

## ABSTRAK

Media selalu berusaha untuk memenuhi kebutuhan informasi masyarakat. Pengemasan dan pendekatan yang baik diperlukan agar pesan dapat tersampaikan dengan efektif. Salah satunya dengan cara membuat pesan dalam bentuk infografis. Melalui akun Instagram @tirtoid, Tirto.id mengunggah infografis untuk menyampaikan pesan untuk mudah diterima dengan tampilan yang menarik. Pembaca infografis sebagai pembaca secara aktif mengeinterpretasikan isi yang ada pada infografis. Interpretasi khalayak tergantung pada identitas dan pandangan yang dimiliki khalayak itu sendiri, baik secara sosial maupun budaya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis resepsi. Penelitian dimaksud untuk mengkaji Teori Resepsi dan Teori Media Baru Penulis melakukan penelitian dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara dan dokumentasi. Wawancara dilakukan kepada sepuluh pembaca infografis @tirtoid. Penelitian ini bermaksud untuk mengetahui bagaimana resepsi pembaca infografis pada *followers* @tirtoid dan penggunaan Instagram dalam konteks *new media*. Infografis pada akun Instagram @tirtoid merupakan visualisasi dari rangkuman informasi yang ada dalam portal Tirto.id. Khalayak melakukan interpretasi yang didasarkan pada ketertarikan visual, kemudahan mendapatkan informasi, dan kebaruan atau keunikan yang dimiliki infografis. Hasil interpretasi khalayak menunjukkan dua kategori pemaknaan. Terdapat sembilan khalayak yang menunjukkan kelompok *dominant-hegemonic* dan satu orang khalayak yang berada dalam *negotiated* reading. Sementara itu, Instagram dirasa cukup efektif memberikan kemudahan bagi khalayak dengan sifat interaktif.

Kata kunci : Infografis, Resepsi, Khalayak, Instagram, Tirto.id.

## **ABSTRACT**

The needed of information is fulfilled by media. Nowadays, information graphics (Infographics) has been known as a new ways that gives a visual information to the audiences. It had been used by Tirto.id. Tirto.id use Instagram to supply their infographics to the followers. It helps the followers of its accounts to read the information easily. The followers which also the part of the audiences actively interpreted the meaning of what messages that infographics has. The interpretation of infographics is based on who the audiences are. So, it depends on what audiences social's and culture's background. The method of this research is using Reception Analysis Method. This research was meant to prove Reception Theory and New Media Theory. The writer had interviewed ten followers of @tirtoid Instagram account as the source. Besides, writer also collected some related information such as literature by documenting process. The purpose of this research is to know how the audiences interpreted @tirtoid's infographics and how the use of the new media, Instagram, through audiences reading process. The research shows that @tirtoid's infographics is a visualization of the news or information that had been posted in Tirto.id news portal. The interpretation of the audiences is defined by how the infographics attracts audiences by their visualization, how the infographics makes a simple process to read an information, and how the infographics uniqueness means by the audiences. The sources interpretations divided into two categories. There are nine people as dominant-hegemonic readers and one negotiated reader. Meanwhile, Instagram is effectively used by the audiences as a mass media with an interactive ways.

Key Words: Infographics, Reception, Audience, Instagram, Tirto.id.