

EFEKTIVITAS KONTEN POSTER DIGITAL INSTAGRAM BPAFK JAKARTA DALAM SOSIALISASI “WORKSHOP MEDICAL DEVICE ADVERSE”

Ahmad Faiz Nugraha¹, Widarti²

¹² Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bahasa, Universitas Bina Sarana Informatika

ARTICLE INFO

Article history:

Received Oktober 2026

Revised Oktober 2026

Accepted Oktober 2026

Available Oktober 2026

ahmadfaiznugrahaaa@gmail.com

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.
Copyright © 2023 by Author. Published by Cahaya Ilmu Bangsa Institute

ABSTRAK

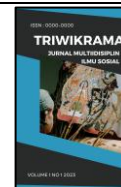
Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh Konten Poster Digital *Workshop Medical Device Adverse* terhadap Efektivitas Informasi pada Instagram BPAFK Jakarta. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan 367 responden yang merupakan pengikut Instagram BPAFK Jakarta. Data dikumpulkan melalui kuesioner dengan skala Likert dan dianalisis menggunakan statistik deskriptif serta regresi linear sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Konten Poster Digital memperoleh nilai *grand mean* sebesar 4,23 dan Efektivitas Informasi sebesar 4,22, yang keduanya termasuk kategori sangat tinggi. Seluruh instrumen dinyatakan valid dan reliabel dengan nilai *Cronbach's Alpha* masing-masing sebesar 0,957 dan 0,929. Hasil regresi menunjukkan koefisien sebesar 0,566 dengan nilai signifikansi $<0,001$. Nilai R^2 sebesar 0,896 menunjukkan bahwa Konten Poster Digital mampu menjelaskan 89,6% variasi Efektivitas Informasi. Dengan demikian, Konten Poster Digital *Workshop Medical Device Adverse* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Efektivitas Informasi pada Instagram BPAFK Jakarta.

Kata kunci: BPAFK Jakarta; efektivitas informasi; Instagram; konten poster digital; *Workshop Medical Device Adverse*

ABSTRACT

This study aimed to analyze the effect of digital poster content for the *Workshop Medical Device Adverse* on information effectiveness on the BPAFK Jakarta Instagram account. A quantitative approach was used with 367 respondents who followed the BPAFK Jakarta Instagram account. Data were collected using a Likert-scale questionnaire and analyzed through descriptive statistics and simple linear regression. The results showed that Digital Poster Content obtained a grand mean of 4.23, while Information Effectiveness obtained a grand mean of 4.22, both categorized as very high. All questionnaire items were valid and reliable, with Cronbach's Alpha values of 0.957 and 0.929, respectively. The regression analysis produced a coefficient of 0.566 with a significance value of <0.001 . The R^2 value of 0.896 indicated that Digital Poster Content explained 89.6% of the variation in Information Effectiveness. Therefore, digital poster content had a positive and significant effect on information effectiveness on the BPAFK Jakarta Instagram account.

Keywords: BPAFK Jakarta; digital poster content; Instagram; information effectiveness; *Workshop Medical Device Adverse*



1. PENDAHULUAN

Balai Pengamanan Alat dan Fasilitas Kesehatan Jakarta (BPAFK Jakarta) merupakan Unit Pelaksana Teknis (UPT) di bawah Direktorat Jenderal Kefarmasian dan Alat Kesehatan Kementerian Kesehatan Republik Indonesia yang berperan dalam menjamin mutu, keamanan, dan kelayakan alat serta fasilitas kesehatan. Dalam mendukung penyebaran informasi kepada masyarakat dan praktisi kesehatan, BPAFK Jakarta memanfaatkan media sosial Instagram sebagai salah satu media komunikasi, termasuk untuk mempublikasikan informasi kegiatan *Workshop Medical Device Adverse*.

Media sosial memungkinkan informasi disampaikan secara cepat dan luas, tetapi efektivitas penyampaian pesan juga dipengaruhi oleh kualitas desain visual yang digunakan. Berdasarkan observasi dan wawancara yang dilakukan pada bulan Maret, poster *Workshop Medical Device Adverse* pada akun Instagram BPAFK Jakarta masih memiliki beberapa kekurangan, seperti keterbatasan penggunaan grafis dan foto, ukuran tulisan yang relatif kecil, serta keterbatasan ruang pada poster. Kondisi tersebut berpotensi menyebabkan informasi kegiatan kurang mudah dipahami dan mengurangi ketertarikan audiens untuk mengikuti kegiatan yang dipublikasikan.

Efektivitas poster sebagai media komunikasi visual dipengaruhi oleh berbagai elemen desain, seperti warna, tipografi, tata letak, dan isi pesan. Penelitian Elemen-elemen tersebut dapat memengaruhi efektivitas poster dalam menarik perhatian dan menyampaikan informasi kepada audiens. Dengan demikian, pemilihan dan pengaturan elemen visual menjadi aspek penting dalam menghasilkan poster digital yang komunikatif.

Berdasarkan permasalahan tersebut, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis elemen desain yang terdapat pada poster Instagram BPAFK Jakarta dan mengukur efektivitasnya dalam menyampaikan informasi kegiatan *Workshop Medical Device Adverse*. Efektivitas komunikasi poster dianalisis menggunakan model AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*) yang menjelaskan tahapan respons audiens terhadap suatu pesan, mulai dari perhatian hingga tindakan. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi bagi BPAFK Jakarta dalam meningkatkan kualitas desain poster digital agar lebih informatif, menarik, dan efektif dalam menyampaikan pesan kepada audiens.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Komunikasi Visual dan Poster Digital

Komunikasi visual merupakan proses penyampaian pesan melalui pengolahan berbagai elemen visual, seperti gambar, tipografi, warna, komposisi, dan *layout*, sehingga pesan dapat diterima oleh sasaran komunikasi (Yunita, 2022). Dalam desain komunikasi visual, elemen-elemen tersebut tidak hanya berfungsi sebagai unsur estetis, tetapi juga membantu mengarahkan perhatian dan mempermudah pemahaman audiens terhadap informasi yang disampaikan (Mononutu et al., 2026; Nahrowi et al., 2026).

Salah satu bentuk media komunikasi visual yang banyak digunakan pada media sosial adalah poster digital. Poster digital merupakan media visual yang memadukan teks dan elemen grafis untuk menyampaikan informasi, edukasi, maupun pesan persuasif melalui platform digital (Saputra, 2024). Penggunaan poster digital memungkinkan penyampaian informasi mengenai kegiatan atau acara secara lebih menarik dan mudah disebarluaskan melalui media sosial (Budiarta & Sutrisno, 2024). Efektivitas poster dalam menyampaikan pesan dipengaruhi oleh penggunaan elemen visual, warna, tipografi, dan kejelasan informasi yang disajikan.



Instagram sebagai Media Komunikasi

Instagram merupakan media sosial yang dapat dimanfaatkan oleh organisasi atau institusi untuk menyampaikan informasi, melakukan publikasi kegiatan, serta membangun interaksi dengan audiens melalui konten visual dan fitur interaktif (Ningrum, 2022). Penyajian informasi melalui Instagram juga dapat meningkatkan perhatian audiens terhadap suatu kegiatan karena informasi dapat disampaikan secara visual, cepat, dan luas (Handayani & Apolinario, 2023).

Dalam konteks penelitian ini, Instagram digunakan BPAFK Jakarta sebagai media publikasi kegiatan *Workshop Medical Device Adverse*. Poster digital menjadi salah satu bentuk konten yang digunakan untuk menyampaikan informasi kegiatan kepada *followers*. Oleh karena itu, kualitas desain poster menjadi bagian penting dalam mendukung keberhasilan penyampaian informasi melalui Instagram.

Efektivitas Poster Digital dan Model AIDA

Efektivitas informasi berkaitan dengan kemampuan suatu pesan dalam menarik perhatian, membangun ketertarikan, serta mendorong audiens untuk memberikan respons terhadap informasi yang diterima. Kualitas konten dan elemen visual pada Instagram dapat memengaruhi ketertarikan audiens dalam merespons informasi yang disampaikan (Fajar Ansari et al., 2022). Efektivitas tersebut dapat dianalisis menggunakan model AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*) yang menggambarkan tahapan respons audiens terhadap suatu pesan.

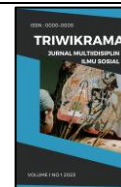
Model AIDA menjelaskan bahwa komunikasi yang efektif diawali dengan kemampuan pesan menarik perhatian (*attention*), kemudian membangun ketertarikan (*interest*), menumbuhkan keinginan (*desire*), dan akhirnya mendorong tindakan (*action*). Model ini masih digunakan untuk menganalisis respons audiens terhadap konten komunikasi dan pemasaran digital. Dalam penelitian ini, *attention* berkaitan dengan kemampuan poster menarik perhatian audiens, *interest* menunjukkan ketertarikan terhadap informasi *workshop*, *desire* menunjukkan keinginan untuk mengetahui atau mengikuti kegiatan, sedangkan *action* ditunjukkan melalui tindakan seperti mencari informasi lebih lanjut, membagikan informasi, atau melakukan pendaftaran.

Penelitian Terdahulu

Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa desain visual dan media sosial memiliki peran dalam meningkatkan efektivitas penyampaian informasi. Kamila dan Mutaqin (2024) menemukan bahwa desain visual poster dan kejelasan informasi berpengaruh terhadap minat hadir audiens. Fathurahman et al. (2025) juga menunjukkan bahwa desain poster digital berpengaruh terhadap penyampaian informasi dan partisipasi masyarakat.

Penelitian lain menunjukkan penggunaan model AIDA dalam mengukur efektivitas komunikasi melalui Instagram. Dratistiana (2023) menggunakan AIDA untuk menganalisis efektivitas Instagram sebagai media komunikasi dan promosi, sedangkan Wahyurini et al. (2023) menerapkan model AIDA dalam menganalisis efektivitas Instagram sebagai media kampanye. Penelitian-penelitian tersebut menunjukkan bahwa respons audiens terhadap informasi digital dapat dikaji melalui tahapan perhatian, ketertarikan, keinginan, dan tindakan.

Berdasarkan penelitian terdahulu, masih terdapat ruang untuk mengkaji secara lebih spesifik efektivitas desain poster digital sebagai media penyampaian informasi kegiatan *workshop* pada akun Instagram instansi pemerintah. Penelitian ini berfokus pada poster digital BPAFK Jakarta untuk kegiatan *Workshop Medical Device Adverse* dengan menilai elemen visual, warna, tipografi, dan kejelasan pesan serta efektivitas informasi berdasarkan model AIDA. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai keterkaitan kualitas



desain poster dengan respons audiens terhadap informasi kegiatan yang disampaikan melalui Instagram.

3. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei untuk menganalisis pengaruh konten poster digital Instagram BPAFK Jakarta terhadap efektivitas informasi kegiatan *Workshop Medical Device Adverse*. Desain penelitian digunakan sebagai pedoman dalam proses pengumpulan, pengolahan, dan analisis data secara sistematis (Subagiyo, 2021). Variabel independen (X) dalam penelitian ini adalah konten poster *Workshop Medical Device Adverse*, sedangkan variabel dependen (Y) adalah efektivitas informasi.

Penelitian dilaksanakan pada April-Juni 2026 dengan objek penelitian berupa poster digital kegiatan *Workshop Medical Device Adverse* yang dipublikasikan melalui akun Instagram BPAFK Jakarta. Unit analisis penelitian adalah individu pengguna Instagram yang menjadi audiens poster tersebut.

Populasi penelitian merupakan pengikut akun Instagram BPAFK Jakarta yang berjumlah 4.287 akun pada 25 Mei 2026. Penentuan sampel menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 5%, sehingga diperoleh sebanyak 366 responden. Responden dipilih berdasarkan kriteria berusia minimal 18 tahun, memiliki akun Instagram aktif, telah melihat poster digital *Workshop Medical Device Adverse* yang ditampilkan dalam kuesioner, serta bersedia mengisi kuesioner secara lengkap.

Data primer diperoleh melalui kuesioner daring menggunakan Google Formulir. Responden terlebih dahulu diberikan tampilan poster digital *Workshop Medical Device Adverse*, kemudian diminta memberikan penilaian terhadap konten poster dan efektivitas informasi yang diterima. Instrumen variabel konten poster (X) meliputi indikator kejelasan informasi, daya tarik visual, warna, tipografi, dan isi pesan (Nahrowi et al., 2026). Variabel efektivitas informasi (Y) diukur menggunakan model AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*) yang mencakup perhatian, ketertarikan, keinginan, dan tindakan. Pengukuran menggunakan skala Likert lima tingkat, yaitu 1 = sangat tidak setuju hingga 5 = sangat setuju.

Sebelum digunakan dalam pengumpulan data, instrumen diuji validitas dan reliabilitasnya. Uji validitas dilakukan menggunakan korelasi *Product Moment Pearson*, dengan item dinyatakan valid apabila nilai r hitung $> r$ tabel (Utami, 2023). Uji reliabilitas dilakukan menggunakan *Cronbach's Alpha*, dengan nilai $>0,60$ menunjukkan bahwa instrumen reliabel (Sundawan Suherman & Kurnianto, 2022).

Data dianalisis menggunakan aplikasi *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS). Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik dan kecenderungan jawaban responden melalui nilai rata-rata, standar deviasi, serta distribusi frekuensi (Ayawaila, 2025). Selanjutnya dilakukan uji normalitas dan uji heteroskedastisitas sebagai uji asumsi sebelum analisis regresi. Uji normalitas dilakukan menggunakan Kolmogorov-Smirnov dengan kriteria signifikansi $>0,05$ menunjukkan data berdistribusi normal (Fatih et al., 2026), sedangkan heteroskedastisitas diuji melalui nilai signifikansi dan *scatterplot*.

Pengaruh konten poster (X) terhadap efektivitas informasi (Y) dianalisis menggunakan regresi linear sederhana dengan persamaan $Y = a + bX$ (Napitupulu & Siagian, 2023). Signifikansi pengaruh diuji menggunakan uji t dengan tingkat signifikansi 5%. Apabila nilai Sig. $<0,05$, maka terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel X dan Y (Junaedi & Wahab, 2023). Besarnya kontribusi variabel X terhadap Y ditentukan melalui koefisien determinasi (R^2), yang dihitung dengan rumus $KD = R^2 \times 100\%$ (Simanjuntak et al., 2024).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

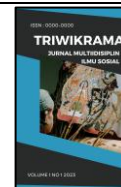
HASIL

Penelitian ini memperoleh 456 respons kuesioner. Setelah dilakukan *data cleaning* untuk mengeluarkan data ekstrem, diperoleh 367 responden yang dapat dianalisis. Jumlah tersebut telah memenuhi jumlah sampel minimum berdasarkan rumus Slovin, yaitu 366 responden. Berdasarkan karakteristik responden, sebanyak 253 orang (68,9%) berjenis kelamin wanita dan 114 orang (31,1%) pria. Mayoritas responden berusia 21-30 tahun sebanyak 293 orang (79,8%), sedangkan responden berusia 17-20 tahun sebanyak 63 orang (17,2%), 31-40 tahun sebanyak 8 orang (2,2%), dan >41 tahun sebanyak 3 orang (0,8%). Berdasarkan pendidikan terakhir, responden didominasi lulusan SMA/SMK sebanyak 239 orang (65,1%), diikuti S1 sebanyak 108 orang (29,4%), D3 sebanyak 15 orang (4,1%), S2 sebanyak 4 orang (1,1%), dan S3 sebanyak 1 orang (0,3%).

Analisis deskriptif digunakan untuk mengetahui kecenderungan penilaian responden terhadap Konten Poster Digital *Workshop* (X) dan Efektivitas Informasi (Y). Variabel X terdiri atas 20 pernyataan yang mencakup kejelasan informasi, daya tarik visual, warna, tipografi, dan isi pesan. Hasil analisis deskriptif variabel X disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Rekapitulasi Statistik Deskriptif Konten Poster Digital *Workshop* (X)

No	Pernyataan	Mean	Std. Dev.
1	Informasi yang terdapat pada poster mudah dipahami.	4.19	0.81
2	Poster menjelaskan tujuan kegiatan workshop dengan jelas.	4.33	0.80
3	Informasi waktu dan pelaksanaan workshop disampaikan secara jelas.	4.31	0,87
4	Informasi yang disajikan pada poster tidak membingungkan	4.25	0.81
5	Tampilan visual poster menarik perhatian saya.	4.16	0.93
6	Ilustrasi atau elemen grafis pada poster terlihat menarik.	4.08	0.94
7	Tata letak (layout) poster terlihat rapi dan terstruktur.	4.26	0.88
8	Poster mampu menarik perhatian saya sejak pertama kali melihatnya.	4.15	0.90
9	Kombinasi warna pada poster terlihat menarik.	4.21	0.92
10	Warna yang digunakan sesuai dengan tema kegiatan workshop.	4.23	0.88
11	Penggunaan warna membantu memperjelas informasi pada poster.	4.29	0.86
12	Warna pada poster membuat saya lebih tertarik untuk membaca informasi yang disampaikan.	4.21	0.94
13	Jenis huruf yang digunakan mudah dibaca.	4.23	0.89
14	Ukuran huruf pada poster memudahkan saya memahami informasi.	4.16	0.92
15	Penempatan teks pada poster terlihat rapi.	4.22	0.88
16	Tipografi yang digunakan mendukung kenyamanan membaca informasi.	4.26	0.83
17	Pesan yang disampaikan dalam poster mudah dipahami.	4.28	0.88
18	Poster mampu menjelaskan manfaat mengikuti workshop.	4.31	0.87
19	Informasi yang disampaikan sesuai dengan tujuan kegiatan workshop.	4.31	0.86
20	Isi pesan pada poster mendorong saya untuk mengetahui lebih	4.25	0.82



lanjut mengenai workshop.

Total Keseluruhan**4.23**

Berdasarkan Tabel 1, diperoleh *grand mean* variabel X sebesar 4,23 yang termasuk kategori sangat tinggi. Nilai tertinggi terdapat pada P2 sebesar 4,33, yaitu kejelasan tujuan kegiatan *workshop*. Sementara itu, nilai terendah terdapat pada P6 sebesar 4,08, yaitu daya tarik ilustrasi atau elemen grafis. Meskipun menjadi nilai terendah, skor tersebut masih berada dalam kategori tinggi. Hasil ini menunjukkan bahwa secara umum responden memberikan penilaian sangat positif terhadap konten poster, terutama dari aspek kejelasan informasi.

Efektivitas Informasi (Y) diukur melalui 12 pernyataan yang merepresentasikan tahapan *Attention, Interest, Desire*, dan *Action* (AIDA). Rekapitulasi hasil analisis deskriptif variabel Y disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Rekapitulasi Statistik Deskriptif Efektivitas Informasi (Y)

No	Pernyataan	Mean	Std. Dev.
21	Poster membuat saya memperhatikan informasi mengenai workshop.	4.28	0.82
22	Saya tertarik membaca isi poster hingga selesai.	4.22	0.91
23	Poster mampu menarik perhatian saya dibandingkan informasi sejenis lainnya.	4.11	0,95
24	Workshop yang ditawarkan dalam poster terlihat menarik.	4.24	0.85
25	Informasi yang disampaikan menimbulkan ketertarikan terhadap kegiatan workshop.	4.22	0.88
26	Poster membuat saya ingin mengetahui lebih banyak tentang workshop tersebut.	4.25	0.81
27	Saya memiliki keinginan untuk mencari informasi lebih lanjut mengenai workshop.	4.21	0.86
28	Saya merasa kegiatan workshop tersebut bermanfaat bagi saya.	4.32	0.84
29	Saya tertarik untuk mempertimbangkan mengikuti workshop tersebut.	4.16	0.86
30	Saya memiliki keinginan untuk mengikuti workshop yang dipromosikan	4.21	0.83
31	Saya bersedia mendaftarkan diri apabila workshop tersebut diselenggarakan.	4.32	0.88
32	Saya bersedia merekomendasikan workshop tersebut kepada orang lain.	4.18	0.88
Total Keseluruhan		4.22	

Berdasarkan Tabel 2, nilai *grand mean* variabel Y sebesar 4,22 dan termasuk kategori sangat tinggi. Nilai tertinggi terdapat pada P28 dan P31, masing-masing sebesar 4,32. P28 menunjukkan bahwa responden menilai kegiatan *workshop* bermanfaat, sedangkan P31 menunjukkan kesediaan responden untuk mendaftarkan diri apabila kegiatan diselenggarakan. Nilai terendah terdapat pada P23 sebesar 4,11, yaitu kemampuan poster menarik perhatian dibandingkan informasi sejenis lainnya. Secara keseluruhan, hasil tersebut menunjukkan bahwa poster mampu membangun perhatian, ketertarikan, keinginan, dan kecenderungan tindakan responden terhadap kegiatan *workshop*.

Uji validitas dilakukan menggunakan metode *Pearson Product Moment* dengan 367 responden. Pada taraf signifikansi 5% dan $df = 365$, diperoleh r tabel sebesar 0,102. Item dinyatakan valid apabila r hitung $> r$ tabel dan nilai signifikansi $< 0,05$. Hasil uji validitas variabel X disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Konten Poster Digital Workshop (X)

Pernyataan	r Hitung	R Tabel	P(Sig.)	Keterangan
P1	0,763	0,102	0,001	Valid
P2	0,699	0,102	0,001	Valid
P3	0,676	0,102	0,001	Valid
P4	0,707	0,102	0,001	Valid
P5	0,680	0,102	0,001	Valid
P6	0,728	0,102	0,001	Valid
P7	0,732	0,102	0,001	Valid
P8	0,683	0,102	0,001	Valid
P9	0,697	0,102	0,001	Valid
P10	0,718	0,102	0,001	Valid
P11	0,722	0,102	0,001	Valid
P12	0,740	0,102	0,001	Valid
P13	0,700	0,102	0,001	Valid
P14	0,692	0,102	0,001	Valid
P15	0,702	0,102	0,001	Valid
P16	0,712	0,102	0,001	Valid
P17	0,714	0,102	0,001	Valid
P18	0,734	0,102	0,001	Valid
P19	0,695	0,102	0,001	Valid
P20	0,695	0,102	0,001	Valid

Berdasarkan Tabel 3, nilai r hitung seluruh item variabel X berada pada rentang 0,676-0,763 dengan nilai signifikansi $< 0,001$. Seluruh nilai r hitung lebih besar daripada r tabel sebesar 0,102 sehingga 20 item pernyataan variabel X dinyatakan valid.

Hasil uji validitas variabel Efektivitas Informasi (Y) disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Efektivitas Informasi (Y)

Pernyataan	r Hitung	r Tabel	P(Sig.)	Keterangan
P21	0,744	0,102	0,001	Valid
P22	0,732	0,102	0,001	Valid
P23	0,699	0,102	0,001	Valid
P24	0,757	0,102	0,001	Valid
P25	0,772	0,102	0,001	Valid
P26	0,685	0,102	0,001	Valid
P27	0,743	0,102	0,001	Valid
P28	0,704	0,102	0,001	Valid
P29	0,701	0,102	0,001	Valid
P30	0,743	0,102	0,001	Valid
P31	0,704	0,102	0,001	Valid

P32	0,703	0,102	0,001	Valid
------------	--------------	--------------	--------------	--------------

Berdasarkan Tabel 4, nilai r hitung variabel Y berada pada rentang 0,685-0,772 dengan nilai signifikansi $<0,001$. Seluruh nilai tersebut lebih besar daripada r tabel 0,102, sehingga seluruh 12 item pernyataan variabel Y dinyatakan valid.

Uji reliabilitas dilakukan menggunakan *Cronbach's Alpha* dengan kriteria instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* $>0,60$. Hasil uji reliabilitas variabel X disajikan pada Tabel 5.

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas Konten Poster Digital Workshop (X)

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.957	.957	20

Berdasarkan Tabel 5, nilai *Cronbach's Alpha* variabel X sebesar 0,957. Nilai tersebut lebih besar dari 0,60 sehingga instrumen variabel X memiliki konsistensi internal yang sangat tinggi dan dinyatakan reliabel.

Hasil uji reliabilitas variabel Y disajikan pada Tabel 6.

Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas Efektivitas Informasi (Y)

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.929	.929	12

Berdasarkan Tabel 6, nilai *Cronbach's Alpha* variabel Y sebesar 0,929. Nilai tersebut lebih besar dari 0,60 sehingga instrumen variabel Y dinyatakan reliabel dengan konsistensi internal yang sangat tinggi.

Uji normalitas dilakukan terhadap residual model regresi menggunakan Kolmogorov-Smirnov serta pemeriksaan grafik histogram dan *Normal P-P Plot*. Hasil uji Kolmogorov-Smirnov disajikan pada Tabel 7.

Tabel 7. Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov

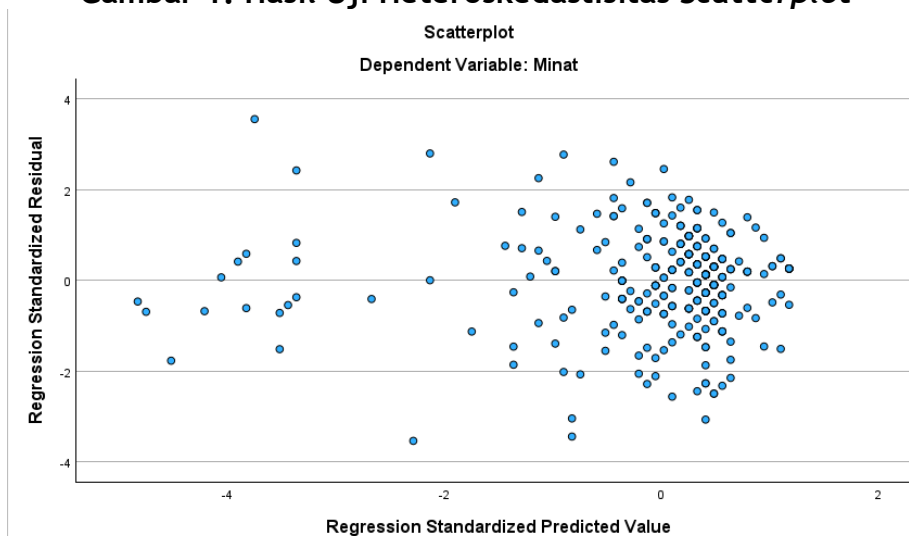
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		367
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.50032772
Most Extreme Differences	Absolute	.078
	Positive	.069
	Negative	-.078
Test Statistic		.078
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		<.001
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.	<.001
	99% Confidence Interval	Lower Bound
		Upper Bound
		.000
		.000

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.
d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 299883525.

Hasil Kolmogorov-Smirnov menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,01. Meskipun nilai tersebut berada di bawah 0,05, pemeriksaan grafik menunjukkan pola residual yang mendekati distribusi normal. Histogram membentuk pola menyerupai kurva lonceng, sedangkan titik-titik pada *Normal P-P Plot* mengikuti arah garis diagonal. Dengan demikian, berdasarkan pemeriksaan grafis, residual dinilai memenuhi asumsi normalitas.

Uji heteroskedastisitas dilakukan menggunakan analisis *scatterplot* dan Uji Glejser. Hasil *scatterplot* menunjukkan titik-titik residual tersebar di atas dan di bawah angka 0 tanpa membentuk pola tertentu.

Gambar 1. Hasil Uji Heteroskedastisitas *Scatterplot*



Untuk memperkuat hasil analisis grafis, dilakukan Uji Glejser. Hasil pengujian disajikan pada Tabel 8.

Tabel 8. Hasil Uji Heteroskedastisitas Metode Glejser

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	4.447	.572		.7778
	KontenPoster	-.031	.007	-.236	<.001

a. Dependent Variable: ABS_RES

Berdasarkan Tabel 8, nilai signifikansi variabel Poster sebesar <0,001, lebih kecil dari 0,05. Hasil tersebut menunjukkan adanya indikasi heteroskedastisitas secara statistik. Dengan demikian, terdapat perbedaan antara hasil *scatterplot* dan Uji Glejser yang menjadi salah satu keterbatasan dalam model penelitian.

Analisis regresi linear sederhana dilakukan untuk mengetahui pengaruh Konten Poster Digital *Workshop* (X) terhadap Efektivitas Informasi (Y). Hasil analisis regresi disajikan pada Tabel 9.

Tabel 9. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Coefficients ^a							
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95,0% Confidence Interval for B Lower Bound Upper Bound
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	2.707	.863		3.138	.002	1.011 4.404
	KontenPoster	.566	.010	.947	56.227	<.001	.547 .586

a. Dependent Variable: EfektivitasInformasi

Berdasarkan Tabel 9, diperoleh persamaan regresi $Y = 2,707 + 0,566X$. Koefisien regresi sebesar 0,566 menunjukkan hubungan positif antara Konten Poster Digital *Workshop* dan Efektivitas Informasi. Artinya, peningkatan nilai Konten Poster Digital *Workshop* diikuti oleh peningkatan Efektivitas Informasi.

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel Konten Poster Digital *Workshop* secara parsial terhadap Efektivitas Informasi. Dengan df = 365 pada taraf signifikansi 5%, diperoleh t tabel sebesar 1,966. Hasil uji t disajikan pada Tabel 10.

Tabel 10. Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients ^a							
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95,0% Confidence Interval for B Lower Bound Upper Bound
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	2.707	.863		3.138	.002	1.011 4.404
	KontenPoster	.566	.010	.947	56.227	<.001	.547 .586

a. Dependent Variable: EfektivitasInformasi

Berdasarkan Tabel 10, diperoleh t hitung sebesar 56,227 dengan nilai signifikansi <0,001. Nilai t hitung lebih besar daripada t tabel ($56,227 > 1,966$) dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga Konten Poster Digital *Workshop* berpengaruh signifikan terhadap Efektivitas Informasi.

Besarnya kontribusi Konten Poster Digital *Workshop* terhadap Efektivitas Informasi diketahui melalui uji koefisien determinasi. Hasil pengujian disajikan pada Tabel 11.

Tabel 11. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.947 ^a	.896	.896	2.504

a. Predictors: (Constant), KontenPoster

Berdasarkan Tabel 11, diperoleh nilai R sebesar 0,947 yang menunjukkan hubungan sangat kuat antara Konten Poster Digital *Workshop* dan Efektivitas Informasi. Nilai R^2 sebesar 0,896 menunjukkan bahwa Konten Poster Digital *Workshop* mampu menjelaskan 89,6% variasi Efektivitas Informasi, sedangkan 10,4% sisanya dijelaskan oleh faktor lain di luar penelitian. Hasil tersebut menunjukkan bahwa konten poster memiliki kontribusi yang sangat besar terhadap Efektivitas Informasi pada Instagram BPAFK Jakarta.

PEMBAHASAN

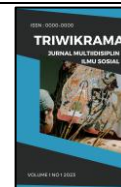
Hasil penelitian menunjukkan bahwa instrumen yang digunakan telah memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas. Seluruh 20 item pada variabel Konten Poster dan 12 item pada variabel Efektivitas Informasi dinyatakan valid karena memiliki nilai r hitung lebih besar daripada r tabel 0,102 dengan nilai signifikansi $<0,001$. Selain itu, nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,957 pada variabel Konten Poster dan 0,929 pada variabel Efektivitas Informasi menunjukkan bahwa kedua instrumen memiliki konsistensi internal yang sangat baik. Dengan demikian, instrumen yang digunakan dapat mengukur variabel penelitian secara konsisten.

Hasil analisis regresi linear sederhana menunjukkan persamaan $Y = 2,707 + 0,566X$. Koefisien regresi positif menunjukkan bahwa semakin baik Konten Poster Digital *Workshop*, semakin tinggi pula Efektivitas Informasi yang diterima audiens. Hasil uji t memperkuat temuan tersebut dengan nilai t hitung sebesar 56,227, lebih besar daripada t tabel 1,966, serta nilai signifikansi $<0,001$. Dengan demikian, Konten Poster Digital *Workshop* berpengaruh signifikan terhadap Efektivitas Informasi. Temuan ini sejalan dengan penelitian Kamila & Mutaqin (2024) yang menunjukkan bahwa kualitas desain visual poster, meliputi warna, tipografi, ilustrasi, dan tata letak, berperan dalam menarik perhatian audiens serta mendukung efektivitas penyampaian informasi.

Nilai R^2 sebesar 0,896 menunjukkan bahwa Konten Poster Digital *Workshop* mampu menjelaskan 89,6% variasi Efektivitas Informasi, sedangkan 10,4% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Hasil tersebut menunjukkan besarnya kontribusi konten poster dalam mendukung penyampaian informasi kegiatan *Workshop Medical Device Adverse* melalui Instagram BPAFK Jakarta. Penilaian deskriptif yang juga menunjukkan kategori sangat tinggi pada variabel X (4,23) dan Y (4,22) memperkuat bahwa poster dinilai mampu menyampaikan informasi secara jelas sekaligus mendorong perhatian, ketertarikan, keinginan, dan kecenderungan tindakan audiens.

Meskipun demikian, hasil uji Glejser menunjukkan adanya indikasi heteroskedastisitas dengan nilai signifikansi $<0,001$. Kondisi ini perlu diperhatikan sebagai keterbatasan dalam interpretasi model regresi. Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas konten poster, khususnya kejelasan informasi dan elemen visual, memiliki peran penting dalam meningkatkan efektivitas informasi yang disampaikan kepada audiens melalui Instagram BPAFK Jakarta.

5. KESIMPULAN



Berdasarkan hasil penelitian terhadap 367 responden, Konten Poster Digital *Workshop Medical Device Adverse* pada Instagram BPAFK Jakarta dinilai sangat baik, dengan nilai *grand mean* sebesar 4,23. Efektivitas Informasi juga berada pada kategori sangat tinggi dengan nilai *grand mean* sebesar 4,22. Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa Konten Poster Digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap Efektivitas Informasi, dengan koefisien regresi sebesar 0,566 dan nilai signifikansi $<0,001$. Nilai R^2 sebesar 0,896 menunjukkan bahwa 89,6% variasi Efektivitas Informasi dapat dijelaskan oleh Konten Poster Digital.

Secara keseluruhan, poster dinilai mampu menyampaikan informasi kegiatan *workshop* dengan jelas dan menarik. Elemen visual memperoleh respons positif dari responden, meskipun aspek keterbacaan tipografi memperoleh nilai relatif lebih rendah dibandingkan aspek lainnya. Dengan demikian, pengembangan poster digital perlu mempertahankan kekuatan visual yang sudah baik sekaligus meningkatkan keterbacaan teks agar penyampaian informasi kepada audiens semakin efektif.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Ayawaila, V. V. C. (2025). *Analisis deskriptif dalam metodologi penelitian: Teori, teknik, dan aplikasi*. ResearchGate.
- Budiarta, I. G. M., & Sutrisno, L. B. (2024). Layout desain poster digital karya mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Seni Rupa Undiksha*, 14(3), 258-267. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JJPSP/index>
- Fajar Ansari, N., Samad A, A., & Yumanizar. (2022). Pengaruh elemen visual dan jenis konten pada Instagram @Tapada_Id dalam.
- Fathurahman, I., Zulhamdani, & Basri, A. (2025). Analisis perbandingan desain poster digital dalam meningkatkan partisipasi warga (Studi kasus pada kegiatan Fun Day HUT RI ke-79). *IKONIK: Jurnal Seni & Desain*, 7(2), 115-129. <https://doi.org/10.51804/ijsd.v7i2.16997>
- Fatih, F. Al, Lubis, N. P., Hsb, K. N., Guru, P., Ibtidaiyah, M., & Mandailing, S. (2026). Konsep homogenitas dan normalitas dalam statistik serta teknik pengujiannya. 1(3), 805-817.
- Handayani, F., & Apolinario, R. R. U. (2023). Mediatization of library on Instagram as a promotional medium. *Record and Library Journal*, 9(1), 48-55. <https://doi.org/10.20473/rlj.v9-i1.2023.48-55>
- Junaedi, J., & Wahab, A. (2023). Hipotesis penelitian dalam kesehatan. *Jurnal Pendidikan dan Teknologi Kesehatan*, 6(2), 142-146. <https://doi.org/10.56467/jptk.v6i2.98>
- Kamila, R., & Mutaqin, F. (2024). Analisis visual desain poster event lokal di Sukabumi. *Prosiding Seminar Nasional Desain, Pariwisata dan Industri Kreatif*.
- Mononutu, A. C., Agung, A., Bagus, N., Yudha, K., & Purwita, D. G. (2026). Analisis elemen visual carousel Instagram Griya Luhu dalam edukasi pengelolaan sampah. *Konvergensi: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 13(3), 844-856.
- Nahrowi, N., Qoiryah, D., Wardani, I. S., Azizah, M. U., Mentari, R., & Laksana, I. (2026). Optimalisasi beban kognitif elemen visual: Analisis kelayakan poster digital sebagai media instruksional pelajar. *Epistema*, 7(1), 66-76. <https://doi.org/10.21831/ep.v7i1.96650>
- Napitupulu, S., & Siagian, N. A. (2023). Prediksi data produksi menggunakan regresi linear sederhana. *JDMIS: Journal of Data Mining and Information Systems*, 1(2), 95-105. <https://doi.org/10.54259/jdmis.v1i2.1956>
- Ningrum, A. K. (2022). Instagram sebagai media komunikasi Perpustakaan UIN SAIZU. *Daluang: Journal of Library and Information Science*, 2(1), 1-12. <https://doi.org/10.21580/daluang.v2i1.2022.10044>



- Saputra, D. D. (2024). Perancangan poster digital sebagai sarana edukasi dan informasi Pemilu 2024. *Gorga: Jurnal Seni Rupa*, 13(1), 83-90. <https://doi.org/10.24114/gr.v13i01.57469>
- Simanjuntak, S. M. B., Makmur, & Dewi, R. (2024). Pengaruh struktur modal, ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan LQ45. *Strata Business Review*, 3(1), 13-22. <https://doi.org/10.59631/sbr.v3i1.345>
- Subagiyo, R. (2020). Bab 2 penelitian kuantitatif.
- Sundawan Suherman, W., & Kurnianto, D. (2022). Validity and reliability of football school management assessment instruments based on quality management system. *Medikora*, 21(1), 61-70.
- Utami, Y. (2023). Analisis pemanfaatan media sosial sebagai sarana dakwah. *Jurnal Sains dan Teknologi*, 4(2), 21-24.
- Wahyurini, G., Soemardjo, H. A., & Sumiati. (2023). Efektivitas Instagram @BNN_CEGAHNARKOBA sebagai media kampanye pencegahan narkoba. *Seminar Nasional Pariwisata dan Kewirausahaan (SNPK)*, 2, 510-519. <https://doi.org/10.36441/snpk.vol2.2023.160>
- Yunita, G. (2022). Pengaruh desain komunikasi visual estetika. *Dasarrupa: Desain dan Seni Rupa*, 4(2).
- Yusniawati Dratistiana, L. (2023). Efektivitas penggunaan media sosial Instagram sebagai media komunikasi dan promosi pada jasa layanan PPSDM Migas. *Majalah Ilmiah Swara Patra*, 13(2), 65-72. <https://doi.org/10.37525/sp/2023-2/558>