

**PENGARUH KONTEN INFOGRAFIS POLITIK TERHADAP
LITERASI POLITIK PEMILIH PEMULA
(Studi Korelasional Pengikut Akun Instagram @pinterpolitik)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian dari syarat memperoleh gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)



disusun oleh
Ahda Fadhilah
1905103

**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
BANDUNG
2023**

**PENGARUH KONTEN INFOGRAFIS POLITIK TERHADAP
LITERASI POLITIK PEMILIH PEMULA
(Studi Korelasional Pengikut Akun Instagram @pinterpolitik)**

oleh
Ahda Fadhilah
NIM 1905103

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

© Ahda Fadhilah
Universitas Pendidikan Indonesia
2023

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang
Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian,
dengan dicetak ulang, *fotocopy*, atau cara lainnya tanpa seizin penulis.

LEMBAR PENGESAHAN
PENGARUH KONTEN INFOGRAFIS POLITIK TERHADAP
LITERASI POLITIK PEMILIH PEMULA
(Studi Korelasional Pengikut Akun Instagram @pinterpolitik)

oleh

Ahda Fadhilah
NIM 1905103

Skripsi ini disetujui dan disahkan oleh:

Pembimbing I,



Prof. Dr. Cecep Darmawan, S.Pd., S.I.P., S.A.P., S.H., M.H., M.Si.
NIP 196909291994021001

Pembimbing II,



Dr. Kusnendi, M.S.
NIP 196001221984031003

Mengetahui,
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial
Universitas Pendidikan Indonesia



Dr. Ahmad Fahrul Muchtar A, M.Si.
NIP 198507172014041001

ABSTRAK

Mendekatnya pesta demokrasi di Indonesia mengharuskan masyarakat untuk mempunyai tingkat literasi politik yang tinggi, utamanya pemilih pemula yang masih berada di rentang rendah. Rendahnya literasi politik pada pemilih pemula disebabkan oleh ketidaktertarikan milenial terhadap informasi politik. Oleh karena itu, muncul konten-konten politik yang dapat membantu peningkatan tingkat literasi seperti konten infografis. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh konten infografis politik dari akun Instagram @pinterpolitik terhadap literasi politik pemilih pemula. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif korelasional dengan menyebarkan kuesioner kepada 270 orang responden pemilih pemula yang mengikuti akun @pinterpolitik di Instagram. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh positif antara konten infografis politik (X) terhadap literasi politik (Y). Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Konten Infografis Politik Instagram @pinterpolitik terhadap Literasi Politik dengan nilai sebesar 58,7%.

Kata Kunci: *Konten Infografis Politik, Literasi Politik, Instagram, Pemilih Pemula*

ABSTRACT

The approach of general election in Indonesia requires people to have a high level of political literacy, especially first-time voters who are still in the low range. The low political literacy of first-time voters is caused by millennials' disinterest in political information. Therefore, lots of political contents were made to help increase literacy levels such as infographic content. The purpose of this study was to determine the effect of political infographic content from the Instagram account @pinterpolitik on the political literacy of first-time voters. The method used in this research is correlational quantitative by distributing questionnaires to 270 first-time voter respondents who follow the @pinterpolitik account on Instagram. The data analysis technique used is regression analysis. The results of the study show that there is a positive influence between political infographic content (X) on political literacy (Y). Overall, the results of the study show that there is a significant influence between Instagram @pinterpolitik Political Infographic Content on Political Literacy with a value of 58.7%.

Keywords: *Political Infographic Content, Political Literacy, Instagram, First-Time Voters*

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	1
LEMBAR PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Pertanyaan Penelitian	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.5 Struktur Organisasi Penelitian.....	9
BAB II KAJIAN TEORI.....	11
2.1 Konten Infografis Politik.....	11
2.2 Instagram sebagai Media Informasi Politik.....	14
2.3 Literasi Politik Pemilih Pemula.....	16
2.4 Teori S-O-R.....	19
2.5 Teori Media Baru (<i>New Media</i>)	20
2.6 Penelitian Terdahulu.....	22
2.7 Kerangka Berpikir	26
2.8 Paradigma Penelitian	27
2.9 Hipotesis Penelitian.....	28
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	29
3.1 Objek dan Subjek Penelitian	29
3.1.1 Objek Penelitian.....	29
3.1.2 Subjek Penelitian	29

3.2 Metode Penelitian	29
3.3 Desain Penelitian	30
3.3.1 Definisi Operasional.....	30
3.3.2 Teknik dan Instrumen Penelitian.....	37
3.3.2.1 Angket/Kuesioner	37
3.3.2.2 Studi Kepustakaan.....	37
3.3.2.3 Skala Pengukuran.....	38
3.3.3 Populasi dan Sampel Penelitian.....	39
3.3.3.1 Populasi Penelitian	39
3.3.3.2 Sampel Penelitian.....	39
3.4 Pengujian Instrumen	40
3.4.1 Uji Validitas	40
3.4.2 Uji Reliabilitas	44
3.5 Teknik Analisis Data	46
3.5.1 Analisis Data Deskriptif	46
3.5.2 Uji Asumsi Klasik	47
3.5.2.1 Uji Normalitas	47
3.5.2.2 Uji Multikolinieritas.....	47
3.5.2.3 Uji Heterokedastisitas	48
3.5.3 Uji Hipotesis.....	48
3.5.3.1 Statistika Deskriptif Variabel.....	48
3.5.3.2 Uji Regresi Linear Berganda.....	49
3.5.3.3 Pengujian Kelayakan Model	50
3.5.3.4 Pengujian Hipotesis.....	50
3.5.3.5 Uji Koefisien Determenasi (R^2) atau Adjusted R^2	51
BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN	52
4.1 Profil Responden	52
4.2 Karakteristik Responden	52
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	53
4.3 Analisis Data Deskriptif	54
4.3.1 Deskripsi Konten Infografis Politik	55

4.3.1.1 Deskripsi Aspek Daya Tarik	56
4.3.1.2 Deskripsi Aspek Komprehensi.....	57
4.3.1.3 Deskripsi Aspek Retensi	58
4.3.2 Deskripsi Literasi Politik.....	60
4.4 Uji Asumsi Klasik	61
4.4.1 Uji Normalitas.....	62
4.4.2 Uji Multikolinieritas.....	63
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas	64
4.5 Uji Hipotesis.....	65
4.5.1 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian	65
4.5.2 Uji Regresi Linear Berganda (ARM).....	66
4.5.2 Pengujian Kelayakan Model	68
4.5.4 Pengujian Hipotesis.....	68
4.5.5 Uji Koefisien Determinasi (R^2) atau <i>Adjusted R²</i>	70
4.6 Pembahasan	70
4.6.1 Pembahasan Aspek Daya Tarik Pada Konten Infografis Politik di Instagram Terhadap Literasi Politik.....	70
4.6.2 Pembahasan Aspek Komprehensi Pada Konten Infografis Politik di Instagram Terhadap Literasi Politik.....	72
4.6.3 Pembahasan Aspek Retensi Pada Konten Infografis Politik di Instagram Terhadap Literasi Politik.....	73
4.6.4 Pembahasan Pengaruh Konten Infografis Politik di Instagram Terhadap Literasi Politik.....	75
BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI	80
5.1 Simpulan.....	80
5.2 Implikasi	80
5.2.1 Implikasi Teoritis.....	81
5.2.2 Implikasi Praktis	81
5.3 Rekomendasi	82
DAFTAR PUSTAKA	84
LAMPIRAN.....	89

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Akun @pinterpolitik di Instagram	7
Gambar 2. 2 Aspek Konten Infografis	13
Gambar 2. 3 Kerangka Berpikir	27
Gambar 2. 4 Paradigma Penelitian.....	28
Gambar 4. 1 Grafik P-Plot Uji Normalitas.....	63
Gambar 4. 2 Hasil uji heteroskedastisitas	64

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	26
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel.....	30
Tabel 3. 2 Skala Pengukuran.....	38
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Variabel X.....	41
Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas Variabel Y.....	42
Tabel 3. 5 Nilai r_{Alpha}	45
Tabel 3. 6 Hasil Uji Reliabilitas.....	45
Tabel 3. 7 Kategori variabel distribusi frekuensi	47
Tabel 3. 8 Nilai koefisien korelasi	49
Tabel 4. 1 Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	53
Tabel 4. 2 Responden berdasarkan Usia	53
Tabel 4. 3 Analisis data deskriptif.....	54
Tabel 4. 4 Deskripsi Konten Infografis Politik.....	55
Tabel 4. 5 Distribusi frekuensi konten infografis politik	56
Tabel 4. 6 Deskripsi aspek daya tarik	56
Tabel 4. 7 Distribusi frekuensi aspek daya tarik.....	57
Tabel 4. 8 Deskripsi aspek komprehensi	57
Tabel 4. 9 Distribusi frekuensi aspek komprehensi	58
Tabel 4. 10 Deskripsi aspek retensi.....	59
Tabel 4. 11 Distribusi frekuensi aspek retensi	59
Tabel 4. 12 Deskripsi literasi politik.....	60
Tabel 4. 13 Distribusi frekuensi literasi politik.....	60
Tabel 4. 14 Ringkasan uji asumsi klasik.....	61
Tabel 4. 15 Hasil uji normalitas	62
Tabel 4. 16 Kategorisasi korelasi	65
Tabel 4. 17 Matriks korelasi (n=270).....	65
Tabel 4. 18 Hasil uji regresi linear berganda	67

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	89
Lampiran 2 Data Responden	93
Lampiran 3 Tanggapan Responden	100
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	112
Lampiran 5 Analisis Data Deskriptif	115
Lampiran 6 Hasil Uji Asumsi Klasik	118
Lampiran 7 Hasil Uji Hipotesis	121

DAFTAR PUSTAKA

- Asshiddiqie, J. (2006). *Konstitusi dan Konstitusionalisme Indonesia*, Edisi Revisi, Jimly Asshiddiqie, *Konstitusi dan Konstitusionalisme Indonesia*, Edisi Revisi, Jakarta: Sekretariat Jenderal dan Kepaniteraan MK RI.
- Ali, M. (2014). *Memahami Riset, Perilaku, dan Sosial* (Yayat Sri Hayati (ed.)). Bumi Aksara,
- Beard, A. (2022). *Activism, Aestheticized: Instagram Infographics, Visual Politics, and Online Advocacy* (Doctoral dissertation, Columbia University).
- Budiaji, W. (2013). Skala pengukuran dan jumlah respon skala likert. *Jurnal ilmu pertanian dan perikanan*, 2(2), 127-133.
- Cahyani, A. D., & Christiani, L. (2015). Pengaruh ketersediaan koleksi terhadap pemenuhan kebutuhan informasi siswa di Perpustakaan SMA Muhammadiyah 1 Surakarta. *Jurnal ilmu perpustakaan*, 4(2), 46-53.
- Carr, C. T., & Hayes, R. A. (2015). Social media: Defining, developing, and divining. *Atlantic journal of communication*, 23(1), 46-65.
- Corrigall-Brown, C., & Wilkes, R. (2014). Media exposure and the engaged citizen: How the media shape political participation. *The Social Science Journal*, 51(3), 408-421.
- Creswell, J. W. (2008). *Educational Research, Planning, Conducting, and Evaluating Quantitative and Qualitative Research*. New Jersey USA: Pearson Education Inc.
- Dalen, N. E. (2021). *The effectiveness of persuasion via infographics* (Bachelor's thesis, University of Twente).
- DeFleur, M. L., & Dennis, E. E. (1981). *Understanding Mass Communication*. Houghton Mifflin. <https://books.google.co.id/books?id=pAg6AZj-oboC>
- Effendy, O. U. (2017). *Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek*. Bandung: Rosdakarya.
- Fitriansyah, F. (2018). Efek Komunikasi Massa Pada Khalayak (Studi Deskriptif Penggunaan Media Sosial dalam Membentuk Perilaku Remaja). *Cakrawala*, 18(2), 171 – 178. doi: <https://doi.org/10.31294/jc.v18i2>

- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Glasgow, D. (1994). *Information Illustration*. Addison-Wesley: Publishing Company.
- Guha, B. (2004). *Documentation and Information*. New Delhi: World Press.
- Halik, A. (2013). *Komunikasi massa*. Alauddin University Press.
- Harisanty, D. (2013). *Kebutuhan informasi siswa SMA dan ketersediaan sumber informasi pada perpustakaan SMA di Surabaya*. Diakses dari tanggal 26.
- Hastono, S. P. (2001). *Analisis data*. Depok: Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Indonesia.
- Helen. & Rusdi, F. (2018). *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Akun Instagram @Jktinfo Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers*. *Jurnal Prologia*, 2(2), 355-362.
- Heryanto, G. G. (2019). *Literasi Politik*. IRCiSoD.
- HootSuite (We Are Social). (2022). *Indonesian digital report 2022* [Set data]. Diakses dari https://andi.link/wp-content/uploads/2022/02/Digital-2022-Indonesia-February-2022-v01_compressed.pdf
- Humaizi, M.A. (2018). *Uses and Gratifications Theory*. Medan: USU Pres.
- Karunia, H., Ashri, N., & Irwansyah, I. (2021). *Fenomena Penggunaan Media Sosial: Studi Pada Teori Uses and Gratification*. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis-JTEKSIS*, 3(1), 92-104.
- Katarudin, H., & Putri, N. E. (2020). *Pengaruh literasi politik terhadap partisipasi politik pemilih pemula pada pemilu kota pariaman tahun 2018*. *Jurnal Manajemen dan Ilmu Administrasi Publik (JMIAP)*, 70-79.
- Kriyantono, R., & Sos, S. (2014). *Teknik praktis riset komunikasi*. Prenada Media.
- Kusnendi. (2017). *Handout Statistika Penelitian dan Analisis Data dalam Penelitian Non Eksperimen Model Regresi Persamaan Tunggal*. Program Studi Pendidikan Ekonomi Sekolah Pascasarjana Universitas Kuningan.

- Lankow, J., Ritchie, J., & Crooks, R. (2012). *Infographics: The power of visual storytelling*. John Wiley & Sons.
- Leaver, T., Highfield, T., & Abidin, C. (2020). *Instagram: Visual social media cultures*. John Wiley & Sons.
- Lister, M. (2009). *New media: A critical introduction*. Taylor & Francis.
- Listya, A. (2019). Konsep dan penggunaan warna dalam infografis. *Jurnal Desain*, 6(01), 10-19.
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (Eds.). (2009). *Encyclopedia of communication theory* (Vol. 1). Sage.
- Logan, R. K. (2010). *Understanding new media: extending Marshall McLuhan*. Peter Lang.
- McQuail, D. (2000). *Mc Quail's Communication Theory* (4th edition). London: Sage Publications.
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Muhammad Elwan, La Ode. (2016). "Model dan Dampak Mobilisasi Politik Pemilihan Kepala Desa (Studi Kasus: Desa Bontomatinggi Kabupaten Maros Sulawesi Selatan Tahun 2016)." *Journal Publicuho*, vol. 1, no. 4, 2018, pp. 1-17.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial Prosedur, Tren, dan Etika*. Bandung: Simbiosis Rekatam Media.
- Nasrullah, R. (2019). *Teori dan riset khalayak media*. Jakarta: Prenada Media.
- Newsom, D. & Haynes, J. (2004). *Public Relations Writing: Form and Style*, NelsonEducation, Ltd, Canada.
- Nida, F. L. K. (2014). Persuasi dalam media komunikasi massa. *Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam "AT-TABSYIR"*, 2(2), 77-95.

Palupi, P. K. (2019). PENGARUH INFOGRAFIS PADA AKUN

Ahda Fadhilah, 2023

PENGARUH KONTEN INFOGRAFIS POLITIK TERHADAP LITERASI POLITIK PEMILIH PEMULA

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

INSTAGRAM @TIRTOID TERHADAP SIKAP POLITIK (Studi Pengaruh tentang Kebutuhan Informasi, Tampilan Infografis, dan Terpaan Media Mengenai Cek Fakta Pascadebat Pilpres 2019 pada Akun Instagram@ tirtoid Terhadap Sikap Politik Di Kalangan Followers).

Primayenti, I. (2022). *PENGARUH INFOGRAFIS tirtoid DALAM MENYAMPAIKAN INFORMASI KEPADA PEMBACA* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).

Rakhmat, J. (2004). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Rosdakarya.

Rifai, A. (2002). *Peran pustakawan intermediary dalam memenuhi kebutuhan informasipemakai*. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.

Riyantini, R., & Triarosdianan, S. (2015). Efektivitas Infografis Media Online (Survey Pemberitaan Tempo. co Pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta Kopertis Wilayah III). *Bina Widya*, 26.

Romli, K. (2017). *Komunikasi massa*. Gramedia Widiasarana Indonesia.

Sinambela, L. P., & Chotim, E. E. (2019). *Statistika Sosial (Teori dan Aplikasi untuk Mahasiswa dan Peneliti Ilmu-Ilmu Sosial)*. Depok: PT RAJAGRAFINDO.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dari R&D*. Bandung: Alfabeta.

Suryantini, H. (2003). Kebutuhan informasi dan motivasi kognitif penyuluh pertanian serta hubungannya dengan penggunaan sumber informasi (kasus di Kabupaten Bogor, Jawa Barat). *Jurnal Perpustakaan Pertanian*, 12(2), 33-41.

Sutisna, A. (2017, May). Peningkatan Literasi Politik Pemilih Pemula Melalui Pendekatan Pembelajaran Kontekstual. In *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan FKIP* (Vol.1, No. 2).

Utari, M., & Rummyeni, R. (2017). *Pengaruh media sosial Instagram Akun@ princessyahrini terhadap gaya hidup hedonis para followersnya* (Doctoral

dissertation, Riau University).

- Vanichvasin, P. (2013). Enhancing the quality of learning through the use of infographics as visual communication tool and learning tool. In *Proceedings ICQA 2013 international conference on QA culture: Cooperation or competition* (p. 135).
- Wahyuni, H. I. (2018). *Kebijakan Media Baru Di Indonesia: (Harapan Dinamika Dan Capaian Kebijakan Media Baru Di Indonesia)*. Ugm Press.
- Wicandra, O. B. (2006). Peran infografis pada media massa cetak. *Nirmana*, 8(1).
- Yusup, F. (2018). Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif, *Jurnal Tarbiyah: Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 7(1), 17-23.
- Zed, M. (2008). *Metode Penelitian Kepustakaan*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.