

Nomor Daftar FPIPS : 5685/UN40.A2.13/PT/2025

**PENGARUH KONTEN INFOGRAFIS TERHADAP MINAT BACA BERITA
POLITIK PEMILIH PEMULA**

(Studi Korelasi Pengikut Akun Instagram @generasimelekpoltik)

SKRIPSI

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



Disusun oleh :

Nadira

2001370

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
2025**

**PENGARUH KONTEN INFOGRAFIS TERHADAP MINAT BACA BERITA
POLITIK PEMILIH PEMULA**

(Studi Korelasi Pengikut Akun Instagram @generasimelekpoltik)

Oleh :

Nadira

NIM 2001370

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

©Nadira

Universitas Pendidikan Indonesia

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian, dengan dicetak ulang, *fotocopy*,
atau cara lainnya tanpa izin dari penulis

ii

LEMBAR PENGESAHAN
PENGARUH KONTEN INFOGRAFIS TERHADAP MINAT BACA
BERITA POLITIK PEMILIH PEMULA

(Studi Korelasi Pengikut Akun Instagram @generasimelekpoltik)

Oleh:

Nadira

NIM 2001370

Skripsi ini disetujui dan disahkan oleh :

Pembimbing I



Prof. Dr. Deni Darmawan, M.Si., M.Kom., MCE

NIP. 197112281998021001

Pembimbing II



Alwan Husni Ramdani, M.Ikom

NIP. 920200419940312101

Mengetahui,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi UPI



Dr. Ahmad Fahrul Muchtar Affandi, M.Si

NIP. 198507172014041001

ABSTRAK

Mendekatnya pesta demokrasi di Indonesia membuat hampir semua partai dan aktor-aktor politik memanfaatkan media sosial untuk menarik dukungan dan membentuk opini publik. Instagram menjadi media sosial dengan jumlah pengguna terbanyak setelah WhatsApp di Indonesia. Rendahnya minat baca berita politik pada pemilih pemula disebabkan oleh penyampaian berita yang konvensional dan kurang interaktif. Oleh karena itu, muncul konten-konten politik di media sosial yang dapat membantu peningkatan minat baca berita seperti konten infografis. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi pengaruh konten infografis politik dari akun Instagram @generasimelekp politik terhadap minat baca berita pemilih pemula. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif koresional dengan menyebarkan kuesioner kepada 393 orang responden pemilih pemula yang mengikuti akun @generasimelekp politik di Instagram. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh positif antara konten infografis politik (X) terhadap minat baca berita politik (Y). Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Konten Infografis Politik Instagram @generasimelekp politik terhadap minat baca berita pemilih pemula.

Kata Kunci : *Konten Infografis Politik, Minat Baca, Instagram, Pemilih Pemula*

ABSTRACT

The approaching democratic party in Indonesia has made almost all political parties and actors utilize social media to attract support and shape public opinion. Instagram has become the social media with the largest number of users after WhatsApp in Indonesia. The low interest in reading political news among new voters is caused by conventional and less interactive news delivery. Therefore, political content has emerged on social media that can help increase interest in reading news such as infographic content. The purpose of this study was to identify the influence of political infographic content from the Instagram account @generasimelekp politik on the interest in reading news among new voters. The method used in this study was quantitative correlation by distributing questionnaires to 393 respondents of new voters who followed the @generasimelekp politik account on Instagram. The results of the study showed a positive influence between political infographic content (X) on interest in reading political news (Y). Overall, the results of the study showed that there was a significant influence between Political Infographic Content on Instagram @generasimelekp politik on interest in reading news among new voters.

Keywords: *Political Infographic Content, Reading Interest, Instagram, New Voters*

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
UCAPAN TERIMA KASIH.....	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1 Manfaat Teoretis	7
1.4.2 Manfaat Segi Praktis.....	7
1.5 Struktur Organisasi Penelitian	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
2.1 <i>New Media</i>	9
2.2 Konten Infografis.....	10
2.3 Instagram	13
2.4 Minat Baca Berita Politik	14
2.5 Pemilih Pemula.....	16
2.6 Teori <i>Uses & Gratification</i>	17
2.7 Penelitian Terdahulu.....	19
2.8 Kerangka Berpikir	28
2.9 Paradigma Penelitian	28
2.10 Hipotesis Penelitian	29
BAB III METODE PENELITIAN	30

3.1	Desain Penelitian	30
3.2	Partisipan	31
3.3	Populasi dan Sampel.....	31
3.3.1	Populasi.....	31
3.3.2	Sampel	32
3.4	Instrumen Penelitian	33
3.4.1	Kuesioner Penelitian	33
3.4.2	Studi Kepustakaan	34
3.4.3	Skala Pengukuran	34
3.5	Operasional Variabel	35
3.6	Pengujian Instrumen Penelitian	39
3.6.1	Uji Validitas.....	39
3.6.2	Uji Reliabilitas	41
3.7	Prosedur Penelitian	43
3.8	Teknik Analisis Data	43
3.8.1	Analisis Data Deskriptif	44
3.9	Uji Asumsi Klasik	44
3.9.1	Uji Normalitas	44
3.9.2	Uji Homogenitas.....	45
3.9.3	Uji Multikolinearitas.....	45
3.9.4	Uji Heteroskedastisitas	45
3.10	Uji Hipotesis	46
3.10.1	Uji Korelasi.....	46
3.10.2	Uji Regresi Linier Berganda.....	47
3.10.3	Uji Parsial (Uji-T).....	47
3.10.4	Uji Simultan (Uji-F)	48
3.10.5	Uji Koefisien Determinasi (R) dan Adjusted (R ²).....	49
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		50
4.1	Profil dan Karakteristik Responden.....	50
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	51
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	52

4.2	Analisis Deskriptif Tanggapan Responden	52
4.2.1	Analisis Deskripsi Frekuensi Konten Infografis.....	53
4.2.2	Analisis Deskripsi Durasi Konten Infografis.....	54
4.2.3	Analisis Deskripsi Atensi Konten Infografis	55
4.2.4	Analisis Deskripsi Minat Baca	56
4.3	Uji Asumsi Klasik	57
4.3.1	Hasil Uji Normalitas	57
4.3.2	Hasil Uji Multikolinieritas	58
4.3.3	Hasil Uji Heteroskedastisitas	59
4.4	Uji Hipotesis	60
4.4.1	Uji Korelasi.....	60
4.4.2	Uji Regresi Linear Berganda	61
4.4.3	Uji Parsial (Uji t)	62
4.4.4	Uji Simultan (Uji F).....	63
4.4.5	Uji Koefisien Determinasi R dan Adjusted (R^2).....	64
4.5	Pembahasan	64
4.5.1	Pembahasan Frekuensi Terhadap Minat Baca Berita Politik....	65
4.5.2	Pembahasan Durasi Terhadap Minat Baca Berita Politik.....	69
4.5.3	Pembahasan Atensi Terhadap Minat Baca Berita Politik.....	71
BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI		75
5.1	Simpulan.....	75
5.2	Implikasi	75
5.2.1	Implikasi Teoritis.....	75
5.2.2	Implikasi Praktis	76
5.3	Rekomendasi	76
DAFTAR PUSTAKA		78
LAMPIRAN.....		84

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tipe Kebutuhan yang Dipuaskan oleh Media.....	18
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu	19
Tabel 3.1 Skala Pengukuran.....	35
Tabel 3.2 Operasional Variabel.....	35
Tabel 3.3 Uji Validitas.....	40
Tabel 3.4 Nilai r alpha.....	42
Tabel 3.5 Uji Reliabilitas	43
Tabel 3.6 Kategorisasi Tingkat Korelasi.....	46
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia.....	51
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	52
Tabel 4.4 Statistika Deskriptif Frekuensi Konten Infografis	53
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Konten Infografis.....	53
Tabel 4. 6 Statistika Deskriptif Durasi Konten Infografis	54
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Durasi Konten Infografis.....	55
Tabel 4.8 Statistika Deskriptif Atensi Konten Infografis.....	55
Tabel 4.9 Distribusi Frekuensi Atensi Konten Infografis	56
Tabel 4. 10 Statistika Deskriptif Minat Baca	56
Tabel 4.11 Distribusi Frekuensi Minat Baca.....	57
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas	57
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolonieritas	58
Tabel 4.14 Hasil Uji Korelasi.....	60
Tabel 4.15 Interval Koefisien.....	60
Tabel 4. 16 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	61
Tabel 4. 17 Hasil Uji Parsial (Uji t)	62
Tabel 4. 18 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	63
Tabel 4.19 Hasil Uji Koefisien Determinasi R dan adjusted (R^2).....	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Langkah-langkah Umum Penelitian	43
Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas	59

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Rozali. (2009). Mewujudkan Pemilu yang Lebih Berkualitas (Pemilu Legislatif), PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta
- Amit-Danhi, E. R., & Shifman, L. (2018). Digital political infographics: A rhetorical palette of an emergent genre. *New Media & Society*, 20(10), 3540–3559. <https://doi.org/10.1177/1461444817750565>
- Andri, G. (2012). Strategi Pemasaran dan Efektivitas Periklanan Dengan Menggunakan Metoda Komunikasi, Empati, Persuasi dan Dampak Pada Perusahaan PT. Bhineka Lestari LTD. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*. Volume 3 No.2.
- Andriyendi, D. O., Nurman, S., & Dewi, S. F. (2023). Media sosial dan pengaruhnya terhadap partisipasi politik pemilih pemula pada Pilkada. *Journal of Education, Cultural and Politics*, 3(1), 101-111.
- Ariadne Shinta Dewi, E., Sanofi, Z., Wibowo, K. A., & Arifin, H. S. (2025). Political communication preferences of Generation Z in West Java: insights from an explanatory sequential study. *International Journal of Adolescence and Youth*, 30(1). <https://doi.org/10.1080/02673843.2025.2512841>
- Azwar, Saifuddin. (2010). Metode Penelitian. Pustaka Pelajar Offset: Yogyakarta.
- Azwar, Syaifuddin. (2013). Sikap Manusia: Teori dan Pengukurannya.
- Baqi, et al. (2023). Model Pembelajaran Bahasa Inggris Berbasis Audio Visual Content. Mega Press Nusantara.
- Beard, A. (2022). Activism, Aestheticized: Instagram Infographics, Visual Politics, and Online Advocacy (Doctoral dissertation, Columbia University).
- Blossom, J. (2009). Content Nation. Indianapolis, Indiana: Wiley Publishing, Inc
- Corrigall-Brown, C., & Wilkes, R. (2014). Media exposure and the engaged citizen: How the media shape political participation. *Social Science Journal*, 51(3).
- Creswell, J. W. (2014). Research Design: Pendekatan, Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed. Yogyakarta: Pustaka pelajar.
- Dailey, S., Gilmore, B., & Rangarajan, N. (2022). The visualization of public information: Describing the use of narrative infographics by U.S. municipal governments. *Public Policy and Administration*, 40(1), 3-26. <https://doi.org/10.1177/09520767221140954>

- Dalen, N. E. (2021). The effectiveness of Persuasion via Infographics (Bachelor's thesis, University of Twente).
- Darmawan, Deni. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung, Indonesia: PT Remaja Rosdakarya.
- Darmawan, Deni. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif. PT Remaja Rosdakarya: Bandung.
- Darmawan, Deni. 2016. Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Diarga, A. G., & Hidayati, R. (2021). Edukasi daring: Menyajikan laporan verbal dalam format visual dengan infografis. *Surya Abdimas*, 5(2), 81-89.
- Evita, N. (2023). Generasi Z Dalam Pemilu: Pola Bermedia Generasi Z Dalam Pencarian Informasi Politik. *Tata Kelola Pemilu Indonesia*, 5(1).
- Finy F Basarah and Gustina Romaria.(2020). Perancangan Konten Edukatif Di Media Sosial. *Jurnal Abdi Masyarakat (JAM)*, 5.2.
- Ghozali, I. (2011). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Guess, A., Nyhan, B., & Reifler, J. (2020). "Selective Exposure to Misinformation: Evidence from the COVID-19 Pandemic." *The American Political Science Review*, 114(4).
- Hargittai, E., Fullerton, L., Menchen-Trevino, E., & Yates, T. (2019). "Digital Na(t)ives? Variation in Internet Skills and Uses among Members of the 'Net Generation'." *New Media & Society*, 21(2).
- Heryanto, G. (2019). Literasi Politik: Dinamika Konsolidasi Demokrasi Indonesia Pasca Reformasi. Yogyakarta: Diva Press.
- Indrajaya, S. E., & Lukitawati, L. (2019). Tingkat kepercayaan Generasi Z terhadap berita infografis dan berita ringkas di media sosial. *Jurnal Komunikasi*, 11(2), 169–182. <https://doi.org/10.24912/jk.v11i2.5045>
- Jenkins, Henry, Mizuko Ito and Danah Boyd. (2016). Participatory Culture in a Networked Era: A Conversation on Youth, Learning, Commerce and Politics. Cambridge: Polity Press
- Julia Pompilius. (2021). *The Political Infographic on Instagram: A Comparative Study of Left and Right Aesthetics in the United States*. Master Arts, Culture & Society.
- Junaidi. (2018). Tabel Distribusi. Tabel Uji t dan Uji F. Diperoleh pada 9 agustus

2024, dari <http://junaidichaniago.wordpress.com>.

- Kahne dan Bowyer. (2018). The Political Significance of Social Media Activity and Social Networks. *Political Communication*. 0(0). P. 1- 24 Doi: 10.1080/10584609.2018.1426662
- Lankow, J., Ritchie, J., Crooks, Ross. (2014). *Infografis: Kedahsyatan Cara Bercerita Visual*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- McQuail, D. (2000). *Mc Quail's Communication Theory* (4th edition). London: Sage Publications.
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Messing, S., & Westwood, S. J. (2014). Selective exposure in the age of social media: Endorsements trump partisan source affiliation when selecting news online. *Communication research*, 41(8), 1042-1063.
- Mujiarto, C. A., Simamora, F., & Almaida, N. (2024). Pengaruh terpaan konten politik Instagram @bijakmemilih.id terhadap minat memilih di Pemilu 2024. *Translitera*, 13(2), 63–71. <https://doi.org/10.35457/translitera.v13i2.3611>
- Naab, T. K., & Sehl, A. (2016). Studies of user-generated content: A systematic review. *Journalism*, 18(10).
- Nababan, R., & Ardhianto, 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).
- Noer, Q., & Farabi, S. El. (2022). Kehadiran Media Sosial Dan Partisipasi Politik Bagi Pemilih Pemula. *Jurnal CommLine*, 07(02).
- Nuryadi, dkk. (2017). *Dasar-Dasar Statistik Penelitian*. Yogyakarta: SIBUKU MEDIA.
- Prasetyo, Adimas Abram G. (2023). Pemanfaatan Media Multimedia Sebagai Penyampaian Informasi Jurnalistik di Media Online Kumparan. *Jurnal Komunikasi dan Media* Vol. 03 No. 02.
- Priandono, T. E. (2023). *Modern Public Relations*. Prenada Media.
- Putra, D. P., Rafni, A., Dewi, S. F., & Tiara, M. (2025). Pengaruh media sosial Instagram terhadap pembentukan preferensi politik mahasiswa pemilih pemula pada Pilpres 2024. *Journal of Education, Cultural and Politics*, 5(2), 396–406
- Rafeeq, A. (2024). Infographics as a storytelling tool in UAE newspapers: A

comparative study of *Gulf News* and *Al Bayan*. *Cogent Arts & Humanities*, 11(1), 2406090. <https://doi.org/10.1080/23311983.2024.2406090>

- Rahman, Arifin. (2002). *Sistem Politik Indonesia Dalam Perspektif Struktural Fungsional*, SIC, Surabaya.
- Rasyid, F. A. (2023). Membangun Literasi Politik Melalui Pendidikan Untuk Pemilu Yang Bermartabat. *Siyasi: Jurnal Trias Politica*, 1(1).
- Riyantini, R., & Triarosdianan, S. (2015). Efektivitas Infografis Media Online (Survey Pemberitaan Tempo. co Pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta Kopertis Wilayah III). *Bina Widya*, 26.
- Rohmana, Yana (2010). *Ekonometrika Teori dan Aplikasi dengan Eviews*. Bandung: Laboratorium Pendidikan Ekonomi dan Koperasi.
- Romli, A. S. M. (2018). *Jurnalistik online: Panduan mengelola media online*. Nuansa Cendekia.
- Rozi, F. F., Normansyah, A. D., & Sjam, D. A. (2024). Pengaruh media sosial terhadap literasi politik pada pemilih pemula pada Generasi Z. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 5(1), 91-100.
- Saptodewo, F. (2014). *Desain Infografis Sebagai Penyajian Data Yang Menarik*. JURNAL DESAIN Vol. 1 No. 3.
- Saputri, K. W., & Jumino. (2024). Efektivitas infografis sebagai media penyebaran informasi bidang perpustakaan pada akun Instagram @literatif.id. *Anuva*, 8(1), 41–54. <https://doi.org/10.14710/anuva.v8i1>
- Schneider, C. R., Foot, K. A., & Smith, S. (2020). "The Impact of Visual Content on Political Engagement." *New Media & Society*, 22(3).
- Setiadi, E. M., Hakam, K. A., & Effendi, R. (2017). *Ilmu Sosial & Budaya Dasar* (Edisi 3). Kencana.
- Simarmata, J. (2010). *Rekayasa Web*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Smiciklas, Mark. (2012). *The Power of Infographics: Using Picture to Communicate and Connect with Your Audiences*. United States of America: Pearson Education.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dari R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta

- Suryadi, K. (2021). Riset Komunikasi Kontemporer: Multi Perspektif Keilmuan. UIN Press.
- Susanto, A. (2024). Pengetahuan Dan Persepsi Politik Para Pemilih Pemula : Studi Kasus Pada Siswa Sekolah Menengah Atas Di Kota Batam. *Jurnal Bawaslu Provinsi Kepulauan Riau*, 6(1), 20–29.
- Suwatno & Arviana, N. (2023). Komunikasi Interpersonal Panduan Membangun Keterampilan Relasional Kontemporer. Bumi Aksara.
- Syahrum dan Salim. (2014). Metodologi Penelitian Kuantitatif. Bandung: Citapustaka Media.
- Syamsu, S., Irwan, L. A., Rusli, A. M., & Prawitno, A. (2022). Sosialisasi Pendidikan Demokrasi dan Politik Bagi Calon Pemilih Pemula di Kabupaten Sinjai. *KRITIS: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin*, 8(1).
- Ulum, Miftahul. (2018). Uji Validitas dan Uji Reliabilitas. Edisi Pertama Stikes Widya Cipta Husada, Malang.
- Usmadi, U. (2020). Pengujian Persyaratan Analisis (Uji Homogenitas Dan Uji Normalitas). *Inovasi Pendidikan*, 7(1), 50–62. <https://doi.org/10.31869/ip.v7i1.2281>
- Vargo, C. J., Guo, L., & Amazeen, M. A. (2019). "The Role of Content in Political Engagement." *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 96(1).
- Wahyuni, H. I. (2018). Kebijakan Media Baru Di Indonesia: (Harapan Dinamika dan Capaian Kebijakan Media Baru Di Indonesia). Ugm Press.
- West, R., Turner, L. Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Praktik. Buku 2 Edisi 3. (Jakarta: Salemba Humanika, 2008).
- Widiastuti, W. (2024). Uninformed choice: Exploring knowledge gaps among first-time voters in the 2024 legislative elections. *ICOMMEDIG*, 1(1), 217–223.
- Wirahyuni, Kadek. (2017). “Meningkatkan Minat Baca Melalui Permainan Teka Teki Silang Dan ‘Balsem Plang.’” *Acarya Pustaka* 3, no. 1.
- Yaldi, E., Pasaribu, J.P.K., Suratno, E., Kadar, M., Gunardi, G., Naibaho, R., Hati, S.K.,Vira. (2022). Penerapan Uji Multikolinieritas dalam Penelitian Manajemen Sumber Daya Manusia. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Kewirausahaan* 1(2).Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset.
- Yusup, F. (2018). Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif, *Jurnal Tarbiyah: Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 7(1).

Zahriyah, A., Suprianik, Parmono, A., & Mustofa. (2021). *Ekonometrika Teknik dan Aplikasi dengan SPSS*. Mandala Press.