



ALAMTARA by IAI TABAH is licensed under a Creative Commons Attribution- NonCommercial 4.0 International License

Naskah masuk	Direvisi	Diterima	Diterbitkan
20-Februari-2026	19-April-2026	19-Mei-2026	30-Juni-2026
DOI : https://doi.org/10.58518/alamtara.v10i1.5126			

Peran Media Visual dalam Komunikasi Publik Program Pemerintah : Systematic Literature Riview (SLR)

Taryati

Universitas Islam Negeri (UIN) Siber Syekh Nurjati Cirebon, Cirebon, Indonesia

taryati096@gmail.com

ABSTRAK: Perkembangan teknologi digital telah mendorong perubahan strategi komunikasi publik pemerintah, termasuk melalui pemanfaatan media visual sebagai sarana penyampaian informasi kepada masyarakat. Penggunaan media visual dinilai penting karena mampu meningkatkan efektivitas komunikasi, memperjelas informasi, serta menarik perhatian masyarakat di tengah tingginya arus informasi digital dan penyebaran hoaks. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran media visual dalam komunikasi publik program pemerintah melalui pendekatan *Systematic Literature Review* (SLR). Metode penelitian dilakukan dengan mengidentifikasi, menyeleksi, dan mensintesis artikel ilmiah yang diperoleh dari Google Scholar, Scopus, dan Garuda berdasarkan kriteria inklusi yang telah ditetapkan. Hasil kajian terhadap 12 artikel menunjukkan bahwa media visual memiliki peran penting dalam mendukung komunikasi publik pemerintah. Media visual terbukti mampu meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap informasi publik melalui penyajian pesan yang lebih menarik, sederhana, dan mudah dipahami. Selain itu, media visual juga berkontribusi dalam meningkatkan partisipasi dan keterlibatan masyarakat melalui komunikasi yang lebih interaktif, khususnya melalui platform media sosial. Temuan penelitian juga menunjukkan bahwa efektivitas media visual dipengaruhi oleh kualitas desain visual, pengelolaan konten, serta pemilihan platform komunikasi yang sesuai dengan karakteristik audiens. Dengan demikian, media visual tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyebaran informasi, tetapi juga sebagai strategi komunikasi yang mampu memperkuat hubungan antara pemerintah dan masyarakat, meningkatkan transparansi, serta mendukung keberhasilan komunikasi publik di era digital.

Kata Kunci: media visual, komunikasi, pemerintah

ABSTRACT: The development of digital technology has driven changes in the government's public communication strategy, including through the use of visual media as a means of

conveying information to the public. The use of visual media is considered important because it can increase communication effectiveness, clarify information, and attract public attention amidst the high flow of digital information and the spread of hoaxes. This study aims to analyze the role of visual media in public communication of government programs through a Systematic Literature Review (SLR) approach. The research method was carried out by identifying, selecting, and synthesizing scientific articles obtained from Google Scholar, Scopus, and Garuda based on predetermined inclusion criteria. The results of the review of 12 articles indicate that visual media has an important role in supporting government public communication. Visual media has been proven to increase public understanding of public information through the presentation of messages that are more attractive, simple, and easy to understand. In addition, visual media also contributes to increasing public participation and involvement through more interactive communication, especially through social media platforms. The research findings also show that the effectiveness of visual media is influenced by the quality of visual design, content management, and the selection of communication platforms that suit the characteristics of the audience. Thus, visual media serves not only as a means of disseminating information, but also as a communication strategy that can strengthen the relationship between government and the public, increase transparency, and support the success of public communication in the digital age.

Keywords: *visual media, communication, government*

PENDAHULUAN

Komunikasi merupakan salah satu aspek yang penting dalam penyelenggaraan pemerintahan karena berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi, kebijakan serta berbagai program pemerintah kepada masyarakat. Disisi lain bahwa proses penyampaian informasi yang dilakukan oleh pemerintah kepada masyarakat dapat membangun pemahaman, partisipasi serta dukungan terhadap berbagai kebijakan maupun program yang dijalankan (Rohayati, 2017). Hal demikian dilakukan pula melihat bahwa seiring dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin pesat, sehingga pemerintah dituntut untuk dapat mengembangkan strategi komunikasi yang lebih inovatif agar pesan-pesan publik dapat tersampaikan secara efektif kepada berbagai kelompok masyarakat.

Tak hanya itu bahwa dalam laporan yang dikeluarkan oleh (Badan Pusat Statistik, 2024) bahwa dalam survei yang telah dilakukan melalui Survei Susenas tahun 2024 terdapat 72,78% penduduk Indonesia yang telah mengakses internet di tahun 2024 dan 69,21% di tahun 2023 yang menunjukkan adanya peningkatan penggunaan internet di kalangan masyarakat. Tingginya jumlah penggunaan internet ini tentunya tidak terlepas dari pesatnya perkembangan teknologi komunikasi dan perkembangan terhadap telpon seluler. Oleh karena itu, pemerintah perlu memanfaatkan berbagai bentuk media komunikasi yang sesuai dengan karakteristik masyarakat digital salah satunya melalui penggunaan media visual sebagai sarana komunikasi publik yang lebih menarik, informatif dan mudah dipahami.

Salah satu strategi yang banyak digunakan dalam komunikasi publik ini ialah pemanfaatan media visual. Media visual ialah sarana komunikasi yang menggunakan unsur gambar, ilustrasi, grafik, infografis, video, animasi maupun bentuk visual lainnya untuk menyampaikan informasi kepada audiens (Yusuf et al., 2023). Dalam konteks pemerintahan bahwa media visual dinilai mampu meningkatkan daya tarik

masyarakat dan memperjelas informasi yang disampaikan oleh pemerintah serta memberikan kemudahan masyarakat dalam memahami isi pesan yang disampaikan.

Melihat bahwa beredarnya informasi *hoax* dimasyarakat yang begitu banyak menunjukkan pentingnya komunikasi pemerintah melalui media visual yang dapat mudah dipahami dan mampu menjelaskan kebijakan maupun program yang sedang dijalankan. Hal demikian sejalan dengan (Kementerian Komunikasi dan Digit, 2024) bahwa tahun 2023 Kementerian Komuniaksi dan Informatika telah menangani sebanyak 1.615 konten isu *hoaks* yang beradar melalui situs website dan platform digital. Komdigi berusaha untuk memutus berbagai berita atau informasi yang teridentifikasi sebagai isu *hoaxs* yang tujuannya agar konten yang tersebar luas tidak merugikan masyarakat. Hal ini pula menunjukkan bahwa pentingnya masyarakat untuk cermat dan selalu waspada terhadap peredaran isu *hoaxs* melalui media sosial.

Data yang dikeluarkan oleh KOMDIGI diperkuat dengan data yang disampaikan oleh (Badan Pusat Statistik, 2025) bahwa masyarakat masih seringkali menerima *hoaxs* melalui media sosial terutama terkait kebijakan-kebijakan serta program yang dilakukan oleh pemerintah pusat maupun pemerintah daerah. Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Mukaromatussalisah et al., 2026) bahwa penyebaran informasi palsu di Indonesia dapat memberikan ancaman terhadap sistem demokrasi serta memberikan dampak negative seperti munculnya opini publik yang menyesatkan, mengurangi kepercayaan publik terhadap pemerintah dan institusi, maupun meningkatkan polarisasi sosial dan mengganggu sistem pemerintahan. Penelitian ini pula didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh (Faisal & Eldi, 2026) bahwa maraknya berita *hoaks* dimasyarakat disebabkan oleh rendahnya kemampuan literasi yang dimiliki oleh masyarakat serta pemanfaatan media digital yang kurang maksimal oleh berbagai instansi pemerintahan sehingga dalam mengatasi ini pemerintah membuat kerangka hukum penanganan *hoaks* yang tertuang dalam Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2026 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) serta Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik.

Sehingga instansi pemerintah saat ini dituntut untuk dapat memanfaatkan media visual melalui media sosial, situs web resmi maupun *platform* digital lainnya dalam mengkomunikasikan program-program pembangunan, Kesehatan, pendidikan, pelayanan publik dan kebijakan pemerintah.

Pemanfaatan media visual ini dianggap akan lebih menarik dan mudah dipahami dibandingkan informasi berbasis teks, sehingga kondisi ini menunjukkan bahwa media visual memiliki peran strategis dalam menjembatani komunikasi antara pemerintah dan masyarakat (Juditha, 2018). Hal ini didukung oleh hasil penelitian yang telah dilakukan oleh (Widyastuti et al., 2026) bahwa media visual sangat mudah dipahami oleh penerima informasi sebesar 42,3% serta menunjukkan adanya manfaat positif penggunaan media visual dalam komunikasi publik pemerintahan. Penelitian ini pula didukung oleh hasil studi literatur yang dilakukan oleh (Fadhilah et al., 2026) menunjukkan media visual khususnya *platform* digital seperti Instagram, TikTok, Facebook dapat meningkatkan perhatian, pemahaman maupun keterlibatan audiens dalam memahami berbagai informasi yang tersebar. Temuan ini pula menunjukkan bahwa keberhasilan sebuah kampanye dilingkungan pemerintahan dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti kredibilitas sumber informasi.

Meskipun berbagai penelitian telah menunjukkan bahwa media visual memberikan kontribusi positif terhadap efektivitas komunikasi publik apabila digunakan dan dimanfaatkan secara maksimal, Sebagian besar penelitian masih berfokus kepada media dan *platform* tertentu serta dilakukan dalam konteks yang berbeda-beda. Beberapa penelitian hanya menitikberatkan pada penggunaan media sosial sebagai sarana dalam penyebaran informasi. Kondisi ini belum menyentuh bagaimana peran media visual dalam membangun komunikasi publik pemerintah secara keseluruhan yang termasuk didalamnya ialah program, kebijakan, kekurangan, kelebihan maupun dampak dari program yang dilakukan.

Perkembangan tersebut menunjukkan perlunya kajian yang mampu mengintegrasikan berbagai hasil penelitian terdahulu sehingga dapat diketahui bagaimana tren pemanfaatan media visual, manfaat yang dihasilkan, faktor-faktor yang memengaruhi efektivitasnya, serta tantangan yang dihadapi dalam implementasinya pada komunikasi publik pemerintah.

Berdasarkan uraian tersebut, masih terdapat kesenjangan penelitian berupa terbatasnya kajian yang sistematis merangkum dan menganalisis hasil-hasil penelitian mengenai peran media visual dalam komunikasi publik program pemerintah. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan menggunakan pendekatan *Systematic Literature Review (SLR)* untuk mengidentifikasi, mengkaji, dan mensintesis berbagai penelitian terdahulu yang relevan. Melalui kajian ini diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai kontribusi media visual dalam mendukung efektivitas komunikasi publik program pemerintah serta menjadi referensi bagi pengembangan penelitian dan praktik komunikasi publik di masa mendatang.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran media visual dalam komunikasi publik program pemerintah melalui pendekatan *Systematic Literature Review (SLR)*. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi tren penelitian, manfaat media visual, serta faktor-faktor yang memengaruhi efektivitas penggunaannya dalam komunikasi publik pemerintah.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode *Systematic Literature Riview (SLR)*, menurut (Kurniawan, 2024) menjelaskan bahwa metode *systematic literature riview* merupakan metode yang digunakan untuk mengidentifikasi, mengkaji dan mensintesis berbagai penelitian yang berkaitan dengan permasalahan penelitian. Dalam konteks penelitian ini yaitu berkaitan erat dengan peran media visual dalam komunikasi publik program pemerintah.

Metode *systematic Literature Riview (SLR)* dipilih dengan tujuan memungkinkan peneliti memperoleh gambaran yang komprehensif mengenai perkembangan penelitian, temuan penelitian maupun kesenjangan penelitian yang masih terdapat dalam topik yang dikaji.

Pada penelitian ini dilakukan dengan beberapa tahapan penting, yaitu tahapan pertama dilakukan identifikasi sumber literatur dengan menelusuri berbagai artikel ilmiah yang diperoleh melalui *Google Scholar*, *Scopus*, dan *Garuda*. Pencarian ini dilakukan dengan menggunakan kata kunci *media visual*, *komunikasi publik*, *program pemerintah*, *visual communication* dan *public communication*.

Tahap kedua, proses penyaringan atau *screening* berdasarkan kriteria inklusi dan eksklusi yang telah ditetapkan. Kriteria inklusi meliputi artikel ilmiah yang membahas mengenai penggunaan media visual dalam komunikasi publik pemerintah, diterbitkan dalam jurnal ilmiah terinteks sinta 1-5, tersedia dalam teks yang lengkap serta dipublikasi dalam rentan tahun 2020-2026.

Tahapan ketiga, penilaian terhadap kelayakan artikel yang telah lolos penyaringan. Artikel yang memenuhi kriteria kemudian dianalisis untuk mengidentifikasi tujuan penelitian, metode yang digunakan, objek kajian serta temuan-temuan penelitian terutama terkait peran media visual dalam komunikasi publik program pemerintah.

Tahap terakhir, sintesis data yang dilakukan secara deskriptif untuk mengelompokkan dan membandingkan hasil penelitian terdahulu sehingga diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menggunakan metode *Systematic Literature Review* (SLR) untuk mengidentifikasi, menganalisis, dan mensintesis berbagai hasil penelitian yang membahas peran media visual dalam komunikasi publik program pemerintah. Proses kajian dilakukan melalui penelusuran artikel ilmiah yang relevan berdasarkan kriteria inklusi dan eksklusi yang telah ditetapkan sebelumnya. Artikel yang terpilih kemudian dianalisis secara sistematis untuk memperoleh gambaran mengenai pemanfaatan media visual, manfaat yang dihasilkan, faktor-faktor yang memengaruhi efektivitasnya, serta implikasinya dalam komunikasi publik pemerintah.

Pada tahap awal, peneliti melakukan penelusuran artikel menggunakan kata kunci yang berkaitan dengan media visual, komunikasi publik, dan program pemerintah. Setelah dilakukan proses identifikasi, penyaringan, dan seleksi berdasarkan kriteria inklusi dan eksklusi, diperoleh sejumlah artikel yang memenuhi syarat untuk dianalisis lebih lanjut.

Tabel 1 Karakteristik Artikel yang diriview

No	Penulis dan Tahun	Metode	Fokus Penelitian	Temuan Penelitian
1.	(Rahayu et al., 2025)	Kualitatif	Menganalisis penerapan strategi <i>framing visual</i> dan <i>verbal</i> dalam konten interaktif Instagram pemerintah.	Strategi visual dan verbal yang digunakan dengan dipadukan penggunaan media sosial berupa Instagram mampu meningkatkan daya tarik pesan maupun partisipasi publik khususnya masyarakat dalam menanggapi berbagai informasi yang diberikan oleh pemerintah.
2.	(Maulvi et	Kualitatif	Peran media sosial	Media sosial menjadi

	al., 2023)		sebagai sarana komunikasi pemerintah dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat.	sarana paling efektif bagi pemerintah dalam menyampaikan informasi terkait kebijakan, program maupun informasi terkait pemerintahan hal demikian juga meningkatkan transparansi serta memperluas jangkauan komunikasi yang dibangun oleh pemerintah terhadap masyarakat.
3.	(Ulayya et al., 2022)	Kualitatif	Peran media sosial dalam membangun komunikasi bersama dengan masyarakat khususnya (dinas-dinas) pemerintahan.	Media sosial yang digunakan oleh dinas-dinas pemerintahan mampu menciptakan komunikasi yang efektif antara masyarakat dan pemerintah serta meningkatkan partisipasi publik dalam menyampaikan aspirasi maupun tanggapan terhadap kebijakan pemerintahan.
4.	(Radiansyah & Sabilla, 2022)	Kualitatif	Penggunaan Media sosial oleh pemerintah daerah Kabupaten Bandung sebagai strategi dalam membangun komunikasi dengan masyarakat.	Keberhasilan komunikasi publik yang dilakukan oleh pemerintah daerah Kabupaten Bandung dipengaruhi oleh konsistensi penyampaian informasi yang dilakukan, melakukan pemilihan <i>platform</i> yang sesuai dengan karakteristik masyarakat daerah Kabupaten Bandung, serta kemampuan Humas pemerintah dalam mengelola konten digital yang mudah dipahami oleh masyarakat.
5.	(Nainggolan, 2024)	Kuantitatif	Pelayanan publik melalui pemanfaatan	Pelayanan publik yang diberikan melalui penggunaan website dan

			website dan media sosial	media sosial memiliki hubungan positif terhadap pengalaman serta kepercayaan yang dimiliki oleh masyarakat terhadap pemerintah.
6.	(Papani et al., 2025)	Kualitatif	Pemanfaatan media sosial dalam membangun komunikasi publik pemerintah.	Humas pemerintah Provinsi Sumatera Selatan telah melaksanakan aktivitas komunikasi publik yang dibangun di era digital melalui pemanfaatan new media atau media sosial. Hal demikian sebagai strategi dalam membangun hubungan serta komunikasi dengan masyarakat dan menghindari penyebaran <i>hoaks</i> .
7.	(Suwarman et al., 2023)	Kualitatif	Mengkaji pemanfaatan Instagram sebagai media komunikasi pembangunan pemerintah daerah.	Penggunaan media sosial (Instagram) dalam membangun komunikasi ini memberikan manfaat yang cukup besar hal demikian dilakukan melalui penyebaran informais, publikasi program dan kebijakan sehingga adanya peningkatan partisipasi masyarakat terhadap kegiatan pemerintah.
8.	(Zuhra & Sasmita, 2026)	Kualitatif	Menganalisis bagaimana peran Instagram dalam membangun citra yang positif pada pemerintahan daerah.	Pemanfaatan Instagram sebagai komunikasi publik memiliki fitur visual melalui stories, live streaming, polling dan lain sebagainya mampu meningkatkan interaksi publik (masyarakat) serta dapat memperkuat komunikasi dua arah dan dapat membangun citra pemerintahan yang positif

				yang jauh lebih transparan dan responsive.
9.	(Sugiyarto & Maryami, 2026)	Kualitatif	Fokus penelitian pada desain komunikasi visual yang digunakan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika sebagai bagian dari pemerintah dalam memberikan berbagai informasi terkait program maupun kebijakan.	Dinas Komunikasi dan Informatika Jawa Tengah menunjukkan desain visual yang digunakan memberikan daya tarik bagi masyarakat adapun desain visual ini seperti penggunaan <i>flyer</i> , brosur, cover buku maupun logo.
10.	(Safitri et al., 2024)	Kuantitatif	Fokusnya pada peningkatan serta perhatian maupun pemahaman peserta rapat dikantor YBM BRILian Medan terhadap penggunaan media visual sebagai media komunikasi.	Media visual memiliki potensi yang besar dalam memperkuat komunikasi internal di kantor YBM BRLian.
11.	(Utoyo, 2020)	Kualitatif	Menganalisis terkait komunikasi visual pada poster kampanye mengenai Covid-19 sebagai media komunikasi yang dilakukan di Jakarta.	Kampanye yang dilakukan melalui poster sebagai media visual pemerintah dalam memberikan edukasi terkait Covid-19 pada tingkat nasional dan lokal memiliki perbedaan khususnya dalam desain yang disajikan. Namun melalui penggunaan media visual berupa poster informasi yang diberikan lebih mudah dipahami dan menjadi daya tarik pembaca.
12.	(Febriani & Mustofa, 2024)	Kualitatif	Menganalisis penggunaan videografi sebagai alat komunikasi	Penggunaan videografi menunjukkan menjadi media komunikasi yang efektif dalam

			alternatif yang digunakan untuk menyampaikan informasi publik (masyarakat).	menyampaikan informasi publik kepada masyarakat hal demikian disebabkan oleh penggabungan unsur visul, audio dan narasi yang menarik sehingga mampu meningkatkan daya tarik pesan dan memudahkan masyarakat dalam memahami informasi maupun memperluas jangkauan penyebaran informasi.
--	--	--	---	--

Berdasarkan hasil riview terhadap 12 artikel yang telah dianalisis, ditemukan bahwa penelitian mengenai media visual dalam komunikasi publik pemerintah didominasi oleh penggunaan metode kualitatif, dari 12 artikel yang diriview bahwa Sebagian besar menggunakan metode kualitatif sebagai pendekatan dalam penelitiannya. Hal ini menunjukkan bahwa kajian media visual dalam komunikasi publik lebih banyak diarahkan untuk dapat memahami strategi, implementasi serta efektivitas pemanfaatan media visual dalam konteks komunikasi pemerintah kepada masyarakat.

Secara umum hasil temuan penelitian menunjukkan bahwa media visual memiliki peranan yang cukup penting dalam mendukung efektivitas komunikasi publik yang dibangun oleh pemerintah. Penggunaan media visual pada *platform* Instagram mampu dalam meningkatkan daya tarik pesan dan memperkuat interaksi dengan masyarakat serta mendorong partisipasi publik terhadap program dan kebijakan pemerintah (Rahayu et al., 2025; Suwarman et al., 2023; Zuhra & Sasmita, 2026). Temuan penelitian ini mengindikasikan bahwa media visual tidak hanya memiliki fungsi sebagai sarana penyampaian informasi tetapi sebagai instrument yang digunakan dalam membangun komunikasi yang lebih interaktif antara pemerintah dan masyarakat.

Selain itu, temuan penelitian pula menunjukkan bahwa media visual melalui media sosial memiliki kontribusi dalam memperluas jangkauan komunikasi pemerintah. Pemanfaatan media sosial sebagai media komunikasi pemerintah mampu meningkatkan transpransi informasi, memperkuat hubungan antara pemerintah dan masyarakat serta memperkuat hubungan antara pemerintah dan masyarakat disisi lain menjadi sarana yang efektif dalam menyampaikan kebijakan maupun program pemerintah (Maulvi et al., 2023; Papani et al., 2025; Ulayya et al., 2022). Kondisi ini menunjukkan bahwa perkembangan media digital telah memberikan peluang bagi pemerintah untuk dapat membangun komunikasi publik yang lebih terbuka dan responsive.

Tak hanya itu bahwa temuan penelitian menunjukkan efektivitas media visual ini dipengaruhi oleh berbagai faktor pendukung. Dalam penelitian (Radiansyah & Sabilla, 2022) keberhasilan komunikasi publik tidak hanya ditentukan oleh penggunaan media visual semata tetapi juga dipengaruhi oleh konsistensi

penyampaian berbagai informasi (*real-time*), kemampuan pemerintah dalam mengelola media dan menyusun berbagai konten maupun memilih *platform* yang sesuai dengan karakteristik audiens khususnya yang memiliki tingkat penggunaan tinggi.

Berdasarkan keseluruhan temuan ini teridentifikasi empat pola utama penelitian mengenai media visual dalam komunikasi publik pemerintah yaitu 1) media visual meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap informasi publik, (2) media visual meningkatkan partisipasi dan keterlibatan masyarakat, (3) media visual berperan dalam membangun citra positif dan kepercayaan publik terhadap pemerintah, serta (4) efektivitas media visual dipengaruhi oleh kualitas desain visual, pengelolaan konten, dan pemilihan platform komunikasi yang tepat. Keempat pola tersebut menunjukkan bahwa media visual telah menjadi bagian penting dalam strategi komunikasi publik pemerintah di era digital.

Media Visual dalam Meningkatkan Pemahaman Informasi Publik

Berdasarkan hasil analisis literatur, media visual memiliki peranan yang penting dalam meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap informasi publik yang disampaikan oleh pemerintah. Informasi yang dikemas dalam bentuk visual seperti infografis, flyer, brosur, video, maupun konten media sosial dinilai lebih mudah dipahami dibandingkan penyampaian informasi yang hanya berbentuk teks. (Sugiyarto & Maryami, 2026). Hal demikian disebabkan bahwa media visual memiliki daya tarik seperti gambar yang disajikan, suara, warna maupun desain yang menarik. Hal tersebut didukung oleh temuan penelitian (Utoyo, 2020) bahwa penggunaan poster sebagai media visual mampu meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap informasi yang disampaikan oleh pemerintah. Dalam temuan penelitian (Febriani & Mustofa, 2024) pula menunjukkan penggabungan antara visual, audio dan narasi yang menarik mampu meningkatkan pemahaman masyarakat.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media visual berfungsi sebagai alat komunikasi yang mampu menyederhanakan informasi serta meningkatkan komunikasi dan meningkatkan efektivitas penyampaian pesan. Sehingga apabila dilihat dalam konteks komunikasi publik pemerintah, kemampuan media visual dalam meningkatkan pemahaman masyarakat menjadi bagian penting karena berbagai program dan kebijakan pemerintah sering kali mengandung informasi yang kompleks.

Temuan ini memperkuat pandangan bahwa komunikasi visual memiliki kemampuan untuk menyampaikan pesan secara lebih cepat dibandingkan komunikasi berbasis teks (Ratnawati et al., 2024). Manusia cenderung akan lebih mudah dalam memahami dan memproses informasi yang disajikan dalam bentuk visual. Oleh karena itu, penggunaan media visual dapat mengurangi kesalahan interpretasi dan meningkatkan efektivitas penyampaian informasi publik.

Namun, meskipun demikian media visual dengan berbagai keunggulan dan efektivitasnya tentu dipengaruhi oleh kualitas desain yang digunakan. Apabila penggunaan warna yang kurang tepat, suara yang terlalu besar, desain yang terlalu kompleks mampu mengurangi pemahaman masyarakat terhadap pesan yang disampaikan. Sehingga pentingnya pemilihan desain yang sesuai dengan informasi yang akan disampaikan.

Media Visual dalam Meningkatkan Partisipasi dan Keterlibatan Masyarakat

Selain meningkatkan pemahaman informasi, hasil kajian juga menunjukkan bahwa media visual memiliki peranan dalam meningkatkan partisipasi dan keterlibatan masyarakat terhadap berbagai program pemerintah. Perkembangan media digital ini telah mengubah pola komunikasi publik yang sebelumnya bersifat satu arah menjadi komunikasi yang lebih interaktif. Melalui media visual yang disebarakan pada platform digital, masyarakat tidak hanya menerima informasi tetapi juga dapat memberikan tanggapan, komentar, maupun umpan balik secara langsung.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial yang didukung oleh konten visual mampu menciptakan komunikasi yang lebih efektif antara pemerintah dan masyarakat. (Ulayya et al., 2022) menemukan bahwa penggunaan media visual melalui media sosial mampu menciptakan komunikasi yang efektif antara pemerintah dan masyarakat serta meningkatkan partisipasi publik dalam menyampaikan aspirasi terhadap kebijakan pemerintah. Temuan ini didukung oleh penelitian (Suwarman et al., 2023) bahwa penggunaan media visual seperti Instagram yang digunakan oleh pemerintah dalam membangun komunikasi mampu meningkatkan keterlibatan masyarakat melalui penyebaran informasi, publikasi program dan berbagai aktivitas yang dikemas dengan menarik. Selain itu (Rahayu et al., 2025) juga menunjukkan bahwa strategi visual dan verbal meningkatkan daya tarik pesan sehingga mendorong masyarakat untuk berinteraksi dengan informasi yang disampaikan.

Partisipasi masyarakat yang meningkat melalui penggunaan media visual tidak terlepas dari karakteristik visual yang mampu menarik perhatian dan mempermudah pemahaman informasi. Penyajian informasi dalam bentuk gambar, infografis, video, maupun desain visual lainnya membuat pesan yang disampaikan lebih mudah diterima oleh masyarakat dibandingkan informasi yang hanya disajikan dalam bentuk teks. Kondisi tersebut mendorong masyarakat untuk lebih aktif memberikan respons karena informasi yang diterima dapat dipahami dengan lebih cepat dan jelas.

Berdasarkan hasil kajian, Sebagian besar penelitian masih berfokus pada penggunaan media sosial dan komunikasi digital pemerintah secara umum, terutama Instagram sebagai sarana komunikasi publik. Penelitian yang secara khusus mengkaji desain komunikasi visual dalam penyampaian informasi publik pemerintah, terutama terkait bagaimana unsur visual (warna, tipografi, ilustrasi, tata letak, dan videografi) memengaruhi efektivitas komunikasi kepada masyarakat, masih relatif terbatas. Oleh karena itu, diperlukan penelitian lebih lanjut yang berfokus pada strategi desain komunikasi visual sebagai bagian penting dalam keberhasilan komunikasi publik pemerintah di era digital.

KESIMPULAN

Berdasarkan sintesis terhadap berbagai penelitian yang dianalisis, media visual merupakan elemen penting dalam komunikasi publik pemerintah di era digital. Berbagai bentuk media visual, seperti poster, infografis, videografi, dan konten media sosial, terbukti mampu meningkatkan efektivitas penyampaian informasi melalui penyajian pesan yang lebih menarik, mudah dipahami, dan sesuai dengan karakteristik masyarakat digital. Selain berperan dalam meningkatkan pemahaman

masyarakat terhadap informasi publik, media visual juga mampu mendorong partisipasi dan keterlibatan masyarakat melalui komunikasi yang lebih interaktif. Temuan-temuan tersebut menunjukkan bahwa media visual tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyebaran informasi, tetapi juga sebagai strategi komunikasi yang mendukung terciptanya komunikasi dua arah, peningkatan transparansi, penguatan citra pemerintah, serta peningkatan kepercayaan publik. Dengan demikian, keberhasilan komunikasi publik pemerintah tidak hanya ditentukan oleh isi pesan yang disampaikan, tetapi juga oleh bagaimana pesan tersebut dikemas dan dikomunikasikan melalui media visual yang efektif.

BIBLIOGRAFI

- Badan Pusat Statistik. (2024). *Statistik Telekomunikasi Indonesia 2024*. <https://www.bps.go.id/id/publication/2025/08/29/beaa2be400eda6ce6c636ef8/statistik-telekomunikasi-indonesia-2024.html>
- Badan Pusat Statistik. (2025). *Maraknya Hoaks*. <https://bantulkab.bps.go.id/id/news/2025/04/28/373/the-rise-of-hoaxes.html>
- Fadhilah, R. N., Fadhilah, N., Zalfa, K., & Ummah, S. (2026). Komunikasi Lingkungan melalui Media Visual: Tinjauan Literatur pada Riset Kampanye Perubahan Perilaku. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 4(4), 25870–25878. <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i4.6227>
- Faisal, G., & Eldi, R. P. (2026). Kewenangan Pemerintah dalam Mengatur Kasus Hoax di Media Sosial yang Terjadi di Indonesia. *Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(4), 4708–4814. <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/riggs.v4i4.4385>
- Febriani, R., & Mustofa, A. A. (2024). Penggunaan Videografi sebagai Alat Komunikasi Alternatif dalam Penyampaian Informasi Publik. *Merdeka Indonesia Jurnal Internasional*, 4(1), 169–176. <https://doi.org/https://doi.org/10.5555/miji.v4i1.138>
- Juditha, C. (2018). Interaksi Komunikasi Hoax di Media Sosial serta Antisipasinya Hoax Communication Interactivity in Social Media and Anticipation. *Jurnal Pekommas*, 3(1), 31–44.
- Kementerian Komunikasi dan Digit. (2024). *Siaran Pers No. 02/HM/KOMINFO/01/2024 tentang Hingga Akhir Tahun 2023, Kominfo Tangani 12.547 Isu Hoaks*. <https://www.komdigi.go.id/berita/pengumuman/detail/siaran-pers-no-02-hm-kominfo-01-2024-tentang-hingga-akhir-tahun-2023-kominfo-tangani-12-547-isu-hoaks>
- Kurniawan, A. (2024). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Zenius Publisher.
- Maulvi, H. R., Rizal, E., & Lusiana, E. (2023). Peran Media Sosial Bagi Humas Pemerintah. *Jurnal Komunikasi*, 14(1), 11–20. <https://doi.org/https://doi.org/10.31294/jkom.v14i1.11852>
- Mukaromatussalisah, R., Azizah, S. N., Sari, N. P., & Slam, Z. (2026). Ancaman Hoaks terhadap Kualitas Demokrasi di Indonesia. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 4(4), 26884–26893. <https://jerkin.org/index.php/jerkin/article/view/6550>
- Nainggolan, R. R. E. (2024). Analisis Penggunaan Website dan Media Sosial Pemerintah untuk Pelayanan Publik. *Jurnal Teknologi Komunikasi Pemerintahan*,

- 6(1), 1–21. <https://doi.org/https://doi.org/10.33701/jtkp.v6i1.4221>
- Papani, Y. P., Komaruddin, & Setiawan, M. A. (2025). Penggunaan Media Sosial sebagai Media Komunikasi Publik Pemerintah Provinsi Sumatera Selatan. *Jurnal Ilmiah Teknologi Informasi Dan Komunikasi (JTIK)*, 16(1), 90–99. <http://ejurnal.provisi.ac.id/index.php/JTIKP>
- Radiansyah, R. R., & Sabilla, S. S. (2022). Strategi Komunikasi Hubungan Masyarakat Pemerintah Daerah Kabupaten Bandung dalam Mengoptimalkan Informasi Publik Melalui Media Sosial. *Jurnal Jisipol*, 6(2), 20–31. <https://ejournal.unibba.ac.id/index.php/jisipol/article/view/961>
- Rahayu, A. D., Fadilah, J., & Kusnadi, E. (2025). Strategi Framing Visual dan Verbal dalam Konten Interaktif Instagram Pemerintah. *Jurnal Riset Multidisiplin Edukasi*, 2(7), 102–113. <https://doi.org/https://doi.org/10.71282/jurmie.v2i7.611>
- Ratnawati, Tamtomo, N. N., Nataly. Febriansyah, Suminar, M., Rosalina, I. F., Ashfahani, S., Maduratna, E. S., Saktisyahputra, Sakti, M. S. R., Zahara, N., Mustikadara, I. S., & Asiah, N. (2024). *Buku Ajar Pengantar Ilmu Komunikasi*. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Rohayati. (2017). Proses Komunikasi Masyarakat Cyber Dalam Perspektif Interaksi Simbolik . *Jurnal Risalah* , 28(1), 43–54.
- Safitri, R. R., Avira, D., Ardiansyah, M. Y., & Darmansah, T. (2024). Pengaruh Penggunaan Media Visual dalam Meningkatkan Keterlibatan dan Pemahaman Peserta Rapat di kantor YBM BRILiaN Medan. *Pendekar: Jurnal Pendidikan Berkarakter*, 2(4), 33–41. <https://doi.org/https://doi.org/10.51903/pendekar.v2i4.744>
- Sugiyarto, E. A., & Maryami. (2026). Desain Komunikasi Visual sebagai Media Informasi di Dinas Komunikasi dan Informatika Jawa Tengah. *Advance In Education Journal*, 2(4), 292–303.
- Suwarman, E., Kartika, T., Fitria, N., & Aprilia, A. A. T. (2023). Instagram Sebagai Media Komunikasi Pembangunan Pemerintah: Studi Pemenang Penghargaan Pembangunan Daerah Tahun 2022. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 21(02), 124–137. <https://doi.org/https://doi.org/10.46937/21202350795>
- Ulayya, K. N., Priharsai, D., & Perdanakusuma, A. R. (2022). Pemanfaatan Media Sosial untuk Pemerintahan: Bagaimana Dinas-Dinas Pemerintah Kota menggunakan Media Sosial untuk Berkomunikasi dengan Masyarakat. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 6(5), 2064–2071. <https://j-ptiik.ub.ac.id/index.php/j-ptiik/article/view/10973>
- Utoyo, A. W. (2020). Analisis Komunikasi Visual Pada Poster Sebagai Media Komunikasi Mendorong Jarak Sosial Di Jakarta Saat Epidem Covid 19. *Jurnal Lugas*, 4(1), 35–42. <http://ojs.stiami.ac.id/>
- Widyastuti, Ismail, I., Sokku, A. M. F. R., & Maragau, D. A. (2026). Pengembangan Media Visual dan Buku Pedoman Kepegawaian sebagai Upaya Peningkatan Job Clarity Pegawai ASN UPT Penilaian Potensi dan Kompetensi BKD Provinsi Sulawesi Selatan. *Jurnal Hasil Pengembangan Masyarakat*, 6(1), 40–45. <https://doi.org/https://doi.org/10.26858/inovasi.v6i1.86368>
- Yusuf, F., Rahman, H., Rahmi, S., & Lismayani, A. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Komunikasi, Informasi dan Dokumentasi : Pendidikan di Majelis Taklim Annur Sejahtera. *JHP2M: Jurnal Hasil-Hasil Pengabdian Dan Pemberdayaan*

Masyarakat, 2(1). <https://journal.unm.ac.id/index.php/JHP2M>

Zuhra, A. R., & Sasmita, H. O. (2026). Pemanfaatan Media Digital Instagram untuk Penguatan Citra Pemerintah Kabupaten Bogor. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 8(1), 125-132. <https://doi.org/https://doi.org/10.33366/jkn.v8i1.2697>