



Pengelolaan Infografis pada Sosialisasi Program Beasiswa Pendidikan Magister Menuju Doktor untuk Sarjana Unggul (PMDSU) melalui Instagram @ristekdikti

Setiyo Hayati

Program Studi Ilmu Komunikasi. Universitas Ary Ginanjar, Indonesia

Alamat: Menara 165, Cilandak No.kav 1 lt 2 & 18, Cilandak Tim., Ps. Minggu, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12560

Korespondensi penulis : setiyo.hayati@uag.ac.id*

Abstract. Research based on infographic management on social media Instagram @ristekdikti which conveys information on the scholarship program "Masters to Doctoral Education for Excellent Bachelors (PMDSU) Kemenristekdikti Batch 3 2017. As part of the community education program, especially students. Through infographics in this program, it is hoped that it will make it easier to convey information and be able to attract students' interest in participating in the PMDSU Kemenristekdikti scholarship program. This research uses an interpretive paradigm with a qualitative approach and descriptive research methods with case studies. Researchers collected complete information through in-depth interviews and observations, then the information was analyzed using the Triangulation analysis technique. This research aims to design and map the management of infographics for the socialization of the PMDSU scholarship program batch 3 in 2017 via Instagram @ristekdikti. The research results show that with proper infographic management in socializing the PMDSU scholarship program via Instagram @ristekdikti, interest in the PMDSU scholarship program can be increased. So it is hoped that through infographics the objectives of the PMDSU Kemenristekdikti program can be achieved.

Keywords: Management, Infographics, Socialization, Social Media and Instagram

Abstrak. Penelitian berdasarkan pengelolaan infografis pada sosialisasi social media instagram @ristekdikti yang menyampaikan informasi program beasiswa "Pendidikan Magister Menuju Doktor untuk Sarjana Unggul (PMDSU) Kemenristekdikti Batch 3 tahun 2017. Sebagai bagian dari program pendidikan masyarakat khususnya mahasiswa. Melalui infografis pada program tersebut diharapkan mempermudah untuk penyampaian informasi dan mampu menarik minat mahasiswa agar ikut serta dalam program beasiswa PMDSU Kemenristekdikti tersebut. Penelitian ini menggunakan paradigma interpretif dengan pendekatan kualitatif dan metode penelitian deskriptif dengan studi kasus. Peneliti mengumpulkan informasi secara lengkap melalui wawancara mendalam dan observasi, kemudian informasi tersebut dianalisa dengan teknik analisis Triangulasi. Penelitian ini bertujuan untuk merancang, dan memetakan pengelolaan infografis pada sosialisasi program beasiswa PMDSU batch 3 tahun 2017 melalui instagram @ristekdikti. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan pengelolaan infografis yang tepat pada sosialisasi program beasiswa PMDSU melalui instagram @ristekdikti, dapat meningkatkan peminatan pada program beasiswa PMDSU tersebut. Sehingga diharapkan melalui infografis tujuan dari program PMDSU Kemenristekdikti dapat tercapai.

Kata kunci: Pengelolaan, Infografis, Sosialisasi, Social Media dan Instagram

1. LATAR BELAKANG

Tingginya tingkat penggunaan internet di Indonesia pada tahun 2017 yang terus berkembang dan sudah melampaui sepertiga penduduk Indonesia dari total penduduk yang berjumlah 262 juta jiwa, dengan penetrasi pengguna internet mencapai 54,68% atau sejumlah 143,26 juta jiwa membuat pemerintah untuk ikut serta dalam penggunaannya.

Seperti dalam pengguna *social media* di Indonesia khususnya yang mengakses internet memiliki tingkat pendidikan tinggi S2/S3 sebanyak 88,24 %. Dalam kondisi seperti ini, terbukti

minat pengguna untuk mendapatkan informasi mengenai pendidikan sangat tinggi peminatannya, hal ini terbukti dari tingkat pendidikan pengguna.

Sehingga dalam meningkatkan pendidikan tinggi pada S2 dan S3 berdasarkan tingginya pengguna internet kalangan tersebut membuat berbagai pihak turut aktif dalam meningkatkan pendidikan tinggi di Indonesia melalui beasiswa S2 dan S3. Tidak hanya lembaga swasta yang memberikan penawaran beasiswa serupa namun lembaga pemerintah juga menyediakan beasiswa serupa misalnya beasiswa PDLM yang merupakan program pendidikan jenjang Magister (S2) dilanjutkan ke jenjang Doktor (S3) secara nonstop bagi sarjana baru (*Fresh graduate*), pendidikan tersebut dilaksanakan selama 4,5 tahun dengan rincian 1,5 tahun untuk jenjang Magister dan 3 tahun untuk jenjang Doktor.

Banyaknya lembaga pemerintah yang ada di Indonesia, hal ini menjadi dasar bahwa tidak hanya Kementerian Agama RI saja yang memiliki beasiswa S2 dan S3, melainkan lembaga pemerintah lain seperti Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi (Kemenristekdikti) yang memiliki tanggung jawab untuk pendidikan di Indonesia, dengan berbagai program beasiswa yang dikemas menggunakan infografis seperti SNMPTN, SBMPTN, Beasiswa Bidikmisi, SPADA, beasiswa Pendidikan Pascasarjana Dalam Negeri (BPP-DN) dan beasiswa yang sama seperti PDLM yaitu Beasiswa Pendidikan Magister menuju Doktor untuk Sarjana Unggul (PMDSU) yang telah dilaksanakan sejak tahun 2013.

PMDSU memiliki berbagai keuntungan diantaranya lulus S1 tiga tahun terakhir misalnya (lulusan tahun 2015, 2016, 2017), dapat *Outsourcing* sebagai fasilitas riset di dalam negeri maupun luar negeri dan mempunyai inovasi dalam sosialisasi programnya melalui infografis yang diupload pada instagram @ristekdikti sebanyak 2 kali pada tahun 2017.

Dengan pengelolaan konten infografis pada sosialisasi informasi yang menjadi tren saat ini seperti instagram dengan data visual-nya seperti komponen gambar, grafik, teks dan audio visual, tujuan dari infografis sendiri adalah untuk menjelaskan konsep atau ide suatu program melalui *content* yang relevan dengan target program dengan cara yang menarik dan mudah dimengerti. Sehingga penting mengetahui Pengelolaan infografis pada sosialisasi Program Beasiswa “Pendidikan Magister Menuju Doktor untuk Sarjana Unggul (PMDSU) melalui Instagram @ristekdikti.

Karena melihat instagram melalui pengelolaan konten infografis yang selektif dan penekanannya pada program PMDSU Kemenristekdikti dengan memperhatikan *planning*, *organizing*, *actuating* dan *controlling* pada program tersebut dapat mendukung terlaksananya Permenristekdikti nomor 13 tahun 2015. Dengan mempertimbangkan hal tersebut penelitian ini menggunakan metode penelitian Kualitatif, dengan paradigma Interpretatif pada jenis

penelitian dekriptif secara Studi Kasus dengan harapan dapat tercapainya tujuan PMDSU melalui prinsip infografis pada instagram Kemenristekdikti. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan secara mendalam tentang pengelolaan konten infografis pada sosialisasi program beasiswa PMDSU melalui instagram @ristekdikti pada batch 3 tahun 2017.

2. KAJIAN TEORITIS

Hasil dari studi terbaru, infografis membuat kemungkinan ini tidak hanya untuk instruktur untuk memberikan informasi yang kompleks lebih nyaman tetapi juga untuk pengetahuan siswa sebelumnya mengenai prinsip-prinsip cara membuat dan infografis desain bersama dengan aplikasi. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk menggambarkan prinsip-prinsip desain, pembuatan serta pro *infographics* pendidikan didasarkan pada tren modern dalam instruksi. Seperti pendapat menurut Rajamanickam (2005), tiga masalah penting yang harus diatasi untuk membuat infografis yang sukses desainer; (a) menentukan komunikasi fisik kuantitatif kronologis akan digunakan; (b) Perencanaan informasi secara keseluruhan dengan desain yang konsisten harus mencakup lebih dari semua bagian (gambar, rencana, diagram) dalam desain; dan (c) Pilih lingkungan yang sesuai untuk topik (interaktif, statis atau bergerak).

Pendapat lain, seperti yang disampaikan oleh Davis dan Quinn (2014) mengatakan bahwa untuk merancang sebuah *Infographic* sukses, harus dipertimbangkan 4 point penting diantaranya: (a) Identifikasi target penggunaan *Infographic* ini; (b) Identifikasi komponen yang diperlukan untuk desain infografis; (c) Menentukan jenis *Infographic* yang akan dirancang; dan (d) Penyampaian informasi dengan cara yang sesuai target.

Berdasarkan pendapat tersebut, diharapkan penelitian ini dapat berguna bagi para peneliti yang bersedia untuk belajar dan mengajar infografis pada setiap organisasi pendidikan dan untuk setiap tingkat instruksi. Seperti penjelasan diatas dapat didefinisikan bahwa, langkah pertama adalah menentukan tujuan. Hal ini penting untuk mengidentifikasi tujuan spesifik untuk mempersiapkan infografis. Langkah kedua adalah untuk menentukan jenis infografis yang digunakan. Pada langkah ketiga, itu ditujukan untuk mempersiapkan *infografik-ics* dengan cara yang peserta didik akan memahami dengan mudah. Terakhir, adalah penting untuk membuat keputusan yang dari infografis yang digunakan dalam menyajikan data. Langkah ini sangat penting karena memilih komponen yang tepat akan membuat konten lebih mudah untuk memahami dan belajar.

Hal ini, berdasarkan Jurnal International yang diteliti oleh Husni Naparin and Aslina Binti Saad dari Universiti Pendidikan Sultan Idris, Tanjung Malim, Perak, Malaysia dengan

metode penelitian kualitatif yang dimuat dalam *The International Journal of Multimedia & Its Applications* (IJMA), Vol.9, No.4/5/6, December 2017 pada penelitian yang menjelaskan infografis dalam pendidikan: tinjauan pada desain infografis. Sedangkan Jurnal International yang diteliti oleh Taner Cifci dari *Primary Education Program, Faculty of Education, Cumhuriyet University, Sivas, Turkey* dengan metode penelitian kuantitatif yang dimuat dalam *Journal of Education and Learning*; Vol. 5, No. 1; 2016 ISSN 1927-5250, E-ISSN 1927-5269 pada penelitian yang menjelaskan Efek Infografis pada Prestasi dan Sikap Siswa terhadap Pelajaran Geografi.

Pada jurnal ini mengatakan bahwa prinsip – prinsip yang harus dipertimbangkan ketika memproduksi dan merancang infografis menurut (MacEachren & Monmonier, 1992; Tas, 2006) diantara (a) Tujuannya adalah untuk diatur; (b) Topik tersebut untuk ditentukan; (c) harus sederhana dan mudah dipahami; (d) Visual, video, suara, animasi atau informasi harus menarik; (e) Referensi nya adalah dapat diandalkan; (f) harus sesuai dengan tingkat siswa; dan (g) Prasasti yang, angka, grafis dan ilustrasi harus terintegrasi.

Sehingga tidak dapat dipungkiri bahwa lembaga pemerintah harus dapat mengelola program pemerintah melalui *social media*, yang menjadi media penghubung komunikasi antara pemerintah dan masyarakat yang berlangsung cepat dan efektif untuk mendorong lembaga pemerintah agar lebih proaktif dalam memanfaatkan *social media* untuk mengkomunikasikan berbagai kebijakan sampai program – program pemerintah. Melalui *social media* yang populer saat ini adalah *facebook, plurk, youtube, twitter, instagram*, dan *path* (Sulianta, 2015).

Instagram merupakan gabungan dari kata Instan-Telegram. Dari penggunaan kata tersebut dapat diartikan sebagai aplikasi untuk mengirimkan informasi dengan cepat, yakni dalam bentuk foto yang berupa mengelola foto, mengedit foto, dan berbagi (*Share*) ke jejaring sosial yang lain, (Miliza Ghazali, 2016).

Sehingga dapat disimpulkan bahwa pada penelitian terdahulu banyak menjelaskan instagram sebagai platform media sosial yang populer dengan pengguna sebanyak ratusan juta, dan peluang yang dimiliki infografis saat ini sebagai media proses pembelajaran yang menjadi tren baru dalam pendidikan.

Pada penelitian ini difokuskan pada bagaimana pengelolaan konten infografis pada sosialisasi program PMDSU melalui Instagram @ristekdikti. Diharapkan melalui infografis pada Instagram dapat menjadi sarana informasi dan klarifikasi terhadap program PMDSU Kemenristekdikti. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, dengan paradigma interpretatif pada jenis penelitian dekriptif secara studi kasus dengan harapan dapat

tercapainya tujuan PMDSU melalui pengelolaan konten pada prinsip infografis pada instagram @ristekdikti.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan paradigma interpretif, penelitian dilakukan untuk mengembangkan apa yang ada dibalik peristiwa, latar belakang pemikiran manusia yang terlibat didalamnya. Pendekatan interpretif akan digunakan bila pengalaman penerimaan diri *subyek* tidak sesuai dengan kerangka berpikir yang telah digunakan sebelum penelitian, maka peneliti akan terbuka terhadap pengalaman *subyek* dan mencari kerangka yang lebih sesuai dengan pengalaman tersebut. Sesuai dengan paradigma dan permasalahan yang dipilih dalam penelitian ini, menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan metode observasi, wawancara (*interview*), analisis isi dan metode pengumpulan data lainnya untuk menyajikan respons – respons dan perilaku subjek. (Setyosari, 2012).

Menurut Sugiyono (2009) objek penelitian adalah atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam objek penelitian ini adalah prinsip Infografis melalui instagram pada Program Beasiswa “Pendidikan Magister Menuju Doktor untuk Sarjana Unggul (PMDSU) Kemenristekdikti.

Dalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif, yaitu memperoleh informasi empiris pada saat melakukan penelitian. Dengan menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif diharapkan hasil penelitian dapat mengungkapkan rasa ingin tahu dan dapat mudah dipahami oleh pembaca, karena dalam penelitian ini bukan angka – angka atau bilangan yang ditulis, melainkan berisi informasi deskriptif yang terdiri dari kata – kata dan gambar – gambar yang membantu untuk memperjelas isi penelitian, sehingga penelitian ini dapat bermanfaat bagi siapa saja yang membacanya.

Pengertian lain menyebutkan bahwa penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang temuan – temuannya tidak diperoleh melalui prosedur statistik atau bentuk hitungan lainnya. (Strauss dan Corbin, 2009).

Metode penelitian ini adalah studi kasus, sementara jenis/tipe penelitian adalah deskriptif. Studi kasus adalah metode riset yang menggunakan berbagai sumber data (sebanyak mungkin data) yang bisa digunakan untuk meneliti, mengurai, dan menjelaskan secara komprehensif berbagai aspek individu, kelompok, suatu program, organisasi atau peristiwa secara sistematis (Kriyantono, 2010).

Tujuan penelitian ini adalah untuk memahami apa yang tersembunyi dibalik kejadian yang merupakan sesuatu yang sulit untuk diketahui dan dipahami. Peneliti ingin menggali

pengalaman individu dalam mendefinisikan suatu permasalahan dan masyarakat yang menjadi informan yang bebas mengungkapkan pendapatnya tersebut.

Dalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif, yaitu memperoleh informasi empiris pada saat melakukan penelitian. Dengan menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif diharapkan hasil penelitian dapat mengungkapkan rasa ingin tahu dan dapat mudah dipahami oleh pembaca, karena dalam penelitian ini bukan angka – angka atau bilangan yang ditulis, melainkan berisi informasi deskriptif yang terdiri dari kata – kata dan gambar – gambar yang membantu untuk memperjelas isi penelitian, sehingga penelitian ini dapat bermanfaat bagi siapa saja yang membacanya. Hal ini berdasarkan pendapat ahli studi kasus adalah membuat peneliti mendapat pemahaman secara utuh dan terintegrasi mengenai interaksi berbagai fakta serta dimensi kasus khusus tersebut (Poerwandari, 2007).

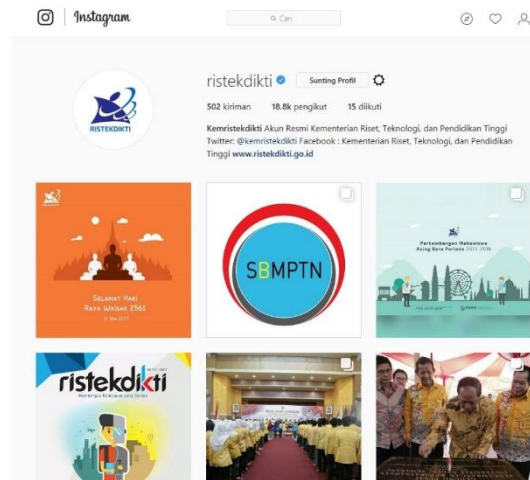
Melalui wawancara mendalam maka penelitian jenis ini lebih menggunakan *nonprobability* atau *nonrandom sample*, yaitu peneliti tidak menentukan suatu ukuran sample tertentu dimana penelitian akan dilakukan (Neuman, 2006). Dalam penelitian ini, terkait dengan pemilihan informan, penelitian ini memilih informan yaitu penanggung jawab program PMDSU, konseptor infografis PMDSU, pembuat infografis PMDSU, pengelola instagram Kemenristekdikti, dan Kepala Bagian Publikasi dan Dokumentasi Kemenristekdikti. Selain menggunakan jenis *purposive sampling* dalam memilih informan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Data dalam penelitian ini adalah semua data dan informasi yang didapat langsung dari *key informan* Kemenristekdikti yang secara langsung menangani social media dan program PMDSU Batch 3 tahun 2017. Lalu disertai dokumen – dokumen pendukung lainnya baik dalam bentuk *softcopy*, *hardcopy*, *digital*, *foto*, dan lain sebagainya. Teknik pengumpulan data primer atau pokok dalam penelitian ini adalah dengan metode *in-dephthinterview* atau wawancara mendalam.

Berdasarkan infografis program PMDSU batch 3 tahun 2017 yang sudah di *upload* sebanyak 2 kali di instagram @ristekdikti dengan jumlah followers sebanyak 185k, dengan jumlah following sebanyak 52 dan 1.050 posts. Dengan penambahan followers yang terus meningkat sampai tahun 2019 pada instagram @ristekdikti yang sudah mencapai jumlah followers sebanyak 408k, dengan jumlah following sebanyak 77 dan 1,351 posts. Jumlah tersebut mengantarkan Instagram @ristekdikti menduduki peringkat ke 3 dibawah

@kemdikbud.RI pada peringkat pertama dengan followers sebanyak 503k dan peringkat kedua diduduki oleh @kementerianbumn dengan followers sebanyak 421k.



Gambar 1. Instagram Kemenristekdikti bulan Mei Tahun 2017

Sumber: <https://www.instagram.com/ristekdikti/>

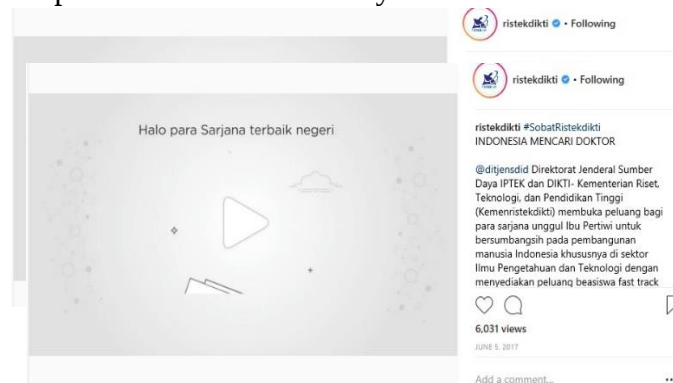
Berdasarkan data pada gambar 1 menjelaskan bahwa jumlah followers sebanyak 18.8k, dengan jumlah following sebanyak 15 dan 502 posts. Berikut adalah jumlah followers Instagram @ristekdikti pada bulan mei yang merupakan bulan sebelum konten infografis sosialisasi program PMDSU batch 3 tahun 2017. Sedangkan pada tanggal 5 Juni 2017, konten infografis yang pertama pada program PMDSU batch 3 telah di *upload*, dan terdapat penambahan jumlah followers yang signifikan yang dapat dibuktikan berdasarkan gambar sebagai berikut :



Gambar 2. Instagram Kemenristekdikti bulan Juli Tahun 2017

Sumber: <https://www.instagram.com/ristekdikti/>

Sedangkan data pada gambar 2 menjelaskan bahwa jumlah followers meningkat signifikan dibandingkan bulan mei dari 18.8k menjadi 41.2k, dengan jumlah following sebanyak 17 dan 603 posts. Dengan data tersebut Instagram @ristekdikti dalam pengelolaan konten infografis pada program beasiswa PMDSU batch 3 memiliki peran penting yang diharapkan dapat berpengaruh juga kepada tingkat peminat program beasiswa PMDSU tersebut. Berikut tampilan infografis yang sudah di upload pada tanggal 5 Juni 2017 di instagram @ristekdikti pada batch 3 tahun 2017 yaitu:



Gambar 3. Infografis tahun 2017 di Instagram Kemenristekdikti

Sumber: Dokumen Kemenristekdikti, 2017

Berdasarkan video infografis yang telah diupload pada yang instagram @ristekdikti pada batch 3 tahun 2017 meliputi visual, video, suara, animasi atau informasi harus dikemas secara menarik dalam pengemasan berbagai aktivitas serta program yang ada di kemenristekdikti, seperti PMDSU sehingga informasi yang diberikan kemasyarakat, tersampaikan dengan jelas dan tepat sasaran serta tidak terkesan membosankan dan memiliki daya tarik kepada masyarakat untuk mencari lebih detail informasi tersebut.

Dari hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan informan dapat diperoleh berdasarkan fungsi – fungsi manajemen tersebut bersifat universal, di mana saja dan dalam organisasi apa saja. Semua itu tergantung dari tipe organisasi, budaya dan sumber daya manusianya. Pada penelitian ini, peneliti cenderung berpedoman pada kegiatan atau fungsi manajemen, meliputi :

Perencanaan (*planning*) pada konten infografis di instagram @ristekdikti Perencanaan yang dilakukan dalam mendukung perkembangan *social media* khususnya instagram saat ini, seperti dalam penggunaan instagram saat ini jika dibandingkan dengan channel lainnya yang konvensional seperti koran, majalah, dan media cetak. Saat ini instagram jauh efektif untuk mensosialisasikan progam dan intagram ini sendiri jauh efektif dan campaign informasi khususnya layanan progam pemerintahan. Intagram ini lebih banyak menanyakan visual,

gambar, dan berbagai video selain teks, ini ada juga infografis dan anak muda lebih cenderung melihat serta menarik, dimana infografis dapat menyampaikan informasi jelas dan singkat, pada generasi milenial khususnya mahasiswa saat ini.

Sedangkan pengorganisasian (*organizing*) pada sosialisasi program beasiswa PMDSU dengan melihat dari jumlah follower di instagram @ristekdikti dengan pengelompokan kegiatan – kegiatan pada penugasan penyediaan keperluan, wewenang untuk melaksanakan kegiatannya. Dalam suatu organisasi dituntut adanya kerja sama antara dua orang atau lebih untuk mencapai suatu tujuan secara efektif dan efisien dalam merancang struktur formal, pengelompokan dan mengatur serta membagi tugas – tugas atau pekerjaan diantara para anggota organisasi agar tujuan organisasi dapat tercapai maka perlu dipilih orang yang memiliki kemampuan dan kompetensi dalam melaksanakan tugas. Oleh karena itu, perlu memilih dan menentukan orang yang akan dipercaya atau diposisikan dalam posisi tersebut.

Sehubungan dengan hal tersebut maka perlu diperhatikan dalam hal proses pengarahan (*actuating*) pengelolaan konten infografis melalui instagram @ristekdikti dengan keinginan untuk membuat orang lain mengikuti keinginannya dengan menggunakan kekuatan pribadi atau kekuasaan jabatan secara efektif dan pada tempatnya demi kepentingan jangka panjang organisasi. Termasuk didalamnya memberitahukan orang lain, dengan tujuan adalah agar tugas – tugas dapat terselesaikan dengan baik. Fungsi pengarahan adalah suatu fungsi kepemimpinan secara maksimal serta menciptakan lingkungan kerja yang sehat, dinamis, dan lain sebagainya. Hal ini dibuktikan dengan membuat konten kreatif pada *social media* yang diharapkan dapat meningkatkan pengelolaan sosialisasi lebih baik.

Terakhir dapat dilakukan pengawasan (*controlling*) dalam pengelolaan konten infografis pada sosialisasi program beasiswa PMDSU Kemenristekdikti Pengawasan dalam kegiatan pengelolaan konten infografis pada sosialisasi program beasiswa PMDSU Kemenristekdikti. Pengawasan atau kontrol yang merupakan bagian terakhir dari fungsi manajemen dilaksanakan untuk mengetahui: apakah semua program PMDSU telah dapat berjalan sesuai dengan rencana sebelumnya dan tercapai tujuannya, apakah didalam pelaksanaan terjadi hambatan, kerugian penyalahgunaan kekuasaan dan wewenang penyimpangan dan pemborosan, untuk mencegah terjadinya kegagalan, dan untuk meningkatkan efisien dan efektifitas organisasi. Dengan adanya berbagai sudut pandang dari para informan, yang tetap memperhatikan dalam pengelolaan konten infografis agar dapat menari peminat pada program beasiswa PMDSU batch 3, maka dalam publikasi – publikasi sebagai acuan pada infografis harus memperhatikan beberapa aspek ini seperti yang disampaikan diantaranya:

- a. Statis yaitu memperhatikan dalam membuat konten agar informasi disampaikan secara sederhana dan lebih mudah dipahami
- b. Bergerak atau interaktif misalnya dengan penyampaian informasi yang sesuai target melalui visualisasi infografis atau animasi bergerak lebih dari satu tampilan serta tidak terlalu banyak teks.
- c. Video meliputi visual, video, suara, animasi atau informasi harus dikemas secara menarik.

Berdasarkan kegiatan atau fungsi manajemen, meliputi perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), pengarahan (*actuating*), dan pengawasan (*controlling*) dan hasil wawancara mendalam yang dilakukan peneliti secara umum menyimpulkan bahwa dalam konten infografis di instagram @ristekdikti menjadi media interaksi dalam penyampaian informasi yang disampaikan dari orang tertentu tanpa terbatas dan juga menjadi alat informasi paling penting untuk dikembangkan kedepannya.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Peneliti dapat menyimpulkan bahwa berdasarkan hasil penelitian melalui pengelolaan konten infografis yang meliputi Perencanaan (*Planning*), Pengorganisasian (*Organizing*), Pengarahan (*Actuating*), dan Pengawasan (*Controlling*) pada sosialisasi program beasiswa PMDSU melalui instagram @ristekdikti dan dengan memperhatikan prinsip infografis yang dapat disimpulkan sebagai berikut:

Peneliti dapat menyimpulkan bahwa hasil penelitian dan pembahasan telah memperlihatkan tingkat peminat program beasiswa PMDSU meningkat 50% dari batch 3 yang meng-*upload* konten infografis di Instagram @ristekdikti sebanyak 1.360 peminat, sedangkan pada batch 4 yang tidak meng-*upload* konten infografis di instagram @ristekdikti sebanyak 664 peminat. Serta adanya peningkatan jumlah followers pada bulan mei sebanyak 18.8k, sebelum di *upload* konten infografis yang pertama pada tanggal 5 Juni 2017, setelah diupload jumlah followers meningkat menjadi 41.2k dan jumlah tersebut terus bertambah sampai di *upload* kembali konten infografis ke dua pada tanggal 7 Desember 2017 dengan jumlah followers mencapai 97.1k pada tanggal 22 Desember 2017. Maka dalam dapat disimpulkan dengan pengelolaan konten infografis pada sosialisasi program beasiswa PMDSU melalui instagram @ristekdikti diharapkan dapat tercapainya tujuan dari program beasiswa PMDSU tersebut.

Pengelolaan konten infografis pada sosialisasi program beasiswa PMDSU melalui instagram @ristekdikti diharapkan dapat tercapainya tujuan dari program beasiswa PMDSU

tersebut. Diharapkan kedepannya sebagai acuan pada infografis dapat memperhatikan beberapa aspek ini diantaranya :

- a. Statis dengan membuat konten sederhana dan lebih mudah dipahami dengan berbagai konsep pada infografis program beasiswa PMDSU, sehingga langkah – langkah sistematis dalam mengelola serta berbagi informasi sebagai tujuan yang memanfaatkan fasilitas serta program pendidikan yang mengutamakan aspek pendidikan agar lebih efektif, sehingga dapat memudahkan masyarakat dalam mengerti ketentuan – ketentuan pada program PMDSU serta memotivasi dengan konten story salah satu penerima program beasiswa PMDSU yang diharapkan dapat memberikan hasil yang efisien serta efektif.
- b. Bergerak atau interaktif dalam penyampaian informasi yang sesuai target melalui visualisasi infografis lebih dari satu tampilan, dibuktikan kemenristekdikti melalui 2 infografis yang diupload di instagram kemenristekdikti, dengan harapan sebagai implementasi dari tujuan diadakannya program beasiswa PMDSU di Kemenristekdikti.
- c. Video meliputi visual, video, suara, animasi atau informasi harus dikemas secara menarik dalam pengemasan berbagai aktivitas serta program yang ada di kemenristekdikti, seperti PMDSU sehingga informasi yang diberikan kemasyarakat, tersampaikan dengan jelas dan tepat sasaran serta tidak terkesan membosankan dan memiliki daya tarik kepada masyarakat untuk mencari lebih detail informasi tersebut.

Sarannya diharapkan kedepannya infografis yang dibuat berupa video yang bergerak seperti visualisasi infografis lebih dari satu tampilan dengan konten sederhana dan informatif agar lebih mudah dipahami dengan berbagai konsep pada infografis program beasiswa PMDSU, sehingga langkah – langkah sistematis dalam mengelola serta berbagi informasi sebagai tujuan yang memanfaatkan fasilitas serta program pendidikan yang mengutamakan aspek pendidikan agar lebih efektif, sehingga masyarakat dalam mengerti ketentuan – ketentuan pada program PMDSU serta memotivasi dengan konten story salah satu penerima program beasiswa PMDSU yang diharapkan dapat memberikan hasil yang efisien serta efektif.

DAFTAR REFERENSI

- Ardianto, E., & Atmoko, B. D. (2012). Instagram handbook. Jakarta: Media Kita.
- Berkowski, G. (2016). Temukan rahasia dari para pengusaha aplikasi paling sukses di dunia. Tangerang: Gemilang.

- Danesi, M. (2012). Pesan, tanda, dan makna (Buku teks dasar mengenai semiotika dan teori komunikasi). Yogyakarta: Jalasutra.
- Effendy, O. U. (2005). Ilmu komunikasi teori dan praktek. Jakarta: Remaja Rosdakarya.
- Ghazali, M. (2016). Panduan menjana pendapatan dengan Facebook dan Instagram. Malaysia: Publishing House.
- Goode, W. J. (2007). Sosiologi keluarga. Jakarta: Bumi Aksara.
- Handriatmaja, D. C. (2013). Journalism dalam pemberitaan bencana di Instagram (Skripsi Sarjana Ilmu Komunikasi). Universitas Atmajaya, Yogyakarta.
- Henny, S. W., & Rumandor, A. (2014). Manajemen media massa. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Ihrom. (2004). Bunga rampai sosiologi keluarga. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2009). Teori komunikasi (Theories of human communication) (Edisi ke-9). Jakarta: Salemba Humanika.
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2016). Teori komunikasi (Ensiklopedia) (Jilid ke-2). Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- McQuail, D. (1983). Mass communication theory. London: Sage Publication.
- McQuail, D. (2011). McQuail's mass communication theory (Edisi ke-6). Jakarta: Salemba Humanika.
- Mulyana, D. (2007). Ilmu komunikasi: Suatu pengantar. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Narwoko, D., & Bagong, S. (2007). Sosiologi teks pengantar dan terapan. Jakarta: Kencana.
- Nurhadi, Z. F. (2017). Teori komunikasi kontemporer (Edisi pertama). Jakarta: Kencana.
- Nurudin. (2012). Sistem komunikasi Indonesia (Edisi cetakan ke-6). Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- O'Keefe, B. J., & Bruce, L. L. (2002). Effect of message design logic on the content and communication of situation presentation. Indiana: University of Illinois.
- Sendjojo, S. D., et al. (2009). Teori komunikasi kontemporer (Edisi ke-2). Jakarta: Universitas Terbuka.
- Severin, W. J., & Tankard, J. W. (2001). Teori komunikasi (Sejarah, metode, dan terapan di dalam media massa) (Edisi ke-5). Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Suprpto, T. (2006). Pengantar teori komunikasi. Yogyakarta: Media Pressindo.
- Suprpto, T. (2011). Pengantar ilmu komunikasi dan peran manajemen dalam komunikasi (Cetakan ke-1). Yogyakarta: PT Buku Seru.