

Efektivitas Infografis sebagai Media Penyebaran Informasi Bidang Perpustakaan pada Akun Instagram @literatif.id

Kinanthi Wahyu Saputri^{*)}, Jumino

*Program Studi Ilmu Perpustakaan, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Diponegoro,
Jl. Prof. Soedarto, SH, Kampus Undip Tembalang, Semarang, Indonesia*

^{*)} Korespondensi: ekinanthi14@gmail.com

Abstract

[Title: Effectiveness of Infographics as a Media for Disseminating Library Information on Instagram Account @literatif.id] This research discusses the effectiveness of infographics as a medium for disseminating library information on the @literatif.id Instagram account. This research aims to determine the extent of effectiveness of infographics as a medium for disseminating library information on the @literatif.id Instagram account. The research method used descriptive quantitative with a sample of 229 respondents obtained using the random sampling technique. Data analysis in this research used descriptive analysis. The results of this research shows that Infographic design is an effective media as a medium for disseminating library information on the @literatif.id Instagram account with a percentage of effectiveness of 84.65%. The hypothesis test was carried out by analyzing the results of the Pearson Product-Moment correlation coefficient test between the Infographic variable (X) and the library information dissemination variable (Y). The test results a positive strong relationship level of 0.646 with a significance value of <0.001 where the value is smaller than 0.05. So, it can be concluded that infographics are effective as a medium for disseminating library information on the @literatif.id Instagram account.

Keywords: communication media; infographics; information dissemination; library; social media instagram.

Abstrak

Penelitian ini membahas mengenai efektivitas infografis sebagai media penyebaran informasi bidang perpustakaan pada akun Instagram @literatif.id. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengukur seberapa besar tingkat efektivitas infografis sebagai media penyebaran informasi bidang perpustakaan pada akun Instagram @literatif.id. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif dengan jumlah sampel 229 responden yang diperoleh dengan menggunakan teknik random sampling. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa desain infografis merupakan media yang efektif sebagai media penyebaran informasi bidang perpustakaan pada akun Instagram @literatif.id dengan persentase efektivitas sebesar 84,65%. Uji hipotesis dilakukan dengan menganalisis hasil uji koefisien korelasi *Pearson Product-Moment* antara variabel infografis (X) dengan variabel penyebaran informasi bidang perpustakaan (Y). Hasil pengujian menunjukkan tingkat hubungan kuat yang positif sebesar 0,646 dengan nilai signifikansi sebesar $<0,001$ di mana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa infografis efektif sebagai media penyebaran informasi bidang perpustakaan pada akun instagram @literatif.id.

Kata kunci: infografis; media komunikasi; penyebaran informasi; perpustakaan; sosial media instagram.

1. Pendahuluan

Seiring dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, berbagai jenis media komunikasi juga semakin maju dan beragam. Media komunikasi yang awalnya berbentuk surat, koran, radio, telepon kabel, bahkan asap, telah bertransformasi menjadi media komunikasi yang lebih modern dan *men-digital* seperti *email*, sosial media, telegraf, *smartphone*, *intercome*, televisi, hingga *smartwatch*. Perkembangan media komunikasi dapat terjadi karena masyarakat terus menuntut adanya kemudahan dalam proses komunikasi

dan akses informasi. Salah satu media komunikasi modern yang cukup populer dan banyak dimanfaatkan oleh masyarakat saat ini adalah media sosial, salah satunya adalah Instagram. Tujuan awal diciptakannya Instagram adalah sebagai *platform* berbagi gambar dan video secara gratis bagi para pengguna *smartphone*, dimana setiap pengguna Instagram dapat saling berbagi foto atau gambar dan video yang mereka unggah kepada para pengikutnya (*followers*). Selain itu, *platform* Instagram juga menyediakan fitur interaksi antar para penggunanya berupa *like* maupun komentar (Arifuddin & Irwansyah 2019). Seiring berjalannya waktu, Instagram tidak hanya digunakan sebagai tempat untuk berbagi foto aktivitas sehari-hari, namun juga mulai digunakan sebagai media penyebaran informasi secara visual atau bisa juga dikatakan sebagai media komunikasi visual. Komunikasi visual merupakan salah satu jenis komunikasi yang didalamnya mencakup unsur *visual language*, *visualiser*, *visual effect*, dan *visual information*. Wahyuningsih (2015) mendefinisikan komunikasi visual sebagai “Ungkapan kreatif melalui berbagai media untuk menyampaikan pesan atau gagasan secara visual dengan memanfaatkan elemen-elemen grafis”. Widya & Darmawan (2016) mengemukakan bahwa terdapat beberapa elemen grafis dalam sebuah karya desain, yaitu sebagai berikut:

1. Gambar atau ilustrasi dalam sebuah desain dapat diklasifikasikan sebagai gambar latar belakang atau objek gambar yang berfungsi untuk memperjelas informasi yang disajikan.
2. Warna dalam sebuah desain sebisa mungkin memiliki keselarasan antara satu warna dengan warna yang lain. Harmoni dalam perpaduan warna dapat membuat nuansa atau karakteristik yang berbeda, bahkan jika menggunakan gambar atau ilustrasi yang sama.
3. Huruf atau tipografi digunakan untuk memvisualkan bahasa secara verbal untuk mendukung isi informasi serta mempermudah pembaca memahami pesan yang terkandung dalam konten informasi. Dalam penentuan huruf/tipografi, seorang seniman harus memperhatikan fungsi keterbacaan dan fungsi psikologisnya. Dalam sebuah desain, huruf/tipografi sebisa mungkin disusun secara kreatif sesuai dengan kebutuhan dan tidak berlebihan.
4. *Layout* atau tata letak berfungsi untuk menata atau membentuk unsur grafis seperti teks dan gambar menjadi sebuah media komunikasi yang efektif. Penyusunan unsur-unsur visual harus terkendali dengan baik sesuai dengan hierarki perhatian sasaran terhadap unsur-unsur yang ditampilkan.

Salah satu media komunikasi visual yang sering digunakan sebagai media penyebaran informasi di Instagram adalah infografis. Infografis adalah representasi bergambar dari data, informasi, atau pengetahuan dengan maksud agar proses penyebaran informasi dapat dilakukan dengan cepat dan jelas (Joshi & Gupta 2021). Infografis hadir sebagai salah satu media komunikasi visual yang memberikan efektifitas dan efisiensi dalam penyajian informasi, serta memberikan visualisasi yang menarik sehingga dapat memikat perhatian orang lain untuk membacanya. Infografis lebih banyak dibuat dan dikategorikan sebagai produk *digital* atau elektronik agar lebih mudah disebarkan melalui media sosial dengan jangkauan masyarakat yang lebih luas. Berbagai keunggulan infografis tersebut menjadikan produk infografis banyak dimanfaatkan oleh berbagai pihak, baik individu, komunitas, organisasi, maupun instansi

sebagai media penyebaran informasi di berbagai bidang seperti bidang kesehatan, lingkungan, politik, hingga informasi di bidang perpustakaan.

Secara umum, pengertian perpustakaan menurut Sulisty-Basuki (1991) merupakan sebuah ruangan atau gedung yang digunakan sebagai tempat penyimpanan buku serta terbitan lainnya yang disimpan menurut sistem atau tata susunan tertentu untuk kepentingan pembaca dan bukan untuk tujuan komersil. Dalam perspektif masyarakat umum, perpustakaan hanya dianggap sebagai tempat menyimpan buku dan pustakawan hanya seorang petugas yang menata buku dan menjaga perpustakaan. Hal tersebut didukung dengan pendapat Suwarno (2013) yang menyatakan bahwa masyarakat masih mengasumsikan bahwa perpustakaan hanya sekadar tempat buku. Banyak masyarakat yang menilai bahwa perpustakaan hanya gudang buku-buku kuno yang tidak terpakai. Faktanya, banyak hal dapat dipelajari di bidang perpustakaan dan keilmuan perpustakaan itu sendiri, seperti yang dikatakan oleh Suwarno (2013) bahwa perpustakaan bukan hanya sekadar kata. Beberapa kajian yang dapat dipelajari di bidang perpustakaan dan keilmuan perpustakaan diantaranya adalah sejarah perpustakaan, tokoh-tokoh penting dan berpengaruh di dunia perpustakaan, manajemen perpustakaan dan informasi, kearsipan, pustakawan dan kepustakawanan, perkembangan dan inovasi di bidang perpustakaan, teknologi perpustakaan, isu-isu dan permasalahan di lingkup perpustakaan seperti *hoax* dan plagiasi, kebijakan-kebijakan perpustakaan, ilmu dokumentasi, kemas ulang informasi, penerbitan media dan multimedia, literasi informasi, komunikasi dan *marketing* informasi, hingga fakta-fakta menarik di bidang perpustakaan, baik dalam lingkup nasional maupun global. Berbagai kajian di bidang perpustakaan tersebut membuktikan bahwa keilmuan perpustakaan tidak dapat berdiri sendiri atau bersifat multidisipliner (Kurniawan, 2011).

Meskipun Infografis dan Instagram mengalami peningkatan popularitas di masyarakat, hal tersebut ternyata tidak menjamin jumlah konten informasi tentang perpustakaan banyak tersedia di Instagram, khususnya informasi yang dikemas dalam bentuk infografis. Selama kegiatan observasi, peneliti berhasil menemukan beberapa akun Instagram yang berfokus pada penyebaran informasi bidang perpustakaan, salah satunya adalah akun @literatif.id. Akun @literatif.id merupakan akun dari komunitas Literatif (Literasi Alternatif) yang dibuat untuk menyebarkan konten informasi tentang dunia perpustakaan. Akun tersebut memiliki 1.507 jumlah pengikut (*followers*), 47 akun yang diikuti (*following*), dan 67 postingan konten informasi (hasil observasi peneliti pada 3 April 2022). Hasil observasi peneliti menunjukkan bahwa konten-konten informasi yang dimiliki oleh akun @literatif.id sebagian besar adalah konten informasi dalam bentuk visual yaitu infografis. Meskipun akun @literatif.id sedang dalam masa *hiatus* dalam kegiatan *upload* konten informasi, akan tetapi akun tersebut memiliki banyak konten informasi tentang perpustakaan yang masih dapat dimanfaatkan dan diakses oleh para pencari informasi tentang perpustakaan, dibuktikan dengan angka kunjungan (*insight*) akun @literatif.id dalam 30 hari terakhir (dilihat pada 15 Maret 2023) yaitu sebesar 443 kunjungan akun (sumber: *insight* @literatif.id).

Perlu diketahui bahwa terciptanya proses penyebaran informasi bidang perpustakaan pada akun Instagram @literatif.id tidak terlepas dari proses komunikasi. Samanta & Chatterjee (2021) menyebutkan bahwa efektivitas penyebaran informasi sangat bergantung pada bagaimana informasi tersebut dibagikan

dan diakses yang tidak terlepas dari proses komunikasi. Apabila proses penyebaran informasi dikaitkan dengan komunikasi, maka efektivitas penyebaran informasi dapat dikaitkan dengan seberapa jauh target yang dicapai dalam proses penyampaian pesan atau informasi oleh pengirim kepada penerima pesan. Hanifah & Putri (2020) berpendapat bahwa suatu proses komunikasi dapat dikatakan efektif apabila pesan atau informasi yang disampaikan dapat diterima dengan baik dan sesuai dengan apa yang dimaksudkan oleh pengirim pesan, yang mana hal tersebut dapat menimbulkan efek atau perubahan perilaku dari penerima pesan. Menurut Hardjana (2000) dalam Syabrina (2017), terdapat enam dimensi utama yang digunakan untuk mengukur tingkat efektivitas komunikasi, yaitu:

1. *Receiver* (Penerima Pesan) dapat dikatakan efektif apabila terdapat kesesuaian antara pesan yang ingin disampaikan dengan target penerima pesan yang dituju. Dengan kata lain, efektivitas penerima pesan dapat diukur berdasarkan ketepatan siapa yang menerima pesan tersebut. Jika terdapat kesesuaian penerima pesan, langkah selanjutnya untuk mengukur efektifitas penerima pesan adalah dengan melihat bagaimana kapasitas dan kuantitas penerima pesan dalam memanfaatkan media tersebut untuk memenuhi kebutuhan informasinya.
2. *Content* (Isi Pesan) merupakan paparan berbagai informasi yang disampaikan oleh pengirim pesan kepada penerima pesan (*receiver*). Efektivitas isi pesan dapat dilihat dari kesesuaian tujuan komunikasi atau penyebaran informasi yang dilakukan oleh pengirim pesan dengan fakta dan aktualitas informasi yang diterima *receiver*.
3. *Media* (Media Komunikasi) merupakan alat yang digunakan dalam proses menyampaikan pesan kepada *receiver*. Pemilihan media komunikasi disesuaikan dengan kebutuhan dan tujuan penyampaian informasi dari pengirim pesan.
4. *Format* (Format Pesan) dilihat dari cara penyajian dan penyampaian isi informasinya. Dalam hal ini, format pesan dapat dilihat dari bagaimana pengirim pesan mengemas pesan atau informasi sesuai dengan tujuan dilakukannya komunikasi, apakah informasi yang disajikan jelas, singkat, dan sederhana atau sebaliknya.
5. *Source* (Sumber Pesan) dilihat berdasarkan kredibilitas sumber informasi, yang di mana sumber informasi tersebut harus dapat dibuktikan dan dipertanggungjawabkan sehingga pesan yang disampaikan bersifat akurat dan dapat dipercaya.
6. *Timing* (Ketepatan Waktu) dilihat dari pesan atau informasi yang dimaksudkan telah tersampaikan kepada penerima pesan tepat pada waktunya sesuai dengan kondisi dan situasi yang telah disepakati.

Hardjana (2000) dalam Syabrina (2017) juga menjelaskan bahwa sebuah informasi atau pesan dapat dikatakan efektif apabila *receiver* (penerima pesan) memahami isi dan makna dari informasi atau pesan yang disampaikan seperti yang diharapkan komunikator (pengirim pesan). Efektivitas melihat adanya kesamaan pemahaman makna pesan atau *mutual understanding* antara pengirim pesan dan penerima pesan terhadap pesan dan simbol-simbol yang dikirimkan.

Terdapat penelitian-penelitian sejenis sebelumnya yang menjadi acuan dalam penelitian ini. Penelitian sejenis yang pertama adalah penelitian yang ditulis oleh Arceneaux and Dinu (2018) dengan judul “*The*

Social Mediated Age of Information: Twitter and Instagram as Tools for Information Dissemination in Higher Education” yang diterbitkan oleh *New Media & Society Journal* pada situs *SagePub Journals*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menggali potensi penyebaran informasi dan efektivitas pesan melalui penggunaan media sosial Twitter dan Instagram. Penelitian ini membahas mengenai penyebaran informasi melalui media sosial, yang dilakukan dengan cara menyelidiki penyajian pesan berbasis teks pada Twitter dan pesan berbasis visual pada Instagram dalam mempengaruhi mahasiswa Amerika dalam menemukan kembali informasi digital, serta menyelidiki kredibilitas komunikator (pembuat pesan) dalam mempengaruhi mahasiswa dari informasi yang disebarluaskan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Instagram yang dominan secara visual lebih efektif dalam penyebaran informasi dibandingkan dengan Twitter yang berbasis tekstual. Dengan demikian, penggunaan gambar dalam penyebaran informasi memungkinkan mahasiswa membentuk mental yang lebih kuat ketika menerima informasi.

Penelitian sejenis yang kedua adalah penelitian yang ditulis oleh Huang, Lei., Clarke, N., Heldsinger, Natalie., & Tian, Wei (2019) yang berjudul “*The communication role of social media in social marketing: a study of the community sustainability knowledge dissemination on LinkedIn and Twitter*” yang diterbitkan oleh *Journal of Marketing Analytics* pada situs jurnal ProQuest. Tujuan penelitian ini adalah untuk memberikan beberapa perspektif inovatif kepada pemasar sosial dan peneliti tentang penerapan sosial media dalam menyebarluaskan dan mempromosikan pengetahuan baru yang berkelanjutan kepada target akademisi, komunitas, maupun pembuat kebijakan yang berfokus pada penyebaran informasi pada *platform* media sosial LinkedIn dan Twitter. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa format pesan atau informasi dalam bentuk infografis menerima tingkat respon tertinggi. Penelitian ini menggambarkan bahwa visualisasi data dan informasi seperti penggunaan grafik, bagan, dan grafis memiliki efektivitas yang baik dalam menyebarluaskan informasi serta memungkinkan transmisi pengetahuan yang mudah antara pengirim dan penerima informasi.

Penelitian sejenis yang ketiga adalah penelitian yang berjudul “*Use of Infographics as A Technology-Based Information Dissemination Tool: The Perspective of Egyptian Public University Libraries Staff*” yang ditulis oleh Mansour (2021) dan diterbitkan oleh *Library Hi Tech Journal* pada situs jurnal *Emerald Insight*. Tujuan penelitian ini adalah untuk menggali potensi pemanfaatan infografis sebagai alat penyebaran informasi berbasis teknologi di Perpustakaan Universitas Negeri Mesir. Penelitian ini membahas mengenai penggunaan Infografis sebagai alat penyebaran informasi berbasis teknologi yang dilihat dari perspektif staf perpustakaan di Perpustakaan Universitas Negeri Mesir. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mayoritas staf perpustakaan (pustakawan) menggunakan Infografis untuk memberikan informasi tentang peta perpustakaan, berita, layanan, acara, kontak, jam kerja, kebijakan, kegiatan, panduan atau petunjuk penggunaan perpustakaan, menjelaskan skema klasifikasi, dan menyediakan data statistik. Mayoritas pengguna infografis menunjukkan bahwa sarana ini menarik, efektif, persuasif, fokus, mudah dibaca, artistik, mudah dilacak atau ditemukan kembali, data yang sangat mudah dicerna, mudah dibagikan, mudah diingat, informatif, dan mudah dipahami.

Penelitian sejenis yang keempat adalah penelitian yang berjudul “*Infographics are More Effective at Increasing Social Media Attention in Comparison with Original Research Articles: An Altmetrics-Based Analysis*” yang ditulis oleh Kunze et al. (2021) dan diterbitkan oleh *Arthroscopy: The Journal of Arthroscopic and Related Surgery* pada situs jurnal *ClinicalKey*. Penelitian ini bertujuan untuk membandingkan perhatian media sosial dan tingkat kutipan antara Infografis dan artikel penelitian asli. Penelitian ini membahas mengenai efektivitas Infografis dalam meningkatkan perhatian sosial media dibandingkan dengan artikel penelitian asli dengan analisis berbasis altmetrics. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa infografis memiliki skor perhatian *altmetric* (AAS) dan media sosial yang lebih besar dibandingkan perhatian pada artikel penelitian asli dengan topik studi yang sama, dengan rata-rata AAS adalah 29,8 untuk Infografis dan 5,8 untuk artikel penelitian. infografis memberikan penyajian informasi secara ringkas dan menarik dengan visual yang dapat diterima. Selain itu, infografis mudah dilihat dan dibagikan di platform media sosial. Penggunaan grafik ringkas (infografis) untuk menggambarkan informasi memungkinkan jurnal untuk meningkatkan jumlah pembaca. Evaluasi penggunaan Infografis menunjukkan bahwa Infografis tiga kali lebih mungkin untuk dilihat daripada artikel asli karena visualisasi data dapat meningkatkan perhatian di sosial media.

Penelitian sejenis yang kelima adalah penelitian berjudul “*Effectiveness of Infographics at Disseminating Health Information During the COVID-19 Pandemic*” yang ditulis oleh Coyne et al. (2021) dan diterbitkan oleh *Health & Fitness Journal of Canada*. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji efektivitas infografis dalam penyebarluasan hasil studi penelitian saat pandemi COVID-19 serta berusaha mengevaluasi kepuasan peserta (sampel penelitian) terhadap infografis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan peserta terhadap infografis secara keseluruhan mendapat nilai rata-rata 4,36 dari 5. Rata-rata peserta menilai bahwa infografis memberikan kemudahan dalam pemahaman terhadap informasi kesehatan. Secara keseluruhan, penelitian ini memberikan dukungan terhadap penggunaan infografis sebagai alat yang efektif untuk menyebarkan informasi kesehatan dan aktivitas fisik.

Penelitian sejenis yang terakhir adalah penelitian yang berjudul “*The Effects of Visual Formats On Facebook Health-Related Posts: Evidence from Eye Movement Analysis*” yang ditulis oleh Yoon & Syn (2022) dan diterbitkan oleh *Library Hi Tech Journal* pada situs jurnal *Emerald Insight*. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan bukti kepada pengguna profesional kesehatan untuk memanfaatkan gambar atau unsur visual secara optimal dan efektif dalam penyebaran informasi kesehatan di *platform* media sosial Facebook. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penyebaran informasi kesehatan pada *platform* media sosial Facebook dengan gambar yang di dalamnya disematkan teks mendapat lebih banyak perhatian yang tinggi dibandingkan dengan postingan yang hanya berupa visual gambar tanpa teks. Hal tersebut membuktikan bahwa grafis cenderung lebih banyak menarik perhatian pengguna daripada foto untuk komunikasi yang lebih efektif.

Hasil penelitian ini dengan penelitian sejenis sebelumnya tentunya akan berbeda. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa efektif Infografis sebagai media penyebaran informasi bidang perpustakaan pada akun Instagram @literatif.id. Dari hasil penelitian yang diperoleh, diharapkan

dapat menambah khazanah penelitian bagi disiplin ilmu perpustakaan dan informasi, khususnya yang berkaitan dengan kajian penyebaran informasi (diseminasi informasi). Peneliti berharap dapat memberikan kontribusi baru yang lebih inovatif dan variatif dalam perkembangan ilmu pengetahuan khususnya bidang ilmu perpustakaan.

2. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif, di mana peneliti menggunakan data statistik dalam pengujian hipotesis hingga penarikan simpulan. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yaitu variabel infografis (independen) dan variabel penyebaran informasi (dependen). Populasi dalam penelitian adalah *followers* akun Instagram @literatif.id yang berjumlah 1.507 orang. Teknik perhitungan sampel menggunakan perhitungan tabel Isaac dan Michael dengan tingkat *error tolerance* sebesar 10% sehingga diperoleh sampel sebanyak 229 sampel. Adapun teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *random sampling*. Penelitian ini menggunakan kuesioner dalam pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner kepada total 229 responden. Data yang telah terkumpul kemudian diolah dan dianalisis menggunakan teknik analisis statistik deskriptif yaitu dengan menghitung frekuensi jawaban, persentase, dan rata-rata atau mean dari masing-masing instrumen penelitian, serta melakukan perhitungan bobot rata-rata pengukuran untuk mengetahui tingkat efektivitas Infografis sebagai media penyebaran informasi bidang perpustakaan pada akun Instagram literatif.id. Untuk menjaga kualitas penelitian dilakukan juga kegiatan *maintaining quality* yaitu dengan melakukan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji koefisien korelasi, dan uji hipotesis.

3. Hasil dan Pembahasan

Hasil analisis data mengenai variabel Infografis dan variabel penyebaran informasi dimasukkan ke dalam 25 butir pernyataan. Sebelum dilakukan analisis deskriptif dan pengujian hipotesis, terlebih dahulu dilakukan pengujian instrumen yang meliputi uji validitas, uji reliabilitas, dan uji normalitas instrumen penelitian yang diperoleh berdasarkan hasil pengolahan data kuesioner dari 30 responden.

3.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengukur apakah suatu kuesioner dapat dinyatakan sah atau tidak. Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan *software* IBM SPSS versi 27. Suatu kuesioner dapat dikatakan valid apabila nilai korelasi $r_{hitung} > r_{tabel}$. Hasil pengujian validitas dikatakan valid apabila r_{hitung} (*Corrected Item-total*) $> 0,361$. Hasil pengujian validitas adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Infografis	Gambar/Illustrasi	1	0,700	0,361	Valid
		2	0,556	0,361	Valid
	Warna	3	0,722	0,361	Valid
		4	0,818	0,361	Valid

Penyebaran Informasi Bidang Perpustakaan	Huruf/Tipografi	5	0,699	0,361	Valid
		6	0,823	0,361	Valid
		7	0,774	0,361	Valid
	Layout/Tata Letak	8	0,868	0,361	Valid
		9	0,822	0,361	Valid
		10	0,764	0,361	Valid
	Receiver/Penerima	11	0,513	0,361	Valid
		12	0,667	0,361	Valid
		13	0,720	0,361	Valid
	Content/Isi Pesan	14	0,812	0,361	Valid
		15	0,835	0,361	Valid
		16	0,562	0,361	Valid
	Media Komunikasi	17	0,848	0,361	Valid
		18	0,749	0,361	Valid
		19	0,742	0,361	Valid
	Format Pesan	20	0,599	0,361	Valid
		21	0,854	0,361	Valid
		22	0,853	0,361	Valid
	Source/Sumber	23	0,702	0,361	Valid
		24	0,794	0,361	Valid
	Ketepatan Waktu	25	0,688	0,361	Valid

Berdasarkan tabel 3.1, hasil uji validitas menunjukkan bahwa nilai tertinggi r_{hitung} terdapat pada *item* ke-8 dengan hasil perhitungan $r_{hitung} = 0,868$ dan nilai terendah r_{hitung} terdapat pada *item* ke-11 dengan hasil perhitungan $r_{hitung} = 0,513$. Hasil pengujian validitas juga menunjukkan bahwa keseluruhan 25 *item* atau butir pertanyaan yang telah diisi oleh responden menunjukkan hasil Valid dengan nilai $r_{hitung} > 0,361$. Dengan demikian, sebanyak 25 *item* pertanyaan yang terdiri dari empat indikator independen dan enam indikator dependen dapat dinyatakan valid sehingga dapat digunakan sebagai alat ukur penelitian yang sah.

3.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk menjamin akurasi dan konsistensi data apabila nantinya pengukuran dilakukan secara berulang di waktu yang berbeda. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan *software* IBM SPSS versi 27 dengan rumus *Cronbach's Alpha*. Hasil pengujian reliabilitas dapat dikatakan reliabel apabila nilai koefisien Alpha (α) $> 0,60$. Hasil pengujian reliabilitas instrumen pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	α Standar	Keterangan
Infografis (X)	0,913	0,60	Reliabel
Penyebaran Informasi Bidang Perpustakaan (Y)	0,933	0,60	Reliabel

Berdasarkan tabel 3.2, hasil pengujian reliabilitas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* dari masing-masing variabel bernilai lebih besar dari 0,60. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa 25 *item* pertanyaan tersebut handal atau reliabel. Dapat dikatakan reliabel karena hasil perhitungan menunjukkan bahwa variabel infografis (X) menunjukkan hasil korelasi sebesar 0,913., sedangkan variabel penyebaran

informasi bidang perpustakaan (Y) menunjukkan hasil korelasi sebesar 0,933 di mana kedua variabel menunjukkan nilai koefisien Alpha (α) lebih dari 0,60.

3.3 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data yang telah diperoleh terdistribusi normal atau tidak. Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan dengan menggunakan rumus *Kolmogorov-Smirnov*. Dasar pengambilan keputusan dilihat jika nilai signifikansi lebih dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal. Hasil pengujian normalitas pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.3. Hasil Uji Normalitas

Variabel	<i>Kolmogorov-Smirnov</i>			Keterangan
	Statistik	Df	Sig.	
Efektivitas Infografis (X)				
Media Penyebaran Informasi Bidang Perpustakaan (Y)	0,057	229	0,069	Berdistribusi Normal

Berdasarkan tabel 3.3, hasil pengujian normalitas menggunakan rumus *Kolmogorov-Smirnov* dengan frekuensi (Df) 229 menunjukkan hasil signifikansi sebesar 0,069 (Sig). Hasil tersebut menunjukkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini berdistribusi normal dengan nilai signifikansi 0,069 dimana nilai tersebut lebih dari 0,05 atau $0,069 > 0,05$. Setelah dilakukan pengujian instrumen penelitian, selanjutnya adalah melakukan interpretasi jawaban responden, yaitu dengan melakukan perhitungan rata-rata atau *mean* dari jawaban responden. Setelah data *mean* dari masing-masing instrumen diketahui, langkah selanjutnya adalah mencocokkan data *mean* ke dalam interval efektivitas untuk mengetahui data tersebut termasuk dalam karakteristik yang mana (Sugiyono, 2019). Untuk mengetahui nilai interval efektivitas, dilakukan perhitungan nilai interval dengan menggunakan rumus yang dikemukakan oleh Sudjana (2002) yaitu sebagai berikut:

$$\bar{p} = \frac{\text{rentang kelas}}{\text{banyak kelas interval}} = \frac{(5-1)}{5} = 0,8$$

Keterangan:

- p : panjang kelas interval
 rentang : data tertinggi – data terendah
 banyak kelas interval : 5

Berdasarkan perhitungan tersebut, diperoleh nilai panjang kelas interval yang digunakan untuk menentukan kriteria efektivitas infografis sebagai media penyebarannya informasi bidang perpustakaan pada akun Instagram @literatif.id, yaitu sebagai berikut:

Tabel 3.4. Interpretasi Panjang Kelas Interval

Panjang Interval	Kriteria
1,00 – 1,80	Sangat Tidak Efektif
1,81 – 2,60	Tidak Efektif
2,61 – 3,40	Kurang/Cukup Efektif
3,41 – 4,20	Efektif
4,21 – 5,00	Sangat Efektif

(Sumber: Sudjana, 2002)

Berikut hasil interpretasi jawaban responden di masing-masing indikator:

Tabel 3.5. Hasil Interpretasi Jawaban Responden

Butir Pernyataan	Mean	Kategori
X1	4,24	Sangat Efektif
X2	4,37	Sangat Efektif
X3	4,18	Efektif
X4	4,03	Efektif
X5	4,22	Sangat Efektif
X6	4,16	Efektif
X7	4,16	Efektif
X8	4,02	Efektif
X9	4,27	Sangat Efektif
X10	3,99	Efektif
Y1	4,48	Sangat Efektif
Y2	4,17	Efektif
Y3	4,36	Sangat Efektif
Y4	4,12	Efektif
Y5	4,36	Sangat Efektif
Y6	4,54	Sangat Efektif
Y7	4,30	Sangat Efektif
Y8	4,27	Sangat Efektif
Y9	4,41	Sangat Efektif
Y10	4,21	Sangat Efektif
Y11	4,34	Sangat Efektif
Y12	4,32	Sangat Efektif
Y13	4,14	Efektif
Y14	4,20	Efektif
Y15	3,96	Efektif
TOTAL	105,81	

Selanjutnya adalah melakukan perhitungan bobot rata-rata pengukuran untuk mengetahui tingkat efektivitas infografis sebagai media penyebaran informasi bidang perpustakaan pada akun instagram @literatif.id yang dihitung berdasarkan rumus uji efektivitas oleh Purwanto (2008), yaitu sebagai berikut:

$$\text{bobot rata – rata pengukuran} = \frac{\text{Total rata – rata item pengukuran}}{\text{Total item pengukuran}}$$

$$\text{bobot rata – rata pengukuran} = \frac{105,81}{25}$$

$$\text{bobot rata – rata pengukuran} = 4,2324$$

Setelah dilakukan perhitungan bobot rata-rata pengukuran, langkah selanjutnya adalah melakukan perhitungan persentase efektivitas, yaitu sebagai berikut:

$$\text{presentase efektivitas} = \frac{\text{Bobot rata-rata pengukuran}}{\text{Jumlah tingkat kriteria kesuksesan}} \times 100\%$$

$$\text{Persentase efektivitas} = \frac{4,2324}{5} \times 100\%$$

$$\text{Persentase efektivitas} = 84,65\%$$

Hasil perhitungan tingkat efektivitas infografis sebagai media penyebaran informasi bidang perpustakaan pada akun Instagram @literatif.id kemudian diinterpretasikan sesuai nilai interpretasi skor efektivitas yang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.6. Interpretasi Skor Efektivitas

Prosentase	Kriteria
0% – 20%	Sangat Tidak Efektif
21% – 40%	Tidak Efektif
41% – 60%	Kurang/Cukup Efektif
61% – 80%	Efektif
81% – 100%	Sangat Efektif

(Sumber: Purwanto, 2008)

Hasil perhitungan tingkat efektivitas yang telah dilakukan menunjukkan hasil sebesar 84,65%. Berdasarkan hasil tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa tingkat efektivitas infografis sebagai media penyebaran informasi bidang perpustakaan pada akun Instagram @literatif.id dapat dikatakan sangat efektif.

Uji Koefisien Korelasi merupakan pengujian untuk mengetahui kuat lemahnya hubungan antara dua variabel atau lebih. Dalam penelitian ini, uji koefisien korelasi dihitung dengan teknik koefisien korelasi *Pearson Product-Moment*. Hasil pengujian koefisien korelasi kemudian diinterpretasikan sesuai nilai interpretasi uji koefisien korelasi yang dapat dilihat pada tabel Interpretasi Nilai Uji Koefisien Korelasi, yaitu sebagai berikut:

Tabel 3.7. Interpretasi Nilai Uji Koefisien Korelasi (R)

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

(Sumber: Sugiyono, 2019)

Pengujian korelasi antara variabel X dan variabel Y dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan bantuan *software* SPSS versi 27, dengan hasil uji koefisien korelasi adalah sebagai berikut:

Tabel 3.8. Hasil Uji Koefisien Korelasi *Pearson*

<i>Correlations</i>			
		Infografis	Media Penyebaran Informasi
Infografis	<i>Pearson Correlation</i>	1	0,646**
	<i>Sig. (2-tailed)</i>		< 0,001
	N	229	229
Penyebaran Informasi Bidang Perpustakaan	<i>Pearson Correlation</i>	0,646**	1
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	< 0,001	
	N	229	229

** *Correlation is significant at the 0,01 level (2-tailed)*

Berdasarkan tabel 5.29, hasil uji koefisien korelasi menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara variabel Infografis (X) dan variabel Media Penyebaran Informasi (Y) dengan nilai *Pearson Correlation* sebesar 0,646. Jika dilihat pada tabel interpretasi nilai uji koefisien korelasi (lihat pada tabel 5.29), nilai 0,646 dapat diinterpretasikan memiliki tingkat hubungan kuat yang positif, sehingga apabila nilai variabel infografis (X) tinggi, maka nilai variabel media penyebaran informasi (Y) akan tinggi pula.

Selanjutnya dilakukan pengujian hipotesis untuk menguji kebenaran dari hipotesis yang sebelumnya telah ditetapkan berdasarkan data awal penelitian. Pada penelitian ini, pengujian hipotesis dilakukan dengan melihat nilai signifikansi *Pearson Product-Moment* dengan kriteria penilaian

1. H_a ditolak dan H_0 diterima jika nilai signifikansi $\alpha > 0,05$, maka dinyatakan tidak efektif;
2. H_a diterima dan H_0 ditolak jika nilai signifikansi $\alpha < 0,05$, maka dinyatakan efektif.

Berdasarkan tabel hasil uji koefisien korelasi (lihat pada tabel 5.29), diperoleh nilai signifikansi $< 0,001$ (kurang dari 0,001) di mana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak, yang artinya terdapat hubungan positif antara kedua variabel, serta dapat dinyatakan bahwa infografis (X) efektif sebagai media penyebaran informasi bidang perpustakaan (Y) pada akun instagram @literatif.id.

4. Simpulan

Hasil penelitian dan analisis data terhadap jawaban 299 responden yaitu *followers* akun Instagram @literatif.id mengenai efektivitas infografis sebagai media penyebaran informasi bidang perpustakaan pada akun Instagram @literatif.id menunjukkan bahwa infografis sangat efektif digunakan sebagai media penyebaran informasi bidang perpustakaan pada akun Instagram @literatif.id dengan persentase efektivitas sebesar 84,65% atau sangat efektif. Uji hipotesis dilakukan dengan menganalisis hasil uji koefisien korelasi *Pearson Product-Moment* antara variabel Infografis (X) dengan variabel penyebaran informasi bidang perpustakaan (Y). Hasil uji koefisien korelasi *Pearson Product-Moment* menunjukkan nilai signifikansi

sebesar $< 0,001$ (kurang dari 0,001) di mana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat dinyatakan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak. Maka dapat disimpulkan bahwa infografis (X) efektif sebagai media penyebaran informasi bidang perpustakaan (Y) pada akun instagram @literatif.id.

Daftar Pustaka

- Arceneaux, P. C., & Dinu, L. F. (2018). The social mediated age of information: Twitter and Instagram as tools for information dissemination in higher education. *New Media and Society*, 20(11), 4155–4176. <https://doi.org/10.1177/1461444818768259>
- Arifuddin, M. R., & Irwansyah. (2019). Dari foto dan video ke toko: Perkembangan instagram dalam perspektif konstruksi sosial. *Jurnal Komunikasi Dan Kajian Media*, 3(1), 37–55. Retrieved from <https://jurnal.untidar.ac.id/index.php/komunikasi/article/view/1256/908>
- Coyne, P., Sarah, F. O. E., Fiala, J., Munroe-Chandler, K. J., & Woodruff; (2021). Effectiveness of Infographics at Disseminating Health Information During the COVID-19 Pandemic. *Health & Fitness Journal of Canada*, 4(1), 18–22.
- Hanifah, W., & Putri. (2020). Efektivitas Komunikasi Google Classroom Sebagai Media Pembelajaran Jarak Jauh Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta Angkatan 2018. *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2), 24–35. <https://doi.org/10.35326/medialog.v3i2.639>
- Hardjana, A. (2000). *Audit Komunikasi: Teori dan Praktek*. Jakarta: Grasindo.
- Huang, L., Clarke, A., Heldsinger, N., & Tian, W. (2019). The communication role of social media in social marketing: a study of the community sustainability knowledge dissemination on LinkedIn and Twitter. *Journal of Marketing Analytics*, 7(2), 64–75. <https://doi.org/10.1057/s41270-019-00053-8>
- Joshi, M., & Gupta, L. (2021). Preparing Infographies for Post-publication Promotion of Research on Social Media. *Journal of Korean Medical Science*, 36(5), 1–8. <https://doi.org/10.3346/jkms.2021.36.e41>
- Kunze, K. N., Vadhera, A., Purbey, R., Singh, H., Kazarian, G. S., & Chahla, J. (2021). Infographics Are More Effective at Increasing Social Media Attention in Comparison With Original Research Articles: An Altmetrics-Based Analysis. *Arthroscopy - Journal of Arthroscopic and Related Surgery*, 37(8), 2591–2597. <https://doi.org/10.1016/j.arthro.2021.03.056>
- Kurniawan, A. T. (2011). Konsep Komunikasi Ilmiah dalam Pemanfaatan Informasi di Perpustakaan dan Dokumentasi. *Jurnal Komunikasi Massa*, 4(1), 1–4. Retrieved from http://www.jurnalkommas.com/docs/jurnal_pak_Amin_Undip_.pdf
- Mansour, E. (2021). Use of infographics as a technology-based information dissemination tool: the perspective of Egyptian public university libraries library staff. *Library Hi Tech*, (2018). <https://doi.org/10.1108/LHT-03-2021-0084>
- Purwanto. (2008). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Samanta, M., & Chatterjee, S. (2021). Conceptualizing Information Dissemination. *Munich Personal RePEc Archive*, (July).
- Sudjana. (2002). *Metode Statistika*. Bandung: Tarsito.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Serta R&D. In *Alfabeta, CV*. Bandung: Alfabeta CV.

- Sulistyo-Basuki. (1991). *Pengantar Ilmu Perpustakaan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Suwarno, W. (2013). Perpustakaan Bukan Hanya Kata. Retrieved from <https://iainsalatiga.ac.id/web/2013/02/perpustakaan-bukan-hanya-kata/>
- Syabrina, R. A. N. (2017). Efektifitas dan Efisiensi Komunikasi Pada Penyelenggaraan Festival Damar Kurung Gresik Tahun 2017. *Thesis*, 1–14.
- Wahyuningsih, S. (2015). Desain Komunikasi Visual. *Aspek Desain Komunikasi Visual*, 172.
- Widya, L. A. D., & Darmawan, A. J. (2016). Bahan Ajar Kursus Dan Pelatihan Desain Grafis. In *Pengantar Desain Grafis*.
- Yoon, J., & Syn, S. Y. (2022). The effects of visual formats on Facebook health-related posts: evidence from eye movement analysis. *Library Hi Tech*, ahead-of-p(ahead-of-print). <https://doi.org/10.1108/LHT-10-2021-0360>