

***Flyer Pembelajaran Di Era Baru: Analisis Penyusunan dan Publikasi***  
***Learning Flyer in the New Era: Analysis of creation and publication***

**Jamila Lestyowati**

Balai Diklat Keuangan Yogyakarta – BPPK – Kementerian Keuangan

Jl Solo KM 11 Kalasan Sleman DIY

[jlestyowati@kemenkeu.go.id](mailto:jlestyowati@kemenkeu.go.id)

Naskah diterima tanggal 23 September 2021. Naskah direvisi tanggal 20 Oktober 2021.

Naskah disetujui tanggal 30 Oktober 2021.

**Abstrak**

Pembelajaran daring BPPK pada awal dan selama masa pandemi COVID-19 diselenggarakan melalui kegiatan Pelatihan Jarak Jauh, *E-Learning*, *Kemenkeu Corpu Open Class*, *Kemenkeu Corpu Talk* dan seminar online sebagai andalannya. Dengan beragam kelebihan yang dimilikinya, kegiatan tersebut menjadi daya tarik bagi *stakeholder* baik langsung maupun tidak langsung untuk mengikutinya karena beragam tema yang ditawarkan melalui publikasi yang menarik. BPPK menggunakan media *flyer* untuk menyebarkan informasi pembelajaran online. Melalui *flyer*, informasi kegiatan menjadi menyebar luas. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penyusunan *flyer* dan publikasinya pada layanan publik pembelajaran daring di masa pandemi COVID-19. Penelitian menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan eksplanatoris menggunakan sumber data sekunder berupa *flyer* dari media sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat *flyer* yang tidak memenuhi standar pembuatannya. Hal ini karena adanya unsur kreatifitas dari pembuat *flyer*. Publikasi *flyer* dilakukan melalui media sosial resmi yang dimiliki unit penyelenggara dan disebarluaskan oleh unit kerja lain pada BPPK. Media sosial yang sering digunakan adalah Instagram, facebook, whatsapp dan email. Walaupun memiliki beberapa kelemahan, namun publikasi kegiatan melalui *flyer* ini mampu diandalkan.

**Kata Kunci:** *Kemenkeu Corpu Open Class*; *Kemenkeu Corpu Talks*; Layanan Publik; Pembelajaran Daring; Publikasi Poster/ *Flyer*.

**Abstract**

*BPPK's online learning at the beginning and during the COVID-19 pandemic was through Distance Training, E-Learning, Ministry of Finance Corpu Open Class, Ministry of Finance Corpu Talk, and online seminars as its mainstay. With its various advantages, the activity attracts stakeholders, both directly and indirectly, to participate because of the multiple themes offered through exciting publications. BPPK uses flyer media to disseminate online learning information. Through flyers, information on activities is widely spread. This study aims to analyze the preparation of flyers and their publications on online learning public services during the COVID-19 pandemic. The study used a descriptive qualitative method*

*with an explanatory approach using secondary data sources in posters/flyers from social media. The results showed that there were flyers that did not meet the manufacturing standards. The condition is due to the creative element of the flyer maker. Publication of flyers is carried out through social media owned by the organizing unit and disseminated by other work units at the BPPK. The social media that are often used are Instagram, Facebook, WhatsApp, and email. Although it has several weaknesses, the publication of activities through this flyer is reliable.*

**Keywords:** *Ministry of Finance Corpu Open Class; Ministry of Finance Corpu Talks; Public Service; Online Learning; Publication of Posters/ Flyers.*

## **PENDAHULUAN**

Di akhir tahun 2019 dunia dibuat tersentak dengan munculnya virus baru yang berawal dari Wuhan ([BNPB, 2020](#)). Pada tanggal 30 Januari 2020 WHO telah menetapkan sebagai kedaruratan kesehatan masyarakat yang mengkhawatirkan dunia dan mengumumkan Corona Virus Diseases 2019 (COVID-19) sebagai pandemi global tanggal 11 Maret 2020 ([WHO, 2020](#)). Di Indonesia, Presiden Jokowi tanggal 2 Maret 2020 mengumumkan kasus pertama COVID-19 ([BNPB et.all, 2020](#)). COVID-19 telah berdampak masif pada berbagai bidang baik kesehatan, ekonomi pada beragam sektor ([UGM, 2020](#)), keuangan, sosial, sehingga secara sosial dan ekonomi mungkin butuh lebih dari satu dekade bagi dunia untuk pulih ([United Nations, 2020](#)). Penyebarannya yang tiba-tiba dan cepat di seluruh dunia menjadikan kurang kesiapan banyak negara ([R. Djalante, J. Lassa, D. Setiamarga, 2020](#)).

Kemenpan RB menerbitkan Surat Edaran Nomor 19 tahun 2020 tentang Penyesuaian Sistem Kerja Aparatur Sipil Negara dalam Upaya Pencegahan Penyebaran COVID-19 di Lingkungan Instansi Pemerintah tanggal 16 Maret 2020 untuk mengurangi penyebaran virus COVID-19 bagi aparat ASN di Indonesia mengingat penyebaran dan dampaknya yang sangat berbahaya. Untuk meminimalisir penyebaran COVID-19, ASN melakukan penyesuaian sistem kerja. Hal ini juga untuk memastikan pelaksanaan tugas dan fungsi instansi pemerintah dapat berjalan efektif untuk mencapai kinerja masing-masing. Salah satu tujuan penting munculnya SE tersebut adalah untuk memastikan pelaksanaan pelayanan publik di instansi pemerintah dapat berjalan efektif.

ASN dapat melaksanakan tugas kedinasan dengan bekerja di rumah/ tempat tinggalnya (*work from home*) dengan tetap ada minimal dua level pejabat struktural tertinggi untuk tetap melaksanakan tugasnya di kantor agar penyelenggaraan pemerintahan dan pelayanan kepada masyarakat tidak terhambat. Kegiatan-kegiatan rutin kantor otomatis dialihkan ke daring. Jika terdapat pertemuan penting yang harus dihadiri ASN yang sedang WFH, maka ASN

dapat mengikuti acara tersebut melalui sarana *teleconference* dan/atau *video conference* dengan memanfaatkan sistem informasi dan komunikasi maupun media elektronik.

Jika ada kegiatan penyelenggaraan tatap muka yang menghadirkan banyak peserta, SE Menpan menyebutkan agar kegiatan tersebut ditunda atau dibatalkan. Demikian juga yang terjadi di dunia pendidikan, Mendikbud mengarahkan proses belajar dilaksanakan di rumah melalui pembelajaran daring/jarak jauh dengan memberikan pengalaman belajar yang bermakna bagi siswa. Belajar di rumah dapat difokuskan pada pendidikan kecakapan hidup antara lain mengenai pandemi COVID-19 (Surat Edaran Nomor 4 Tahun 2020 Tentang Pelaksanaan Kebijakan Pendidikan Dalam Masa Darurat Penyebaran COVID-19).

Pembelajaran melalui daring memerlukan koordinasi dari banyak pihak. Jika sinergi dan koordinasi antar elemen gagal dalam merespon ancaman pandemi, maka akan dibayar dengan krisis kemanusiaan ([McConnell, 2011](#)). Banyak layanan masyarakat yang mengalami hambatan pada masa pandemi COVID-19, hal ini membawa tantangan signifikan untuk semua layanan termasuk kesehatan, sebagaimana disebutkan oleh [Carter et al. \(2020\)](#) karena akses untuk menambah dan memperluas layanan sulit terutama negara berpenghasilan rendah hingga menengah.

Pelayanan publik berada pada semua ranah kebutuhan manusia. Setiap manusia memerlukan barang/ jasa dalam kehidupan sehari-hari. Kebutuhan tersebut menjadi bagian dari aspek pelayanan publik yang disediakan oleh penyedia barang/jasa publik. Salah satu layanan publik bidang pelatihan yang dilaksanakan oleh lembaga pelatihan pada masa pandemi COVID-19 adalah pembelajaran online. Kegiatan ini dilaksanakan secara masif dengan durasi singkat. Berbeda dengan pelatihan pada umumnya yang memerlukan waktu pelaksanaan beberapa hari, kegiatan singkat ini hanya memerlukan waktu beberapa hari atau jam saja. Fokus pada penelitian ini adalah pada pembelajaran online dengan durasi beberapa jam.

Penelitian Mimoumi menyimpulkan bahwa penggunaan *flyer* meningkatkan kualitas persepsi konsumen yang berakibat kunjungan ke toko dan membeli produk meningkat ([Mimouni Chaabane et al., 2010](#)). Penggunaan media visual berupa brosur sekolah berpengaruh dan efektif memberikan informasi dan promosi sehingga sekolah dapat memenuhi target pendaftaran siswa baru ([Febriyanto et al., 2017](#)).

Penyebarluasan informasi mengenai pembelajaran online BPPK menggunakan pengumuman berupa infografis poster/*flyer* yang berisi informasi mengenai penyelenggaraan kegiatan. Penelitian sebelumnya menyebutkan bahwa *flyer* memiliki banyak manfaat untuk menyebarluaskan informasi kepada pihak lain. BPPK sebagai lembaga pelatihan di Kementerian Keuangan yang memiliki beragam kegiatan yang berupa pembelajaran online ini memanfaatkan penggunaan *flyer* juga. Dengan nama kegiatan yang berbeda-beda, aktivitas ini dilakukan secara masif baik dengan peserta yang berasal dari internal maupun eksternal.

*Flyer*/poster yang dibuat merupakan bagian dari infografis yaitu visualisasi data, gagasan, informasi atau pengetahuan melalui grafik, bagan, jadwal, dan lainnya agar data, gagasan, informasi atau pengetahuan tersebut dapat ditampilkan lebih dari sekedar teks dan mempunyai efek visual yang kuat dan lebih menarik ([Resnatika et al., 2018](#)). [Barnes \(2017\)](#) menyebutkan bahwa “*An infographic is a graphical composition that consists of data visualizations, headlines and secondary typography, and imagery that provides a visual explanation of newsworthy phenomena such that a general audience can come to a robust understanding and interpretation of the phenomena.*”

[Renuka & Pushpanjali \(2013\)](#) menyoroti penggunaan font dengan cara memilih font yang mudah dibaca. Font *stylized* dan yang sulit dibaca sebaiknya tidak digunakan. Untuk font dengan huruf/angka yang mirip, seperti “I”, “L” dan “1” dapat dengan mudah dibedakan satu sama lain. Demikian juga dengan penggunaan warna. Jenis warna yang berbeda adalah salah satu cara membuat informasi penting dapat dikenali dengan jelas. Sebagai aturan umum, teks gelap seharusnya dicetak pada latar belakang yang terang. Tipe terbalik (teks terang pada latar belakang gelap) bisa dianggap menyoroti peringatan tertentu.

Penyusunan *flyer* dan penyebarluasannya menjadi topik yang relevan untuk dibahas, namun penelitian mengenai *flyer* pada pembelajaran online belum banyak dibahas. Oleh karena itu penelitian ini perlu dilakukan untuk menjadi sumber pengetahuan. Rumusan masalah pada penelitian ini adalah : (1) Bagaimana pembuatan poster/*flyer* informasi pembelajaran daring di BPPK? (2) Bagaimana publikasi/pola komunikasi poster/*flyer* kepada pengguna layanan?

## **LANDASAN TEORI**

### **Komunikasi Publik Era Digital**

Pengelolaan komunikasi publik pemerintah diatur pada Instruksi Presiden (Inpres) Nomor 9 Tahun 2015 tentang Pengelolaan Komunikasi Publik ([Pemerintah RI, 2015](#)). Komunikasi publik merupakan instrumen untuk menyebarkan kebijakan publik. Implementasi kebijakan berpatokan pada sumber daya, dan mekanisme yang berhubungan dengan program kebijakan ([Mthethwa, 2012](#)).

Beragam saluran komunikasi digunakan untuk menyampaikan informasi publik secara tepat, cepat, obyektif, berkualitas baik, berwawasan nasional, dan mudah dimengerti terkait dengan kebijakan dan program pemerintah ([Pemerintah RI, 2015](#)). Konsep dialog digunakan untuk mempelajari komunikasi antara organisasi dan publik serta manajemen hubungan antara keduanya dengan platform berbasis TIK ([Ao & Huang, 2020](#)).

Diperlukan pusat informasi untuk memberikan informasi yang tepat baik substansi informasinya maupun waktunya. Humas Pemerintah menjalankan fungsi dalam mengelola komunikasi publik untuk penyampaian informasi tentang kebijakan dan program pemerintah ([Ramadani, 2019](#)). Efektivitas komunikasi publik merupakan bagian penting upaya memberikan informasi yang akurat, menumbuhkan kepercayaan dan rasa aman kepada publik terutama pada situasi krisis ([UGM, 2020](#)).

Pada komunikasi publik, seringkali terdapat gangguan yang berakibat kesalahpahaman baik pada internal pemerintah maupun ketika berhadapan dengan masyarakat ([BEM Unpad, 2020](#)). Penggunaan media yang digunakan untuk menyampaikan informasi publik sangat beragam. Sasaran masyarakat dapat dijangkau melalui berbagai saluran, baik melalui media sosial, media mainstream, maupun melalui jaringan komunikasi yang telah terbentuk ([KSP, 2020](#)). Melalui sosial media, seseorang dapat segera menyampaikan pesannya kepada milyaran orang ([Hurk, 2013](#)).

### **Pembelajaran**

Pembelajaran merupakan aktivitas reflektif yang memungkinkan pemelajar memanfaatkan pengalaman sebelumnya untuk memahami dan mengevaluasi saat ini, untuk membentuk tindakan di masa depan dan merumuskan pengetahuan baru ([Watkins, 2018](#)). Sedangkan ([Lachman, 1997](#)) menyebutkan belajar adalah perubahan tingkah laku yang relatif permanen yang dibawa melalui latihan atau pengalaman. Namun, (a) pembelajaran sebagai suatu proses harus diidentifikasi dan dibedakan dari hasil perilaku atau produk dari proses itu; (b)

belajar tidak serta merta menghasilkan perubahan perilaku—perilaku mungkin tetap relatif tidak berubah sementara ada perubahan dalam keefektifan rangsangan yang memunculkannya. [De Houwer et al. \(2013\)](#) menjelaskan “*learning as a change in behavior that is due to experience*”. Pembelajaran dimaknai sebagai kegiatan aktif pembelajaran untuk membangun makna atau pemahaman, sehingga tanggung jawab belajar ada pada pemelajar itu sendiri.

Aktivitas proses pembelajaran ditandai dengan adanya interaksi edukatif. Interaksi yang memahmai tujuan, berakar secara metodologis dari pihak pendidik dan kegiatan belajar secara pedagogis pada diri peserta didik, berproses secara sistematis melalui tahap rancangan, pelaksanaan, dan evaluasi ([Hanafy, 2014](#)). [Suyono dan Hariyanto \(2017\)](#) mendefinisikan belajar adalah suatu aktivitas atau proses untuk memperoleh pengetahuan, meningkatkan keterampilan, memperbaiki perilaku, sikap, dan mengokohkan kepribadian.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi sedemikian pesat dalam berbagai bidang. Fase revolusi industri 4.0 dengan perkembangannya seperti itu, membuat teknologi informasi yang dulu hanya menjadi *supporting unit*, kini menjadi *core unit*. Agar tetap kompetitif, banyak institusi berlomba-lomba melakukan transformasi digital dengan mengadopsi teknologi terkini. Perubahan itu bukan hanya pada paradigma semata namun harus diikuti oleh perubahan teknis, adaptasi, *change management*, dan tantangan proses bisnis.

Pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi bidang pembelajaran dan pelatihan tidak dapat dihindari. Hal ini menyebabkan terjadi perubahan mendasar dan beragam penyesuaian dalam proses pembelajaran. [Daryanto dan Karim \(2017\)](#) menyebutkan karyawan abad 21 harus menjadi pemelajar sepanjang hayat sehingga memiliki kemampuan beradaptasi. Pembelajaran melalui jarak jauh menggunakan suatu media yang memungkinkan terjadi interaksi antara pengajar dan pemelajar.

[Fleaca & Stanciu, \(2019\)](#) melakukan penelitian pada mahasiswa teknik dari universitas teknik di Rumania, menambahkan bahwa pembelajaran digital memiliki potensi besar yang belum dimanfaatkan untuk meningkatkan pendidikan. [López \(2010\)](#) pada penelitian di sebuah sekolah di Texas Tengah menyimpulkan bahwa *Digital Learning Classroom* secara signifikan dapat meningkatkan performa untuk siswa melalui ruang

pembelajaran digital. Siswa mampu meningkatkan keberhasilan akademik dalam matematika dan membaca.

Ruang lingkup pelayanan publik terdiri dari pelayanan barang dan jasa publik serta pelayanan administratif, meliputi pendidikan, pengajaran, pekerjaan dan usaha, tempat tinggal, komunikasi dan informasi, lingkungan hidup, kesehatan, jaminan sosial, energi, perbankan, perhubungan, sumber daya alam, pariwisata, dan sektor strategis lainnya (RI, 2009).

Pelatihan yang selama ini dilakukan secara klasikal kemudian mengalami pengalihan proses pembelajaran melalui pembelajaran jarak jauh (*distance learning*) menggunakan aplikasi pengelolaan pembelajaran dengan pemanfaatan TI, misalnya PKN, PKA, PKP, Latsar (SE LAN 10/ 2020) ([LAN, 2020b](#)). Belajar daring (*online*) dapat menggunakan teknologi digital seperti *google classroom*, rumah belajar, *zoom*, *video converence*, telepon atau *live chat* dan lainnya. Pembelajaran daring merupakan pembelajaran yang memanfaatkan teknologi, dimana peserta diberikan beberapa tugas dan kegiatan yang merujuk pada pengambilan keputusan.

### **Infografis**

Infografis merupakan visualisasi dari informasi yang menggabungkan data, formula dan gambar merumuskan ide spesifik untuk disampaikan ([Sudakov et al., 2016](#)), perwujudan visual dari informasi, data atau pengetahuan untuk menyampaikan informasi lebih cepat dan jelas ([Arroyo, 2013](#)) dan mengandung gambar dikombinasikan dengan pengetahuan didesain dengan cara untuk komunikasi lebih efisien kepada audiens ([Smiciklas, 2012](#)).

Infografis merupakan salah satu elemen visual penting pada dunia komunikasi ([Adhrianti, 2018](#)) dan sebagai media promosi memiliki peran untuk mengajak audiens ([Resnatika et al., 2018](#)). *Flyer/poster* kegiatan merupakan salah satu bentuk infografis atau grafik informasi. Infografis digunakan agar mempermudah pembaca memahami narasi sebuah berita, teknik menyajikan informasi secara visual/grafis, sehingga mudah dipahami oleh pembaca ([Saptodewo, 2014](#)). Infografis merupakan bidang dengan perkembangan pesat pada media massa dibuat desainer dengan mengombinasikan informasi dari ranah berita atau teks ke piranti lunak komputer dengan tujuan untuk menjelaskan berita/naskah yang tidak dapat disampaikan melalui teks. Representasi visual dari poster ini mempunyai kekuatan menarik perhatian secara langsung dan memiliki karakter persuasi visual yang besar dalam tampilan. Hal ini diperjelas oleh [Dunlap & Lowenthal \(2016\)](#) bahwa orang



belajar dan mengingat dengan lebih efisien dan efektif melalui penggunaan teks dan visual daripada melalui teks saja. Infografis mampu memberikan hasil maksimal.

Membuat infografis sendiri adalah percampuran antara skill desain, analisis informasi, dan storytelling ([Adhrianti, 2018](#)). *Desainer infographic* memiliki alur kerja, yang meliputi diskusi kegiatan, informasi dan pengumpulan data, penentuan konten, penyediaan narasi, desain informasi visualisasi, dan publikasi infografis ([Miftah et al., 2016](#)). Sebagaimana disitir oleh [Barnes \(2017\)](#) “*creating visualizations and subsequently producing an infographic requires making sense of a phenomenon and the data associated with it. Graphics editors and visual journalists act as sensemakers for general audiences*”.

[Listya \(2018\)](#) menyebutkan penggunaan warna penting pada media infografis karena mampu menciptakan keberbedaan antar konten dan kategori, menciptakan kesatuan, memberikan pendalaman pada konten tertentu yang ingin ditonjolkan, dan menciptakan kontras antara gambar dengan latar belakang sehingga pesan dalam infografis dapat dengan mudah dipahami oleh target sasaran. Ada infografis yang bagus namun susah untuk dipahami, sehingga berdampak pesan dalam infografis tak terkomunikasikan dengan baik dan efektif. Peranan gaya komunikasi verbal seperti misalnya pilihan kata yang digunakan dalam infografis perlu menjadi perhatian dan dinarasikan sesuai kelompok audiens yang dituju.

Setidaknya ada tiga elemen infografis menurut [Kurniasih \(2017\)](#), yaitu :

- a. Material, berupa data, informasi atau *knowledge* yang akan menjadi muatan atau materi dalam infografis. Tanpa materi berupa data, informasi atau pengetahuan, infografis tidak akan bisa dibuat.
- b. Kreator berupa perangkat lunak (*software*) yang akan berkontribusi pada pembuatan infografis.
- c. Elemen visual berupa koding warna, ikon, dan grafis yang akan dipakai dalam infografis. Elemen visual ini harus sesuai dengan tujuan, isi, dan target audien dari dibuatnya infografis ini ([Kurniasih, 2017](#)).

Di sisi lain, [Schoffelen et al. \(2015\)](#) menyebut tiga aspek utama keterbacaan visual adalah melibatkan orang untuk berinteraksi dengan visualisasi masalah yang kompleks, mendukung akal sehat dan mendorong refleksi.



### **Flyer dan Institusi**

[Terabe et al. \(2020\)](#) meneliti dua kelompok orang yang menerima *flyer* dengan design berbeda yaitu design biasa dan design infografik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa selebaran infografis dapat meningkatkan kesadaran lebih dari *flyer* biasa. Penggunaan *flyer* pada toko meningkatkan kualitas persepsi konsumen yang berdampak positif pada niat untuk berkunjung ke toko dan membeli ([Mimouni Chaabane et al., 2010](#)), membuat produk unggulan di *flyer* toko menunjukkan penjualan 85 persen lebih tinggi dalam jangka pendek, dan efek jangka panjang 109 persen ([Boto-García & Alvarez, 2020](#)), dapat memangkas biaya promosi dan meningkatkan keuntungan penjualan ([Gázquez-Abad & Martínez-López, 2016](#)). ([Prediger et al., 2019](#)) menyimpulkan *flyer* toko masih menjadi salah satu alat komunikasi pemasaran terpenting yang digunakan oleh pengecer untuk mempromosikan produk baru, mengumumkan toko baru, dan mengomunikasikan penawaran khusus.

Pada institusi pemerintahan, infografis mampu membuat isu pemerintah dapat dikomunikasikan secara lebih menarik dan dianggap mampu menunjang reputasi ([Adhrianti, 2018](#)). Reputasi pemerintah dapat terbentuk melalui upaya komunikasi dengan menggunakan publikasi infografis yang terencana.

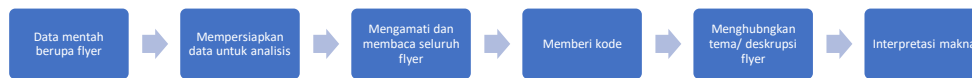
### **METODOLOGI**

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan eksplanatori untuk menjelaskan peristiwa penyusunan dan publikasi *flyer* kegiatan pembelajaran online. Sumber data yang digunakan adalah data sekunder yang berasal dari pengamatan pada publikasi berupa *flyer* online learning pada BPPK.

Teknik pengumpulan data melalui teknik observasi tidak berstruktur dan terseleksi ([Sugiyono, 2017](#)) karena tidak dipersiapkan secara sistematis tentang apa yang akan diobservasi. Peneliti mengamati *flyer* yang dishare pada media sosial yaitu grup whatsapp, telegram, facebook dan instagram BPPK Kemenkeu dan unit-unit di bawahnya. Instrumen penelitian adalah peneliti itu sendiri ([Sugiyono, 2017](#)). Sebagai *human instrument*, peneliti menetapkan fokus penelitian, melakukan pengumpulan data, menilai kualitas data, analisis data, menafsirkan data dan membuat kesimpulan.

Metode analisis yang digunakan adalah deskriptif dengan mengamati *flyer* atau infografis yang didapat. Analisis dilakukan dengan empat tahap, antara lain: 1) pengumpulan data; 2) reduksi data; 3) display data dan 4) kesimpulan. Analisis data dilakukan secara

interaktif dan berlangsung terus menerus sampai tuntas dengan menggunakan langkah sebagai berikut ([Sugiyono, 2017](#)).



Sumber: Data diolah

## HASIL DAN PEMBAHASAN

BPPK merupakan salah satu unit Eselon I di Kemenkeu yang mempunyai tugas melaksanakan pendidikan dan pelatihan bidang keuangan negara (PMK 184/PMK.01/2010 tentang Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Keuangan). BPPK menyelenggarakan fungsi diantaranya penyusunan kebijakan teknis, rencana dan program dan pelaksanaan pendidikan dan pelatihan bidang keuangan negara.

Seiring dengan kebutuhan untuk tetap melaksanakan tugas dan fungsi agar layanan publik tetap berjalan, maka langkah kreatif dan inovatif harus dilakukan. BPPK juga beradaptasi dengan kondisi pandemi dengan cara menyelenggarakan kegiatan yang lebih singkat durasinya, selain melaksanakan pelatihan yang sudah rutin dilaksanakan selama ini. Hal ini agar tetap dapat melakukan pelayanan kepada stakeholder.

Kegiatan BPPK melalui unit-unit yang ada di bawahnya menjadi bervariasi dan menyesuaikan dengan kondisi pada masa pandemi. Pembelajaran melalui *e-learning* dan *blended learning* yang selama ini sudah berjalan tetap dilaksanakan sesuai rencana. Penyelenggaraan pelatihan dilakukan dengan menerapkan standard dan protokol kewaspadaan pencegahan COVID-19, melakukan penjadwalan dan beberapa diskresi untuk pelatihan (Surat Edaran Kepala LAN Nomor 7/K.1/HKM.02.3/2020) ([LAN, 2020a](#)).

Untuk dapat menyebarluaskan pembelajaran singkat melalui daring maka BPPK membuat poster/ *flyer* yang dibagikan secara luas melalui beragam media. Poster dibuat oleh panitia kegiatan dengan menggunakan beberapa aplikasi yang berbeda. Tidak ada ketentuan harus menggunakan aplikasi tertentu. Berdasarkan wawancara dengan pembuat poster di BDK Yogyakarta, pembuatan poster menggunakan aplikasi *photoshop*, sedangkan di BDK Makasar menggunakan aplikasi *corel draw*. Selain itu, penggunaan aplikasi lain juga pernah dilakukan, misalnya *canva*.

Poster dibuat paling lambat seminggu sebelum kegiatan dimulai setelah sebelumnya berkoordinasi dengan PIC kegiatan. Proses pembuatan poster bisa berlangsung selama lima belas menit, beberapa jam bahkan sampai dengan beberapa hari. Menurut responden, pembuatan poster ini bisa sangat singkat jika sudah memiliki ide mengenai tata letak dan kontennya. Namun bisa juga sampai beberapa hari, hingga siap tayang. Hal ini karena terjadi perubahan konten *flyer* sehingga harus direvisi beberapa kali. Perubahan konten *flyer* terjadi karena ada perubahan tanggal pelaksanaan, narasumber/host, moderator, waktu, platform yang digunakan dan perubahan.

Penelitian [de Haan et al. \(2018\)](#) menunjukkan bahwa minat, topik tertentu dan desain visual berperan dalam niat untuk menggunakan visualisasi yang memengaruhi apresiasi. Orang meyakini bahwa visual indah dan menarik juga mencatat bahwa visual itu mudah dipahami. Maka membuat poster tidak semata memperhatikan temanya, namun juga penggunaan visualnya.

Oleh karena itu berdasarkan wawancara dengan pembuat *flyer*, unsur-unsur poster sebagai infografis akan memudahkan orang untuk memahami informasi kegiatan KCT, KC *Open Class*, dan lain-lain. Di BPPK, tidak ada ketentuan baku mengenai teknis pembuatan poster kegiatan, namun bagian teknologi komunikasi dan informasi menetapkan standar pembuatan poster, sebagai berikut.



### Standar Poster

1. Logo Kemenkeu Corpu Talk dan Kemenkeu Corpu
2. Judul/Tema Acara
3. Unit penyelenggara acara dan unit yang berkolaborasi
4. Foto, peran, nama lengkap, dan jabatan untuk Keynote/Opening Speech, Moderator, Narasumber, Host
5. Memuat informasi Hari, tanggal bulan tahun dan waktu mulai dan selesai + keterangan WIB/WITA/WIT
6. Memuat di mana acara disiarkan, misal YouTube BPPK Kemenkeu RI dll.
7. Ikon/tulisan "Live" atau tulisan "Disiarkan secara langsung"
8. Link pendaftaran atau contact person
9. Terdapat informasi Gratis, untuk Umum, dan mendapat e-sertifikat
10. Menggunakan Watermark **Kemenkeu Corpu Talk** kiri atas, **#BelajarTanpaBatas** kiri bawah

**Ketentuan Warna** Maksimal 3 Warna  
**Ketentuan Font** Menggunakan font jenis Sans Serif dan jika memang dibutuhkan lebih dari 1 font, maksimal 2 font saja.  
**Ketentuan File Format** jpg atau png rasio 4:5 portrait (1080 x 1350 px)

Sumber: BPPK

Gambar 1. Standar Poster

Poster harus memuat hal-hal berikut yaitu (1) logo Kemenkeu Corpu di kanan atas, (2) logo dan tulisan *Kemenkeu Corpu Talk* (hanya untuk poster *Kemenkeu Corpu Talk*), (3)

tulisan Kemenkeu *Corpu Open Class* untuk program Kemenkeu *Corpu Class*, (4) Judul/Tema Acara, (5) unit penyelenggara acara dan unit yang diajak Kerjasama, (6) foto, peran, nama lengkap, dan jabatan untuk *Keynote/Opening Speech*, Moderator, Narasumber, dan Host (jika menggunakan host), (7) informasi hari, tanggal, bulan, tahun dan waktu mulai dan selesai dengan keterangan WIB/WITA/WIT, (8) informasi dimana acara disiarkan, misal *YouTube* BPPK Kemenkeu RI, BDK Malang, IG dll., (9) logo atau tulisan "*Live*" atau tulisan "Disiarkan secara langsung", (10) link pendaftaran atau *contact person* untuk informasi lebih lanjut, (11) informasi Gratis, untuk Umum, dan mendapat *e*-sertifikat, (12) jumlah peserta yang bisa bergabung langsung misalkan menggunakan *zoom* dalam program tersebut, (12) dapat diberikan tambahan gambar ilustrasi (opsional), dan (13) dapat mencantumkan alamat medsos unit penyelenggara kegiatan di bawah.

Ketentuan warna poster adalah perpaduan satu warna utama dan dua atau tiga warna netral. Misalnya kuning sebagai warna utama (diambil/*eyedropper* dari kuning di logo), hitam, abu, putih. Sedangkan ketentuan *font* adalah menggunakan *font* jenis *Sans Serif* dan jika memang dibutuhkan lebih dari satu *font*, maksimal dua *font* saja, misalnya *font Sans serif: AmsiPro, Bebas Neue, Quicksand*, dan lain-lain. Adapun ketentuan filenya adalah format *jpg* atau *png*, rasio 4:5 *potrait*, dan minimal 1080 x 1350 *pixel*.

Dengan standar atau pedoman tersebut, diharapkan poster yang dibuat mampu menarik perhatian pengguna sehingga memiliki motivasi untuk mendaftar dan mengikuti kegiatan. Oleh karena itu, setiap penyelenggara kegiatan harus mengikuti standar tersebut.

Penulis mengumpulkan contoh poster dari beberapa kegiatan sebanyak 20 poster, yaitu KCT 3 poster, *Open class* 14 poster, seminar *online* 1 dan lainnya 1 poster. Dari data mentah tersebut kemudian dilakukan reduksi dan mengambil beberapa untuk dijadikan data analisis, yaitu Kemenkeu *Corpu Talk: Tema WTP*, Webinar Pusdiklat Bea Cukai, Kemenkeu *Corpu Open Class Host by BDK Manado*, BDK Medan, BDK Pontianak, BDK Yogyakarta dan lainnya.

Data ini mewakili tujuh poster yang dianalisis untuk simplifikasi penelitian. Penulis kemudian mengamati poster tersebut dan memberi kode untuk poster KCT dengan 1, webinar 2, *Open class* 3 dan lainnya kode 4. Poster dengan kode 1,2, dan 3 dianalisis dengan standar poster BPPK dan 4 dianalisis bebas. Langkah berikutnya yaitu menghubungkan poster dengan tema kegiatan dan terakhir interpretasi hasil.

Tujuh contoh poster yang digunakan untuk memberi informasi kegiatan sebagai berikut.

Tabel 1. Analisis Poster

Judul/ Tema Poster	Screen shoot poster	Pembuat	Keterangan
Kemenkeu <i>Corpu Talk</i> : Tema WTP		Pusdiklat AP dan DJPb	Mengikuti standar poster BPPK
Webinar		Pusdiklat Bea Cukai, DJBC dan <i>Douane Belastingdienst</i>	Mengikuti standar poster BPPK
Kemenkeu <i>Corpu Open Class</i> Host by BDK Manado		BDK Manado	Desain Kreatifitas BDK
Kemenkeu <i>Corpu Open Class</i> Host by BDK Medan		BDK Medan	Mengikuti standar poster BPPK
Kemenkeu <i>Corpu Open Class</i> Host by BDK Pontianak		BDK Pontianak	Desain Kreatifitas BDK
Kemenkeu <i>Corpu Open Class</i> Host by BDK Yogyakarta		BDK Yogyakarta	Mengikuti standar poster BPPK

Lainnya		BDK Cimahi	Desain BDK Kreatifitas
---------	---	------------	---------------------------

Sumber : data diolah

Dari tujuh contoh poster kegiatan pembelajaran *online* tersebut dapat dilihat penggunaan warna bervariasi. Sebagian besar menggunakan warna utama biru, dengan tambahan warna lain, misalnya kuning, coklat, merah. Beberapa poster menggunakan warna utama lain, misalnya kuning, ungu dengan perpaduan warna lain. Menurut hasil wawancara dengan pembuat poster, harus ada perpaduan warna yang tepat untuk warna *flyer*. Warna yang sering digunakan adalah biru, kuning, hitam, merah dan gradasinya. Hasil penelitian memperkuat hasil penelitian [Listya \(2018\)](#) bahwa warna memiliki peran yang berpengaruh pada penilaian konseptual terkait siapa target audiensnya, apa konten dan topiknya, dan apa identitas dan kesan yang ingin disampaikan dalam perancangan media infografis. Penggunaan warna juga cukup vital dalam media infografis meliputi melahirkan keberbedaan antar kategori dan konten, memberikan penajaman pada konten tertentu yang ingin ditonjolkan, menciptakan kesatuan, dan menciptakan kontras antara gambar dengan latar belakang sehingga pesan infografis dengan gampang dipahami oleh target audiens. Pemilihan kombinasi warna yang baik akan memberi efek yang juga baik. Tidak ada pola yang sama antar unit di BPPK untuk komposisi warna, namun dominan warna biru. Hal ini identik dengan warna khas Kemenkeu yaitu biru.

Poster menampilkan logo dan tulisan Kemenkeu *Corpu*, tema acara, penyelenggara dan unit yang berkolaborasi, foto, peran, nama dan jabatan dari *host*, moderator, narasumber, waktu, *platform* yang digunakan, tulisan *live* atau disiarkan secara langsung, *contact person* link pendaftaran, informasi gratis dan *e-sertifikat*.

Penggunaan jenis huruf juga bervariasi, namun secara umum menggunakan huruf *sans serif*. Poster memiliki informasi yang lengkap mengenai kegiatan, namun tidak semuanya memiliki informasi jumlah kuota *zoom*.

Standar poster kegiatan berlaku untuk kegiatan KCT, KC *open class* yang dilakukan oleh semua unit di BPPK. Ada unit yang memiliki kreatifitas untuk melakukan kegiatan diluar kegiatan tersebut, misalnya BDK Cimahi membaut kegiatan Cimahi Menyapa yang



dilakukan di luar jam kerja. Poster kegiatan pun murni kreatifitas penyelenggara dan tidak berdasarkan standar poster BPPK.

Informasi yang ditampilkan melalui gambar lebih baik disandingkan dengan teks. Hal ini sesuai dengan penelitian sebelumnya. Orang akan jauh lebih cepat merespon informasi yang disampaikan dengan gambar secara serempak oleh otak, sedangkan informasi yang disampaikan dengan teks akan diproses secara *linear* (Listya, 2018). Warna berperan penting untuk komprehensi, daya tarik, dan retensi. Aspek komprehensi (memahami) dan retensi (mengingat) dapat dicapai dengan penggunaan warna-warna yang sesuai dengan aslinya, kombinasi warna kontras, warna yang membedakan satu hal dengan yang lainnya, maupun warna yang menekankan pada bagian tertentu (Listya, 2018). Pemilihan kombinasi warna yang pas akan memberi efek yang juga baik.

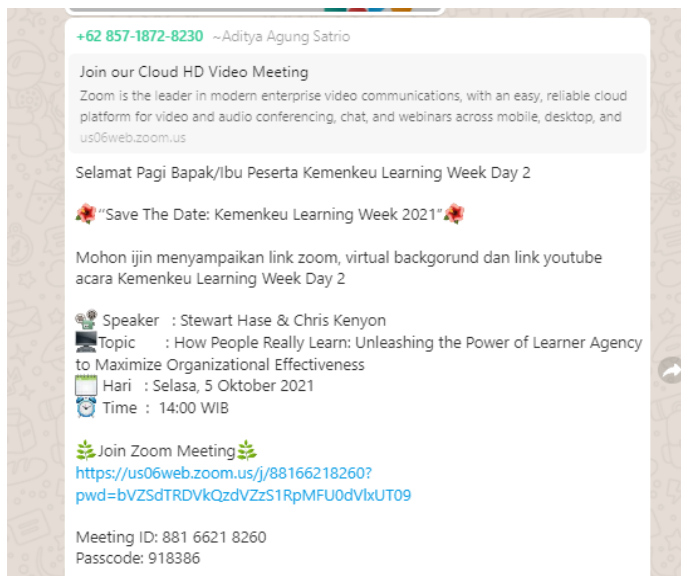
Terdapat logo Kemenkeu *Corpu* pada *flyer* KCT dan Kemenkeu *Open Class*. Untuk kegiatan lainnya yang digagas oleh unit, ada yang tidak mencantumkan logo Kemenkeu *Corpu*. Hal ini merupakan kreatifitas unit, contohnya yaitu BDK Cimahi karena penyelenggaraan acara melalui *live* instagram dan tidak dilakukan pada jam kerja. Terdapat unsur - unsur yang terdapat pada *flyer* yaitu nama kegiatan, tanggal pelaksanaan, *platform* pembelajaran yang digunakan, narsum. host/ moderator, tema kegiatan, *contact person*, link registrasi

Poster merupakan bagian dari bentuk pelayanan publik oleh pemerintah yang secara langsung memberikan pelayanan kepada masyarakat. Dari responden yang peneliti tanyakan, poster yang dibuat oleh PIC kegiatan menarik, bagus dan membuat orang mengikutinya. Hal ini berarti terdapat kepuasan yang diterima oleh penerima layanan berdasarkan harapan dan kebutuhan mereka, sebagai bagian dari pemenuhan kebutuhan pelayanan ([Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2009](#)) ([Pemerintah, 2009](#)).

Setiap pelaksana kegiatan KCT, KC *Open Class*, seminar *online* dan lain-lain ini dilakukan dalam rangka memberi pelayanan pembelajaran kepada peserta dengan menerapkan perilaku pelaksana pelayanan publik. Hal ini dapat dilihat melalui poster yang dibuat telah memenuhi perilaku pelayanan dalam menyelenggarakan pelayanan publik yaitu tidak memberikan informasi yang salah atau menyesatkan dalam menanggapi permintaan informasi serta proaktif dalam memenuhi kepentingan masyarakat dan tidak menyimpang dari prosedur. (Pasal 34 Undang-Undang No. 25 tahun 2009) (Pemerintah, 2009).



Selain informasi melalui poster, publikasi kegiatan juga dilakukan melalui narasi yang dikirim melalui *whatsapp* atau *email* yang terdaftar pada *link* pendaftaran. Hal ini untuk mengingatkan peserta mengenai penyelenggaraan kegiatan. Contoh informasi melalui *email* adalah sebagai berikut.



Sumber : dokumen pribadi

Gambar 2. Informasi Kegiatan

Menurut Meisa Diningrat (2019) agar kegiatan *online* seperti ini berhasil, maka perlu perencanaan yang tepat dan terarah, sehingga terciptalah lingkungan belajar efektif, terstruktur, terarah, dan memiliki tujuan yang jelas. Hal ini termasuk perencanaan melalui *platform* apa kegiatan dilaksanakan. Radenković et al. (2011) menambahkan *platform* tersebut merupakan bagian dari media komunikasi *online* dalam aktivitas belajar, seperti mengirim dan mengakses materi belajar yang dimediasi oleh portal *web* karena unsur utama pada kegiatan *online* adalah jaringan *internet* dan portal *web*, sebagai kerangka desain pembelajaran terpadu dalam pembelajaran *online* untuk kemudahan bagi narasumber dan memudahkan peserta dalam membangun pengetahuannya dan berinteraksi (Meisa Diningrat, 2019).

Pembelajaran *online* melalui kegiatan yang durasinya singkat menjadi kegiatan andalan oleh banyak lembaga pelatihan termasuk BPPK. Selama ini *e-learning* maupun *blended learning* di Kemenkeu menggunakan *platform* Kemenkeu Learning Center (KLC) sebagai bentuk *Learning Management System* (LMS) pembelajaran.

## **KESIMPULAN**

Kemenkeu *Corpu Talk*, *Kemenkeu Corpu Open Class*, seminar *online*, dan kegiatan serupa yang membutuhkan waktu 2 – 3 jam dilaksanakan oleh semua unit di BPPK, baik pusdiklat maupun Balai Diklat Keuangan. Untuk dapat menyebarluaskan informasi mengenai kegiatan tersebut, maka dibuat poster/ *flyer* kegiatan. Poster dibuat berdasarkan pada standar poster yang dibuat oleh Sekretariat BPPK.

Dari semua data poster yang dianalisis, belum semua sesuai dengan standar tersebut. Hal ini karena ada unsur kreatifitas dari pembuat poster, dan ketentuan standar poster dikeluarkan belakangan saat poster sebelumnya sudah ada. Pembuatan poster dilakukan oleh PIC kegiatan atau orang lain yang lebih kompeten dan memahami desain grafis. Aplikasi yang digunakan beragam, misalnya *photoshop*, *corel draw*, dan *canva*. Petugas pembuat poster memerlukan waktu mulai 15 menit sampai beberapa hari tergantung dari *mood* saat membuatnya. Kegiatan yang memerlukan waktu lama adalah mencari ide mengenai konten yang akan dibuat dan pengaturan tata letak. Publikasi poster dilakukan dengan memposting poster tersebut pada media sosial yang dimiliki satker misalnya *facebook*, *instagram*, *grup whatsapp* Selain itu juga melalui *email* resmi @kemenkeu.go.id.

Poster merupakan wajah institusi sebagai bagian dari kehumasan. Oleh karena itu, pembuatan poster yang baik, menarik, dan informatif menjadi keharusan. Pembuat poster dapat mencoba aplikasi lain selain yang biasa digunakan sehingga dapat memperkaya pengalaman. Warna menjadi bagian yang sering ditonjolkan, maka penggunaan warna yang tepat akan menjadi faktor kunci kejelasan informasi. Publikasi poster selain melalui media sosial, juga dilakukan melalui *grup whatsapp* pelatihan tertentu karena efektif untuk menjangkau peserta pada tema spesifik *online learning*.

## **DAFTAR PUSTAKA**

[Adhrianti, L. \(2018\). Infografis Penguatan Reputasi Kehumasan Pemerintah melalui Narasi Tunggal Sosialisasi Paket Kebijakan Ekonomi. \*Jurnal ASPIKOM\*, 3\(5\), 1015. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v3i5.273> \(2\) \(3\)](#)

[Ao, S. H., & Huang, Q. S. \(2020\). A systematic review on the application of dialogue in public relations to information communication technology-based platforms: Comparing English and Chinese contexts. \*Public Relations Review\*, 46\(1\), 101814. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2019.101814>](#)

- [Arroyo, R. G. \(2013\). \*Infografía : etapas históricas y desarrollo de la gráfica informativa\*. 18, 335–347.](#)
- [Barnes, S. R. \(2017\). Examining the processes involved in the design of journalistic information graphics: an exploratory study. \*Journal of Visual Literacy\*, 36\(2\), 55–76. <https://doi.org/10.1080/1051144X.2017.1372088> \(2\)](#)
- [BEM Unpad. \(2020\). \*Darurat Sipil: Bukti Buruknya Komunikasi Pemerintah\*. 21\(1\), 1–9.](#)
- [BNPB. \(2020\). \*Hub InaCOVID-19\*. <https://bnpb-inacovid19.hub.arcgis.com/>](#)
- [BNPB et.all. \(2020\). \*Pengumuman Presiden Jokowi\*. <http://covid19.go.id>](#)
- [Boto-García, D., & Alvarez, A. \(2020\). Modelling the effect of store flyers on supermarket sales: An application to olive oil demand. \*Journal of Retailing and Consumer Services\*, 54\(February\), 102057. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102057>](#)
- [Carter, C., Thi Lan Anh, N., & Notter, J. \(2020\). COVID-19 disease: perspectives in low- and middle-income countries. \*Clinics in Integrated Care\*, 1, 100005. <https://doi.org/10.1016/j.intcar.2020.100005>](#)
- [Daryanto dan Karim, S. \(2017\). \*Pembelajaran Abad 21\*. Gava Media.](#)
- [de Haan, Y., Kruikemeier, S., Lecheler, S., Smit, G., & van der Nat, R. \(2018\). When Does an Infographic Say More Than a Thousand Words?: Audience evaluations of news visualizations. \*Journalism Studies\*, 19\(9\), 1293–1312. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2016.1267592>](#)
- [de Houwer, J., Barnes-Holmes, D., & Moors, A. \(2013\). What is learning? On the nature and merits of a functional definition of learning. \*Psychonomic Bulletin and Review\*, 20\(4\), 631–642. <https://doi.org/10.3758/s13423-013-0386-3>](#)
- [Dunlap, J. C., & Lowenthal, P. R. \(2016\). Getting graphic about infographics: design lessons learned from popular infographics. \*Journal of Visual Literacy\*, 35\(1\), 42–59. <https://doi.org/10.1080/1051144X.2016.1205832>](#)
- [Febriyanto, E., Mutakin, A., & Armansyah, F. S. \(2017\). Perancangan Desain Brosur Penunjang Informasi dan Promosi pada SMA Pribadi 2. \*Sisfotenika\*, 7\(1\), 50–60. <https://doi.org/10.30700/jst.v7i1.133>](#)
- [Fleaca, E., & Stanciu, R. D. \(2019\). Digital-age Learning and Business Engineering Education-a Pilot Study on Students' E-skills. \*Procedia Manufacturing\*, 32, 1051–1057. <https://doi.org/10.1016/j.promfg.2019.02.320>](#)
- [Gázquez-Abad, J. C., & Martínez-López, F. J. \(2016\). Understanding the impact of store flyers on purchase behaviour: An empirical analysis in the context of Spanish](#)

- [households. \*Journal of Retailing and Consumer Services\*, 28, 263–273.   
<https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2015.08.006>](#)
- [Hanafy, M. S. \(2014\). Konsep Belajar Dan Pembelajaran. \*Lentera Pendidikan : Jurnal Ilmu Tarbiyah Dan Keguruan\*, 17\(1\), 66–79. <https://doi.org/10.24252/lp.2014v17n1a5>](#)
- [Hurk, A. \(2013\). Social Media Crisis Communications: Preparing for, Preventing, and Surviving a Public Relations #Fail. In \*Que\* \(Issue September\). <https://www.safaribooksonline.com/library/view/social-media-crisis/9780133353907/>](#)
- [KSP. \(2020\). \*Penanganan COVID-19 Protokol Komunikasi Publik\*. <http://ksp.go.id/wp-content/uploads/2020/03/Protokol-Komunikasi-COVID-19.pdf>](#)
- [Kurniasih, N. \(2017\). \*Infografis\*. <https://doi.org/10.31227/osf.io/5jh43>](#)
- [Lachman, S. J. \(1997\). Learning is a process: Toward an improved definition of learning. \*Journal of Psychology: Interdisciplinary and Applied\*, 131\(5\), 477–480. <https://doi.org/10.1080/00223989709603535>](#)
- [LAN. \(2020a\). \*Surat Edaran Kepala LAN Nomor 7/K.1/HKM.02.3/2020\*.](#)
- [LAN. \(2020b\). \*Surat Edaran LAN Nomor 10 tahun 2020\*.](#)
- [Listya, A. \(2018\). Konsep dan Penggunaan Warna dalam Infografis. \*Jurnal Desain\*, 6\(01\), 10. <https://doi.org/10.30998/jurnaldesain.v6i01.2837> \(2\) \(3\)](#)
- [López, O. S. \(2010\). The Digital Learning Classroom: Improving English Language Learners' academic success in mathematics and reading using interactive whiteboard technology. \*Computers and Education\*, 54\(4\), 901–915. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2009.09.019>](#)
- [McConnell, A. \(2011\). Success? Failure? Something in-between? A framework for evaluating crisis management. \*Policy and Society\*, 30\(2\), 63–76. <https://doi.org/10.1016/j.polsoc.2011.03.002>](#)
- [Meisa Diningrat, S. W. \(2019\). Desain Model Pembelajaran Online Sebagai Upaya Memfasilitasi Belajar di Tempat Kerja. \*Jurnal Pendidikan Terbuka Dan Jarak Jauh\*, 20\(1\), 17–24. <https://doi.org/10.33830/ptjj.v20i1.333.2019>](#)
- [Miftah, M. N., Rizal, E., & Anwar, R. K. \(2016\). Pola Literasi Visual Infografer Dalam Pembuatan Informasi Grafis \(Infografis\). \*Jurnal Kajian Informasi Dan Perpustakaan\*, 4\(1\), 87. <https://doi.org/10.24198/jkip.v4i1.11635>](#)
- [Mimouni Chaabane, A., Sabri, O., & Parguel, B. \(2010\). Competitive advertising within store flyers: A win-win strategy? \*Journal of Retailing and Consumer Services\*, 17\(6\), 478–486. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2010.08.001> \(2\)](#)

- Mthethwa, R. M. (2012). *Critical Dimensions for Policy Implementation. African Journal of Public Affairs*, 5 (2), 36–42.
- Pemerintah. (2009). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 TAHUN 2009*.
- Pemerintah RI. (2015). *Instruksi Presiden Nomor 9 Tahun 2015*.
- Prediger, M., Huertas-Garcia, R., & Gázquez-Abad, J. C. (2019). Store flyer design and the intentions to visit the store and buy: The moderating role of perceived variety and perceived store image. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 51(September 2018), 202–211. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.06.003>
- R. Djalante, J. Lassa, D. Setiamarga, et al. (2020). *Review and analysis of current responses to COVID-19 in Indonesia: Period of January to march 2020, Progress in Disaster Science*.
- Radenković, B. L., Despotović-Zrakić, M. S., Barać, D. M., Bogdanović, Z. M., & Milić, A. R. (2011). Web portal for adaptive e-learning. *2011 10th International Conference on Telecommunications in Modern Satellite, Cable and Broadcasting Services, TELSIKS 2011 - Proceedings of Papers, June*, 365–368. <https://doi.org/10.1109/TELSKS.2011.6112072>
- Ramadani, T. (2019). Pengelolaan Komunikasi Publik. *Jurnal Good Governance*, 15(1), 10–27. <https://doi.org/10.32834/gg.v15i1.42>
- Renuka, P., & Pushpanjali, K. (2013). Leaflet Preparation and Validation Procedures. *Universal Journal of Public Health*, 1(3), 110–114. <https://doi.org/10.13189/ujph.2013.010310>
- Resnatika, A., Sukaesih, S., & Kurniasih, N. (2018). Peran infografis sebagai media promosi dalam pemanfaatan perpustakaan. *Jurnal Kajian Informasi Dan Perpustakaan*, 6(2), 183–196. <https://doi.org/10.24198/jkip.v6i2.15440> (2)
- RI, P. (2009). *UU nomor 25 tahun 2009* (UU nomor 25 tahun 2009). Article UU nomor 25 tahun 2009.
- Saptodewo, F. (2014). Desain Infografis Sebagai Penyajian Data Menarik. *Jurnal Desain*, 01(03), 193–198. <http://www.erickazof.com/apa-itu->
- Schoffelen, J., Claes, S., Huybrechts, L., Martens, S., Chua, A., & Moere, A. Vande. (2015). Visualising things. Perspectives on how to make things public through visualisation. *CoDesign*, 11(3–4), 179–192. <https://doi.org/10.1080/15710882.2015.1081240>
- Smiciklas, M. (2012). The Power of Infographics: Using Pictures to Communicate and Connect with Your Audience. In *The power of infographics*.

- <https://doi.org/10.4324/9780203075609>
- [Sudakov, I., Bellsky, T., Usenyuk, S., & Polyakova, V. V. \(2016\). Infographics and Mathematics: A Mechanism for Effective Learning in the Classroom. \*Primus\*, 26\(2\), 158–167. <https://doi.org/10.1080/10511970.2015.1072607>](#)
- [Sugiyono. \(2017\). \*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D\*. Alfabeta.](#)
- [Suyono dan Hariyanto. \(2017\). \*Belajar dan pembelajaran. Teori dan konsep dasar\*. Remaja Rosdakarya.](#)
- [Terabe, S., Tanno, K., Yaginuma, H., & Kang, N. \(2020\). The Impact of Flyer with Infographics on Public Awareness and Interest to Transportation Project. \*Transportation Research Procedia\*, 48\(2018\), 2378–2384. <https://doi.org/10.1016/j.trpro.2020.08.282>](#)
- [UGM. \(2020\). \*Tata Kelola Penanganan COVID-19 di Indonesia: Kajian Awal\*. <https://doi.org/10.16309/j.cnki.issn.1007-1776.2003.03.004> \(2\)](#)
- [United Nations. \(2020\). \*The UN Coronavirus Communications United Nations, 27 March 2020, Funding the fight against COVID -19 in the world's poorest countries\*. 26 March 2020.](#)
- [Watkins, C. et al. \(2018\). Effective learning. \*Simply Psychology\*, 379–395. <https://doi.org/10.4324/9781315517933-29>](#)
- [WHO. \(2020\). \*Timeline of WHO's response to COVID-19\*. <https://www.who.int/news-room/detail/29-06-2020-covidtimeline>](#)