



**BADAN PUSAT STATISTIK
PROVINSI SUMATERA UTARA**

DATA STORYTELLING

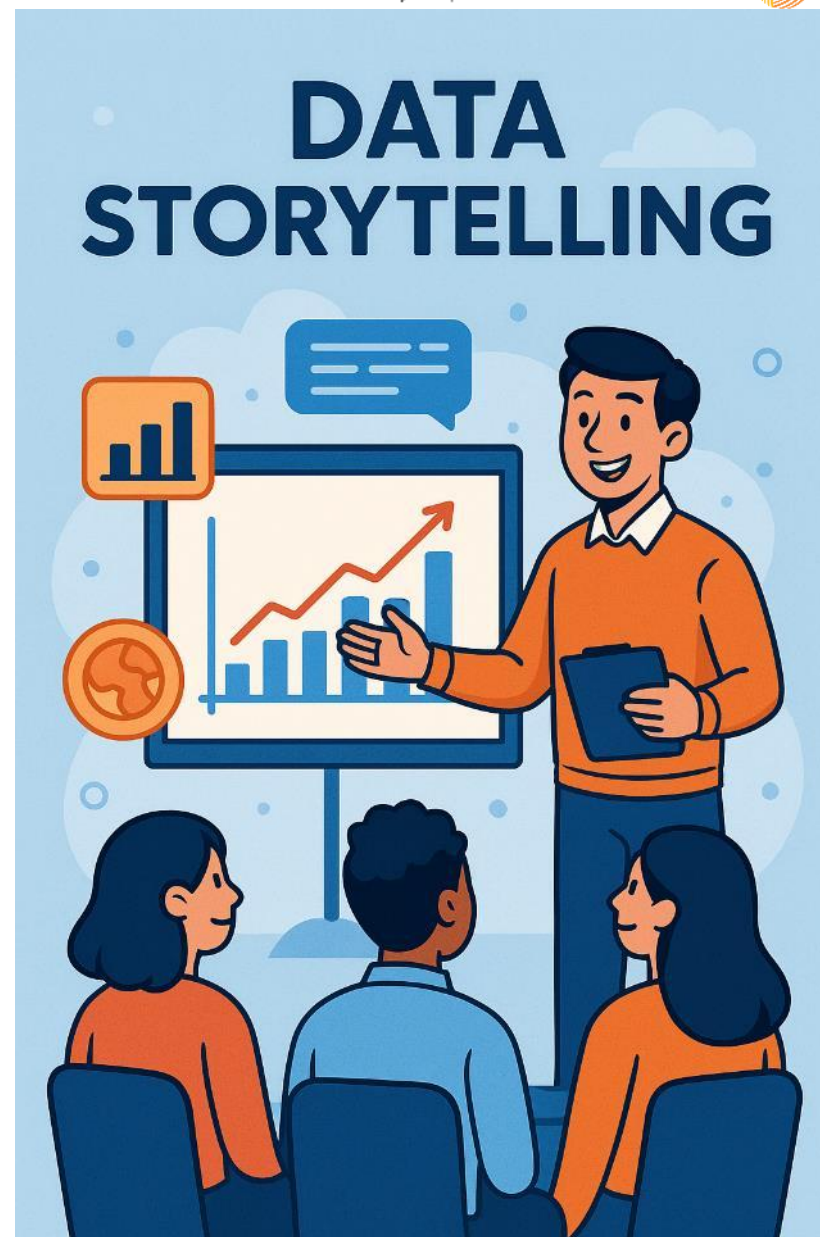
2 Juli 2025

STMJ

BerAKHLAK
Berorientasi Pelayanan Akuntabel Kompeten
Harmonis Loyal Adaptif Kolaboratif



**SENSUS
EKONOMI
2026**





APA ITU DATA *STORYTELLING*?

- **Data Storytelling** = proses/teknik mengomunikasikan wawasan (*Insight*) dari data dengan cara yang menarik dan mudah dipahami. Ini melibatkan penggunaan data, visualisasi, dan narasi untuk menjelaskan pola atau tren yang tersembunyi dalam data. Intinya, data storytelling mengubah data mentah menjadi cerita yang informatif dan menarik, sehingga audiens dapat memahami pesan yang ingin disampaikan.
- Ada 3 elemen/unsur data storytelling, yaitu narasi, data, dan visualisasi.
- Dari penelitian yang dilakukan oleh **Jennifer Aaker**, Hanya **5%** yang mampu mengingat angka, data, dan figur. Namun **63%** mampu mengingat cerita yang disampaikan.
- Dengan data storytelling, audiens akan lebih mudah mengingat 20 kali lipat daripada pesan yang disampaikan dengan cara biasa.



KENAPA MENGGUNAKAN *STORYTELLING*?

Stories Beat Statistics

LEBIH MUDAH DIINGAT



5%
statistics

VS

63%
stories

LEBIH MEYAKINKAN



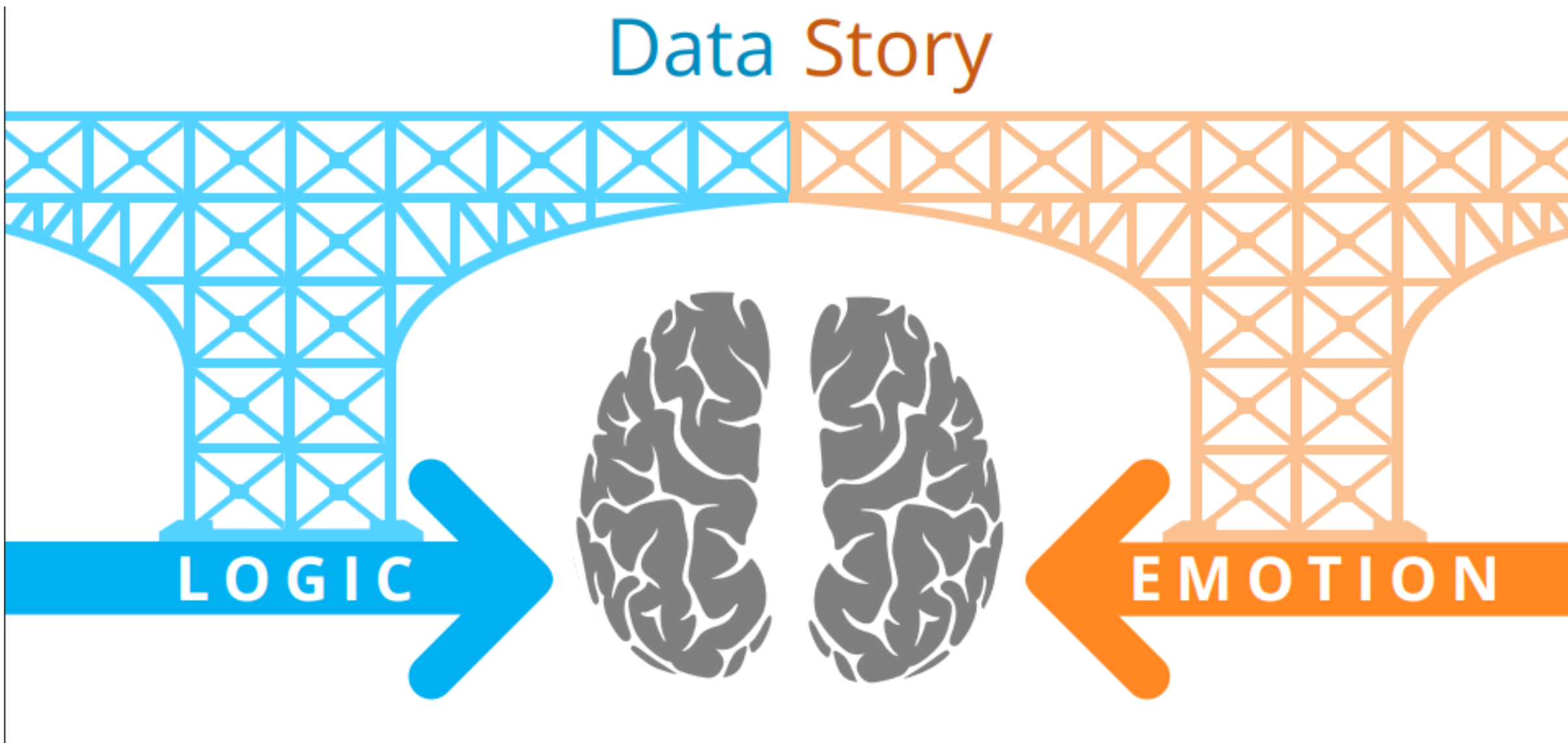
\$1.14
statistics

VS

\$2.38
story

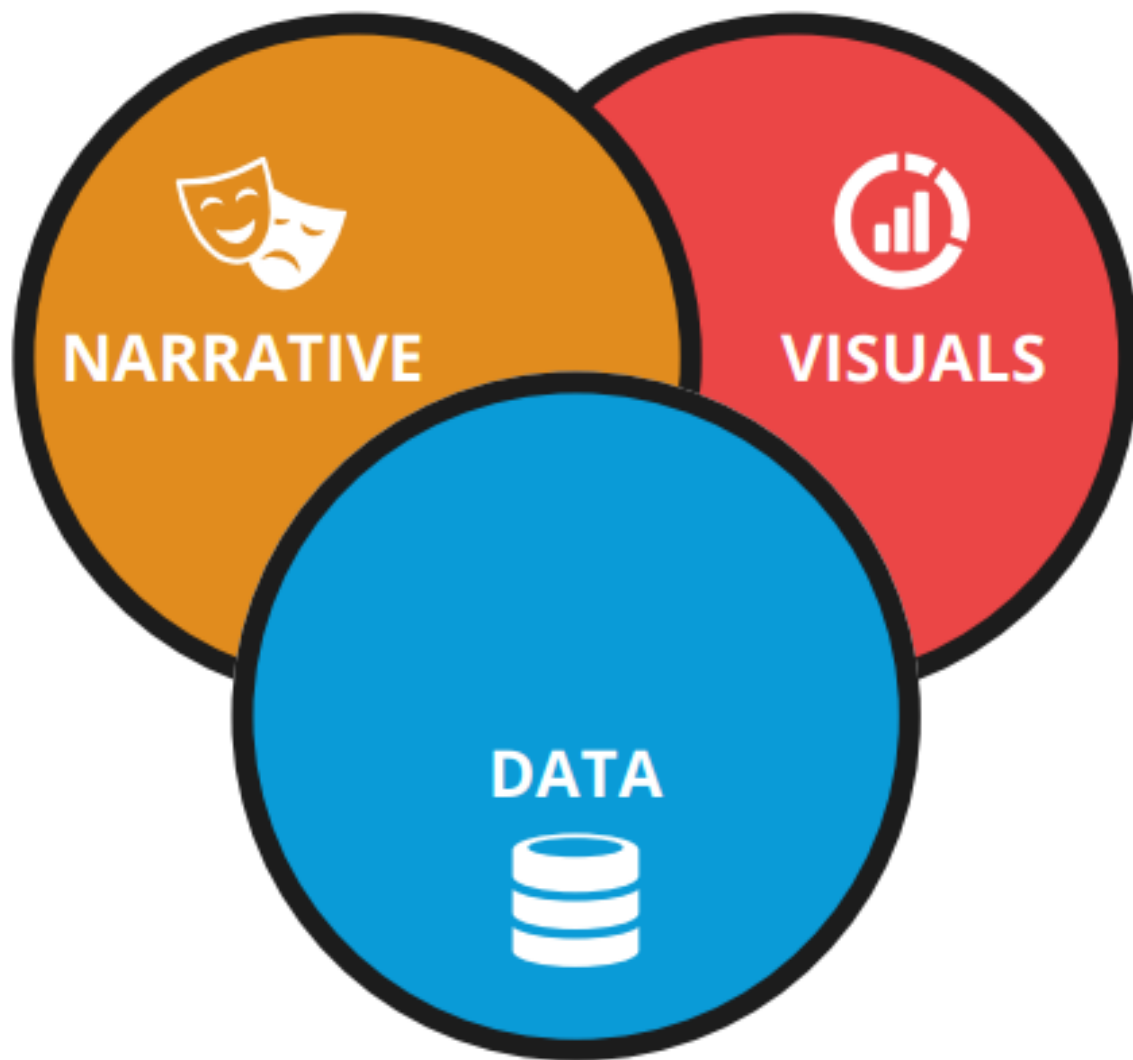


KENAPA MENGGUNAKAN *STORYTELLING*?





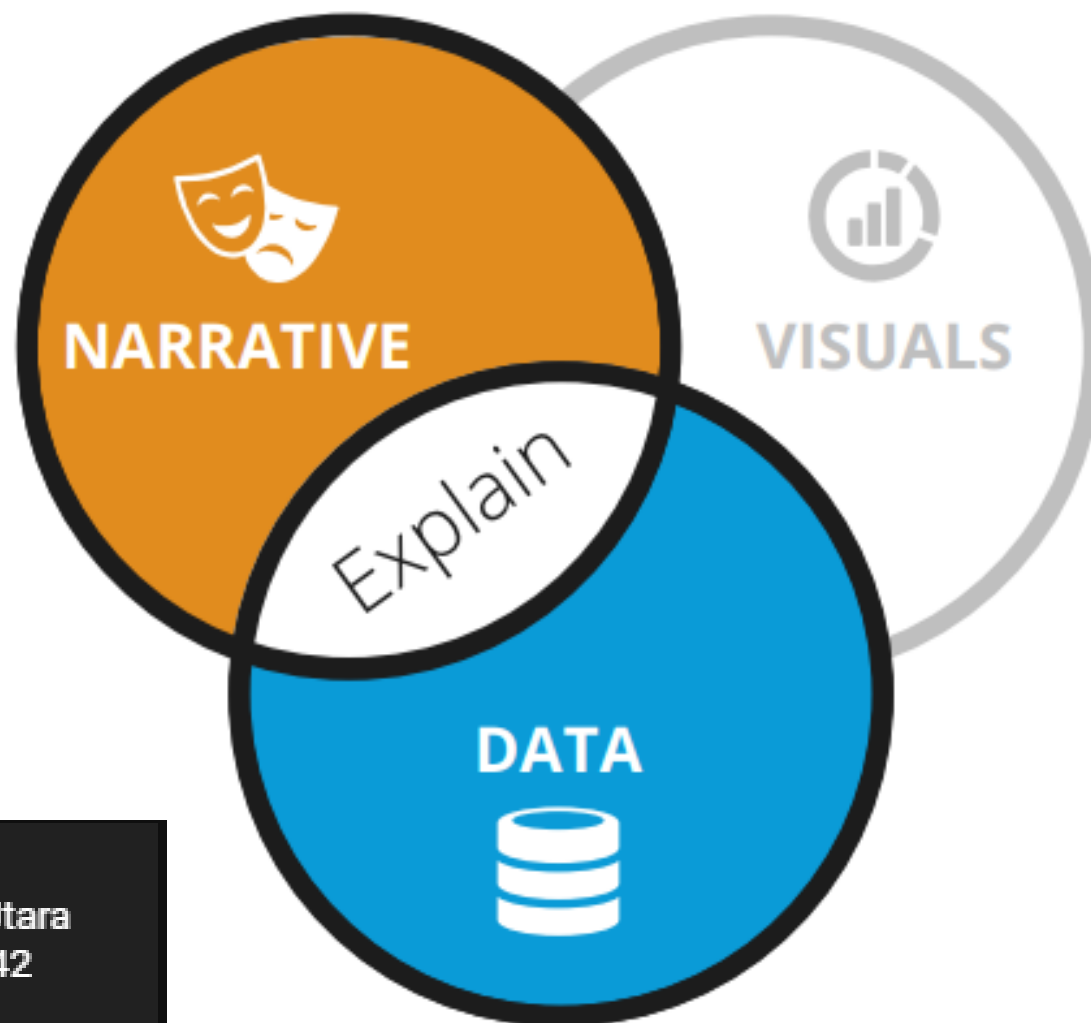
TIGA ELEMEN DARI DATA STORYTELLING





TIGA ELEMEN DARI DATA STORYTELLING

EXPLAIN:
Narrative +
Data

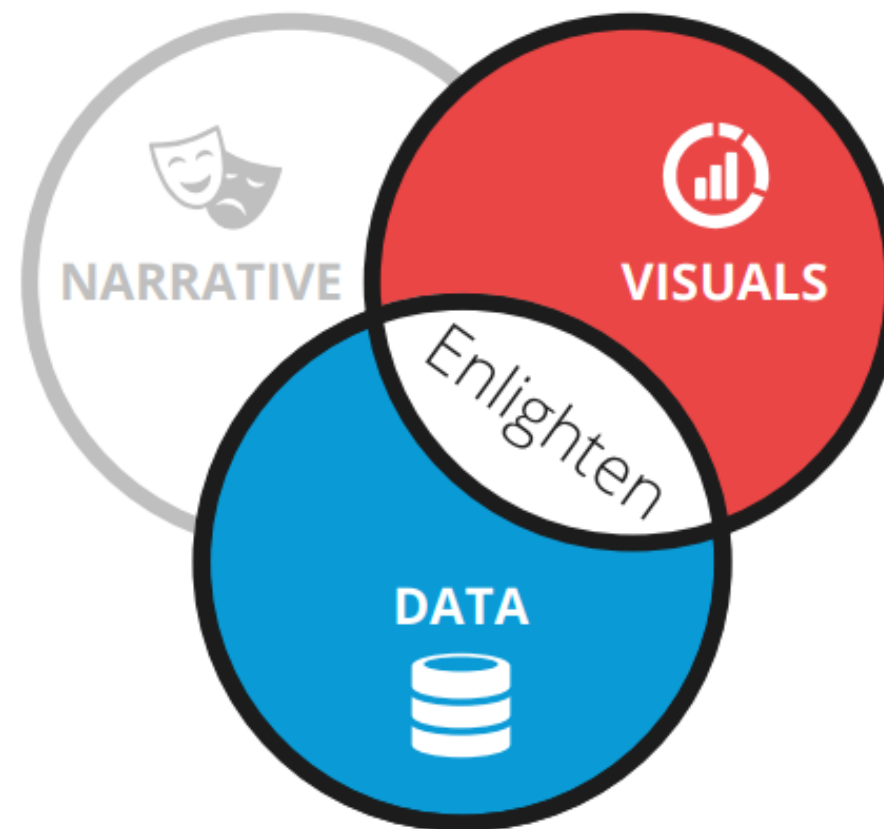


BPS Provinsi Sumatera Utara Nilai ekspor melalui pelabuhan muat di wilayah Sumatera Utara pada Januari–April 2025 mencapai US\$3.782,42 juta atau naik 24,39 persen



TIGA ELEMEN DARI DATA STORYTELLING

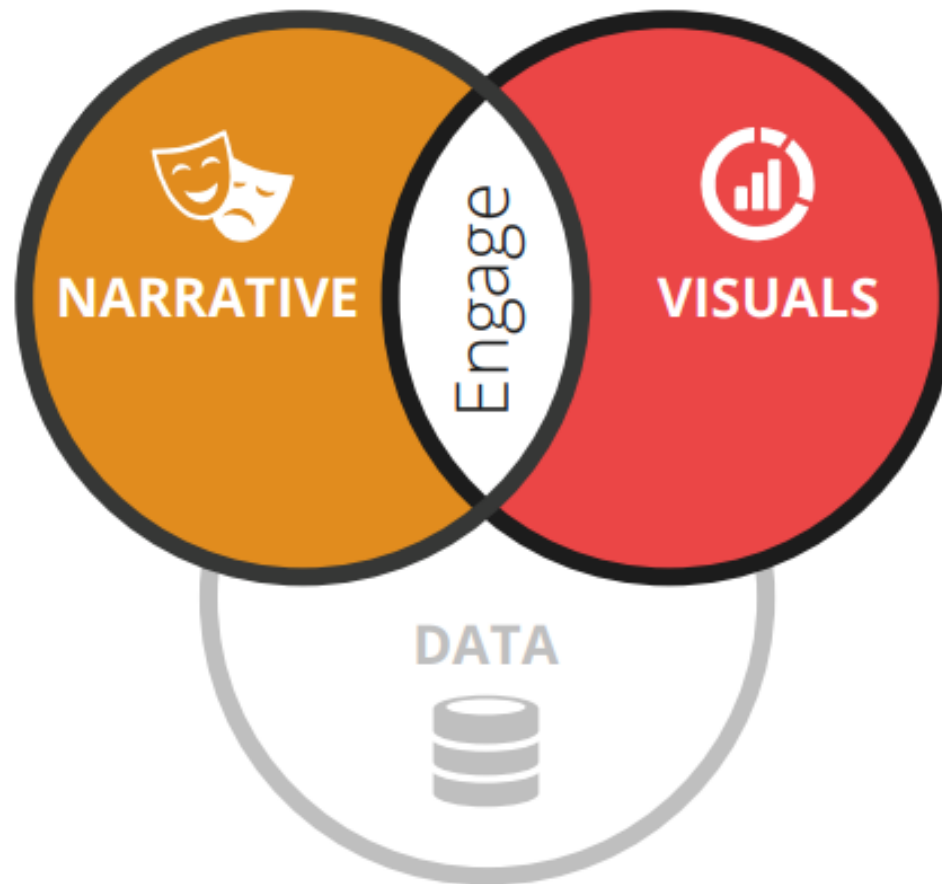
ENLIGHTEN: Data + Visuals





TIGA ELEMEN DARI DATA STORYTELLING

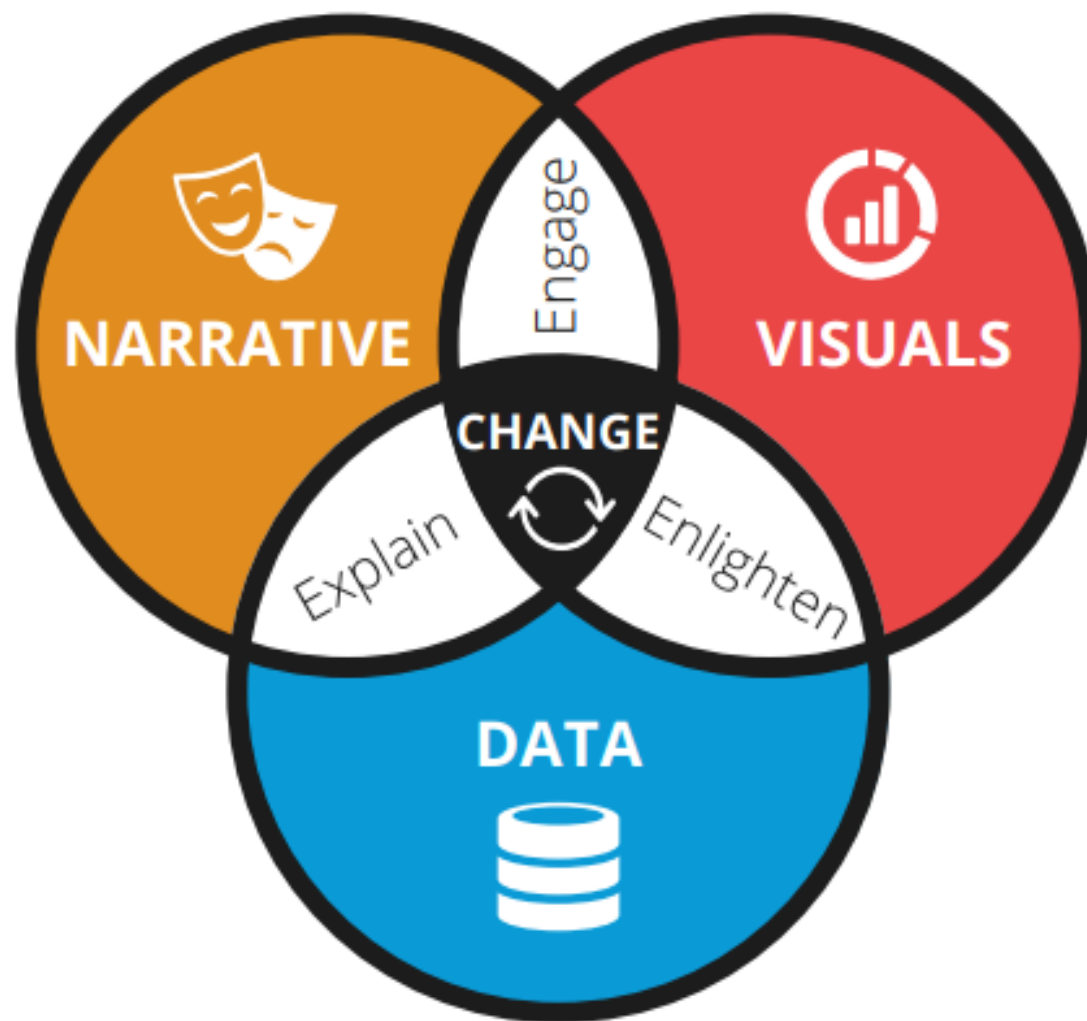
ENGAGE:
Narrative +
Visuals





TIGA ELEMEN DARI DATA STORYTELLING

Influence
change with
data stories





STORYTELLING versus Giving Information



STORYTELLING Versus Giving Information?

Storytelling dan "giving information" (memberi informasi) adalah dua cara yang berbeda dalam menyampaikan sesuatu. Storytelling lebih berfokus pada penyampaian pesan melalui cerita yang menarik, melibatkan emosi, dan membangun hubungan dengan audiens. Sementara "giving information" lebih menekankan pada penyampaian fakta, data, atau detail spesifik secara langsung dan informatif.

GIVING INFORMATION

Fokus Pada Fakta

Transparan

Lebih Informatif

STORYTELLING

Fokus Pada Cerita

Membangun
Hubungan

Lebih Persuasif



KOMPOSISI PEKAWAI DI PT SUKA MAJU

No	Bagian	Tingkat Pendidikan							Jml
		S3	S2	S1	SMA	SMK	SMP	SD	
1	Keuangan			25	45	156	12	3	241
2	Umum			5	6	8	4	1	24
3	Penjualan			7		65	37	5	114
4	Litbang	1	8	35					44
Jumlah		1	8	72	51	229	53	9	423



STORYTELLING Versus Giving Information

Giving Information

Aldi mendapatkan penghargaan best salesman of the year PT Maju Jaya karena pencapaian salesnya 250% dan tumbuh 400% dibanding tahun sebelumnya. Padahal pencapaian total perusahaan hanya 80% dan minus growth yaitu 90% dibanding tahun 2017. Pencapaian Aldi karena mendapatkan *customer* baru yang banyak sehingga menaikkan total *customer* menjadi 200%.



STORYTELLING Versus Giving Information

Apa Saja Informasi yang Anda Ingat?



STORYTELLING Versus Giving Information

Storytelling

Tahun 2018 adalah tahun yang berat untuk PT Maju Jaya. Bayangkan demikian *strugglingnya* mereka, bukan saja target tidak tercapai, bahkan sales mereka lebih rendah dibanding tahun sebelumnya. Akan tetapi, walaupun secara keseluruhan pencapaian perusahaan begitu terpuruk, tetapi Aldi menunjukkan hasil yang luar biasa. Aldi sangat agresif dalam meningkatkan jumlah *customernya* sehingga jumlah total *customernya* naik menjadi **dua kali lipat**. Akibatnya hasilnya sangat fantastik. Pencapaian target yang luar biasa dan **4 kali lipat** sales dibanding tahun sebelumnya, dan Aldi mendapatkan *Best Salesman of the year*.



STORYTELLING Versus Giving Information

Giving Information

Tingkat Pengangguran Terbuka Sumatera Utara Agustus 2024 mencapai 5,60%, turun 0,29 poin persen dibandingkan Agustus 2023.

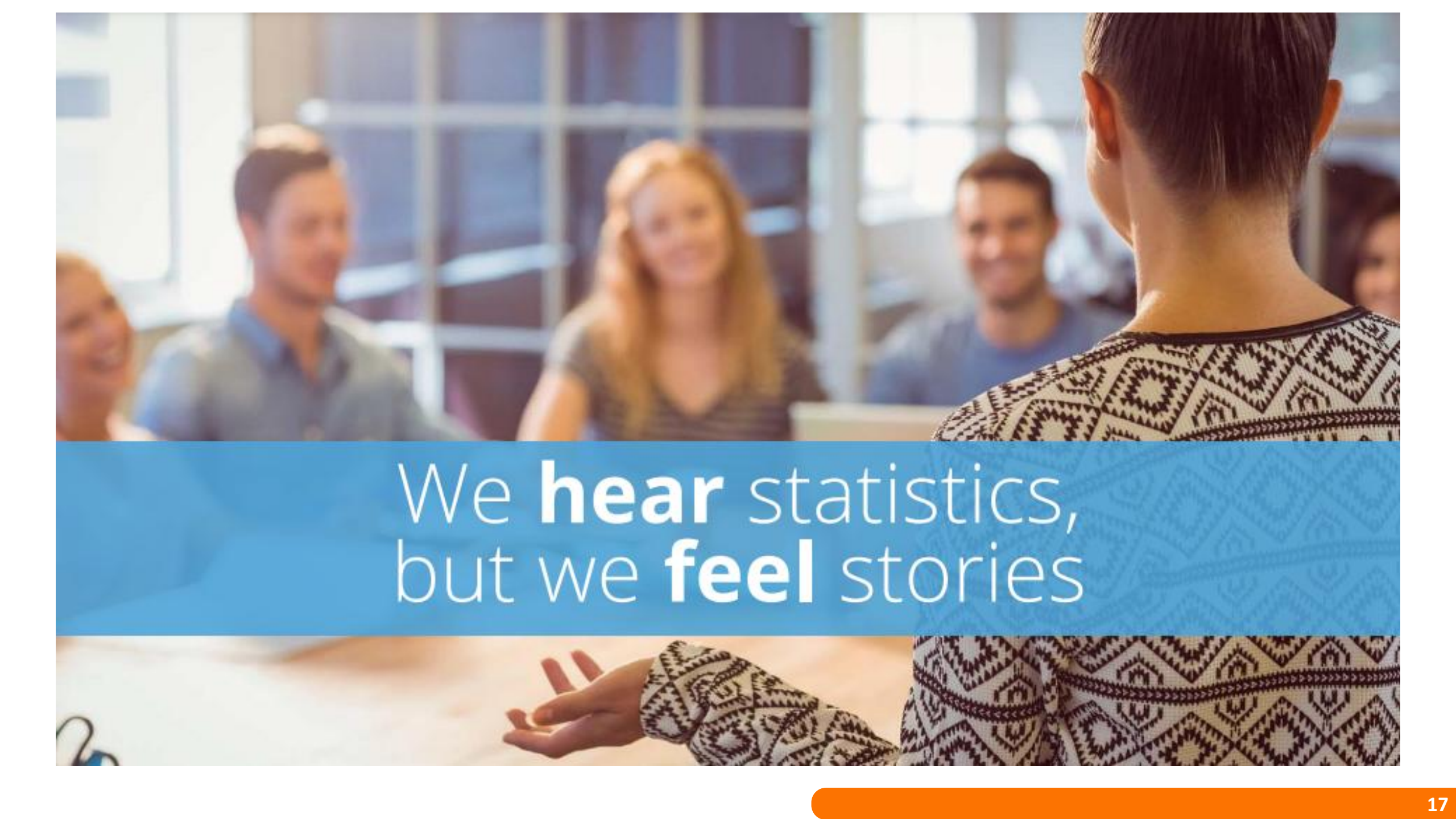
Dilihat dari tingkat pendidikan, Agustus 2024, Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) untuk Sekolah Menengah Kejuruan, mencapai 8,14 %.



STORYTELLING Versus Giving Information

Storytelling

Agustus 2024 membawa kabar baik bagi Sumatera Utara. Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) turun dibandingkan tahun lalu. Ini artinya, lebih banyak masyarakat berhasil masuk ke dunia kerja. Namun, data juga mengungkap sisi lain. TPT lulusan Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) justru tercatat paling tinggi, hingga 8 persen. Padahal, mereka adalah lulusan yang disiapkan untuk langsung terjun ke lapangan kerja. Hal ini menjadi pengingat bahwa penurunan angka pengangguran belum tentu merata. Kita masih punya PR besar: memastikan keterampilan lulusan SMK benar-benar sesuai dengan kebutuhan industri, agar mereka tak hanya siap kerja — tapi juga cepat terserap.

A photograph of a group of people in a meeting. In the foreground, the back of a woman's head and shoulders are visible; she is wearing a patterned sweater and has her right hand raised in a gesture. In the background, three other people (two men and one woman) are seated and looking towards her. The scene is set in a bright room with large windows.

We **hear** statistics,
but we **feel** stories



MEMBUAT DATA STORYTELLING



1. *MENCARI INSIGHT*

SETIAP DATA STORYTELLING DIMULAI DARI INSIGHT

Data insight, atau wawasan data, adalah pemahaman mendalam yang diperoleh dari hasil analisis data mentah, yang memberikan informasi berharga untuk pengambilan keputusan yang lebih baik. Data insight membantu memahami pola, tren, dan perilaku yang tersembunyi dalam data, memungkinkan organisasi untuk mengoptimalkan kinerja, meningkatkan efektivitas kampanye, dan mengidentifikasi peluang baru.



Observasi Versus Insights





2. TENTUKAN BAGAIMANA JALAN CERITAMU!

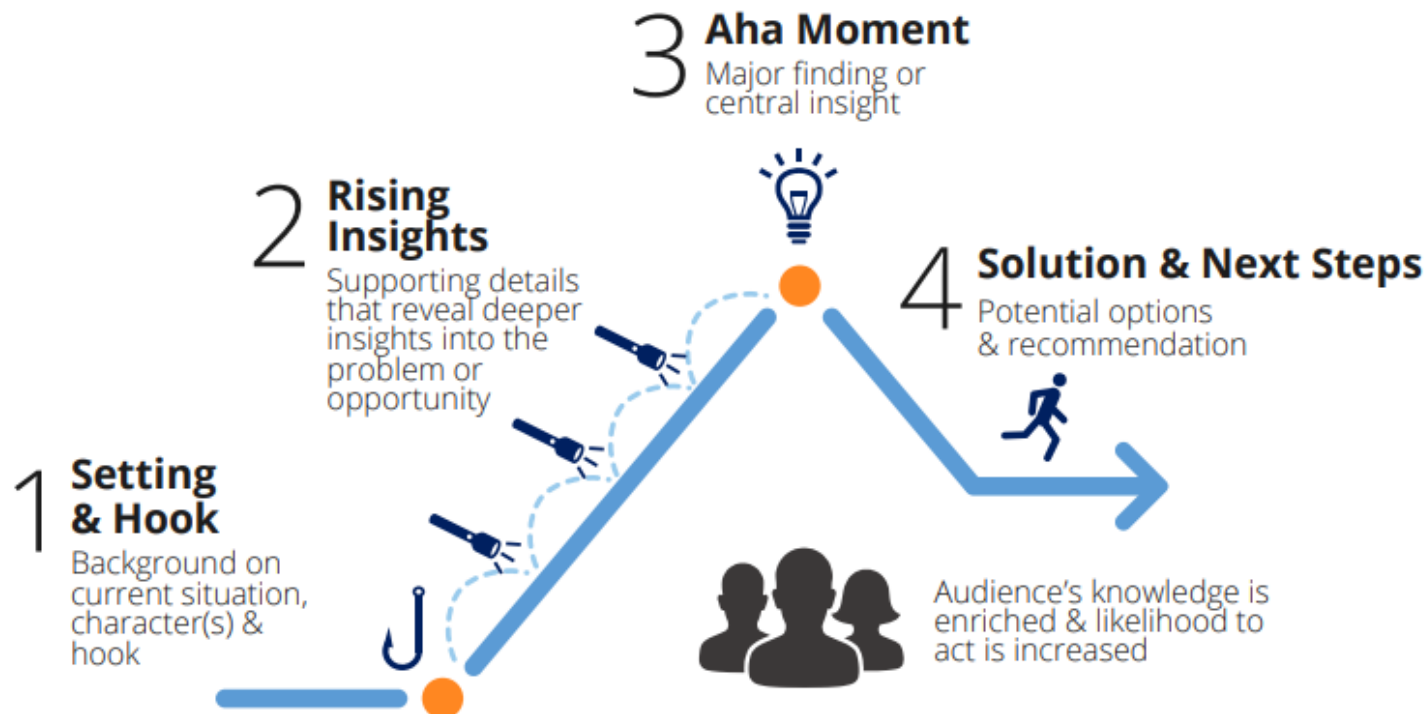


Ibarat lampu adalah data, tentukan jalan ceritamu dengan menyambungkan beberapa data yang diperlukan. Tidak perlu seluruh data harus disambungkan karena akan tidak sesuai dengan alur cerita.

Jadi dengan data yang ada, akan bisa dibuat cerita yang berbeda beda sesuai dengan alurnya.



ALUR DATA STORYTELLING



1. Setting & Hook

Setting adalah latar tempat dan waktu dalam sebuah cerita, sedangkan hook adalah kalimat pembuka yang menarik perhatian pembaca untuk terus membaca. Setting memberikan konteks cerita, sementara hook menciptakan ketertarikan awal.

2. Rising Insights

"Rising insights" secara umum merujuk pada pemahaman baru atau wawasan yang muncul atau berkembang, seringkali dari analisis data atau pengalaman.

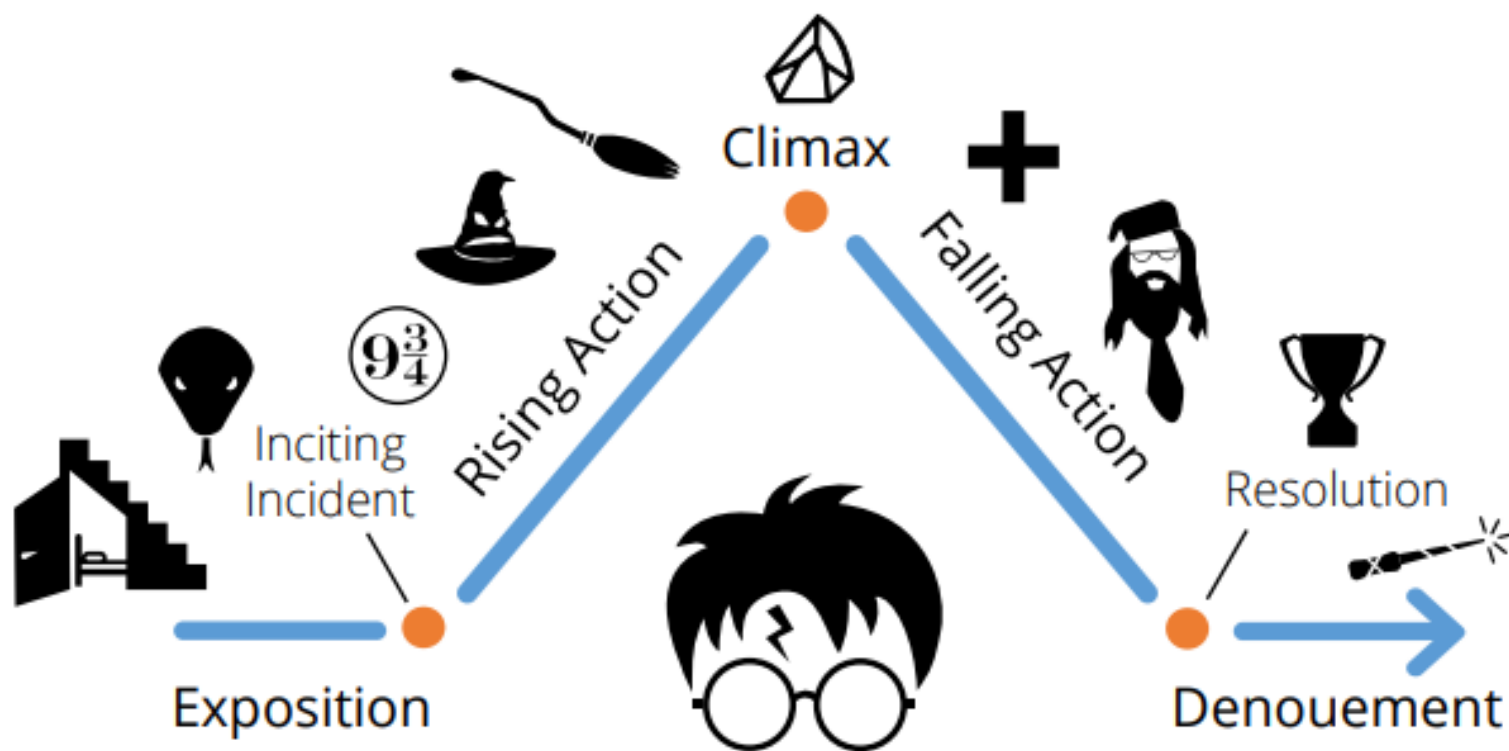
3. Aha Moment

Momen "Aha!" adalah saat seseorang tiba-tiba memahami sesuatu, mendapatkan wawasan baru, atau menemukan solusi untuk suatu masalah setelah sebelumnya mengalami kesulitan

4. Solution & Next Steps



ALUR DATA STORYTELLING



1. Seorang anak bernama Harry Potter yang tinggal di bawah tangga sering diperlakukan tidak adil.
2. Harry yang bisa berbicara dengan ular
3. Harry menuju Hogwarts naik kereta uap di peron 9 $\frac{3}{4}$
4. Harry masuk ke Gryffindor dan belajar sihir
5. Harry belajar menggunakan sapu terbang
6. **Harry bertengkar dengan Voldemort**
7. Harry masuk rumah sakit
8. Harry dijenguk Albus Dumbledore
9. Gryffindor memenangkan kompetisi

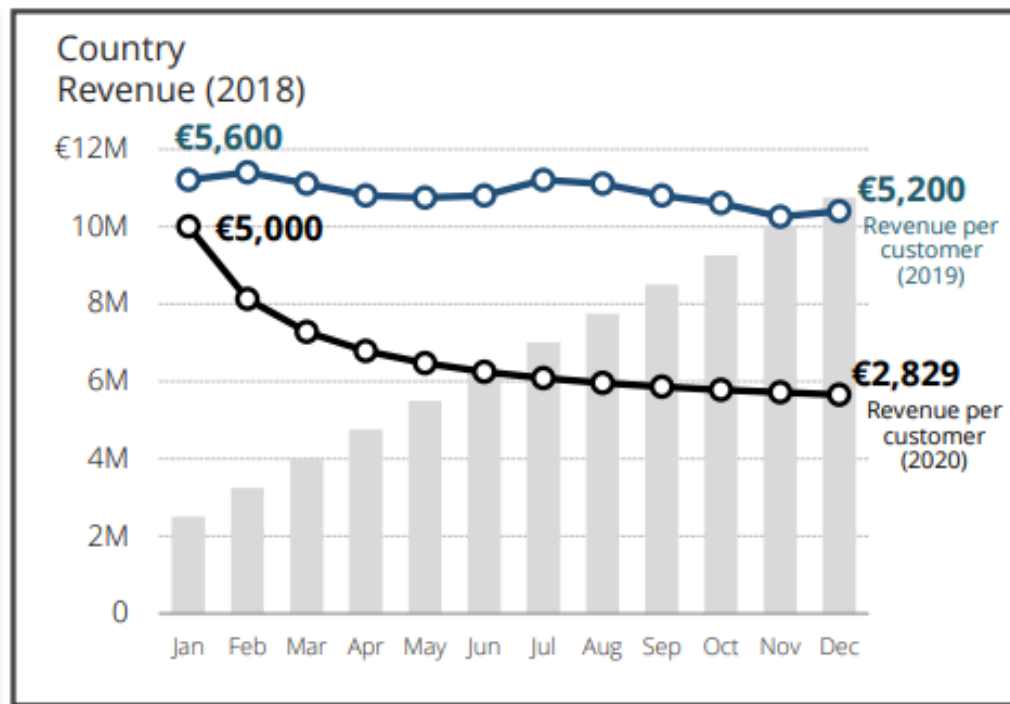
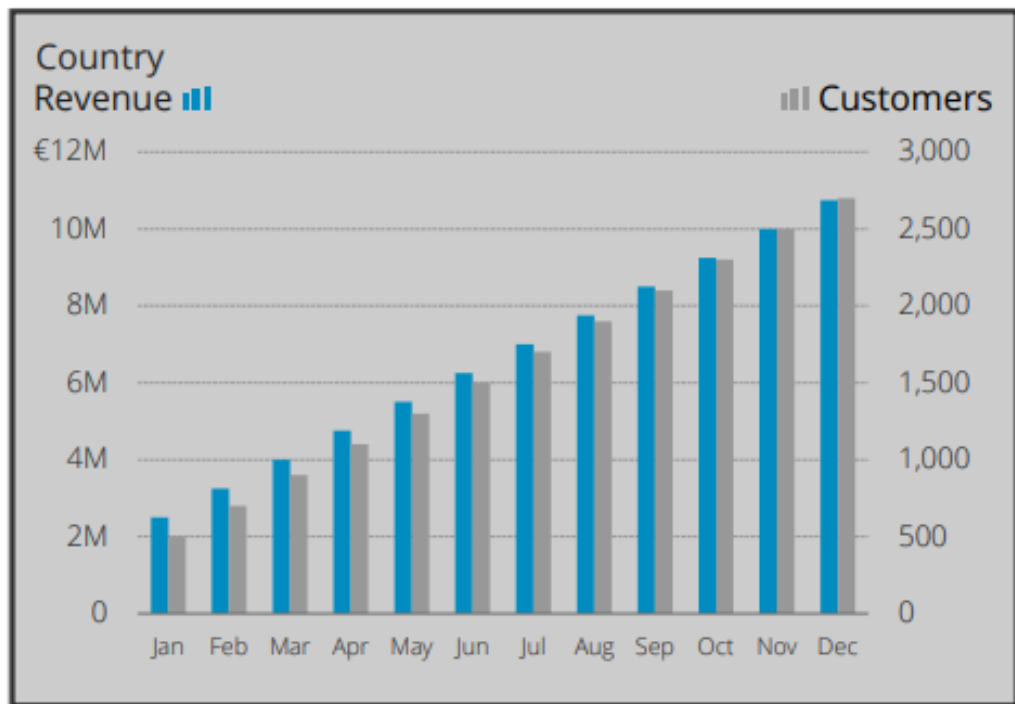


VISUALISASI DATA



IDENTIFIKASI DATA DENGAN BENAR

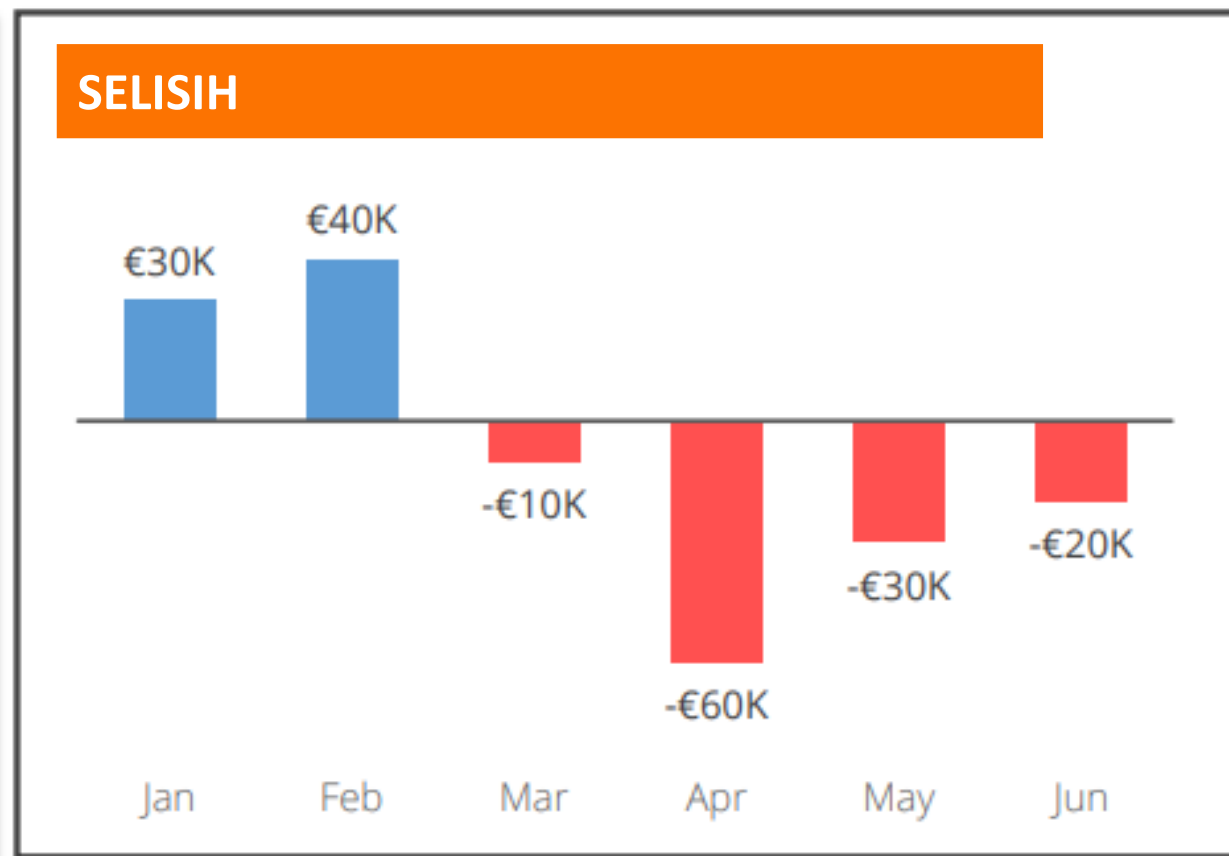
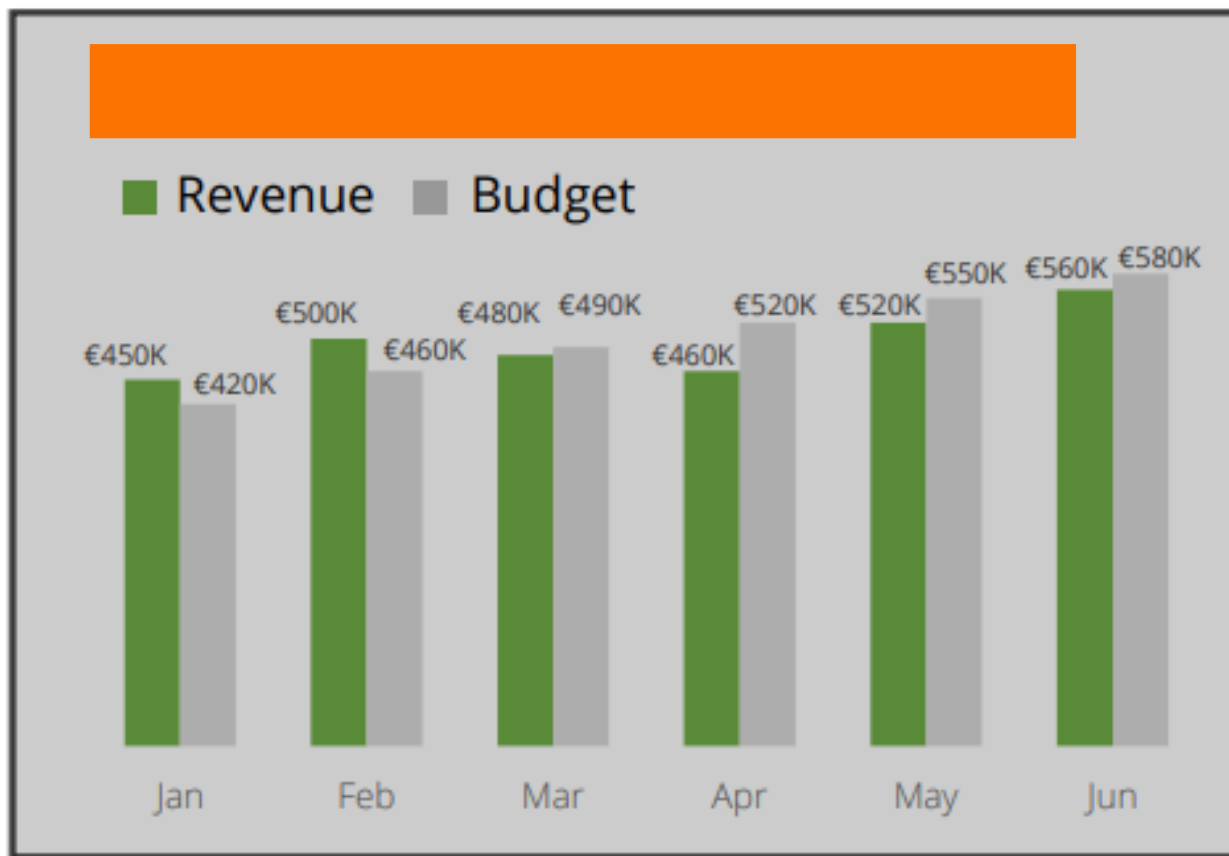
Contextual data may make your visual more insightful.



Mengubah visual data yang aggregate menjadi data individu yang lebih memiliki *value*.



IDENTIFIKASI DATA DENGAN BENAR



Mengubah fokus data dari aggregate menjadi selisih antar variable.



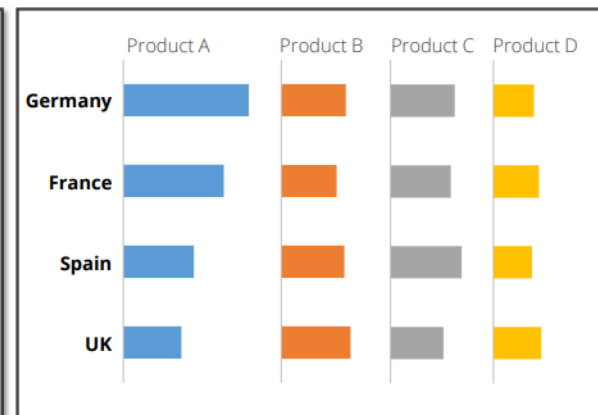
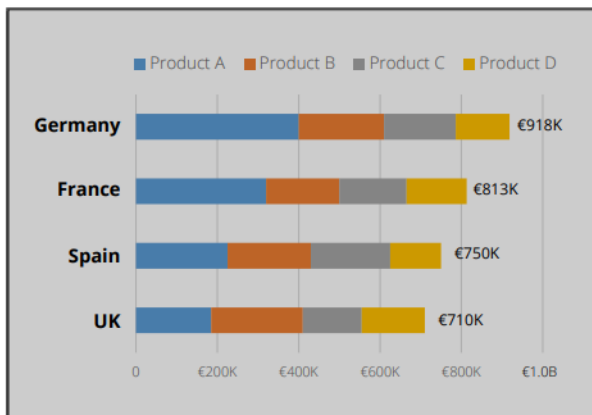
SESUAIKAN VISUAL UNTUK LEBIH MEMUDAHKAN DALAM MENYAMPAIKAN PESAN

Changing the orientation of a chart can make it easier to compare key values.



Mengubah orientasi tampilan grafik sesuai dengan variable yang dibandingkan

Panel bar charts offer each category its own baseline for easier visual inspection.

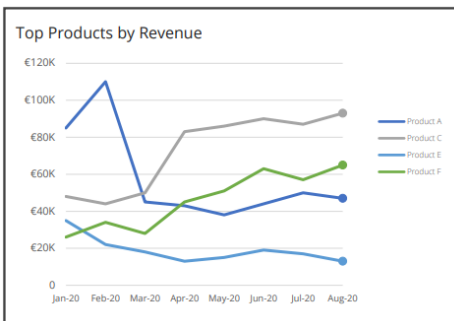
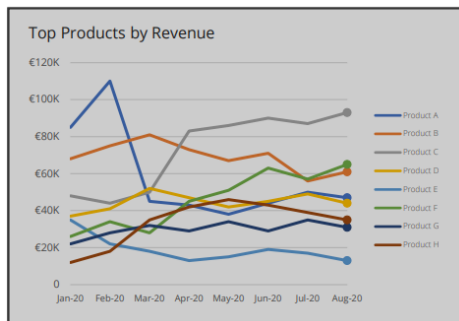


Sesuaikan tampilan menurut sudut pandang yang dibahas, apakah aggregate atau tunggal.



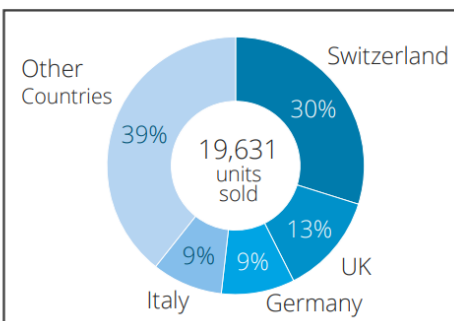
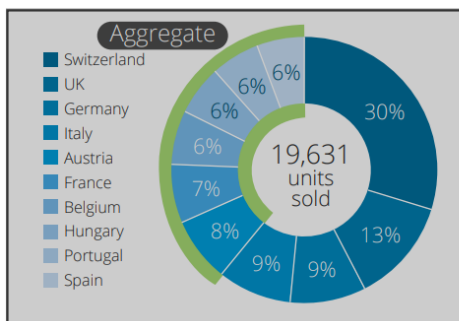
MENAMPILKAN GRAFIK YANG SEDERHANA

Ask yourself **what is essential** to making your point. Remove what's unnecessary.



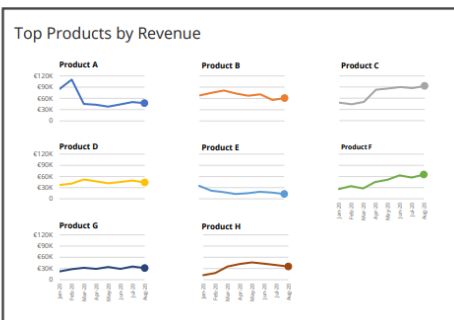
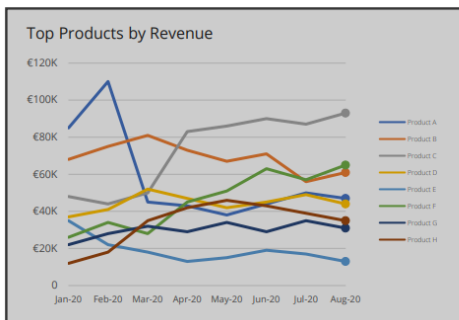
Fokus ke *value* yang lebih besar. Hilangkan data yang kecil agar grafik lebih sederhana.

To simplify charts, you can **aggregate less critical data** to reduce the cognitive load.



Menggabungkan beberapa data yang kecil menjadi label 'lainnya' juga dapat dilakukan agar tampilan grafik lebih sederhana

To reduce noise, you can **break apart data series** into separate charts.



Memecah beberapa grafik yang rumit menjadi grafik yang lebih sederhana



FOKUS APA YANG DIANGGAP PENTING

109483792478394836374
893043171628302365430
239485120495239076746
112820205646844036979
938228201654547163812
620156514173783920198
295826012386431242993

Apa saja yang
sebenarnya ingin
disampaikan oleh
pemberi pesan?



FOKUS APA YANG DIANGGAP PENTING

109483792478394836374
893043171628302365430
239485120495239076746
112820205646844036979
938228201654547163812
620156514173783920198
295826012386431242993



FOKUS APA YANG DIANGGAP PENTING

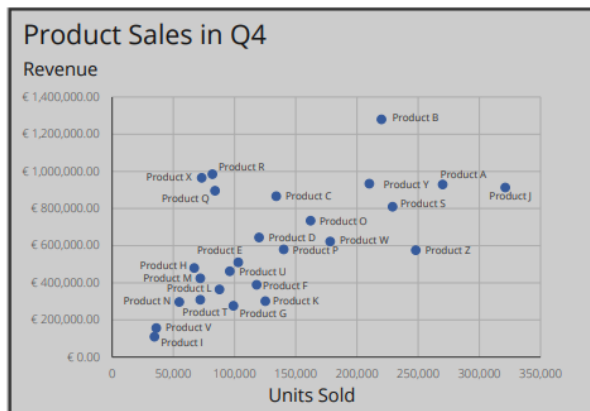
109483792478394836374
893043171628302365430
239485120495239076746
112820205646844036979
938228201654547163812
620156514173783920198
295826012386431242993

Terlalu banyak yang ingin disampaikan akan membuat pembaca kesulitan menerima pesan.

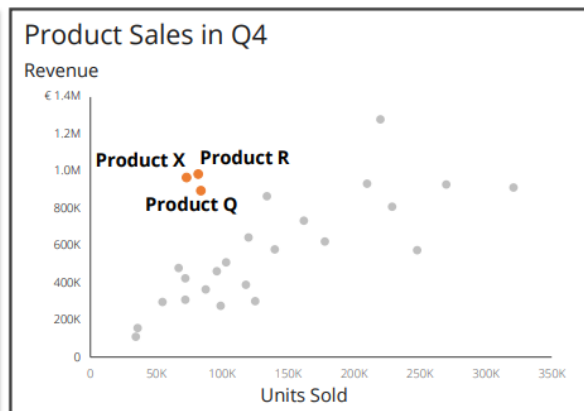


FOKUS KE HAL YANG DIANGGAP PENTING

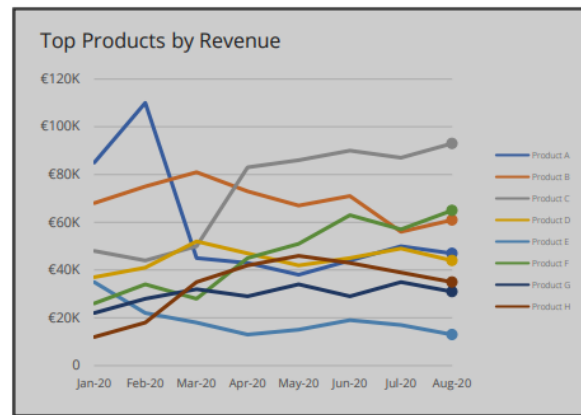
Hilangkan elemen grafik yang tidak terlalu berguna



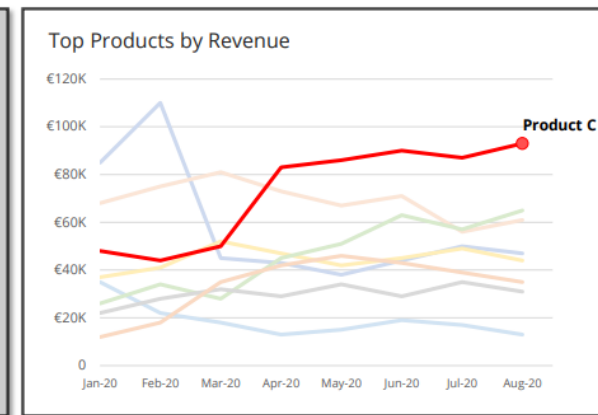
Remove non-essential chart elements to help the data communicate more clearly.



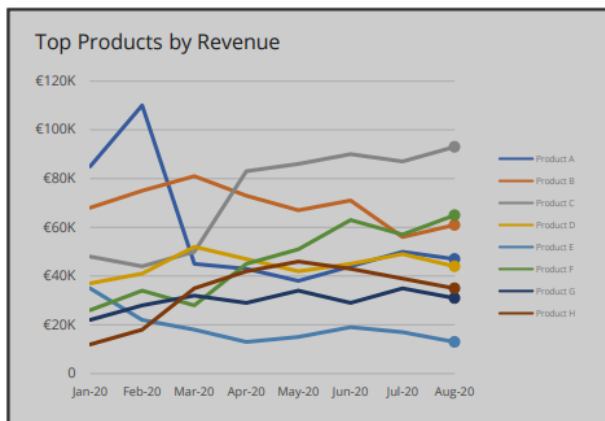
Gunakan pewarnaan yang tebal dan tipis untuk membedakan mana yang lebih penting



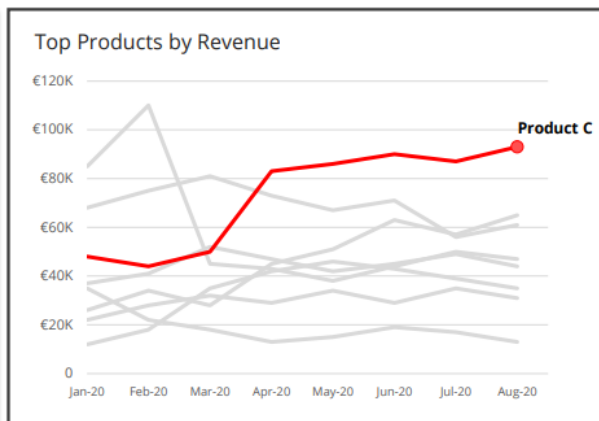
Use a **bold color with light colors** to draw attention while still providing context.



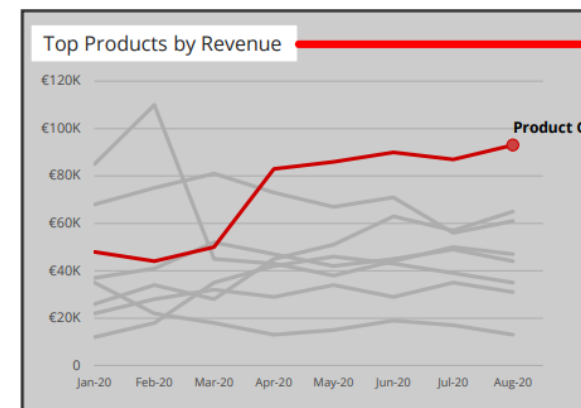
Gunakan pewarnaan dan abu-abu untuk menampilkan pesan yang dominan



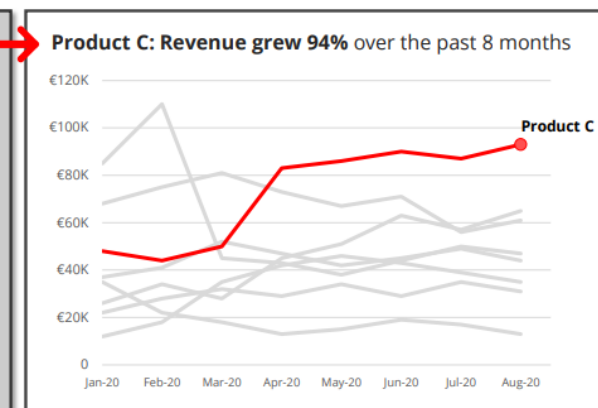
Use **color and grayscale** to draw attention while still providing context.



Tambahkan penjelasan secara singkat



Text can be used to **steer attention** to what's most important in a chart.





***STORYTELLING* BERBENTUK *POST IMAGE* DI MEDIA SOSIAL**



STORYTELLING UNTUK HARI KARTINI SUMATERA UTARA

Poin-poin *Insight*

- Sumatera Utara dihuni oleh penduduk yang berjumlah 15,78 juta-an. Dan 49,8 persen nya adalah perempuan. Tidak terlalu beda jauh dengan penduduk laki-laki
- Dari 98 orang anggota dewan perwakilan rakyat daerah provinsi sumatera utara, 17,35 persen adalah perempuan. Sedangkan jumlah penduduk perempuan hampir sama dengan penduduk laki-laki di sumatera utara
- Perempuan ternyata banyak yang mengincar PNS sebagai pekerjaannya. Untuk jumlah ASN di Provinsi Sumatera Utara saja, 61,19 persen nya adalah perempuan. Artinya kesempatan perempuan untuk menjadi ASN di Sumatera Utara lebih terbuka lebar.
- Proporsi Perempuan di sumatera utara lebih dominan bekerja di sektor Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum (seperti perhotelan, penginapan, restoran, dan warung makan) dan sektor Jasa jika dibandingkan dengan laki-laki.
- Sumatera utara ditopang oleh sektor Pertanian, Perdagangan, dan Industri Pengolahan. Meski tidak dominan, namun kontribusi perempuan yang bekerja di sektor tersebut masing-masing 36,7 persen untuk pertanian, 46,4 persen untuk perdagangan, dan 41,2 persen untuk Industri Pengolahan
- Menurut status pekerjaan utamanya bagi penduduk yang berusia 15 tahun ke atas, yang bekerja selama seminggu yang lalu, kaum perempuan lebih banyak menjadi pekerja Keluarga atau tidak dibayar dibandingkan dengan laki-laki. Hal ini karena banyak perempuan yang membantu pekerjaan suaminya atau keluarganya.



SCRIPT STORYTELLING MENGGUNAKAN AI

Hasil dari ChatGPT

- Sumatera Utara hari ini dihuni oleh lebih dari 15,78 juta penduduk. Hampir setengahnya, tepatnya 49,8 persen, adalah perempuan. Jumlah yang hampir setara dengan laki-laki, bukan? Tapi, mari kita lihat lebih dalam: apakah kesetaraan jumlah ini tercermin dalam berbagai sektor kehidupan?
- Di panggung politik, misalnya, dari 98 anggota DPRD Provinsi Sumatera Utara, hanya sekitar 17,35 persen adalah perempuan. Jumlah yang belum mencerminkan kekuatan setengah populasi provinsi ini. Padahal, suara perempuan sama nyaringnya, sama pentingnya. Namun, masih banyak ruang yang belum mereka duduki.
- Menariknya, ketika bicara soal karier di sektor pemerintahan, perempuan justru melangkah lebih jauh. Di antara para Aparatur Sipil Negara (ASN) di Sumatera Utara, 61,19 persennya adalah perempuan. Ini menunjukkan bahwa peluang bagi kaum perempuan untuk mengabdikan melalui jalur birokrasi sangat terbuka lebar. Mungkin karena di balik niat menjadi PNS, tersimpan keinginan untuk stabilitas dan jaminan masa depan yang lebih pasti. Sebuah pilihan cerdas, sekaligus aman. Namun, bagaimana dengan kontribusi perempuan dalam ekonomi riil?
- Sebagian besar perempuan di Sumatera Utara mendominasi sektor jasa, seperti penyediaan akomodasi dan makanan minum—dari hotel hingga warung kecil. Di sana, mereka bukan hanya bekerja, mereka menciptakan kehidupan. Mereka menghidupkan denyut ekonomi lokal, meski kerap tak tercatat dalam statistik formal sebagai pelaku utama.
- Padahal, sektor andalan Sumatera Utara sesungguhnya adalah pertanian, perdagangan, dan industri pengolahan. Di sektor-sektor ini, perempuan memang belum menjadi mayoritas, tapi mereka tetap berperan signifikan: 36,7 persen di pertanian, 46,4 persen di perdagangan, dan 41,2 persen di industri pengolahan. Angka-angka ini menunjukkan bahwa meski bukan yang terbanyak, perempuan tetap menjadi bagian penting dari mesin penggerak ekonomi daerah.
- Namun, di balik semua itu, masih ada realita yang perlu kita soroti. Banyak perempuan, terutama yang berusia 15 tahun ke atas, bekerja sebagai tenaga tak dibayar dalam unit usaha keluarga. Mereka membantu suami di ladang, menjaga toko kecil keluarga, atau membantu di warung makan tanpa upah resmi. Peran yang besar, tapi sering kali tak terlihat.
- Maka pertanyaannya bukan lagi, “Apakah perempuan bisa berperan dalam pembangunan Sumatera Utara?” Tapi justru, “Apa yang sudah kita lakukan untuk memastikan peran mereka mendapatkan pengakuan, dukungan, dan kesempatan yang layak?”
- Karena jika pembangunan adalah orkestra, maka suara perempuan bukanlah pengiring—mereka adalah nada utama yang memberi makna pada seluruh simfoni.

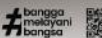


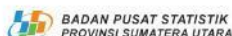
STORYTELLING UNTUK HARI KARTINI SUMATERA UTARA

**PEREMPUAN
SUMATERA UTARA:
KARTINI
MASA KINI
DI DUNIA
KERJA**



#Data_StoryTelling  **BerAKHLAK**   **Geser >>>**

Penduduk
Sumatera
Utara

49,81%
adalah perempuan



Sumber: Badan Pusat Statistik, Proyeksi Penduduk Indonesia 2020-2050 Hasil Sensus Penduduk 2020 (Pertengahan tahun/Juni)

SUMATERA UTARA tahun 2025 ini diperkirakan akan dihuni oleh lebih dari **15,78 juta** penduduk.

Hampir setengahnya, tepatnya **49,81 persen**, adalah **perempuan**. Jumlah yang hampir setara dengan laki-laki, bukan? Tapi, mari kita lihat lebih dalam:

Apakah kesetaraan jumlah ini tercermin dalam berbagai sektor kehidupan?

#Data_StoryTelling  **BerAKHLAK**   **Geser >>>**



STORYTELLING UNTUK HARI KARTINI SUMATERA UTARA

Jumlah Anggota DPRD Prov. Sumut, 2024



Sumber: : Sekretariat DPRD Provinsi Sumatera Utara

Di panggung politik, misalnya, dari 98 anggota DPRD Provinsi Sumatera Utara, hanya sekitar **17,35 persen** merupakan **perempuan**. Jumlah yang belum mencerminkan kekuatan setengah populasi provinsi ini. Padahal, suara perempuan **sama nyaringnya, sama pentingnya**. Namun, masih banyak ruang yang belum mereka duduki.

Menariknya, ketika bicara soal karier di sektor pemerintahan, perempuan justru melangkah lebih jauh. Di antara para Aparatur Sipil Negara (ASN) di Sumatera Utara tahun 2024, **61,19 persen** adalah perempuan.

Ini menunjukkan bahwa peluang bagi kaum perempuan untuk mengabdikan melalui jalur birokrasi sangat terbuka lebar. Mungkin karena di balik niat menjadi PNS, tersimpan keinginan untuk stabilitas dan jaminan masa depan yang lebih pasti. Sebuah pilihan cerdas, sekaligus aman.

61,19% ASN di Sumatera Utara kaum Perempuan yang Dominan dari sisi Jumlah.



Sumber: : Badan Kepegawaian Negara (BKN)



STORYTELLING UNTUK HARI KARTINI SUMATERA UTARA

Namun, bagaimana
dengan **kontribusi**
perempuan dalam
ekonomi riil?



Proporsi Perempuan di Sumatera Utara **lebih**
dominan bekerja di kategori jasa (P,Q,R,S,T,U), serta
penyediaan akomodasi makanan minuman (I)
dibandingkan dengan laki-laki— mulai dari hotel,
penginapan, restoran, hingga warung kecil.



Kategori P, Q, R, S, T, U

Jasa Pendidikan, Jasa Kesehatan dan
Kegiatan Sosial, dan Jasa Lainnya



Kategori I

Penyediaan Akomodasi dan Makan
Minum

Sumber: : Badan Pusat Statistik, Survei Angkatan Kerja Nasional (Sakernas) Agustus

Di sana, mereka bukan hanya bekerja, mereka
menciptakan kehidupan. Mereka menghidupkan
denyut ekonomi lokal, meski **kerap tak tercatat**
dalam statistik formal sebagai pelaku utama.



STORYTELLING UNTUK HARI KARTINI SUMATERA UTARA

Padahal, kategori penopang ekonomi Sumatera Utara sesungguhnya adalah **pertanian, perdagangan, dan industri pengolahan**. Di sektor-sektor ini, perempuan memang belum menjadi mayoritas dibanding laki-laki, tapi mereka tetap berperan aktif: **36,77 persen di pertanian, 46,43 persen di perdagangan, dan 41,16 persen di industri pengolahan**.

Angka-angka ini menunjukkan bahwa meski bukan yang terbanyak, perempuan tetap menjadi bagian penting dari mesin penggerak ekonomi daerah.

Proporsi Perempuan Berumur 15 Tahun ke Atas yang Bekerja Selama Seminggu yang Lalu terhadap total Pekerja menurut kategori lapangan usaha terbesar



Sumber: : Badan Pusat Statistik, Survei Angkatan Kerja Nasional (Sakernas) Agustus

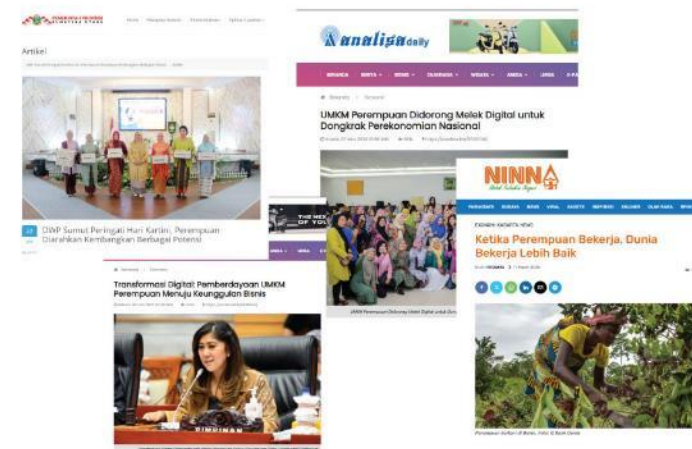


Untuk Pekerja Keluarga/ Pekerja Tak Dibayar, 67,32 persen nya adalah perempuan

Sumber: : Badan Pusat Statistik, Survei Angkatan Kerja Nasional (Sakernas) Agustus

Namun, di balik semua itu, masih ada realita yang perlu kita soroti. Banyak perempuan, terutama yang berusia 15 tahun ke atas, bekerja sebagai **tenaga tak dibayar/Pekerja Keluarga** dalam unit usaha keluarga. Mereka membantu suami di ladang, menjaga toko kecil keluarga, atau membantu di warung makan tanpa upah. Peran yang besar, tapi sering kali tak terlihat.

Maka pertanyaannya bukan lagi, "Apakah perempuan bisa berperan dalam pembangunan Sumatera Utara?" Tapi justru, "Apa yang sudah kita lakukan untuk memastikan peran mereka mendapatkan pengakuan, dukungan, dan kesempatan yang layak?"



UPAYA-UPAYA PEMERINTAH DALAM MENINGKATKAN POTENSI PEREMPUAN

"Karena jika pembangunan adalah orkestra, maka suara perempuan bukanlah pengiring—mereka adalah nada utama yang memberi makna pada seluruh simfoni."



STORYTELLING **BERBENTUK WEB**



STORYTELLING BERBENTUK WEB

cerita.bps.web.id/ipm2023/



TERIMAKASIH