

KOMUNIKASI HUMAS PEMERINTAHAN MELALUI PESAN VISUAL DI SOSIAL MEDIA INSTAGRAM KEMENTERIAN KESEHATAN INDONESIA DAN SINGAPURA

Khairunnisa Fahriah¹, Razie Razak²

¹ Digital Public Relations, Fakultas Komunikasi dan Ilmu Sosial, Universitas Telkom , Indonesia, nisafahriah@student.telkomuniversity.ac.id

² Digital Public Relations, Fakultas Komunikasi dan Ilmu Sosial, Universitas Telkom , Indonesia, razierazak@telkomuniversity.ac.id

Abstract

This study examines how government public relations communication is presented through visual messages on Instagram by two health institutions, namely the Ministry of Health of the Republic of Indonesia (@kemenkes_ri) and the Ministry of Health of Singapore (@mohsingapore). Using a qualitative content analysis approach based on Roland Barthes' semiotics, this study explores the denotative, connotative, mythical, and hegemonic meanings of the published visual content, as well as how the visual designs of the two institutions compare. The findings show that both institutions utilize visual elements such as color, illustration, symbols, and text to shape health messages that are appropriate to the social values and contexts of their respective communities. The Ministry of Health of the Republic of Indonesia tends to present visual narratives that emphasize togetherness and the collective role of society, while the Ministry of Health of Singapore emphasizes an informative and individualistic visual approach. These differences reflect the way the two institutions construct visual communications that are relevant to the character and culture of their audiences. This study provides new insights into how visuals are used to shape public perceptions in digital health communications.

Keywords: *government public communication, health messages, Instagram, semiotics, visual communication*

Abstrak

Penelitian ini membahas bagaimana komunikasi humas pemerintahan ditampilkan melalui pesan visual di media sosial Instagram oleh dua institusi kesehatan, yaitu Kementerian Kesehatan Republik Indonesia (@kemenkes_ri) dan Ministry of Health Singapore (@mohsingapore). Dengan menggunakan pendekatan analisis isi kualitatif berbasis semiotika Roland Barthes, penelitian ini mengeksplorasi makna denotatif, konotatif, mitos, bentuk hegemoni dalam konten visual yang dipublikasikan, serta bagaimana komparasi desain visual dari kedua instansi tersebut. Hasil temuan menunjukkan bahwa kedua institusi memanfaatkan unsur visual seperti warna, ilustrasi, simbol, dan teks untuk membentuk penyampaian pesan kesehatan yang sesuai dengan nilai sosial dan konteks masyarakat masing-masing. Kemenkes RI cenderung menampilkan narasi visual yang menekankan kebersamaan dan peran kolektif masyarakat, sedangkan MOH Singapore lebih menonjolkan pendekatan visual yang informatif dan individualistik. Perbedaan ini mencerminkan cara kedua lembaga membangun komunikasi visual yang relevan dengan karakter dan budaya audiens mereka. Penelitian ini memberikan pemahaman baru mengenai bagaimana visual digunakan untuk membentuk persepsi publik dalam komunikasi kesehatan digital.

Kata kunci: Instagram, semiotika, komunikasi humas pemerintahan, komunikasi visual, pesan kesehatan

I. PENDAHULUAN

Transformasi digital telah mendorong institusi pemerintah untuk mengubah cara mereka berkomunikasi dengan masyarakat. Dalam konteks kehumasan pemerintahan, media sosial kini memainkan peran penting sebagai sarana

penyampaian informasi yang cepat, visual, dan menjangkau berbagai lapisan masyarakat. Instagram, sebagai platform berbasis gambar dan video, menjadi salah satu media sosial yang paling banyak digunakan di kawasan Asia Tenggara. Laporan We Are Social (2024) mencatat bahwa Indonesia memiliki lebih dari 100 juta pengguna Instagram aktif, menjadikannya ruang strategis untuk diseminasi informasi publik, termasuk dalam sektor kesehatan (Awaludin et al., 2024).

Kementerian Kesehatan Republik Indonesia (@kemenkes_ri) dan Ministry of Health Singapore (@mohsingapore) adalah dua institusi pemerintah yang aktif memanfaatkan Instagram untuk menyampaikan pesan-pesan kesehatan. Keduanya memanfaatkan elemen visual seperti ilustrasi, warna, simbol, dan tipografi untuk menyampaikan informasi sekaligus membentuk citra kelembagaan di mata publik. Namun, visual tidak hanya berfungsi sebagai alat bantu komunikasi, tetapi juga dapat memuat pesan simbolik yang membentuk makna mendalam. Dalam studi semiotika, elemen visual dipahami sebagai sistem tanda yang dapat merepresentasikan ideologi, nilai sosial, hingga relasi kuasa yang tersirat dalam sebuah gambar.

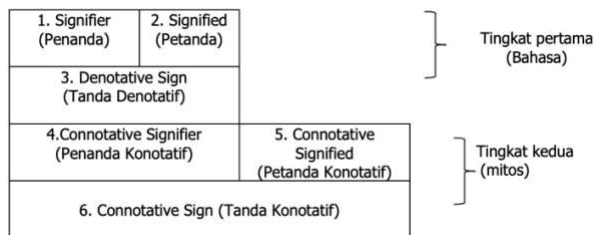
Dalam praktiknya, pendekatan visual yang digunakan oleh kedua institusi mencerminkan karakter sosial dan budaya masing-masing negara. Kemenkes RI cenderung mengedepankan narasi visual yang menekankan kebersamaan dan partisipasi publik dalam isu kesehatan. Warna-warna yang digunakan seperti hijau dan putih, serta penggunaan wajah masyarakat umum dalam kontennya, memperkuat pesan kolektif dan keterlibatan sosial. Sebaliknya, MOH Singapore menampilkan konten yang lebih terstruktur dan informatif, dengan fokus pada visual yang bersih, padat informasi, dan mengarah pada tindakan individual.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Sagiyanto et al., 2021) mengungkap bahwa komunikasi visual yang digunakan oleh Humas Pemerintah Kota Tangerang di Instagram berperan penting dalam membentuk citra positif melalui promosi visual destinasi wisata. Sementara itu, studi oleh (Pinto, Brasileiro, et al., 2021) menyoroti bagaimana institusi pemerintah di Portugal dan Brasil menggunakan Instagram sebagai media untuk menyampaikan pesan kesehatan secara visual kepada masyarakat. Kedua studi tersebut memperlihatkan pentingnya komunikasi visual dalam membangun persepsi publik, namun belum secara spesifik membahas perbandingan antar negara dengan pendekatan semiotik.

Untuk itu, penelitian ini bertujuan menelaah bagaimana makna visual dibangun oleh dua institusi kesehatan pemerintah, @kemenkes_ri dan @mohsingapore, melalui pendekatan semiotika Roland Barthes. Analisis ini mencakup makna denotatif, konotatif, serta mitos yang terkandung dalam konten visual. Selain itu, kajian ini juga ingin mengeksplorasi bentuk dominasi simbolik atau hegemoni yang muncul melalui representasi visual, guna memahami bagaimana pesan-pesan kesehatan disampaikan secara implisit kepada publik. Dengan memahami hal tersebut, diharapkan penelitian ini dapat memperkaya diskursus mengenai komunikasi visual dalam kehumasan digital pemerintah, sekaligus memberikan perspektif baru dalam membaca representasi makna visual yang tersembunyi di balik konten media sosial resmi lembaga publik.

II. TINJAUAN LITERATUR

Penelitian ini menggabungkan beberapa kerangka konseptual untuk menganalisis pesan visual dalam komunikasi humas pemerintahan. Pendekatan utama yang digunakan adalah semiotika Roland Barthes, yang menjelaskan bahwa tanda-tanda visual memiliki tiga lapisan makna: denotatif (makna literal), konotatif (makna kultural dan emosional), dan mitos (narasi ideologis yang dibangun dari dua makna sebelumnya). Pendekatan ini memungkinkan pembacaan yang lebih dalam terhadap gambar atau simbol yang digunakan dalam media sosial, khususnya dalam memahami bagaimana pesan dibentuk dan diterima oleh publik (Wulansari et al., 2020). Semiotika Barthes telah digunakan dalam berbagai studi komunikasi visual pemerintahan, salah satunya oleh (Selviani et al., 2023), yang meneliti representasi identitas Pemerintah Kabupaten Sleman melalui konten Instagram @kabarsleman. Penelitian tersebut menunjukkan bagaimana makna visual dibangun secara bertahap melalui simbol dan gaya desain untuk membentuk persepsi terhadap identitas institusional.



Gambar 1. Peta Tanda Roland Barthes (Sumber: Sobur, 2006)

Selain itu, teori hegemoni Antonio Gramsci digunakan untuk menjelaskan bagaimana kekuasaan disampaikan tidak secara koersif, tetapi melalui konsensus sosial dan representasi simbolik yang tampak wajar. Dalam konteks komunikasi visual pemerintah, hegemoni dapat terbentuk melalui narasi visual yang diterima publik tanpa paksaan, namun tetap memuat pesan ideologis yang menguntungkan pihak berkuasa (Basu, 2016; Litowitz, 2000). Teori ini berguna untuk menganalisis bagaimana visualisasi pesan kesehatan di Instagram tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga dapat memengaruhi kesadaran kolektif secara halus dan sistematis. Konsep ini relevan dengan temuan-temuan dalam studi oleh (Pinto, Antunes, et al., 2021), yang menganalisis promosi kesehatan visual di Instagram oleh pemerintah Portugal dan Brasil. Mereka menemukan bahwa simbol-simbol visual tertentu digunakan untuk menyampaikan ideologi kesehatan negara secara halus dan berulang.

Kerangka konseptual ini diperkuat oleh teori komunikasi visual, yang menyoroti bagaimana elemen seperti komposisi, ilustrasi, dan warna digunakan untuk menyampaikan pesan yang cepat dipahami. Visual terbukti lebih efektif dalam membangun persepsi publik dibandingkan pesan verbal semata, terutama dalam konteks digital yang penuh dengan distraksi. (Haro et al., 2022) menegaskan bahwa visualisasi pesan kesehatan dapat meningkatkan pemahaman dan perubahan sikap masyarakat terhadap isu kesehatan publik.

Terakhir, penelitian ini juga berlandaskan pada konsep dasar kehumasan pemerintahan, yang merujuk pada upaya institusi publik untuk membangun komunikasi yang transparan, informatif, dan akuntabel kepada masyarakat. Di era media sosial, humas pemerintah dituntut untuk hadir secara aktif dan adaptif, menggunakan berbagai pendekatan kreatif untuk menyampaikan kebijakan publik dan mendorong partisipasi warga (Ari & Prastowo, 2020). Studi oleh (Sagiyanto et al., 2021) menggambarkan bagaimana Humas Pemkot Tangerang menggunakan Instagram untuk membangun citra positif melalui promosi wisata berbasis visual, meski dalam konteks yang berbeda dari isu kesehatan.

Dengan menggabungkan teori semiotika, hegemoni, komunikasi visual, dan praktik kehumasan digital, penelitian ini menawarkan pendekatan komprehensif untuk memahami bagaimana pesan visual di media sosial pemerintah tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membentuk makna dan dominasi simbolik dalam ruang publik digital.

III. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis isi untuk menginterpretasikan makna dari konten visual yang diunggah oleh dua akun Instagram resmi institusi kesehatan pemerintah, yaitu @kemenkes_ri (Kementerian Kesehatan Republik Indonesia) dan @mohsingapore (Ministry of Health Singapore). Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk memahami makna simbolik dan ideologis yang tersembunyi dalam pesan visual seperti gambar, teks, warna, dan simbol yang digunakan oleh kedua institusi tersebut dalam menyampaikan pesan kesehatan kepada publik.

Ruang lingkup penelitian difokuskan pada unggahan konten visual selama periode Februari hingga April 2025. Konten yang dianalisis dipilih berdasarkan kesesuaian tema dengan fokus penelitian: kesehatan anak untuk @kemenkes_ri dan kesehatan lansia untuk @mohsingapore. Dengan pembatasan ini, peneliti dapat mengamati secara lebih mendalam pola komunikasi visual yang ditampilkan dalam konteks waktu dan isu yang spesifik.

Data primer diperoleh melalui dokumentasi langsung terhadap konten visual yang diunggah pada akun resmi kedua lembaga tersebut. Sementara itu, data sekunder dikumpulkan dari berbagai sumber literatur, termasuk buku, jurnal ilmiah, serta dokumen penelitian yang relevan dengan komunikasi visual, teori semiotika, dan kehumasan pemerintahan.

Untuk analisis data, penelitian ini menggunakan pendekatan semiotika Roland Barthes yang membagi makna visual ke dalam tiga tingkatan: denotatif (makna literal), konotatif (makna asosiasi), dan mitos (makna ideologis). Elemen visual dibedah berdasarkan hubungan antara penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*), yang kemudian ditafsirkan untuk mengungkap narasi tersirat yang dibentuk oleh institusi melalui representasi visualnya.

Metode ini memungkinkan pemahaman menyeluruh terhadap pesan visual yang tidak hanya disampaikan secara eksplisit, tetapi juga membentuk cara berpikir dan merespons isu kesehatan secara kolektif di ruang publik digital.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini menyajikan hasil analisis terhadap konten visual yang dipublikasikan oleh dua institusi pemerintah di bidang kesehatan, yaitu Kementerian Kesehatan Republik Indonesia (@kemenkes_ri) dan Ministry of Health Singapore (@mohsingapore), melalui akun resmi Instagram mereka. Analisis dilakukan dengan pendekatan semiotika Roland Barthes yang mencakup tiga lapisan makna: denotatif, konotatif, dan mitos, serta diperluas dengan pembacaan bentuk hegemoni dalam tiap representasi visual. Dari total konten yang tersedia selama periode pengamatan, dipilih masing-masing dua visual dari tiap institusi yang dianggap paling representatif dalam mencerminkan pola penyampaian pesan kesehatan mereka. Setiap visual dianalisis menggunakan tabel kategorisasi untuk mengidentifikasi struktur tanda dan makna yang dibentuk, kemudian diikuti penjelasan naratif yang menggambarkan konteks sosial serta kecenderungan komunikatif yang muncul.

Tabel 1 Analisa Semiotika Unggahan @kemenkes_ri Gambar 1

Tanggal Upload	30 Maret 2025
Foto Unggahan	
Signifier/Penanda	Gambar seorang ibu yang sedang menyuapi bayi di kursi makan, bayi yang sedang makan, latar dominan putih, teks “Panduan MPASI Bergizi – Isi Piringku untuk Setiap Tahap Usia!”
Signified/Petanda	MPASI sebagai bentuk pengasuhan penuh cinta dan perencanaan gizi seimbang
Denotative Sign	Aktivitas pemberian MPASI dari ibu kepada bayi dalam suasana makan yang menyenangkan


Connotative Signifier	Ekspresi senyum ibu, pemberian MPASI, posisi sentral ibu-anak, warna putih & hijau, teks utama besar
Connotative Signified	Ekspresi senyum ibu menunjukkan rasa bahagia, pemberian MPASI merupakan simbol cinta dan perhatian, warna putih melambangkan kebersihan, warna hijau melambangkan kesehatan dan teks utama yang besar menunjukkan urgensi yang ingin disampaikan oleh negara
Connotative Sign	Mitos sosial: “Ibu yang memberikan MPASI bergizi dan sesuai panduan adalah pengasuh ideal — sadar nutrisi, peduli tumbuh kembang, dan membentuk masa depan anak”

Visual ini menampilkan seorang ibu yang sedang menyuapi bayinya di atas kursi makan, dengan ekspresi wajah hangat yang menciptakan suasana emosional positif. Latar didominasi warna putih dengan aksent hijau, sementara teks utama berbunyi “Panduan MPASI Bergizi – Isi Piringku untuk Setiap Tahap Usia!” disertai ajakan partisipatif “Catat & Simpan Yuk” di bagian bawah gambar.

Secara denotatif, visual ini menggambarkan rutinitas pemberian Makanan Pendamping ASI (MPASI) dalam suasana rumah yang bersih dan tertata, memperkuat kesan pengasuhan yang terencana. Pada level konotatif, hubungan fisik dan emosional antara ibu dan anak menekankan nilai kehangatan, kepedulian, serta peran aktif ibu dalam menjaga gizi anak. Warna putih mengimplikasikan kebersihan dan ketulusan, sedangkan hijau diasosiasikan dengan kesehatan dan pertumbuhan.

Dengan menggunakan pendekatan semiotika Barthes, konten ini membentuk mitos tentang idealisasi peran ibu sebagai pengasuh utama yang sadar gizi dan bertanggung jawab atas masa depan anak. Visual tidak hanya menyampaikan informasi edukatif, tetapi juga memperkuat konstruksi sosial mengenai citra keibuan yang diharapkan oleh institusi negara.

Tabel 2 Analisa Semiotika Unggahan @kemenkes_ri Gambar 2

Tanggal Upload	10 April 2025
Foto Unggahan	
Signifier/Penanda	Dua anak perempuan tersenyum, teks utama “Momen Spesial untuk Anak balita Indonesia”, latar putih, elemen warna hijau, logo Kemenkes RI

Signified/Petanda	Anak-anak balita sebagai generasi penerus yang perlu dijaga kesehatannya sejak dini
Denotative Sign	Poster visual anak-anak bahagia dengan pesan tentang masa depan bangsa
Connotative Signifier	Ekspresi senyum anak, latar putih, warna hijau, teks edukatif
Connotative Signified	Senyuman anak melambangkan rasa bahagia dan kesejahteraan, latar putih yang mengartikan sebagai kesucian dan awal yang bersih, warna hijau diartikan sebagai harapan dan kesehatan dan teks edukatif yang bermakna masa depan anak harus diperhatikan sedari dini
Connotative Sign	Mitos sosial: “Balita sehat adalah fondasi masa depan bangsa yang kuat dan cemerlang”

Visual ini memperlihatkan dua anak perempuan duduk berdampingan dengan ekspresi ceria dan saling menatap. Teks utama bertuliskan “Momen Spesial untuk Anak Balita Indonesia”, dengan latar berwarna putih, aksen hijau, serta logo resmi Kementerian Kesehatan RI di bagian atas.

Secara denotatif, konten ini menyajikan kampanye visual yang menyoroti pentingnya masa balita dalam kerangka pembangunan kesehatan nasional. Senyum anak-anak mencerminkan suasana positif dan menyenangkan, yang menegaskan peran anak sebagai subjek utama pesan. Pada level konotatif, ekspresi wajah dan komposisi visual menyampaikan makna kepolosan, harapan, dan kesejahteraan. Warna putih mendukung citra awal yang bersih dan suci, sementara aksen hijau memperkuat asosiasi terhadap kesehatan dan pertumbuhan. Narasi teks memperjelas bahwa masa balita bukan sekadar fase biologis, tetapi juga periode kunci dalam membentuk kualitas generasi mendatang.

Ditinjau melalui semiotika Barthes, visual ini membangun mitos bahwa anak sehat adalah pondasi dari bangsa yang tangguh dan sejahtera. Pemerintah diposisikan sebagai aktor yang hadir untuk melindungi dan memastikan kesejahteraan anak, sekaligus mbingkai balita sebagai simbol masa depan nasional yang perlu dijaga secara kolektif.

Tabel 3 Analisa Semiotika Unggahan @mohsingapore Gambar 1

Tanggal Upload	2 April 2025
Foto Unggahan	

Signifier/Penanda	Teks utama “IMPROVING ACCESS TO ACTIVE AGEING ACTIVITIES”, latar nuansa peach, ilustrasi lansia bersepeda dan olahraga, simbol hati merah pada AAC, teks pendukung, logo MOH Singapore
Signified/Petanda	Perluasan akses layanan AAC dilakukan untuk lansia agar tetap terlibat dalam komunitas dengan mudah
Denotative Sign	Informasi mengenai perluasan layanan AAC ke masyarakat lansia
Connotative Signifier	Latar aksen peach dan merah, ilustrasi lansia bersepeda dan olahraga, ilustrasi sepeda ilustrasi gedung, ilustrasi AAC, simbol hati pada AAC, ekspresi ceria lansia, teks utama berwarna merah
Connotative Signified	Latar dengan aksen peach dan merah seakan mengibaratkan lansia yang sudah menua, ilustrasi lansia bersepeda dan olahraga melambangkan bentuk aktifitas dan semangat yang bisa dilakukan oleh lansia, ilustrasi gedung mensimbolkan area AAC yang tersebar di banyak tempat, ilustrasi AAC menunjukkan lokasi AAC yang kini telah diperluas, simbol hati melambangkan kasih sayang, sepeda mengartikan mobilitas, ekspresi ceria lansia menunjukkan kepuasan terhadap AAC, dan teks utama berwarna merah mengartikan pesan utama yang disampaikan
Connotative Sign	Mitos sosial: “Menjadi lansia tidak berarti menjadi pasif—negara mendukung hidup aktif hingga akhir hayat”


Unggahan dari @mohsingapore ini menampilkan kampanye visual mengenai perluasan akses terhadap Active Ageing Centres (AAC) untuk warga lanjut usia. Visual memuat ilustrasi lansia yang tengah beraktivitas fisik seperti bersepeda, berjalan, dan senam, serta teks utama “IMPROVING ACCESS TO ACTIVE AGEING ACTIVITIES” yang memperjelas inti pesan kampanye.

Pada tingkat denotatif, visual ini menyajikan gambaran konkret mengenai aktivitas yang dapat diakses oleh lansia melalui AAC. Sementara secara konotatif, pemilihan latar warna peach dengan aksen merah membentuk kesan hangat, dinamis, dan berenergi, merepresentasikan semangat hidup yang tetap menyala di usia lanjut. Simbol hati merah dan ilustrasi gedung AAC memperkuat makna kepedulian dan peran negara dalam menyediakan ruang yang mendukung kebugaran fisik sekaligus koneksi sosial bagi kelompok lansia. Kehadiran sepeda sebagai simbol mobilitas juga menyiratkan pentingnya kebebasan dan partisipasi sosial bagi para lansia, tanpa hambatan usia atau akses.

Melalui pendekatan semiotika Barthes, unggahan ini membentuk mitos bahwa menjadi lansia tidak identik dengan ketergantungan atau keterbatasan. Sebaliknya, penuaan digambarkan sebagai fase aktif yang tetap produktif dan berdaya. Pemerintah Singapura diposisikan sebagai penyedia fasilitas yang inklusif dan berorientasi pada kualitas hidup lansia, membentuk citra negara sebagai pelindung martabat warga lanjut usia hingga akhir hayat.

Tabel 4 Analisa Semiotika Unggahan @mohsingapore Gambar 2

Tanggal Upload	25 April 2025
----------------	---------------

<p>Foto Unggahan</p>	
<p>Signifier/Penanda</p>	<p>Latar berwarna biru gelap, gambar otak besar sebagai latar belakang, lensa pembesar berwarna biru kehijauan, teks penjelasan tentang demensia, ilustrasi pria dengan ekspresi bingung, kosong, dan terasing simbol jam dan tanda tanya.</p>
<p>Signified/Petanda</p>	<p>Visualisasi dampak demensia terhadap fungsi kognitif, sosial, dan emosional.</p>
<p>Denotative Sign</p>	<p>Visual infografis edukatif yang menjelaskan pengertian demensia dan akibat dari demensia</p>
<p>Connotative Signifier</p>	<p>Warna dasar biru gelap, kontras otak merah muda, penggunaan lensa pembesar, simbol jam dan tanda tanya, ekspresi karakter.</p>
<p>Connotative Signified</p>	<p>Biru gelap menandakan kesan serius, mendalam, dan menyiratkan kompleksitas penyakit. Merah muda pada otak menonjolkan bahwa ini adalah isu neurologis, sementara lensa pembesar mengimplikasikan perlunya pemahaman atau deteksi yang lebih cermat. Ekspresi karakter (bingung, kosong, pasif) menggambarkan penurunan fungsi sosial dan pribadi yang progresif. Tanda tanya dan jam melambangkan disorientasi waktu dan kebingungan mental.</p>
<p>Connotative Sign</p>	<p>Mitos sosial: “Demensia bukan hanya penyakit usia tua, tapi gangguan progresif yang memengaruhi identitas, interaksi sosial, dan keseharian. Slide ini menyiratkan pentingnya pemahaman masyarakat yang mendalam terhadap kondisi ini untuk menciptakan empati dan dukungan”</p>

Unggahan @mohsingapore ini menyajikan kampanye visual edukatif mengenai demensia, dengan latar biru gelap dan ilustrasi otak berwarna merah muda sebagai elemen utama. Teks inti yang diletakkan di tengah visual mendefinisikan demensia sebagai gangguan otak progresif yang memengaruhi memori, pola pikir, dan kepribadian. Di bagian bawah visual, terdapat tiga ilustrasi lansia dengan ekspresi yang merepresentasikan perubahan emosional dan kognitif, disertai simbol jam, tanda tanya, serta bayangan relasi sosial.

Secara denotatif, gambar ini menyampaikan informasi dasar tentang demensia dan dampaknya terhadap fungsi kehidupan sehari-hari. Ilustrasi-infografis memperkenalkan gejala yang berkaitan dengan disorientasi waktu, kehilangan koneksi sosial, hingga kesulitan dalam pengambilan keputusan. Pada level konotatif, dominasi warna biru gelap menandakan keseriusan isu yang diangkat, sedangkan warna merah muda pada otak berfungsi sebagai kontras visual untuk menarik perhatian pada pusat gangguan neurologis. Elemen lensa pembesar yang ditempatkan di atas teks memberikan makna bahwa kondisi ini memerlukan pemahaman yang lebih mendalam, bukan sekadar dilihat secara permukaan.

Dengan membaca melalui pendekatan semiotika Barthes, visual ini membangun mitos bahwa demensia bukan hanya kondisi pelupa yang wajar di usia tua, melainkan gangguan yang merusak identitas dan koneksi manusia secara bertahap. Simbol-simbol seperti jam dan tanda tanya memperkuat representasi kehilangan arah dan kebingungan eksistensial. MOH Singapore memosisikan diri sebagai institusi yang tidak hanya menyebarkan informasi medis, tetapi juga mengajak masyarakat untuk membangun ruang yang inklusif dan empatik bagi penyintas demensia—sebuah refleksi nilai kemanusiaan dalam masyarakat urban modern

Pembahasan Makna Denotatif Komunikasi Visual @kemenkes_ri dan @mohsingapore

Pembahasan ini mengurai bagaimana visual yang dipublikasikan oleh @kemenkes_ri dan @mohsingapore membentuk makna literal (denotatif) dan makna tambahan (konotatif) dari setiap elemen visual. Hasil analisis menunjukkan bahwa Kemenkes RI cenderung menghadirkan visual dengan suasana humanis dan domestik, seperti momen pengasuhan ibu-anak dan ekspresi keceriaan masa balita. Makna denotatifnya merepresentasikan situasi konkret, sementara konotasinya memuat pesan kepedulian, kasih sayang, dan harapan akan masa depan anak.

Sementara itu, MOH Singapore lebih menonjolkan pendekatan rasional dan edukatif dalam menyampaikan pesan kesehatan. Visual-visual yang diangkat, seperti konten tentang AAC dan demensia, secara denotatif menyampaikan bentuk layanan kesehatan dan edukasi medis. Namun secara konotatif, visual ini menyampaikan kesan profesionalisme, inklusivitas, serta kepedulian institusional terhadap kelompok lansia dan difabel. Perbedaan ini menunjukkan bahwa elemen konotatif dalam komunikasi visual tidak hanya membentuk suasana pesan, tetapi juga mencerminkan karakter komunikasi dari masing-masing lembaga.

Pada level mitos, visual yang ditampilkan Kemenkes RI membangun narasi bahwa keluarga, khususnya ibu, adalah fondasi utama dalam memastikan kualitas gizi dan kesehatan anak. Anak-anak direpresentasikan sebagai simbol masa depan bangsa, dan visualisasi kebahagiaan mereka menggambarkan keberhasilan negara dalam menyediakan layanan kesehatan dasar yang merata. Dengan demikian, mitos yang terbentuk adalah bahwa masyarakat sehat dimulai dari rumah, dan negara hadir untuk mendukung peran keluarga dalam menjalankan tanggung jawab tersebut.

Sementara itu, MOH Singapore membangun mitos bahwa lansia dan penyandang disabilitas bukan kelompok pasif, melainkan individu yang tetap berdaya, aktif, dan layak mendapatkan ruang partisipasi sosial. Visual yang ditampilkan tidak hanya menyampaikan informasi medis, tetapi juga membentuk narasi bahwa negara bertanggung jawab dalam menciptakan lingkungan inklusif dan beradab. Dengan pendekatan visual yang bersih dan profesional, institusi ini menanamkan pemahaman bahwa kesehatan adalah hak dan tanggung jawab bersama yang dilandasi kepedulian terhadap seluruh lapisan masyarakat.

Pembahasan Komunikasi Visual @kemenkes_ri dan @mohsingapore sebagai Sarana Hegemoni dalam Komunikasi Pemerintahan

Pesan visual yang ditampilkan tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga merepresentasikan bentuk hegemoni simbolik dari institusi pemerintah. Dalam konteks akun @kemenkes_ri, representasi ibu sebagai pengasuh utama dan anak sebagai simbol masa depan bangsa menunjukkan bahwa negara sedang membangun narasi ideologis seputar peran keluarga dalam pembangunan kesehatan nasional. Penggunaan visual tersebut secara tidak langsung mendorong publik untuk menyetujui nilai dan kebijakan yang disampaikan melalui simbol yang diterima secara sosial.

Sebaliknya, dalam unggahan MOH Singapore, hegemoni dibangun melalui citra negara sebagai institusi yang menjamin akses layanan kesehatan berkualitas dan humanis, terutama bagi kelompok rentan seperti lansia dan

penyanggandisabilitas. Visual kampanye tentang AAC dan demensia menyiratkan bahwa negara memfasilitasi kehidupan aktif dan bermartabat hingga usia senja. Melalui pendekatan semiotik, ditemukan bahwa kedua institusi menggunakan visual bukan hanya untuk menyampaikan informasi, tetapi untuk membentuk konsensus publik atas nilai-nilai tertentu yang dianggap ideal.

Pembahasan Komparasi Komunikasi Visual @kemenkes_ri dan @mohsingapore dalam Penyampaian Pesan Kesehatan

Perbedaan mendasar dalam komunikasi visual antara Kemenkes RI dan MOH Singapore tampak pada gaya, tone, serta struktur visual yang digunakan. Kemenkes RI mengutamakan pendekatan visual yang membunim dan emosional, dengan menonjolkan ekspresi wajah, interaksi antarindividu, dan nuansa keseharian yang dekat dengan audiens lokal. Penggunaan warna-warna lembut dan simbol keibuan menjadi strategi utama dalam membangun kedekatan emosional dan keterlibatan publik.

MOH Singapore, sebaliknya, mengusung gaya visual yang bersih, rapi, dan penuh struktur. Warna-warna solid, ilustrasi informatif, dan tata letak simetris menjadi ciri khas representasi visual mereka. Gaya ini mencerminkan sistem pelayanan kesehatan Singapura yang modern, efisien, dan berbasis teknologi. Perbedaan ini tidak hanya menunjukkan variasi dalam selera desain, tetapi juga mencerminkan bagaimana dua negara mengartikulasikan identitas kelembagaan dan peran negara melalui media visual dalam ruang publik digital.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa komunikasi visual yang dilakukan oleh Kementerian Kesehatan Republik Indonesia (@kemenkes_ri) dan Ministry of Health Singapore (@mohsingapore) di Instagram membentuk makna dalam tiga lapisan tanda sebagaimana dirumuskan oleh Roland Barthes: denotatif, konotatif, dan mitos. Visual yang ditampilkan tidak hanya berfungsi sebagai media informasi, tetapi juga sebagai sarana konstruksi makna sosial dan ideologi. Visual dari Kemenkes RI menekankan pentingnya keluarga, terutama ibu, dalam pembangunan kesehatan anak, sementara MOH Singapore menghadirkan narasi lansia aktif dan masyarakat inklusif sebagai representasi ideal sistem kesehatan modern. Masing-masing visual membentuk mitos tertentu yang menyamakan kondisi sosial aktual, seperti kesenjangan akses layanan atau representasi terbatas terhadap kelompok rentan.

Kedua institusi juga menggunakan komunikasi visual sebagai alat hegemoni simbolik. Melalui estetika visual yang tampak netral, negara meringkai tanggung jawab kesehatan sebagai bagian dari kesadaran warga, bukan hanya tanggung jawab sistemik. Kemenkes RI mereproduksi citra keluarga ideal sebagai tolok ukur keberhasilan program kesehatan, sedangkan MOH Singapore menyampaikan bahwa partisipasi lansia dalam sistem sosial merupakan hasil dari kebijakan negara yang sukses. Representasi ini menjadi bentuk kuasa halus yang membentuk konsensus sosial, memperlihatkan bagaimana negara menggunakan media visual untuk memperkuat legitimasi kebijakan publik.

Secara komparatif, kedua institusi memiliki pendekatan visual yang berbeda. Kemenkes RI menggunakan gaya visual yang populis dan emosional dengan foto-foto nyata yang menekankan kedekatan budaya dan konteks domestik, sementara MOH Singapore cenderung menampilkan infografis, ilustrasi, dan simbol teknokratis yang mencerminkan sistem layanan publik yang efisien. Perbedaan ini mencerminkan karakter komunikasi pemerintahan masing-masing negara: satu berbasis empati kultural, dan satu lagi berbasis struktur rasional.

Saran

Dari sisi akademik, penelitian ini dapat menjadi kontribusi dalam kajian komunikasi visual pemerintahan, khususnya pada ranah media sosial. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas objek analisis ke institusi lain atau lintas sektor untuk melihat pola-pola narasi visual yang berkembang dalam konteks sosial dan politik yang berbeda. Selain itu, eksplorasi terhadap respons publik—baik melalui komentar daring, interaksi sosial, atau wawancara—juga dapat memperkaya pemahaman tentang efektivitas dan resepsi pesan visual yang disampaikan negara.

Dari sisi praktis, lembaga pemerintah disarankan untuk mempertimbangkan aspek representasi sosial dalam desain visual, agar tidak hanya menyampaikan pesan normatif, tetapi juga mampu merangkul keberagaman audiens secara inklusif. Desain visual perlu memperhatikan sensitivitas sosial dan tidak memperkuat stereotip, serta menjaga keseimbangan antara keindahan estetika, keakuratan informasi, dan makna simbolik yang disampaikan ke ruang publik digital.

REFERENSI

- Ari, F. X., & Prastowo, A. (2020). Pelaksanaan fungsi pokok humas pemerintah pada lembaga pemerintah. *PROfesi Humas*, 5(1), 45363.
- Awaludin, M. I., Satya, S., & Wardhana, M. (2024). Pengaruh Elemen Visual pada Konten Feeds Instagram @P3SMANDIRI dalam meningkatkan Brand awareness. *Jurnal Ilmu Komputer Dan Desain Komunikasi Visual*, 9(2).
- Basu, P. K. (2016). From Hegemony to Governmentality. *International Critical Thought*, 6(2), 209–226. <https://doi.org/10.1080/21598282.2016.1172323>
- Haro, Fahmi, Reffita, & Ningsih. (2022). *COVER*.
- Litowitz, D. (2000). Gramsci, Hegemony, and the Law Gramsci, Hegemony, and the Law Recommended Citation Recommended Citation Gramsci, Hegemony, and the Law. In *BYU Law Review* (Vol. 515).
- Pinto, P. A., Antunes, M. J. L., & Almeida, A. M. P. (2021). Public health on instagram: An analysis of health promotion strategies of Portugal and Brazil. *Procedia Computer Science*, 181, 231–238. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2021.01.142>
- Pinto, P. A., Brasileiro, F. S., Lopes Antunes, M. J., & Pisco Almeida, A. M. (2021). Face masks on Instagram: An analysis of public health authorities' guidance toward prevention. *Procedia Computer Science*, 196, 409–417. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2021.12.030>
- Sagiyanto, A., Agustian, W., Suryani, I., Bina Sarana Informatika, U., & Studi Hubungan Masyarakat, P. (2021). Strategi Komunikasi Humas Pemerintah Kota Tangerang Dalam Upaya Mempromosikan Destinasi Wisata Melalui Instagram (@humas_kota_tangerang). *Journal Komunikasi*, 12(2). <https://doi.org/10.31294/jkom>
- Selviani, C., Syifa'ul Qulub, F., & Putra Maiyoka, P. (2023). Semiotika Visual Content Instagram dan Perannya Sebagai Identitas Pemerintah Daerah Sleman. *Inter Script: Journal of Creative Communication* |, 5(2), 1–13.
- Wulansari, R., Abdillah Setiana, R., & Aziza, S. H. (2020). *PEMIKIRAN TOKOH SEMIOTIKA MODERN*. 1(1). <http://journal.piksi.ac.id/index.php/TEXTURA>