ketertarikan berbanding lurus dengan penggunaan media. Maka selain mengandung informasi yang aktual dan faktual, media juga harus mengandung ketertarikan sehingga audiens akan meningkatkan penggunaan media tersebut.

Pada media infografis, daya tarik dapat dilihat dari bahasa visual yang dibagi menjadi 3 jenis, sesuai variabel yang diuji pada penelitian ini, yaitu *font*, warna, dan gambar. Maka dari itu, penelitian ini bertujuan untuk mengukur tingkat ketertarikan audiens khususnya mahasiswa terhadap ketiga aspek tersebut dalam

infografis @tirtoid. Dengan adanya penelitian dan hasil dari pengolahan data di atas, menunjukkan bahwa mahasiswa menganggap penggunaan bahasa visual yang digunakan pada infografis @tirtoid memiliki daya tarik dan berpengaruh kepada minat mahasiswa untuk memperoleh informasi.

PENUTUP

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk membuktikan seberapa pengaruh bahasa visual pada infografis @tirtoid terhadap minat mahasiswa dalam memperoleh informasi. Dengan menggunakan teori uses and gratification, bahasa visual yang diteliti dibagi menjadi 3 sub variabel yaitu *font*, warna, dan gambar. Setelah melakukan penelitian terhadap 51 anggota Jurnalposmedia sebagai responden mahasiswa, maka dapat diuraikan kesimpulan sebagai berikut.

Mayoritas responden setuju bahwa penggunaan *font* pada infografis @tirtoid membuat responden tertarik untuk membaca informasi pada infografis tersebut. Melihat dari karakteristiknya, infografis @tirtoid cenderung menggunakan *font*-*font* yang tidak kaku, menyesuaikan topik, juga variatif namun tetap nyaman dibaca. Responden juga mengakui bahwa penggunaan *font* yang variatif tidak menghambat ketika membaca informasi pada infografis @tirtoid. Hal ini menunjukkan bahwa karakteristik *font* yang digunakan pada infografis @tirtoid sesuai dengan audiens dengan segmen pembaca mahasiswa.

Mayoritas responden setuju bahwa penggunaan warna pada infografis @tirtoid tidak berpengaruh terhadap ketertarikan responden untuk membaca informasi pada infografis tersebut. Infografis @tirtoid cenderung menggunakan perpaduan warna yang beragam. Tidak memiliki keseragaman tema warna tertentu, menyesuaikan dengan setiap isu yang diangkat atau dibahas. Sehingga pembaca akan melihat tampilan akun instagram @tirtoid menjadi warna-warni. Ternyata penggunaan warna yang tidak konsisten dan beragam itu tidak memiliki pengaruh yang besar untuk membuat audiens kalangan mahasiswa tertarik membaca infografis @tirtoid.

Mayoritas responden setuju bahwa penggunaan gambar pada infografis @tirtoid membuat responden tertarik untuk membaca informasi pada infografis tersebut. Penggunaan gambar pada infografis @tirtoid memiliki ciri khas yang hanya dimiliki oleh @tirtoid, yaitu penggunaan maskot Pak Tirta. Maskot ini bukan hanya semata-mata sebagai ikon saja, namun juga berperan untuk menyampaikan

informasi. Selain itu, elemen gambar lainnya juga bukan hanya sebagai pemanis saja tetapi juga untuk memperjelas dan memvisualisasikan informasi yang disampaikan. Sehingga penggunaan gambar pada infografis @tirtoid sangat menarik dan memiliki pengaruh terhadap minat khususnya audiens mahasiswa dalam membaca infografis tersebut.

Secara umum, berdasarkan data dan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh penggunaan bahasa visual pada infografis @tirtoid terhadap minat mahasiswa dalam memperoleh informasi. Hal ini dilihat dari dominannya aspek bahasa visual yang memiliki pengaruh, yaitu meliputi penggunaan *font* dan gambar. Dengan adanya penelitian ini juga membuktikan bahwa karakter bahasa visual yang digunakan pada infografis @tirtoid sesuai untuk audiens dengan segmen pembaca mahasiswa atau remaja.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, L., & Nathalia, K. (2018). *Desain komunikasi visual: Dasar-dasar panduan untuk pemula*. Bandung: Penerbit Nuansa.
- Ardianto, E., Komala, L., & Karlinah, S. (2012). *Komunikasi massa: Suatu pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Arigia, M. B., Damyanti, T., & Sani, A. (2016). *Infografis sebagai media dalam meningkatkan pemahaman dan keterlibatan publik Bank Indonesia*.
- Blummer, J. G. (1979). *The role of theory in uses and gratifications studies*.
- David, J. (2019). *Modul teori warna*. Jakarta: Universitas Persada Indonesia YAI.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 23* (Edisi ke-8). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Horn, R. E. (2001). *Visual language and converging technologies in the next 10-15 years (and beyond)*.
- Humaizi. (2018). *Uses and gratifications theory*. Medan: USU Press.
- Iskandar, A. J., Warti, R., & Zaini. (2002). *Statistik pendidikan (Teori dan aplikasi SPSS)*. Pekalongan: PT. Nasya Expanding Management.
- Kusrianto, A. (2019). *Pengantar desain komunikasi visual*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Meiryani. (2021). *Memahami uji F (uji simultan) dalam regresi linear*. Diakses pada 21 Juli 2023, dari <https://accounting.binus.ac.id/2021/08/12/memahami-uji->

- f-uji-simultan-dalam-regresi-linear/#:~:text=Uji%20F%20bertujuan%20untuk%20mencari,bersama%20Dsama%20terhadap%20variabel%20terikat.
- Meiryani. (2021). *Memahami uji T dalam regresi linear*. Diakses pada 21 Juli 2023, dari <https://accounting.binus.ac.id/2021/08/12/memahami-uji-t-dalam-regresi-linear/#:~:text=Uji%20t%20dilakukan%20untuk%20menguji,secara%20parsial%20terhadap%20variabel%20terikat>.
- Morissan. (2018). *Teori komunikasi: Individu hingga massa*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Mukarom, Z. (2021). *Teori-teori komunikasi berdasarkan konteks*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Oktavia, L. G. (2015). *Desain dan identitas*. Semarang: Universitas Dian Nuswantoro.
- Sihombing, D. (2017). *Tipografi dalam desain grafis*. Jakarta: Gramedia.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Suyantoro, S. (2008). *Seri buku pintar: Menjadi seorang desainer grafis*. Semarang: Penerbit ANDI dan Wahana Komputer.
- West, R., & Turner, L. H. (2002). *Introducing communication theory*. New York: McGraw Hill.

