

BAB I

PENDAHULUAN

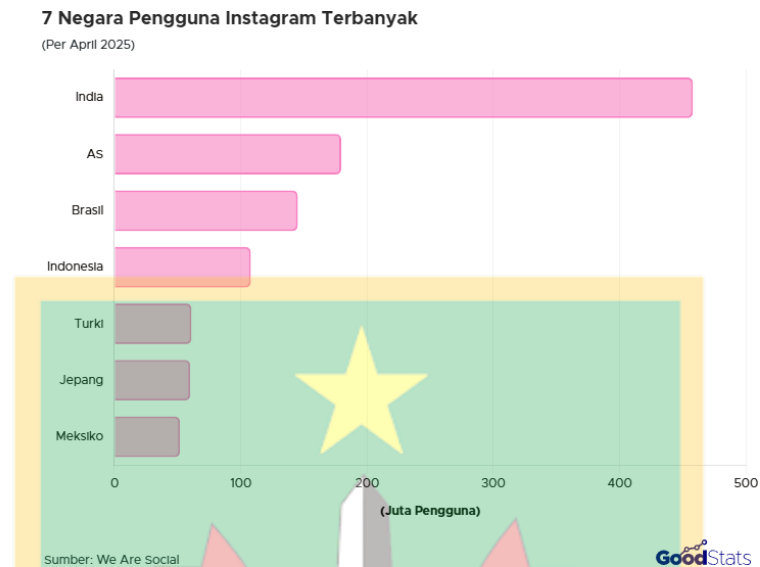
1.1 Latar Belakang

Di era digital saat ini, arus informasi sangat melimpah dan pemberitaan visual naratif cenderung memberikan perhatian singkat terhadap setiap konten. Oleh karena itu, dibutuhkan pendekatan visual yang efektif untuk menarik perhatian *audiens*. (Huang dkk, 2023) menunjukkan bahwa penggunaan infografis dalam konteks berita digital dapat meningkatkan waktu tonton hingga 50%, sedangkan konten emosional berupa gambar dan video meningkatkan keterlibatan *audience* sekitar 70%. Kekuatan visual tersebut terbukti memperkuat *engagement* dan daya ingat *audience*. Visual yang menarik dapat memicu respon emosional yang lebih mendalam serta meningkatkan retensi informasi. Lebih lanjut, elemen-elemen visual meliputi penggunaan gambar, video, dan grafik atau biasa disebut dengan visual naratif. Penggunaan visual Naratif memungkinkan pesan tersampaikan lebih cepat dan efisien, karena kemampuannya menyampaikan pesan dengan cara yang lebih menarik dan mudah dicerna. Seperti dijelaskan oleh (Kurnia, 2022), prinsip visual naratif diterapkan melalui berbagai elemen visual yang saling mendukung untuk membangun narasi yang utuh.

Komunikasi visual merupakan sebuah cara mentransmisikan pesan melalui media visual, di antaranya foto, video, grafis, gambar, bahkan lukisan. Komunikasi visual memungkinkan *audiens* untuk mendapatkan gambaran, pengalaman, dan perasaan yang sama dengan orang yang melihat objek secara langsung. Komunikasi visual dapat membantu *audiens* untuk menerjemahkan pesan naratif yang kompleks secara cepat dan efektif. Visual naratif dapat merasakan pengalaman dari gambar maupun video, meski tidak melihat atau menyentuh secara langsung. Pengalaman yang dimaksud dapat berupa imaji visual yang *dienkoding* dan *dekoding*, kemudian diinterpretasi oleh masing-masing *audiens*. (Günay, 2021).

Instagram merupakan salah satu media yang dapat menjangkau penetrasi yang tinggi dalam menyampaikan informasi kepada para penggunanya. Instagram memiliki fitur yang menggabungkan elemen-elemen seperti warna, tipografi, tata letak, dan desain grafis berperan besar dalam menarik perhatian. (Quan-Haase & Sloan, 2017) menjelaskan bahwa tingkat keterlibatan (*engagement rate*) pengguna di Instagram dapat dilihat melalui indikator seperti jumlah pengikut, jumlah komentar, serta bentuk interaksi lainnya pada sebuah akun. Indikator tersebut menunjukkan sejauh mana pengikut memberikan perhatian dan respon terhadap informasi yang disajikan. Oleh karena itu, Instagram dianggap sebagai media yang efektif untuk penyebaran informasi.

Selain itu, pemanfaatan elemen-elemen visual yang tepat dapat meningkatkan persepsi *followers* secara signifikan terhadap suatu konten ataupun merek yang ditampilkan di media sosial.



Gambar 1.1 Pengguna Instagram Terbanyak

Sumber data: GoodStats.id

Sejalan dengan Laporan We Are Social dan Meltwater per April 2025 yang mencatat bahwa jumlah pengguna media sosial di Indonesia mencapai 187 juta pengguna aktif atau 67,9% dari populasi nasional. Dari angka tersebut, Instagram menempati posisi keempat dengan lebih dari 103 juta pengguna aktif. Data ini menunjukkan bahwa media sosial kini menjadi sarana utama masyarakat dalam memperoleh informasi publik (GoodStats, dalam We are social 2025).

Di Indonesia, Instagram menjadi salah satu platform yang paling banyak digunakan masyarakat dari berbagai kelompok usia. Keunggulan visual interaktif yang dimilikinya, melalui fitur-fitur seperti *feed*, *stories*, *reels*, dan *live*, menjadikan Instagram bukan hanya sebagai media berbagi momen pribadi, tetapi juga sebagai sarana memperoleh informasi publik (Salingkat, 2023). Hal ini membuat Instagram efektif untuk membangun opini publik dan menyebarkan informasi secara luas, bahkan berperan dalam memengaruhi sikap dan persepsi terhadap isu tertentu (Qadri, 2020).



Gambar 1.2 Profil Instagram@kumparancom Sudah Terverifikasi

Sumber: Instagram@kumparancom

Merujuk pada akun Instagram@kumparancom, merupakan salah satu kanal media sosial resmi milik Kumparan, sebuah platform berita digital di Indonesia yang berdiri sejak tahun 2017. Akun ini berfungsi sebagai sarana penyebaran informasi dan promosi berita yang diterbitkan di situs utama www.kumparan.com. Dengan *tagline* “Bicara Fakta Lewat Berita”, akun ini berupaya menghadirkan informasi aktual, kredibel, dan mudah diakses oleh khalayak pengguna media sosial (*Kumparan.com*).

Sumber: Instagram@kumparancom



Gambar 1.3 Profil Instagram@kumparancom

Berdasarkan Digital News Report 2022 yang dirilis oleh Reuters Institute dan dirangkum oleh Databoks Katadata, Kumparan menempati peringkat ke-9 dari 10 media online yang paling banyak dikonsumsi masyarakat Indonesia, dengan tingkat konsumsi sebesar 21% (Pahlevi, 2022). Data ini menempatkan Kumparan dalam posisi yang strategis di tengah persaingan media online nasional yang ketat, khususnya dengan media besar seperti Detikcom, Kompas, dan CNN Indonesia.

Merujuk pada akun Instagram@kumparan com dengan jumlah *followers* yang mencapai 2.4 juta dan tingkat aktivitas unggahan yang tinggi, akun ini menjadi salah satu media berita digital utama di Instagram Indonesia. Demi melancarkan penyebaran informasi secara cepat dan relevan kepada khalayaknya, kumparan mengemas konten Instagram menjadi ringan dalam format yang disesuaikan dengan media sosial Instagram (kumparan showcase, n.d). Di antara 10 media arus utama, Kumparan adalah satu-satunya yang secara resmi menjadikan storytelling sebagai pilar utama platform-nya. Kumparan dibangun di atas tiga pilar, yaitu excellence in journalism, excellence in technology melalui Personalization Algorithm Technology (PAT), serta excellence in storytelling yang secara eksplisit menekankan gaya bercerita yang memikat dalam setiap konten (Kumparan, 2025)

Konten yang diunggah tidak hanya terpaut pada jenis konten informatif, namun juga terdapat konten interaktif dan hiburan. Kumparan membangun reputasi sebagai media berita modern yang relevan dengan dinamika digital. Tantangan utama yang dihadapi adalah bagaimana menjaga kualitas dan keakuratan berita di tengah tekanan untuk selalu cepat mempublikasikan informasi baru (*Kumparan.com*).

No	Akun Instagram	Media		Postingan
1	@detikcom	Detikcom		70,7 ribu
2	@kompascom	Kompas.com		54,7 ribu
3	@cnnindonesia	CNN Indonesia		19 ribu
4	@kumparancom	Kumparan		68 ribu
5	@tempodotco	Tempo.co		35 ribu
6	@okezonecom	Okezone		64 ribu
7	@tribunnews	Tribunnews		40 ribu
8	@sindonews	Sindonews	559 ribu	51 ribu
9	@merdekadotcom	Merdeka.com		43 ribu
10	@antaranewscom	Antara News	377 ribu	36 ribu

Sumber Olah Peneliti, 2025

Berdasarkan data pada tabel akun Instagram media berita di Indonesia, terlihat bahwa beberapa media arus utama memiliki jumlah pengikut dan tingkat aktivitas unggahan yang cukup tinggi. Akun @detikcom memiliki jumlah pengikut terbesar yaitu

sekitar 5 juta dengan total unggahan sekitar 71 ribu postingan. Sementara itu, akun @kompascom, @cnnindonesia, dan @kumparancom masing-masing memiliki jumlah pengikut sekitar 3 juta.

Meskipun jumlah pengikut @kumparancom tidak menjadi yang terbesar dibandingkan media lain seperti Detik.com, akun ini menunjukkan tingkat aktivitas yang sangat tinggi dengan jumlah unggahan mencapai sekitar 68 ribu postingan. Jumlah tersebut menempatkan Kumparan sebagai salah satu media yang paling aktif dalam memproduksi dan menyebarkan konten berita melalui Instagram. Tingginya intensitas unggahan ini menunjukkan bahwa Kumparan secara konsisten memanfaatkan media sosial sebagai sarana distribusi informasi kepada audiensnya.

Selain itu, Kumparan dikenal sebagai media digital yang menonjolkan penyajian informasi secara visual dan naratif di media sosial. Konten yang disajikan tidak hanya berupa teks berita, tetapi juga dikemas dalam bentuk visual seperti infografis, ilustrasi, maupun konten visual naratif yang dirancang untuk memudahkan audiens memahami informasi. Hal ini menjadikan akun Instagram Kumparan relevan untuk diteliti dalam kajian mengenai pengaruh visual naratif terhadap persepsi *followers*.

Dengan jumlah pengikut yang cukup besar serta tingkat aktivitas unggahan yang tinggi, akun Instagram @kumparancom memiliki potensi yang signifikan dalam menjangkau audiens luas dan memengaruhi persepsi pengikutnya terhadap suatu isu atau informasi yang disampaikan.



Sumber: Instagram liputan 6 dan kompascom

Pemilihan Kumparan sebagai objek penelitian didasarkan pada gaya pemberitaannya yang memanfaatkan visual naratifnya di media sosial. Berbeda dengan Liputan6 dan Kompas.com pada postingan dengan hari yang sama yaitu tanggal 24 September 2025 memberitakan kasus keracunan massal di Bandung Barat melalui penyajian data faktual mengenai korban tanpa dukungan visual maupun interaksi dengan *audiens*, Kumparan menampilkan berita dengan visual naratifnya yang menarik, serta interaksi publik melalui tingkat keterlibatan (*engagement*) yang lebih tinggi. Pendekatan ini membuat Kumparan lebih efektif dalam menarik perhatian publik dan membangun persepsi terhadap isu Keracunan Makan Bergizi Gratis (MBG) secara lebih dinamis di ruang digital.

Di balik reputasinya sebagai salah satu media digital yang cepat dan kredibel dalam menyajikan informasi, @kumparancom juga menghadapi tantangan ketika memberitakan isu-isu yang sensitif dan menimbulkan kontroversi di ruang publik. Postingan tersebut menyoroti kronologi peristiwa, jumlah dan korban.

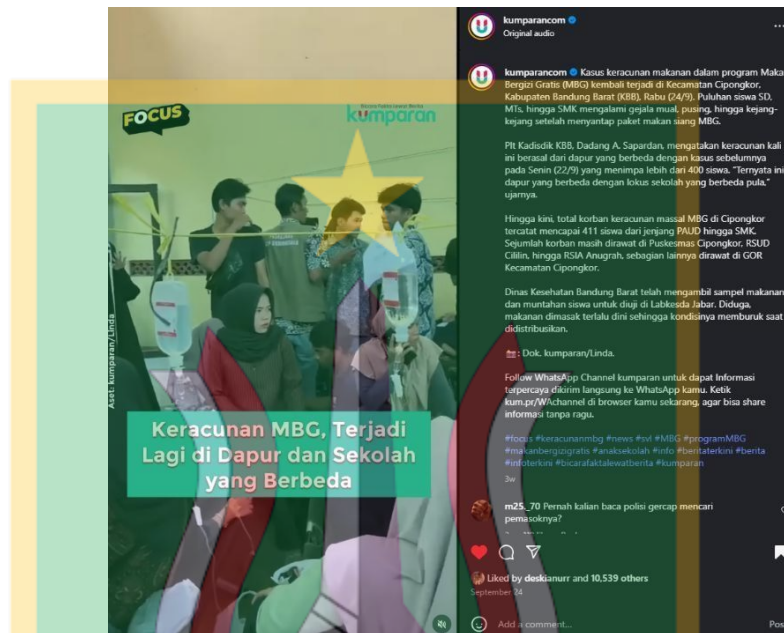
Unggahan ini segera menarik perhatian publik, memicu berbagai reaksi publik. dan memperlihatkan beragam persepsi dari para khalayak yang melihat postingan tersebut. Mulai dari simpati terhadap korban hingga kritik terhadap pelaksanaan program pemerintah.

Dengan menerapkan visual naratif yang menonjolkan elemen-elemen seperti peningkatan pesan, penggunaan gambar dan video, serta penyajian visual naratif yang menarik, akun @kumparancom menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya berfungsi sebagai saluran penyebaran informasi, tetapi juga sebagai pembentuk persepsi publik terhadap kebijakan pemerintah. Penyajian visual dalam pemberitaan mengenai program Makan Bergizi Gratis (MBG) dirancang dengan penekanan tertentu sehingga membentuk cara *followers* memahami peristiwa tersebut. Sejalan dengan pandangan (Entman, 1993), proses *framing* yang dilakukan media berpengaruh dalam menentukan bagaimana suatu peristiwa dipersepsikan oleh masyarakat. Dalam konteks ini, visual naratif yang digunakan @kumparancom pada pemberitaan MBG berpotensi memengaruhi persepsi publik melalui efek kognitif maupun emosional yang muncul dari cara informasi tersebut ditampilkan secara visual.

Kualitas dan jenis konten yang disajikan sangat memengaruhi persepsi *followers*, di mana konten yang informatif, menarik, dan mudah dipahami cenderung menciptakan persepsi positif, sedangkan konten yang membosankan, berulang, atau tidak sesuai ekspektasi dapat menghasilkan persepsi negatif karena itu, pengelola akun perlu menyesuaikan pesan dengan karakteristik *visual naratif* untuk membangun kesan yang kuat dan berkesinambungan (Aisya et al., 2024).

Dalam konteks pemberitaan Keracunan Makan Bergizi Gratis (MBG), akun @kumparancom memanfaatkan visual naratif sebagai strategi penyajian konten, di mana

penggunaan gambar, video, serta judul yang emosional mampu memengaruhi cara *followers* menafsirkan informasi dengan membangkitkan empati, simpati, atau bahkan kemarahan terhadap isu yang diberitakan. Pembingkai (framing) melalui visual naratif tersebut pada akhirnya berperan dalam membentuk persepsi publik karena respons emosional yang ditimbulkannya memperkuat cara *followers* memahami dan memaknai peristiwa yang disajikan



Gambar 1.5 Postingan “Keracunan Makan Bergizi Gratis (MBG)”

Sumber: Instagram@kumparancom

[https://www.instagram.com/reel/DO-](https://www.instagram.com/reel/DO-zRBrDpet/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==)

[zRBrDpet/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==](https://www.instagram.com/reel/DO-zRBrDpet/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==)

Merujuk pada Unggahan Instagram@kumparancom pada 24 September 2025, melaporkan keracunan Makan Bergizi Gratis (MBG) di Kecamatan Cipongkor, Kabupaten Bandung Barat dengan 411 siswa dari jenjang PAUD hingga SMK sebagai korban keracunan, (per 17 Oktober) jumlah *likes* pada postingan ini mencapai 10.539 dan *comment* mencapai 1.289 menimbulkan gelombang reaksi publik di kanal Instagram@kumparancom. Sebagian warganet memberikan apresiasi terhadap keaktualan dalam pemberitaan, namun tidak sedikit pula yang menyoroti kelemahan pelaksanaan program dan menuntut evaluasi terhadap sistem yang dibuat oleh pemerintahan.

Seiring dengan publikasi unggahan @kumparancom mengenai keracunan dalam Makan Bergizi Gratis (MBG), masyarakat menunjukkan beragam persepsi terhadap isi dan penyajian berita tersebut. Sebagian warganet menyambut positif langkah transparansi media dalam menyampaikan informasi secara cepat dan akurat, serta menilai publikasi ini penting agar pemerintah segera melakukan evaluasi menyeluruh terhadap pelaksanaan

program Makan Bergizi Gratis (MBG). Beragamnya tanggapan publik ini menunjukkan bahwa setiap individu memiliki cara pandang yang berbeda terhadap informasi yang disajikan oleh media di platform Instagram@kumparancom.

Tidak sedikit pula komentar skeptis yang menyoroti kualitas pelaksanaan program, terutama terkait standar kebersihan dapur penyelenggara, lamanya jeda antara proses memasak dan penyajian makanan, serta mekanisme distribusi logistik yang dinilai berpotensi menyebabkan makanan basi sebelum dikonsumsi siswa. Perdebatan di kolom komentar menunjukkan adanya persepsi publik sebagian menilai program Makan Bergizi Gratis (MBG) tetap perlu dilanjutkan dengan perbaikan sistem dan pengawasan yang lebih ketat, sementara sebagian lainnya menganggap program ini gagal dijalankan dengan baik dan berisiko menimbulkan masalah serupa di masa mendatang.





Gambar 1.6 Berita mengenai tanggapan program Makan Bergizi Gratis (MBG)

Sumber: Berita Tempo

Merujuk pada pemberitaan tempo, yang terjadi dalam kasus ini, menunjukkan bahwa unggahan terkait program Makan Bergizi Gratis (MBG) memunculkan pro kontra yang penting untuk dibahas di kalangan masyarakat luas. Sebagian pihak menyambut positif terkait program Makan Bergizi Gratis (MBG) harapan akan perbaikan gizi anak melalui program ini, namun tidak sedikit pula yang meragukan efektivitas dan pelaksanaannya. Kritik muncul karena banyak yang mempertanyakan keputusan pelaksanaan program yang dinilai terburu-buru tanpa pengawasan ketat, serta banyak ditemukan kasus keracunan massal akibat makanan tidak layak konsumsi tersebut. (Tempo, 2025)

Berdasarkan data dari Jaringan Pemantau Pendidikan Indonesia (JPPI), total kasus keracunan akibat program Makan Bergizi Gratis (MBG) dalam sepekan terakhir mencapai 1.833 orang. Ribuan korban tersebut merupakan akumulasi dari kasus keracunan yang terjadi pada 29 September hingga 4 Oktober 2025. Kasus ini menimbulkan keprihatinan publik terhadap keamanan pangan dan pengawasan distribusi dalam program pemerintah tersebut. (Tempo, 2025).

Berdasarkan uraian pada latar belakang, dapat dipahami bahwa visual naratif yang digunakan dalam unggahan Instagram@kumparancom memiliki peran penting dalam membentuk persepsi *followers* terhadap pemberitaan “Keracunan Makan Bergizi Gratis (MBG)”. Elemen visual seperti gambar, warna, desain grafis, penekanan narasi visual, dan *framing* pesan berpotensi memengaruhi cara *followers* memahami, menilai, dan merespons isu tersebut. Visual naratif yang ditampilkan juga memicu reaksi kognitif dan emosional, sehingga dapat membentuk persepsi publik secara lebih cepat dan luas dalam konteks media sosial.

Fenomena ini menunjukkan bahwa penyajian visual pada pemberitaan digital tidak hanya berfungsi menyampaikan informasi, tetapi juga mampu membentuk opini dan persepsi publik terhadap kebijakan pemerintah. Meskipun penelitian mengenai media sosial telah banyak dilakukan, masih terbatas penelitian yang secara khusus mengkaji pengaruh visual naratif dalam pemberitaan media online terhadap persepsi *followers*, terutama pada kasus kebijakan publik yang sensitif seperti program Makan Bergizi Gratis (MBG).

penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh visual naratif akun Instagram@kumparancom dalam pemberitaan Keracunan Makan Bergizi Gratis (24 September 2025) terhadap persepsi *followers*. Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman mengenai bagaimana elemen visual dalam pemberitaan digital dapat memengaruhi persepsi publik serta menjelaskan peran media sosial sebagai agen pembentuk opini dalam isu-isu kebijakan pemerintah.



1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Seberapa besar pengaruh visual naratif akun Instagram@kumparancom dalam pemberitaan Keracunan Makan Bergizi Gratis (24 September 2025) terhadap persepsi *followers*?

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui Seberapa besar pengaruh visual naratif akun Instagram@kumparancom dalam pemberitaan Keracunan Makan Bergizi Gratis (24 September 2025) terhadap persepsi *followers*?”

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi media daring dan pengelola akun berita di media sosial, khususnya dalam meningkatkan kualitas penyajian konten yang informatif, menarik, dan bertanggung jawab. Hasil penelitian ini juga dapat menjadi masukan bagi praktisi komunikasi digital untuk memahami bagaimana penyusunan pesan yang baik melalui elemen visual dan naratif dapat membangun citra positif serta meningkatkan keterlibatan *audiens*. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam pengelolaan konten media sosial agar lebih efektif dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat luas.

1.4.2 Manfaat Akademis

penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi studi lanjutan yang tertarik meneliti topik serupa, terutama yang berkaitan dengan penyajian konten berita, komunikasi visual, dan interaksi *audiens* di platform digital.

1.4.3 Manfaat Sosial

Secara sosial, penelitian ini diharapkan dapat membantu meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat terhadap pentingnya menyikapi informasi di media sosial secara bijak dan kritis. Melalui penelitian ini, diharapkan masyarakat menjadi lebih selektif dan sadar terhadap cara media menyajikan isu-isu publik melalui visual dan narasi, sehingga tidak mudah terpengaruh oleh tampilan yang bersifat emosional atau provokatif. Penelitian ini juga diharapkan dapat mendorong terciptanya lingkungan digital yang lebih sehat, informatif, dan konstruktif, di mana media dan masyarakat sama- sama berperan dalam membangun komunikasi publik yang lebih baik.

1.5 Batasan Penelitian

Penelitian ini difokuskan pada akun Instagram@kumparancom sebagai objek utama karena merupakan media berita digital yang aktif menggunakan visual naratif dalam penyajian informasinya. Kajian diarahkan pada unggahan tanggal 24 September 2025 tentang “Keracunan Makan Bergizi Gratis (MBG)” yang menimbulkan beragam reaksi publik dan menunjukkan bagaimana visual naratif membentuk persepsi *followers*. Analisis difokuskan pada visual naratif (variabel X) yang meliputi penggunaan gambar, video, tipografi, warna, dan penyajian narasi visual, serta persepsi *followers* (variabel Y) yang mencakup pemahaman informasi, daya tarik visual, penilaian *audiens*, dan respons emosional seperti empati, simpati, atau kritik yang muncul akibat penyajian visual tersebut. Penelitian ini hanya mencakup interaksi di platform Instagram dan tidak melibatkan media lain. Metode yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif dengan tujuan mengukur pengaruh visual naratif (X) terhadap persepsi *followers* (Y) dalam konteks pemberitaan MBG.



1.6 sistematika Penulisan

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab I ini berisikan mengenai penjelasan latar belakang judul, rumusan masalah, tujuan dan manfaat, Batasan penelitian serta sistematika penulisan penelitian secara garis besar.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menguraikan kajian literatur dan landasan teoritis yang relevan dengan penelitian mengenai pengaruh visual naratif Instagram@kumparancom pada pemberitaan keracunan Makan Bergizi Gratis (MBG) terhadap persepsi *followers*. Pembahasan dalam bab ini mencakup teori-teori utama yang digunakan sebagai analisis, yaitu Teori Resepsi Stuart Hall dan Paradigma Naratif Walter Fisher sebagai teori pendukung, serta konsep-konsep pendukung seperti visual naratif, pemberitaan media sosial Instagram, karakteristik akun Instagram@kumparancom, dan konsep persepsi *followers*. Keseluruhan kajian ini disusun untuk memberikan dasar konseptual dan teoritis yang kuat dalam memahami pengaruh antara visual naratif sebagai variabel independen dan persepsi *followers* sebagai variabel dependen dalam penelitian ini.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Menjelaskan prosedur penelitian yang digunakan dalam mengkaji pengaruh visual naratif Instagram@kumparancom terhadap persepsi *followers* pada pemberitaan Keracunan Makan Bergizi Gratis (MBG) tanggal 24 September 2025. menjelaskan paradigma penelitian positivistik dan pendekatan kuantitatif yang digunakan, diikuti dengan pemaparan jenis penelitian kuantitatif deskriptif. Selanjutnya dibahas populasi dan sampel penelitian, teknik penarikan sampel purposive sampling. Bab ini juga menguraikan operasionalisasi variabel yang meliputi variabel visual naratif dan persepsi *followers* beserta dimensi dan indikator pengukurannya. Selain itu, dijelaskan instrumen penelitian berupa kuesioner dengan skala Likert, metode pengumpulan data secara daring, serta teknik analisis data yang mencakup uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier sederhana, uji korelasi Pearson, koefisien determinasi, dan uji hipotesis (uji t). Bab ini ditutup dengan penjelasan mengenai lokasi dan waktu penelitian serta tahapan pelaksanaan penelitian secara sistematis.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan hasil penelitian mengenai pengaruh visual naratif Instagram@kumparancom terhadap persepsi *followers* pada pemberitaan Keracunan Makan Bergizi Gratis (MBG) tanggal 24 September 2025. Pembahasan diawali dengan

gambaran umum objek penelitian dan karakteristik responden. Selanjutnya dipaparkan hasil analisis deskriptif variabel visual naratif dan persepsi *followers*. Bab ini juga memuat hasil uji instrumen penelitian (validitas dan reliabilitas), uji asumsi klasik, analisis regresi linear sederhana, uji hipotesis (uji t), uji korelasi Pearson, serta koefisien determinasi (R^2). Pada bagian akhir, hasil penelitian diinterpretasikan dan dikaitkan dengan teori resepsi Stuart Hall dan paradigma naratif Walter Fisher untuk menjelaskan bagaimana visual naratif memengaruhi persepsi *followers*.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian mengenai pengaruh visual naratif terhadap persepsi *followers*. Kesimpulan disusun berdasarkan rumusan masalah dan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan. Selain itu, bab ini juga memuat saran yang ditujukan kepada praktisi media digital, khususnya pengelola akun Instagram berita, agar lebih memperhatikan elemen visual naratif dalam penyajian konten. Saran akademis juga diberikan untuk penelitian selanjutnya, terutama yang ingin mengembangkan kajian komunikasi visual dan jurnalisme digital pada platform media sosial yang berbeda atau dengan pendekatan metode yang lebih variatif.

