

STRATEGI PENYAJIAN INFORMASI PUBLIK MELALUI INFOGRAFIS PADA MEDIA SOSIAL DISKOMINFOTIK PROVINSI SUMATERA BARAT

Nadya Amalia¹, Marlini¹, Rini Asmara²

¹*Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Padang, Padang, Sumatera Barat, 25131, Indonesia*

Article Info

Article History

Received : 09 November 2025

Revised : 20 November 2025

Accepted : 25 Desember 2025

Published : 31 Desember 2025

Keywords: Infografis, Informasi Publik, Media Sosial

Corresponding Author:

Nadya Amalia

Email: amalianadya321@gmail.com

Abstract

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi penyajian informasi publik melalui infografis pada media sosial Diskominfotik Provinsi Sumatera Barat. Pendekatan kualitatif digunakan dengan metode wawancara mendalam terhadap dua narasumber yang terlibat langsung dalam pengelolaan konten dan desain infografis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa infografis dipilih sebagai media penyampaian informasi karena mampu merangkum pesan yang kompleks menjadi lebih ringkas, visual, dan mudah dipahami masyarakat. Proses penentuan konten dipengaruhi oleh arahan pimpinan, isu prioritas, serta kebutuhan publik terhadap informasi cepat dan akurat. Pembuatan infografis melibatkan tahap pengumpulan data, perancangan desain yang memperhatikan etika visual, proses revisi, hingga publikasi yang mempertimbangkan momentum. Kendala seperti data yang tidak lengkap dan penyesuaian ilustrasi diatasi melalui peningkatan koordinasi dan optimalisasi perangkat desain. Penelitian ini menegaskan bahwa infografis merupakan strategi komunikasi publik yang efektif dalam meningkatkan pemahaman masyarakat melalui media sosial.

Abstract

This study aims to analyse the strategy of presenting public information through infographics on the social media of the West Sumatra Province Communication and Information Agency. A qualitative approach was used with in-depth interviews with two sources directly involved in content management and infographic design. The results show that infographics were chosen as a medium for conveying information because they are able to summarise complex messages in a more concise, visual, and easy-to-understand manner for the public. The content determination process is influenced by leadership directives, priority issues, and the public's need for fast and accurate information. The creation of infographics involves the stages of data collection, design that takes visual ethics into account, a revision process, and publication that considers momentum. Obstacles such as incomplete data and illustration adjustments are overcome through improved coordination and optimisation of design tools. This study confirms that infographics are an

How To Cite: Amalia, N., Marlini, M., & Asmara, R. (2025). Strategi Penyajian Informasi Publik Melalui Infografis Pada Media Sosial Diskominfo Provinsi Sumatera Barat. *Journal Net. Library and Information (JNLI)*, 2(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.51544/jnli.v2i2.6664>



Copyright © 2025 by the Authors, Published by Program Studi: Perpustakaan dan Sains Informasi Fakultas Ilmu Komunikasi dan Perpustakaan Universitas Sari Mutiara Indonesia. This is an open access article under the CC BY-SA 4.0 Licence ([Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)).

1. Pendahuluan

Indonesia berada dalam era digitalisasi informasi yang ditandai oleh semakin pesatnya penetrasi internet dan penggunaan media sosial sebagai sarana komunikasi dan penyebaran informasi (Junawan and Laugu 2020). Data statistik menunjukkan bahwa hingga awal tahun 2025, jumlah pengguna media sosial di Indonesia mencapai sekitar 143 juta orang, yang setara dengan ±50,2% dari total populasi nasional (diperkirakan 285–286 juta jiwa). Angka ini menunjukkan bahwa hampir satu dari dua orang di Indonesia aktif menggunakan media sosial sebagai bagian dari kehidupan sehari-hari mereka, baik untuk berinteraksi sosial maupun mencari dan menerima informasi. Trend ini sejalan dengan perkembangan global di mana jumlah pengguna media sosial secara keseluruhan mencapai lebih dari 5,31 miliar jiwa atau sekitar 64,7% dari populasi dunia pada 2025, dengan pertumbuhan tahunan hampir 4,7% dibandingkan 2024. (Katadata, 2025).

Penggunaan media sosial tidak lagi terbatas pada aktivitas pribadi, tetapi juga menjadi platform utama dalam penyebaran berita, kampanye, dan informasi publik, termasuk oleh lembaga pemerintah, organisasi non-profit, dan sektor swasta (Masindo 2018). Di Indonesia, media sosial menjadi sumber informasi yang signifikan bagi masyarakat (Aulia and Srg 2024). Survei menunjukkan bahwa persentase besar masyarakat mengakses media sosial secara rutin setiap hari, dengan rata-rata penggunaan mencapai lebih dari 3 jam per hari, yang digunakan untuk berbagai kegiatan seperti membaca informasi, berkomunikasi, hiburan, serta berinteraksi dengan konten visual dan teks (Anggraini et al. 2022). Fenomena ini menjadikan media sosial tidak sekadar ruang publik digital, tetapi juga arena strategis untuk penyampaian informasi yang cepat, luas, dan real-time. Hal ini memiliki implikasi penting terhadap

bagaimana lembaga pemerintahan, termasuk Dinas Komunikasi, Informatika, dan Statistik (Diskominfo), merancang strategi penyebaran informasi publik yang efektif dan tepat sasaran (Anggraini et al. 2022).

Pendekatan visual seperti infografis telah menjadi salah satu metode yang sangat relevan dalam konteks tersebut. Infografis merupakan bentuk penyajian informasi yang menyederhanakan data dan pesan kompleks ke dalam format visual yang menarik dan mudah dipahami oleh khalayak luas (Audriansyah et al. 2025) . Dalam era di mana perhatian pengguna di media sosial sangat terbatas dan persaingan konten begitu ketat, infografis menawarkan pendekatan yang mampu menarik perhatian dengan cepat, menyampaikan inti pesan secara efektif, dan merangkum data penting dalam bentuk representasi visual.

Hal ini terutama penting mengingat karakter media sosial yang sangat visual dan cepat berubah. Diskominfo sebagai lembaga pemerintah yang bertanggung jawab dalam menyebarkan informasi publik dan meningkatkan keterbukaan informasi memiliki peran penting dalam memanfaatkan media sosial sebagai kanal komunikasi (Sari and Winduwati 2023).

Di Sumatera Barat sendiri, penyampaian informasi publik yang cepat, akurat, dan dapat diakses oleh seluruh lapisan masyarakat merupakan bagian dari upaya pemerintah daerah untuk meningkatkan pelayanan publik dan memperkuat hubungan antara pemerintah dan warga. Melalui kanal media sosial seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan YouTube, berbagai informasi terkait program pemerintah, kebijakan daerah, edukasi masyarakat, hingga pengumuman resmi dapat disebarluaskan secara langsung kepada publik. Namun, keberhasilan penyampaian informasi tidak hanya ditentukan oleh keberadaan konten di media sosial, tetapi juga oleh bagaimana konten tersebut disusun, dikemas, dan disajikan agar menarik, informatif, serta mudah dipahami. Dalam hal ini, peran infografis sangat penting, perannya dalam penyajian data statistik, informasi layanan publik, atau penjelasan kebijakan yang dulunya hanya berupa teks panjang dapat diubah menjadi visual yang ringkas, padat, dan komunikatif. Dengan demikian, infografis berpotensi meningkatkan tingkat keterbacaan (*readability*), pemahaman audiens, dan keterlibatan (*engagement*) pengguna media sosial terhadap konten informasi publik. Tingkat efektivitas strategi penyajian infografis juga dipengaruhi oleh pemahaman tim komunikasi dalam memilih elemen visual yang tepat, penggunaan bahasa yang sesuai dengan karakter audiens, serta kecocokan format dengan algoritma media sosial.

Diskominfo Provinsi Sumatera Barat perlu memahami karakter demografis dan perilaku pengguna media sosial di wilayahnya misalnya proporsi pengguna berdasarkan usia, jenis konten yang paling sering dikonsumsi, serta platform yang paling sering digunakan untuk menyusun strategi infografis yang efektif. Sayangnya, hingga kini masih belum banyak kajian yang mengulaskan secara mendalam bagaimana strategi tersebut dirancang dan diimplementasikan oleh Diskominfo secara spesifik di ranah media sosial. Dalam penelitian ini, infografis yang dipublikasikan oleh Diskominfo Provinsi Sumatera Barat pada media sosial diposisikan sebagai fokus penelitian.

Infografis tersebut dipahami sebagai bentuk implementasi strategi penyajian informasi publik yang dapat diamati secara langsung melalui struktur pesan, susunan visual, pilihan bahasa, serta kesesuaian konten dengan karakteristik platform media sosial. Kajian ini tidak hanya bertumpu pada penjelasan informan, tetapi juga pada analisis terhadap konten visual yang diproduksi dan disebarluaskan kepada publik, sehingga memungkinkan peneliti menilai bagaimana strategi komunikasi publik diterapkan dalam praktik.

Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan secara komprehensif bagaimana strategi tersebut dijalankan serta bagaimana tantangan teknis dan nonteknis diatasi dalam praktik. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran empiris mengenai praktik pemanfaatan infografis sebagai media komunikasi publik digital, serta menjadi bahan evaluasi dan rujukan bagi instansi pemerintah dalam meningkatkan efektivitas penyampaian informasi publik di media sosial. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar pengembangan strategi konten infografis yang lebih adaptif terhadap kebutuhan audiens.

2. Landasan Teori

1) Infografis

Infografis adalah representasi visual yang digunakan untuk menyampaikan informasi kompleks atau data dengan cara yang lebih visual dan menarik yang dapat berupa gambar, grafik, tabel, atau diagram (Pongoh et al. 2024). Infografis biasanya menggunakan kombinasi teks, grafik, diagram, ikon, gambar, dan warna yang disusun secara sistematis. Infografis memiliki hubungan yang sangat erat dengan data karena mampu mengemas informasi secara lebih ringkas, mudah diakses, dan menarik, serta memiliki nilai estetika melalui perpaduan ilustrasi, visualisasi, dan unsur grafis (Duku and Sukmawati 2025). Infografis dapat digunakan dalam berbagai konteks, seperti media, presentasi, laporan bisnis, pendidikan, dan kampanye pemasaran. Tujuan utama dari infografis adalah untuk menyampaikan informasi dengan cara yang lebih visual dan mudah dicerna sehingga audiens dapat memahami dan mengingat informasi dengan cepat.

Infografis menjadi elemen penting di Diskominfotik karena mampu meningkatkan kualitas pemberitaan karena mempermudah audiens memahami informasi yang disampaikan. Pemanfaatan infografis menjadi strategi komunikasi visual untuk menjembatani tuntutan keterbukaan informasi publik dengan keterbatasan perhatian audiens di media digital. Melalui perpaduan ilustrasi, ikon, tipografi, warna dan tata letak yang terstruktur, infografis mampu menarik perhatian serta membantu masyarakat memahami pesan utama secara cepat dan efisien. Hal ini sejalan dengan peran Diskominfotik dalam menyebarluaskan informasi pemerintah secara efektif dan mudah diakses. Dengan demikian, infografis tidak sekadar menjadi pelengkap, melainkan elemen penting dalam mendukung sistem komunikasi publik pemerintah di era digital.

2) Informasi Publik

Informasi publik adalah semua bentuk data dan keterangan yang dibuat, dikelola,

disimpan, serta didokumentasikan oleh badan publik, yang terkait dengan aktivitas pemerintahan, organisasi, atau lembaga yang menerima mandat atau dana dari negara. Informasi ini menjadi aspek penting karena dapat diakses oleh masyarakat untuk memastikan adanya keterbukaan, akuntabilitas, serta keterlibatan publik dalam proses pemerintahan dan pengambilan keputusan. Aspek ini diatur secara hukum untuk memastikan masyarakat memiliki hak mendapatkan informasi dari badan publik sesuai dengan Undang-Undang No. 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik. Akses terhadap informasi publik bertujuan agar warga negara dapat mengetahui aktivitas dan kebijakan pemerintah secara jelas, sehingga mereka bisa ikut mengawasi dan berpartisipasi aktif dalam pemerintahan.

3) Media Sosial

Media sosial merupakan salah satu bentuk perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang berperan penting dalam kehidupan masyarakat saat ini. Kehadirannya tidak hanya mengubah cara individu berinteraksi dan berkomunikasi, tetapi juga mempengaruhi cara informasi diproduksi, disebarluaskan, dan dikonsumsi secara luas dalam ruang digital. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa media sosial secara bertahap dimanfaatkan di berbagai negara, termasuk di Indonesia. Pemanfaatan media sosial tersebut tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian layanan kepada masyarakat, tetapi juga digunakan dalam proses perumusan kebijakan publik serta berbagai masukan dan aspirasi dari masyarakat (Furqon et al., 2018 dalam (Ulayya et al., n.d.). Pemanfaatan media sosial memungkinkan instansi pemerintahan untuk mengidentifikasi sasaran kebijakan secara lebih terarah sehingga kebijakan yang dihasilkan menjadi lebih efektif. Selain itu, media sosial juga berperan dalam meningkatkan ketepatan dan efisiensi penyampaian layanan publik (A. Mickoleit, 2014 dalam (Ulayya et al., n.d.). Melalui media sosial, dinas pemerintah dapat menyampaikan informasi kepada masyarakat secara cepat, luas, dan mudah diakses.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk memahami secara mendalam bagaimana strategi penyajian informasi publik melalui infografis diterapkan pada media sosial instansi pemerintah (Berlianti et al. 2024). Penelitian ini dipilih karena penelitian berfokus pada pengambaran fenomena sebagaimana terjadi di lapangan tanpa melakukan pengujian hipotesis, sesuai dengan karakteristik penelitian kualitatif deskriptif (Sugiyono 2020). Data penelitian diperoleh melalui wawancara mendalam dengan informan yang terlibat langsung dalam proses penyusunan, perancangan, dan publikasi infografis, sehingga memungkinkan peneliti menggali pengalaman, pertimbangan, serta praktik yang berlangsung dalam komunikasi publik digital. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur untuk memberikan fleksibilitas dalam menggali informasi yang lebih spesifik. Selain wawancara, peneliti juga melakukan observasi langsung terhadap alur kerja produksi infografis serta dokumentasi berupa arsip infografis, pedoman perancangan, dan standar konten yang digunakan oleh instansi. Seluruh data yang diperoleh kemudian dianalisis guna menarik

kesimpulan penelitian.

4. Hasil Dan Pembahasan

Hasil penelitian ini diperoleh melalui wawancara mendalam dengan dua informan kunci yang terlibat langsung dalam proses pengelolaan dan produksi infografis pada media sosial instansi pemerintah. Temuan penelitian menggambarkan bagaimana strategi penyajian informasi publik melalui infografis dirancang, dipertimbangkan, diproduksi, dipublikasikan, serta dievaluasi oleh Diskominfotik. Secara umum, hasil penelitian memperlihatkan bahwa infografis memiliki posisi penting sebagai media penyampaikan informasi publik yang efektif, terutama ketika informasi yang disampaikan kompleks atau membutuhkan penyederhanaan visual agar mudah dipahami masyarakat melalui media sosial sebagai saluran utama penyebaran. Media sosial dipilih karena sifatnya yang cepat, mudah diakses, dan mampu menjangkau berbagai segmen audiens secara luas. Selain itu, media sosial memungkinkan tim Diskominfotik untuk memonitor respons audiens secara *real-time*, sehingga efektivitas penyampaian informasi dapat dievaluasi dan disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat.

Informan 1, menjelaskan bahwa Diskominfotik memiliki mandat utama sebagai lembaga pemerintah yang mengelola penyebaran informasi publik mengenai kebijakan, program, dan capaian pemerintah daerah. Ia menyatakan bahwa,

“Diskominfotik Sumatera Barat bertugas menyebarluaskan informasi publik terait program, kebijakan, dan capaian pemerintah, baik pusat maupun daerah.”

Menurutnya, peran tersebut berangkat dari regulasi resmi yang menempatkan Diskominfotik sebagai instansi yang bertanggung jawab terhadap diseminasi informasi publik melalui berbagai saluran komunikasi. Mandat tersebut menjadi dasar pemilihan infografis sebagai salah satu media strategis dalam diseminasi informasi. Lalu, Informan 1 menegaskan bahwa penggunaan infografis menjadi penting ketika informasi terlalu panjang untuk disajikan dalam bentuk video atau berita teks. Ia mengatakan bahwa,

“Kalau informasi terlalu panjang untuk dijadikan video, biasanya kami gunakan infografis untuk menyederhanakan isi informasinya.”

Temuan ini menunjukkan bahwa strategi infografis bekerja dengan cara merangkum dan menyederhanakan pesan utama agar lebih cepat dipahami oleh audiens media sosial. Pemilihan ini mencerminkan upaya Diskominfotik dalam menyesuaikan bentuk penyajian informasi dengan karakter konsumsi informasi masyarakat yang cenderung singkat dan visual. Secara ilmiah, infografis berfungsi mengubah data kompleks menjadi visualisasi yang lebih mudah diproses oleh audiens, sesuai dengan prinsip dual coding theory yang menyatakan bahwa kombinasi teks dan visual mempermudah pemahaman dan retensi informasi (Audriansyah et al. 2025).

Dari aspek pemilihan informasi yang layak disajikan dalam bentuk infografis didasarkan pada beberapa pertimbangan, seperti arahan pimpinan, tingkat urgensi informasi, dan tingginya respons publik terhadap suatu isu. Informan 1 mengungkapkan bahwa informasi yang sedang viral atau sangat dibutuhkan masyarakat cenderung

diprioritaskan. Ia menyampaikan bahwa,

“Kalau ada berita yang viral atau sangat penting untuk masyarakat, biasanya itu yang dikemas dalam bentuk infografis.”

Hal ini menunjukkan bahwa Diskominfotik memanfaatkan infografis sebagai media yang cepat dan efektif untuk menjangkau masyarakat luas dalam waktu relatif singkat, terutama ketika konten informasi terlalu panjang atau kompleks jika hanya disampaikan melalui teks atau video panjang. Pendekatan ini sejalan dengan temuan penelitian yang menunjukkan bahwa dalam konteks komunikasi publik pemerintah, perencanaan konten yang matang dan pemilihan isu yang relevan menjadi strategi penting untuk meningkatkan efektivitas penyampaian informasi melalui media sosial (Radiansyah and Sabilla, n.d.).

Dari sisi evaluasi, Diskominfotik secara rutin menilai performa infografis yang dipublikasikan berdasarkan jangkauan, interaksi, dan respons audiens. Informan 1 menjelaskan bahwa,

“Kadang konten yang sederhana justru dapat viewer tinggi, sementara konten yang dibuat rumit dengan banyak peralatan hasilnya malah biasa saja” ungkapnya.

Hasil evaluasi menunjukkan bahwa efektivitas konten tidak selalu sebanding dengan kompleksitas produksi, terutama berdasarkan interaksi dan respons di media sosial, yang menjadi indikator penting keberhasilan penyampaian pesan publik. Evaluasi dilakukan berdasarkan jangkauan, interaksi, dan respons audiens. Namun, hasilnya tidak selalu linear dengan *effort* produksi. Temuan ini menjadi dasar bagi Diskominfotik mempertimbangkan hasil evaluasi sebagai bagian dari proses perbaikan strategi penyajian informasi publik. Analisis jangkauan, like, share, dan komentar menjadi dasar bagi tim untuk menyesuaikan konten berikutnya. Hal ini menegaskan bahwa media sosial bukan sekadar saluran distribusi, tetapi juga bagian integral dari strategi komunikasi publik yang memungkinkan *feedback* langsung dari masyarakat. Penelitian lain juga menunjukkan bahwa interaksi melalui media sosial merupakan aspek kunci dalam meningkatkan layanan publik oleh pemerintah, karena mendorong transparansi dan komunikasi dua arah. Evaluasi terhadap performa infografis berdasarkan jangkauan dan interaksi audiens, seperti *like*, *share*, atau komentar, memperlihatkan bahwa pengukuran efektivitas konten di media sosial tidak hanya membaca angka tayangan, tetapi juga kedalaman keterlibatan pemirsa (Aji et al. 2023).

Dari sisi alur produksi, Informan 2 memberikan penjelasan lebih rinci mengenai alur kerja pembuatan infografis, mulai dari perencanaan hingga publikasi. Menurutnya, proses pembuatan infografis dilakukan melalui dua jalur. Ia mengungkapkan bahwa,

“Pertama kami dapat instruksi langsung dari pimpinan, kedua kami merencanakan sendiri konten yang relevan dan mengajukannya untuk disetujui.”

Data untuk infografis biasanya dikumpulkan dari berbagai platform media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok, atau diperoleh langsung dari OPD terkait jika konten berkaitan dengan kegiatan instansi lain. Infografis yang dibuat kemudian disesuaikan format dan desainnya agar efektif dikonsumsi oleh audiens masing-masing platform media sosial. Misalnya pemilihan jumlah slide, ukuran teks, dan ilustrasi yang

sesuai.

Temuan ini menunjukkan bahwa tim produksi infografis tidak hanya sekadar menunggu instruksi, tetapi juga aktif merancang konten yang relevan dengan kebutuhan publik, dengan tetap memperhatikan akurasi data dan persetujuan resmi. Keberhasilan infografis juga bergantung pada strategi adaptasi konten terhadap karakter masing-masing platform media sosial.

Informan 2 menekankan bahwa desain infografis harus memperhatikan konteks sosial. Ia mencontohkan bahwa,

Untuk informasi kebencanaan, desain tidak boleh seperti poster film atau konten hiburan.

Temuan ini menunjukkan bahwa sensitivitas visual merupakan bagian penting dalam strategi penyajian informasi publik. Strategi penyajian informasi publik tidak bersifat seragam, melainkan disesuaikan dengan karakter pesan dan situasi yang melatarbelakanginya. Penyesuaian ini menjadi indikator penting dalam strategi komunikasi publik agar pesan tidak disalahartikan oleh masyarakat.

Dari aspek desain dan visual, strategi penyajian infografis Diskominfotik menekankan kesederhanaan, kejelasan, dan keterbacaan. Informasi disajikan dalam poin-poin utama, menggunakan bahasa yang lugas, serta didukung oleh ilustrasi yang memperkuat pesan. Seperti yang diungkapkan Informan 2,

“Kami menggunakan bahasa yang sederhana, ringkas, dan bebas dari istilah teknis agar mudah dipahami masyarakat. Selain itu, kami membuat desain visual yang bersih dan terstruktur, memanfaatkan warna kontras, ikon, dan ilustrasi yang relevan untuk memperkuat pemahaman. Semua elemen visual dibuat secukupnya, agar masyarakat tetap fokus pada inti informasi.” Dan Ia menambah

“Desain harus sederhana, mudah dibaca, dan tidak membingungkan. Kalau informasi terlalu banyak, lebih baik dibagi ke slide berikutnya.”

Hal ini menunjukkan bahwa, strategi ini dipilih karena Diskominfotik menyadari bahwa audiens media sosial memiliki keterbatasan waktu dan perhatian, sehingga desain infografis disesuaikan dengan karakter masing-masing platform, seperti format slide untuk Instagram, durasi ringkas untuk TikTok, dan tata letak sederhana untuk Facebook, agar audiens mudah mencerna informasi. Elemen visual yang dianggap paling penting adalah ilustrasi karena mampu memperkuat pesan utama dan membantu audiens memahami isi konten secara cepat.

Terkait pedoman desain, Diskominfotik tidak memiliki standar baku secara formal mengenai warna, font, atau format infografis. Namun, terdapat pedoman umum yang merujuk pada gaya desain Kementerian Komunikasi dan Digital. Informan 2 menyebutkan bahwa,

“Kami tidak punya standar baku, tapi biasanya pakai referensi warna biru dan putih seperti gaya Komdigi. Font dan format disesuaikan saja.”

Temuan ini memperlihatkan fleksibilitas dalam desain, namun tetap menjaga identitas visual institusi. Dengan adanya pedoman umum ini, tim dapat berkreasi dalam menyajikan informasi secara menarik tanpa kehilangan kesan profesional dan konsisten

bagi masyarakat.

Strategi penyajian infografis juga berkaitan erat dengan penyesuaian terdahap platform dan karakter audiens. Infografis yang sudah selesai dirancang, lalu diperiksa oleh koordinator sebelum diajukan kepada atasan untuk mendapat persetujuan. Proses publikasi pun bergantung pada momentum dan urgensi informasi. Informan 2 mencontohkan bahwa,

“Kalau masa tanggap darurat bencana, publikasi bisa dilakukan setiap hari karena masyarakat butuh informasi terbaru.”

Strategi ini menunjukkan bahwa Diskominfotik tidak hanya berfokus pada produksi konten, tetapi juga pada efektivitas informasi agar sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Penyesuaian tersebut menjadi cara bagi diskominfotik untuk memastikan informasi tersampaian tepat waktu dan relevan bagi audiens masing-masing platform, serta publikasi mempertimbangkan algoritma platform, waktu aktif audiens, dan urgensi informasi, sehingga infografis tidak hanya sampai ke masyarakat, tetapi juga dapat mendorong keterlibatan, diskusi, dan penyebaran lebih luas melalui fitur *share* dan reaksi pengguna.

Aplikasi yang digunakan dalam pembuatan infografis adalah Canva dan Photoshop. Informan 2 menyebutkan bahwa,

“Kami pakai Canva karena cepat, mudah, dan file-nya bisa diedit bersama. Selain itu ada Photoshop untuk desain yang lebih detail.”

Tim Diskominfotik menggunakan Canva dan Photoshop dalam pembuatan infografis, dengan memnafaatkan Canva Premium agar elemen visual yang tersedia lebih lengkap, sehingga proses produksi infografis menjadi lebih fleksibel dan efisien. Kendala yang dihadapi Diskominfotik meliputi keterbatasan perangkat, informasi yang terlalu panjang, serta data dari OPD yang tidak lengkap. Informan 2 menjelaskan bahwa,

“Kadang teks yang diberikan terlalu panjang sehingga perlu waktu untuk meringkasnya. Atau data dari OPD belum lengkap, jadi harus minta tambahan.”

Kendala ini mempengaruhi kecepatan dan kualitas produksi infografis. Temuan ini menunjukkan bahwa kendala teknik dan kualitas data memengaruhi efektivitas proses produksi infografis di Diskominfotik. Hal ini mengindikasikan bahwa kemampuan tim tidak hanya ditentukan oleh keterampilan dan strategi penyajian desain, tetapi juga oleh ketersediaan perangkat yang memadai dan kelengkapan informasi dari sumber terkait. Kondisi ini menekankan pentingnya koordinasi yang baik dengan OPD serta pemenuhan sarana teknologi yang memedai agar infografis dapat diproduksi secara cepat, akurat, dan berkualitas.

Sebagai langkah pengembangan, Diskominfotik terus memperbaiki konsistensi desain, memperkuat proses pengecekan informasi, serta meningkatkan komunikasi internal. Informan 2 menyatakan bahwa,

“Kami berusaha konsisten pakai warna dan font yang sama, cek informasi lebih teliti, dan memperbaiki komunikasi agar revisi lebih cepat.”

Hal ini mengindikasikan bahwa peningkatan kualitas infografis tidak hnaya

bergantung pada kemampuan teknis tim, tetapi juga pada sistem kerja tertata dan koordinasi yang baik. Upaya tersebut memberkuat akurasi, keterbacaan, dan kejelasan informasi sehingga infografis yang dihasilkan lebih mudah dipahami oleh masyarakat.

Berdasarkan temuan penelitian, peneliti berpendapat bahwa strategi penyajian infografis Diskominfotik menunjukkan peran penting adaptasi konten terhadap platform dan kebutuhan audiens. Peneliti menilai bahwa penggunaan infografis tidak sekadar sebagai media visual, tetapi juga sebagai alat komunikasi yang responsif, terutama dalam menyampaikan informasi yang kompleks atau mendesak. Evaluasi peforma konten melalui jangkauan, interaksi, dan respons audiens mengindikasikan bahwa efektivitas komunikasi publik lebih ditentukan oleh kesesuaian pesan dengan kebutuhan masyarakat dibandingkan dengan kompleksitas produksi. Dari perspektif peneliti, hal ini menunjukkan bahwa media sosial dapat menjadi sarana strategis bagi pemerintah untuk memperkuat interaksi dua arah, keterlibatan audiens, dan penyebaran informasi yang lebih luas jika pengelolaannya dilakukan dengan perencanaan dan penyesuaian yang matang.

5. Kesimpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi penyajian informasi publik melalui infografis pada media sosial Diskominfotik Provinsi Sumatera Barat dilakukan melalui proses yang terstruktur namun tetap fleksibel untuk menyesuaikan karakter informasi dan kebutuhan masyarakat. Infografis dipilih sebagai media utama karena mampu menyederhanakan informasi yang kompleks agar lebih mudah dipahami publik, terutama ketika informasi tersebut terlalu panjang jika disampaikan dalam bentuk video atau teks. Hasil wawancara menunjukkan bahwa penentuan konten infografis didasarkan pada arahan pimpinan, isu yang sedang berkembang, serta kebutuhan masyarakat terhadap informasi yang cepat dan akurat. Proses pembuatan infografis melibatkan tahap pengumpulan data, penyusunan desain yang memperhatikan empati visual, proses revisi, hingga publikasi yang mempertimbangkan momentum agar penyebaran informasi lebih maksimal. Kendala yang dihadapi, seperti keterbatasan data dari OPD dan tantangan dalam memilih ilustrasi atau rangkum teks panjang, diatasi melalui peningkatan koordinasi internal dan peningkatan kapasitas teknis tim.

Referensi

- Aji, Gilang, Puspitasari Sukardani, Vinda Maya Setianingrum, and Galuh Gita Indrajayani. 2023. “Interactivity on Government Social Media to Improve Public Services.” *COMMENTATE: Journal of Communication Management* 4 (1): 12. <https://doi.org/10.37535/103004120232>.
- Anggraini, Citra, Denny Hermawan Ritonga, Lina Kristina, Muhammad Syam, and Winda Kustiawan. 2022. “Komunikasi Interpersonal.” *Jurnal Multidisiplin Dehasen (MUDE)* 1 (3): 337–42. <https://doi.org/10.37676/mude.v1i3.2611>.
- Audriansyah, Lulu Ulfah, Firdaus Daud, and Syamsiah Syamsiah. 2025. “Development of Digital Infographic Based on Housefly Exoskeleton Bacterial Identification.”

- Jurnal Penelitian Pendidikan IPA* 11 (2): 981–87. <https://doi.org/10.29303/jppipa.v11i2.10269>.
- Aulia, Rika, and Maharani Srg. 2024. *Peran Media Digital Dalam Meningkatkan Keterlibatan Dan Partisipasi Publik: Transformasi Komunikasi Di Era Informasi Dan Sosial*. 2 (6): 506–13.
- Berlianti, Dassy Fitria, Ashfa Al Abid, and Arcivid Chorynia Ruby. 2024. “Metode Penelitian Kuantitatif Pendekatan Ilmiah Untuk Analisis Data.” *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran* 7 (3): 1861–64.
- Duku, Sumaina, and Lili Sukmawati. 2025. *Infografis : Pentingnya Dalam Pemberitaan (Studi Kasus Media Online Kumparan)*. 4 (3).
- Junawan, Hendra, and Nurdin Laugu. 2020. “Eksistensi Media Sosial,Youtube, Instagram dan Whatsapp Ditengah Pandemi Covid-19 Dikalangan Masyarakat Virtual Indonesia.” *Baitul 'Ulum: Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi*, September 12, 41–57. <https://doi.org/10.30631/baitululum.v4i1.46>.
- Masindo, Abdul Aziz. 2018. *Strategi Public Relations Detikcom Dalam Meningkatkan Brand Loyalty*. In *Repository UINJkt*.
- Pongoh, Berda Rindy, Lukman Ahmad, and Harry Idwan. 2024. “Sistem Informasi Infografis Berbasis Web Pada Kantor Dinas Pangan Provinsi Aceh.” *Jurnal Ilmu Komputer dan Teknologi Informasi* 1 (1): 34–44. <https://doi.org/10.35870/jikti.v1i1.736>.
- Radiansyah, Rifi Rivani, and Sabda Syifa Sabilla. n.d. Strategi Komunikasi Hubungan Masyarakat Pemerintah daerah Kabupaten bandung dalam Mengoptimalkan Informasi Publik melalui Media Sosial. 6 (2).
- Sari, Wulan Purnama, and Septia Winduwati. 2023. “Analisa Media Sosial Dan Komunikasi Promosi Pada Pemengaruh Makro Di Media Sosial.” *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis* 7 (1): 102–13. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v7i1.22804>.
- Sugiyono. 2020. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*.
- Ulayya, Khansa Nabila, Diah Prihasari, and Andi Reza Perdanakusuma. n.d. *Pemanfaatan Media Sosial untuk Pemerintahan: Bagaimana Dinas-Dinas Pemerintah Kota menggunakan Media Sosial untuk Berkomunikasi dengan Masyarakat*.
- Website DJKN. (n.d.). Retrieved December 30, 2025, from <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-makassar/baca-artikel/17385/Informasi-Publik-Pentingnya-Transparansi-dalam-Pemerintahan-dan-Masyarakat.html>