



**ANALISIS KOMUNIKASI VISUAL DALAM E-POSTER UCAPAN SELAMAT
OLEH KANTOR KESYAHBANDARAN DAN OTORITAS PELABUHAN KELAS IV
LAURENTIUS SAY MAUMERE DI AKUN INSTAGRAM *DJPL*
*KSOPLAURENTIUSSAYMOF***

**Maria Khatarina Moa¹, Yonas Klemens Gregorius Dori Gobang², Lodowik Nikodemus
Kedoh³**

Universitas Nusa Nipa^{1,2,3}

e-mail: khattrin.moa@gmail.com

Diterima: 15/4/2026; Direvisi: 25/4/2026; Diterbitkan: 28/4/2026

ABSTRAK

Perkembangan media sosial, khususnya Instagram, telah mendorong instansi pemerintah untuk memanfaatkan komunikasi visual sebagai sarana penyampaian pesan publik. Salah satu bentuk komunikasi visual tersebut adalah e-poster ucapan selamat yang dipublikasikan melalui akun resmi media sosial. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis komunikasi visual dalam e-poster ucapan selamat yang diunggah oleh Kantor Kesyahbandaran dan Otoritas Pelabuhan (KSOP) Kelas IV Laurentius Say Maumere pada akun Instagram @djpl_ksoplaurentiussaymof. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, dokumentasi, dan studi kepustakaan, sedangkan analisis data dilakukan dengan mengkaji elemen-elemen komunikasi visual seperti warna, tipografi, ilustrasi, dan tata letak. Hasil penelitian menunjukkan bahwa e-poster ucapan selamat KSOP Kelas IV Laurentius Say Maumere telah memanfaatkan elemen komunikasi visual secara konsisten dan terstruktur. Pemilihan warna formal, tipografi yang jelas, ilustrasi yang relevan, serta tata letak yang rapi mencerminkan identitas kelembagaan dan mendukung kejelasan pesan. E-poster tidak hanya berfungsi sebagai media penyampaian ucapan formal, tetapi juga sebagai sarana pembentukan citra institusi dan komunikasi publik simbolik di media sosial. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan dalam pengembangan strategi komunikasi visual instansi pemerintah di platform media sosial.

Kata Kunci: *Komunikasi Visual, E-Poster, Instagram, Komunikasi Publik, Instansi Pemerintah*

ABSTRACT

The rapid development of social media, particularly Instagram, has encouraged government institutions to utilize visual communication as a medium for public messaging. One form of visual communication commonly used is the congratulatory e-poster published through official social media accounts. This study aims to analyze visual communication in congratulatory e-posters uploaded by the Office of the Harbormaster and Port Authority (KSOP) Class IV Laurentius Say Maumere on the Instagram account @djpl_ksoplaurentiussaymof. This research employs a qualitative approach with a descriptive method. Data were collected through observation, documentation, and literature review, while data analysis focused on visual communication elements such as color, typography, illustration, and layout. The findings indicate that the congratulatory e-posters produced by KSOP Class IV Laurentius Say Maumere apply visual communication elements in a consistent and structured manner. The use of formal colors, clear typography, relevant illustrations, and well-organized layouts reflects institutional identity and supports message clarity. The e-posters function not only as a medium for formal



greetings but also as a means of building institutional image and symbolic public communication on social media. This study is expected to contribute to the development of visual communication strategies for government institutions in digital media.

Keywords: *Visual Communication, E-Poster, Instagram, Public Communication, Government Institution*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital dan pesatnya penetrasi internet di Indonesia telah mengubah cara pemerintah, organisasi publik maupun swasta dalam berkomunikasi dengan masyarakat. Salah satu fenomena yang menjadi titik penting dalam evolusi komunikasi publik adalah proliferasi media sosial, terutama Instagram sebagai platform berbasis visual yang diperuntukkan bagi penyampaian pesan melalui gambar, ilustrasi, dan teks singkat. Instagram tidak hanya berfungsi sebagai sarana interaksi personal, tetapi telah menjadi arena strategis komunikasi organisasi dalam membangun citra, menyampaikan informasi, dan memperkuat hubungan organisasi dengan publik luas di era digital (Jailani et al., 2026; Koban et al., 2026; Subang et al., 2026).

Instagram menyediakan ruang bagi instansi pemerintahan untuk mengakses audiens yang lebih luas dan beragam tanpa perlu memanfaatkan saluran komunikasi tradisional yang bersifat satu arah, seperti media cetak atau siaran pers konvensional. Hal ini sejalan dengan temuan penelitian yang menunjukkan bahwa institusi pemerintah semakin mengandalkan Instagram sebagai alat komunikasi publik untuk menyampaikan pesan penting, meningkatkan keterlibatan publik, dan membangun persepsi positif terhadap tugas dan fungsi organisasi. Salah satu contoh penelitian terhadap akun Instagram institusi pemerintahan yaitu analisis terhadap visual strategi komunikasi pada akun kementerian yang memperlihatkan bagaimana visual dilihat sebagai instrumen penting untuk meningkatkan interaksi dan engagement publik (Makmun & Isnaini, 2023; Sumarah et al., 2023; Tania & Cahyono, 2022).

Dalam konteks pemerintahan, Instagram tidak hanya digunakan untuk menyebarkan informasi rutin tetapi juga untuk menyampaikan pesan-pesan formal seperti pengumuman, kebijakan, kampanye sosial, dan ucapan selamat pada berbagai momentum penting dalam kehidupan publik. E-poster ucapan selamat merupakan salah satu bentuk konten visual yang sering diunggah oleh akun resmi instansi pemerintahan. Praktik ini mencerminkan bukan hanya kewajiban administratif, tetapi juga strategi komunikasi yang dirancang untuk menunjukkan kehadiran institusi dalam peristiwa sosial-budaya masyarakat. Namun demikian, meskipun pemanfaatan Instagram semakin populer, kajian komunikasi visual terhadap e-poster ucapan selamat oleh instansi pemerintah masih minim dalam kajian akademik, sehingga menghadirkan celah yang layak diteliti secara mendalam. Komunikasi visual merupakan disiplin ilmu yang mempelajari bagaimana pesan disampaikan dan dipahami melalui elemen-elemen visual seperti tipografi, warna, ilustrasi, ikonografi, layout, dan simbol. Elemen visual ini berperan besar dalam menarik perhatian audiens serta mempengaruhi penerimaan pesan yang disampaikan. Buku-buku komunikasi visual dan desain grafis sering menekankan bahwa integrasi antara elemen visual yang tepat dapat meningkatkan efektivitas pesan secara signifikan, terutama pada platform yang sangat bergantung pada daya tarik visual seperti Instagram (Fardiah et al., 2023; Hakim, 2023; Hasian et al., 2021; Nabilah et al., 2022).

Dalam praktiknya, tipografi memainkan peran penting untuk mengomunikasikan pesan utama secara jelas dan mencolok, sementara warna berfungsi bukan hanya sebagai elemen estetika tetapi juga memiliki konotasi tertentu yang dapat mempengaruhi persepsi audiens. Ilustrasi atau gambar merupakan elemen yang menjadi inti dari komunikasi visual karena



langsung menyampaikan ide atau konteks yang dimaksud. Ketiga elemen tersebut dipadukan dalam suatu tata letak (layout) yang dirancang secara strategis untuk memperkuat pesan utama dan memastikan keterbacaan konten oleh audiens (Chen et al., 2024; Hakim, 2023; Purnomo et al., 2022). Kajian-kajian sebelumnya tentang komunikasi visual di Instagram sebagian besar menyoroti konten promosi bisnis, branding, atau kampanye sosial. Misalnya penelitian visual communication design di Instagram menunjukkan bahwa elemen tipografi, warna, dan ilustrasi dapat saling berinteraksi untuk menciptakan pesan yang bermakna dan dapat dipahami audiens. Unsur-unsur tersebut bekerja secara terintegrasi untuk membentuk kesan visual yang kuat pada poster digital yang digunakan dalam komunikasi dakwah di sosial media (Burhanudin & Kushardiyanti, 2022; Muntazori & Sunarto, 2020; Wibowo, 2021).

Selain itu, penelitian terhadap visual branding pada akun instansi pemerintah seperti Dinas Komunikasi dan Informatika menunjukkan bahwa penggunaan pola visual yang konsisten pada konten Instagram mampu menyampaikan identitas institusi serta memperkuat daya tarik konten bagi audiens. Konsistensi visual berupa penggunaan warna tetap, jenis tipografi yang khas, serta ilustrasi yang cukup representatif telah terbukti sebagai langkah efektif dalam menyampaikan pesan organisasi. E-poster ucapan selamat adalah konten visual yang biasanya dibuat dalam bentuk gambar digital grafis dengan pesan tertentu terkait penghormatan atau apresiasi terhadap peristiwa penting, seperti hari besar nasional, peringatan hari besar organisasi, atau pencapaian tertentu oleh publik figur. Dalam ranah komunikasi organisasi, jenis konten ini tidak sekadar berfungsi sebagai bentuk sopan santun komunikasi publik, tetapi juga menjadi representasi identitas organisasi yang bersangkutan (Riauan et al., 2022).

Konten semacam ini seringkali menggunakan kombinasi tipografi yang kuat, ilustrasi yang mencolok, serta warna yang merepresentasikan identitas kelembagaan atau nilai dari pesan yang ingin disampaikan. Maka, melalui elemen-elemen tersebut, e-poster bukan hanya mengomunikasikan pesan ucapan tetapi juga mempengaruhi persepsi publik terhadap institusi yang bersangkutan. Meski sejumlah penelitian telah membahas komunikasi visual di Instagram untuk berbagai tujuan—mulai dari promosi merek, kampanye sosial, hingga visual branding instansi—kajiannya masih sangat terbatas pada konten jenis tertentu seperti feed promosi atau konten kampanye. Belum banyak penelitian yang secara khusus mengkaji e-poster ucapan selamat yang dipublikasikan oleh instansi pemerintahan. Padahal, unggahan semacam ini merepresentasikan bentuk komunikasi publik yang bersifat formal sekaligus visual kreatif (Kusuma et al., 2023; Santoso et al., 2020; Thifalia & Susanti, 2021). Urgensi pengembangan penelitian ini muncul dari kebutuhan untuk memahami strategi komunikasi visual yang digunakan instansi pemerintahan dalam menyampaikan pesan yang bersifat apresiatif atau sosio-kultural melalui media sosial Instagram. Penelitian ini dengan demikian dimaksudkan untuk mengisi celah empiris tersebut dengan menganalisis elemen visual desain, isi pesan, serta makna yang disampaikan melalui e-poster ucapan selamat yang diunggah oleh akun resmi Kantor Kesyahbandaran dan Otoritas Pelabuhan Kelas IV Laurentius Say Maumere (@djpl_ksoplarentiussaymof). Hasil penelitian diharapkan memberi kontribusi teoritik dan praktis dalam memahami secara lebih dalam peran komunikasi visual dalam media sosial pemerintahan, khususnya konteks Instagram.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memahami dan mendeskripsikan secara mendalam makna, pesan, serta elemen-elemen komunikasi visual yang



terdapat dalam e-poster ucapan selamat yang dipublikasikan oleh Kantor Kesyahbandaran dan Otoritas Pelabuhan (KSOP) Kelas IV Laurentius Say Maumere melalui akun Instagram resmi @djpl_ksoplaurentiussaymof. Pendekatan deskriptif digunakan untuk menggambarkan secara sistematis dan faktual bagaimana elemen visual seperti warna, tipografi, ilustrasi, tata letak, dan simbol digunakan dalam e-poster, serta bagaimana elemen-elemen tersebut membentuk pesan komunikasi visual yang disampaikan kepada publik.

Penelitian kualitatif deskriptif dianggap relevan karena fokus penelitian tidak bertujuan mengukur atau menguji hipotesis, melainkan menafsirkan fenomena komunikasi visual dalam konteks media sosial institusi pemerintah. Objek dalam penelitian ini adalah e-poster ucapan selamat yang diunggah pada akun Instagram resmi @djpl_ksoplaurentiussaymof. E-poster tersebut meliputi konten visual yang memuat ucapan selamat terkait hari besar nasional, peringatan tertentu, atau momentum institusional yang dipublikasikan oleh KSOP Kelas IV Laurentius Say Maumere. Subjek penelitian ini adalah konten visual e-poster itu sendiri, bukan individu atau pengguna media social. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa cara, yakni Observasi Nonpartisipan, Observasi dilakukan dengan cara mengamati secara langsung unggahan e-poster ucapan selamat pada akun Instagram @djpl_ksoplaurentiussaymof. Peneliti tidak terlibat dalam proses produksi konten, melainkan hanya mengamati dan mendokumentasikan e-poster yang relevan dengan fokus penelitian. Dokumentasi, Teknik dokumentasi dilakukan dengan cara mengumpulkan dan menyimpan e-poster ucapan selamat dalam bentuk tangkapan layar (screenshot) atau arsip digital.

Dokumentasi ini digunakan sebagai data utama untuk dianalisis secara visual, meliputi unsur desain, pesan, dan konteks unggahan dan Studi kepustakaan dilakukan dengan mengkaji buku, jurnal ilmiah, dan sumber akademik lainnya yang berkaitan dengan komunikasi visual, desain grafis, media sosial Instagram, serta komunikasi publik instansi pemerintah. Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan analisis komunikasi visual, yang menitikberatkan pada pengkajian elemen-elemen visual dalam e-poster. Untuk menjaga keabsahan data, penelitian ini menggunakan triangulasi teori, yaitu dengan membandingkan hasil analisis data dengan teori-teori komunikasi visual dan hasil penelitian terdahulu yang relevan. Dengan demikian, interpretasi yang dihasilkan tidak bersifat subjektif semata, melainkan memiliki dasar konseptual dan akademik yang kuat

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

1. Identitas Visual dan Strategi Komunikasi Digital

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan e-poster ucapan selamat oleh Kantor Kesyahbandaran dan Otoritas Pelabuhan (KSOP) Kelas IV Laurentius Say Maumere melalui media sosial Instagram merupakan sebuah langkah strategis dalam memperkuat identitas visual lembaga. Akun resmi tersebut menjadi jendela utama bagi masyarakat untuk melihat kehadiran institusi dalam berbagai momentum penting, mulai dari peringatan hari besar nasional hingga hari raya keagamaan. E-poster ini tidak hanya dirancang sebagai pelengkap lini masa, tetapi sebagai instrumen komunikasi publik yang menggabungkan elemen grafis modern dengan pesan formal kenegaraan. Dalam era digital yang mengutamakan kecepatan informasi, format visual seperti e-poster terbukti lebih efektif dalam menarik perhatian audiens dibandingkan dengan pengumuman berbasis teks murni. Melalui unggahan yang konsisten, institusi ini berhasil menjaga eksistensinya di ruang siber, sekaligus menjalankan fungsi hubungan masyarakat yang lebih adaptif dan responsif terhadap dinamika sosial yang berkembang di wilayah Maumere dan sekitarnya secara berkelanjutan.



Pemanfaatan platform Instagram oleh KSOP Kelas IV Laurentius Say Maumere juga merefleksikan transformasi birokrasi menuju pola komunikasi yang lebih terbuka dan transparan. E-poster ucapan selamat berfungsi sebagai representasi wajah pemerintah yang lebih ramah dan dekat dengan warga, di mana kehadiran negara dirasakan secara simbolis dalam perayaan kolektif masyarakat. Keberhasilan komunikasi ini sangat bergantung pada bagaimana institusi mampu menerjemahkan nilai-nilai formal kelembagaan ke dalam desain yang menarik namun tetap berwibawa. Setiap elemen dalam desain tersebut membawa misi untuk membangun persepsi positif di mata publik, sehingga kepercayaan terhadap otoritas pelabuhan semakin meningkat. Melalui strategi ini, institusi tidak hanya menyampaikan informasi teknis kepelabuhanan, tetapi juga membangun relasi emosional yang kuat dengan masyarakat melalui konten-konten yang bersifat apresiatif dan inklusif. Hal ini membuktikan bahwa komunikasi visual digital telah menjadi pilar penting dalam manajemen reputasi institusi pemerintah di tengah pesatnya perkembangan teknologi informasi saat ini.

2. Simbolisme Warna dalam Representasi Kelembagaan

Berdasarkan analisis terhadap elemen visual, ditemukan bahwa pemilihan warna dalam e-poster KSOP Kelas IV Laurentius Say Maumere didominasi oleh palet warna biru, putih, dan warna netral lainnya. Penggunaan warna biru secara konsisten menjadi penanda utama yang mengasosiasikan institusi dengan sektor kemaritiman dan profesionalisme birokrasi. Warna biru memberikan kesan stabilitas, ketenangan, dan kepercayaan yang sangat krusial bagi lembaga yang memiliki otoritas dalam keselamatan pelayaran. Selain itu, paduan warna putih memberikan kesan bersih dan jujur, mencerminkan nilai integritas yang dijunjung tinggi dalam pelayanan publik. Dominasi warna-warna dingin ini secara psikologis mampu menenangkan audiens saat melihat konten di tengah hiruk-pikuk informasi media sosial yang beragam. Konsistensi dalam penggunaan warna ini membantu publik untuk mengenali identitas pengirim pesan secara instan bahkan sebelum mereka membaca teks di dalamnya, sehingga memperkuat branding institusi di dunia digital secara sistematis dan terarah.

Pilihan warna ini juga berfungsi sebagai bahasa visual yang mengomunikasikan wibawa pemerintah tanpa harus menggunakan banyak kata-kata formal. Warna biru yang digunakan selaras dengan warna resmi kementerian terkait, sehingga menciptakan keterhubungan visual yang kuat antara unit kerja daerah dengan pemerintah pusat. Dalam konteks promosi institusi, warna bukan hanya sekadar aspek estetika, melainkan alat komunikasi yang membawa beban ideologis dan administratif. Penggunaan warna yang seragam pada setiap momentum ucapan selamat membantu menciptakan keteraturan visual yang profesional dan tidak membingungkan bagi masyarakat. Hal ini menunjukkan adanya perencanaan desain yang matang untuk memastikan bahwa citra kredibel tetap terjaga meskipun pesan yang disampaikan bersifat seremonial. Dengan demikian, psikologi warna dalam e-poster ini berperan besar dalam membentuk opini publik bahwa KSOP merupakan lembaga yang teratur, tepercaya, dan memiliki dedikasi penuh terhadap tugas-tugas kemaritiman yang diemban di wilayah pelabuhan Laurentius Say Maumere.

3. Tipografi dan Hierarki Pesan dalam Media Sosial

Elemen tipografi dalam e-poster ucapan selamat KSOP Kelas IV Laurentius Say Maumere secara umum menggunakan jenis huruf sans-serif yang memiliki karakter tegas, modern, dan sangat mudah dibaca. Pemilihan jenis huruf ini sangat krusial mengingat sebagian besar pengguna mengakses Instagram melalui perangkat telepon pintar dengan layar yang terbatas. Dengan mengutamakan aspek keterbacaan, pesan utama seperti ucapan selamat hari raya atau hari besar nasional dapat langsung dipahami oleh audiens dalam hitungan detik saat mereka melakukan pemindaian visual di linimasa. Judul ucapan biasanya ditampilkan dengan



ukuran yang lebih dominan dan tebal untuk menciptakan titik fokus utama bagi pandangan mata. Hierarki informasi ini memastikan bahwa esensi dari pesan tersebut tidak tenggelam di antara elemen visual lainnya. Penggunaan tipografi yang sederhana namun kuat mencerminkan efisiensi birokrasi dalam menyampaikan informasi yang padat namun tetap memiliki nilai estetika yang tinggi di mata publik digital.

Selain keterbacaan, tipografi dalam desain tersebut juga membawa karakter keseriusan dan keteraturan yang melekat pada institusi pemerintah. Penggunaan huruf yang tidak terlalu dekoratif menjauhkan kesan berlebihan, sehingga substansi pesan tetap menjadi hal yang paling utama. Penempatan teks pendukung yang biasanya berisi doa atau harapan disampaikan dengan ukuran yang lebih kecil tetapi tetap dalam ruang yang lapang agar tidak memberikan kesan penuh sesak pada poster. Keseimbangan antara ukuran huruf dan ruang kosong di sekitar teks membantu mata audiens untuk beristirahat dan memproses informasi secara lebih nyaman. Hal ini menunjukkan pemahaman yang baik dari pengelola media sosial mengenai perilaku pengguna platform digital yang cenderung mengonsumsi konten visual secara cepat. Melalui penataan huruf yang tepat, KSOP berhasil menunjukkan bahwa mereka adalah lembaga yang transparan dan komunikatif, di mana kejelasan informasi menjadi prioritas utama dalam menjangkau masyarakat yang memiliki latar belakang tingkat literasi yang beragam.

4. Ilustrasi Simbolik dan Makna Grafis Kemaritiman

Ilustrasi dan gambar yang ditampilkan dalam e-poster ucapan selamat cenderung menggunakan pendekatan simbolik yang mewakili tema peringatan tertentu sekaligus menonjolkan identitas maritim. Gambar-gambar seperti kapal, pelabuhan, mercusuar, atau elemen air sering kali disisipkan sebagai latar belakang atau aksent tambahan yang memperkuat jati diri institusi. Untuk ucapan hari besar nasional, penggunaan simbol kenegaraan seperti bendera merah putih atau lambang Garuda dilakukan secara proporsional untuk membangkitkan rasa nasionalisme audiens. Ilustrasi ini tidak hanya berfungsi sebagai daya tarik mata, tetapi juga sebagai alat bantu konteks agar pesan moral dari ucapan tersebut tersampaikan secara emosional. Penggunaan gambar yang berkualitas tinggi menunjukkan bahwa institusi sangat memperhatikan detail dan ingin memberikan sajian visual yang terbaik bagi masyarakat. Hal ini secara tidak langsung membangun persepsi bahwa pelayanan yang diberikan oleh lembaga juga memiliki standar kualitas yang tinggi dan profesional di dunia nyata.

Integrasi antara simbol nasional dan unsur lokal Maumere dalam beberapa desain e-poster memberikan sentuhan kedekatan geografis yang sangat diapresiasi oleh warga setempat. Dengan menampilkan visual yang relevan dengan kehidupan pesisir, KSOP berhasil memosisikan dirinya bukan hanya sebagai otoritas hukum, tetapi juga sebagai bagian dari komunitas sosial di wilayah Sikka. Kekuatan gambar dalam mengomunikasikan pesan secara instan sangat dimanfaatkan dalam desain ini, di mana sebuah ilustrasi yang tepat dapat menggantikan paragraf penjelasan yang panjang. Pengunjung media sosial dapat langsung menangkap maksud dari unggahan tersebut hanya dengan melihat sekilas pada elemen visual yang dominan. Pendekatan ilustratif ini juga membantu dalam memecah kejenuhan informasi yang bersifat administratif di akun tersebut, memberikan nuansa yang lebih segar dan menyenangkan bagi para pengikut. Pada akhirnya, pilihan gambar yang representatif ini memperkuat fungsi e-poster sebagai media representasi negara yang hadir secara visual untuk menyapa dan merayakan momentum penting bersama seluruh rakyat.

5. Tata Letak dan Fungsi Relasional Kehadiran Negara

Analisis terhadap tata letak atau layout menunjukkan bahwa e-poster ucapan selamat KSOP Kelas IV Laurentius Say Maumere disusun dengan prinsip keseimbangan simetris yang



sangat tertata. Penempatan logo instansi, judul ucapan, ilustrasi utama, hingga identitas kantor di bagian bawah dilakukan secara proporsional untuk menciptakan alur pandang yang logis bagi audiens. Struktur desain yang rapi ini mencerminkan keteraturan organisasi dan profesionalitas kerja di lingkungan kantor syahbandar. Tata letak yang bersih tanpa gangguan visual yang tidak perlu memudahkan masyarakat untuk segera mengenali sumber informasi resmi dari pemerintah daerah. Keseimbangan ini juga memberikan kesan tenang dan berwibawa, sangat selaras dengan tugas institusi dalam menjaga ketertiban dan keselamatan di laut. Dengan menempatkan elemen identitas lembaga secara konsisten di setiap poster, masyarakat dapat membangun ingatan jangka panjang mengenai merek pemerintah tersebut, yang sangat bermanfaat untuk legitimasi institusi dalam jangka waktu yang lebih lama.

Secara keseluruhan, kehadiran e-poster ini menjalankan fungsi relasional yang sangat penting dalam membangun hubungan antara negara dan masyarakat di ruang publik digital. Melalui ucapan selamat yang disampaikan secara berkala, KSOP menunjukkan bahwa mereka tidak hanya berfokus pada urusan teknis pelabuhan, tetapi juga peduli terhadap kehidupan sosial dan budaya masyarakat. Pesan visual ini menjadi bukti kehadiran negara yang hangat dan menyapa warga di tengah momentum kebahagiaan maupun peringatan bersejarah nasional. Efektivitas komunikasi visual ini pada akhirnya memperkuat kedekatan emosional dan meningkatkan rasa percaya masyarakat terhadap institusi pemerintah. E-poster ucapan selamat bukan sekadar konten formalitas, melainkan sebuah strategi diplomasi digital untuk menjaga eksistensi dan citra positif lembaga di mata publik. Dengan desain yang matang dan konsisten, KSOP Kelas IV Laurentius Say Maumere berhasil memanfaatkan teknologi informasi untuk menciptakan komunikasi publik yang inklusif, profesional, dan penuh makna simbolik bagi seluruh pemangku kepentingan.

Pembahasan

Analisis mengenai spesifisitas pesan dalam komunikasi digital Kantor Kesyahbandaran dan Otoritas Pelabuhan Kelas IV Laurentius Say Maumere menunjukkan upaya serius dalam mengadopsi platform *Instagram* sebagai garda depan informasi publik. Sebagian besar konten yang dipublikasikan telah memiliki tujuan yang cukup jelas, terutama dalam menguraikan prosedur layanan kepelabuhanan serta aspek keselamatan pelayaran yang sangat krusial bagi masyarakat. Pesan-pesan tersebut mencakup detail operasional seperti lokasi inspeksi kapal dan capaian agenda kerja untuk meminimalisir ambiguitas birokrasi konvensional yang sering kali membingungkan. Pendekatan melalui teks naratif dan visual membantu audiens menangkap inti sari informasi secara lebih instan dibandingkan surat edaran fisik. Namun demikian, terdapat inkonsistensi pada beberapa unggahan dokumentasi yang hanya menampilkan foto seremonial tanpa penjelasan dampak konkret bagi kepentingan umum. Kondisi ini menciptakan celah informasi yang membuat nilai strategis agenda tersebut kurang dipahami oleh masyarakat luas secara mendalam (Briandana, 2021; Jagadhita, 2025). Ke depannya, setiap materi harus dirancang dengan mempertimbangkan target komunikasi agar tidak sekadar menjadi formalitas administratif belaka. Ketajaman pesan tetap menjadi kunci utama agar setiap informasi yang disebarkan dapat diaplikasikan langsung oleh pengguna jasa pelabuhan di wilayah tersebut setiap harinya (Afizha & Kholik, 2021; Muthmainnah & Kurniadi, 2021; Winoto et al., 2022).

Pengukuran interaksi audiens pada akun resmi institusi tersebut menjadi instrumen evaluasi yang sangat vital guna mengetahui sejauh mana pesan mampu menggerakkan masyarakat di ranah digital. Data menunjukkan bahwa konten yang bersifat edukatif seperti *infographic* keselamatan pelayaran serta jadwal layanan mendapatkan respons yang jauh lebih dinamis dibandingkan sekadar dokumentasi internal organisasi. Angka *like* dan jumlah sebaran menjadi indikator awal bahwa materi tersebut dianggap relevan oleh para pengguna jasa



pelabuhan dalam memenuhi kebutuhan informasi harian mereka secara praktis. Namun, volume interaksi ini masih mengalami fluktuasi yang cukup tajam karena belum dikelola melalui strategi konten yang terencana secara sistematis. Rendahnya diskusi pada kolom komentar mengindikasikan bahwa pola komunikasi masih cenderung bersifat satu arah atau *top down*. Pihak otoritas pelabuhan belum mengoptimalkan pemanfaatan data analitik seperti jumlah simpanan atau klik tautan untuk memperbaiki strategi komunikasi pada periode berikutnya secara akurat. Tanpa pemanfaatan data yang matang, pengelolaan media sosial hanya akan berjalan berdasarkan naluri belaka tanpa arah strategis yang terukur secara profesional. Optimalisasi fungsi analitik menjadi kebutuhan mendesak agar instansi dapat menyesuaikan gaya penyampaian dengan preferensi audiens modern saat ini (Faizin et al., 2024; Sheeraz et al., 2023; Soeherman & Soeherman, 2025).

Relevansi informasi yang disajikan dengan kebutuhan nyata pengguna jasa menjadi penentu utama efektivitas komunikasi publik pada otoritas pelabuhan di wilayah Maumere. Sebagian besar materi di akun resmi dinilai sudah selaras dengan tugas dan fungsi kelembagaan, khususnya dalam pengawasan keselamatan pelayaran dan kebijakan baru di pelabuhan. Ketika instansi menyelaraskan pesan digital dengan isu-isu aktual di lapangan, keterlibatan publik meningkat secara alami karena mereka merasa sangat terbantu oleh informasi tersebut. Namun, tantangan muncul ketika konten terlalu didominasi oleh kegiatan internal bersifat administratif yang kurang berkaitan dengan kepentingan masyarakat luas secara langsung. Unggahan seremonial yang tidak memberikan dampak pada efisiensi layanan cenderung diabaikan oleh para pengikut sehingga potensi jangkauan informasi penting lainnya menurun secara sistematis. Kurasi konten seharusnya lebih mempertimbangkan sudut pandang audiens sebagai pemangku kepentingan utama dalam komunikasi pemerintah. Meningkatkan proporsi materi yang bersifat solutif dan aplikatif akan jauh lebih efektif dalam membangun hubungan harmonis antara otoritas pelabuhan dan masyarakat. Fokus pada aspek yang menyentuh kehidupan nyata warga bahari akan memperkuat posisi instansi sebagai rujukan utama yang kredibel dan terpercaya guna mewujudkan pelayanan publik yang jauh lebih baik serta transparan setiap harinya (Fiardi et al., 2023; Iriawan & Edyanto, 2023; Yusnidah et al., 2024).

Ketepatan waktu atau aktualitas merupakan faktor yang sangat krusial dalam dunia maritim yang penuh dengan dinamika perubahan cuaca serta jadwal pelayaran yang cair. Kecepatan dalam menyebarkan pengumuman mengenai aturan keselamatan atau kendala operasional di pelabuhan dapat mencegah terjadinya kerugian waktu dan materi bagi para pengguna jasa. Namun, aktualitas informasi pada akun tersebut masih sering terhambat oleh proses birokrasi internal dalam persetujuan konten yang memakan waktu cukup lama. Akibatnya, beberapa berita yang seharusnya segera diketahui publik justru terlambat dipublikasikan sehingga kehilangan nilai urgensinya saat sampai ke layar gawai audiens. Fenomena unggahan yang bersifat dokumentasi masa lalu masih sering dijumpai, sehingga materi tersebut hanya berfungsi sebagai arsip statis alih-alih sebagai informasi antisipatif. Padahal, keterlambatan informasi dalam hitungan jam saja dapat menimbulkan kesalahpahaman luas di kalangan masyarakat terkait jadwal pelayaran. Perencanaan kalender konten yang lebih fleksibel serta pemanfaatan fitur seperti *short story* atau siaran langsung dapat menjadi solusi taktis penyampaian informasi mendesak. Ketepatan waktu bukan sekadar pilihan teknis melainkan keharusan untuk menjaga kredibilitas instansi sebagai sumber informasi yang responsif dan sangat profesional dalam mendukung aktivitas kemaritiman masyarakat di Kabupaten Sikka secara berkelanjutan (Aziz & Wicaksono, 2020; Firdani & Supomo, 2024; Hutabarat et al., 2020; Prakoso & Martani, 2020; Yani, 2020).



Evaluasi menyeluruh terhadap pola komunikasi digital yang dijalankan menunjukkan dominasi pendekatan informatif searah yang masih kaku dan bersifat institusional belaka. Dimensi interaksi dua arah yang merupakan kekuatan utama media sosial belum dimanfaatkan secara maksimal untuk mendengarkan aspirasi publik secara partisipatif. Dominasi konten satu arah menciptakan jarak antara instansi dan audiens, di mana masyarakat hanya bertindak sebagai konsumen informasi tanpa ruang masukan yang berarti. Implikasi strategis dari temuan ini menekankan perlunya peningkatan kapasitas sumber daya manusia di bagian humas untuk menguasai manajemen media sosial secara lebih profesional dan modern. Pemanfaatan data analitik harus dijadikan pedoman utama dalam merancang setiap kampanye digital agar investasi waktu dan tenaga memberikan hasil optimal bagi organisasi. Instansi perlu mengembangkan pedoman komunikasi yang lebih adaptif dengan memperhatikan aspek estetika dan psikologi audiens di internet. Dengan menerapkan strategi yang lebih terencana, terukur, dan tepat waktu, efektivitas penyebaran informasi publik akan meningkat secara signifikan di masa depan. Transformasi menuju gaya komunikasi yang lebih luwes akan memperkuat legitimasi pemerintah dalam mengelola sektor maritim yang aman dan terpercaya bagi seluruh warga di Kabupaten Sikka melalui platform digital yang terintegrasi secara baik.

KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa elemen-elemen komunikasi visual seperti warna, tipografi, ilustrasi, dan tata letak digunakan secara konsisten dan terstruktur. Pemilihan warna yang formal dan institusional mencerminkan karakter profesional serta kredibilitas lembaga, sementara tipografi yang sederhana dan mudah dibaca mendukung kejelasan pesan. Ilustrasi dan simbol yang relevan dengan tema ucapan dan konteks kemaritiman berperan sebagai penegas makna pesan, sedangkan tata letak yang rapi dan seimbang membantu audiens memahami hierarki informasi secara visual. Selain sebagai media penyampaian ucapan formal, e-poster ucapan selamat juga memiliki fungsi simbolik dan relasional. Konten visual tersebut menunjukkan kehadiran institusi negara dalam berbagai momentum sosial, nasional, dan keagamaan, sekaligus membangun kedekatan emosional dengan masyarakat melalui media sosial.

Dengan demikian, e-poster ucapan selamat tidak hanya bersifat seremonial, tetapi menjadi bagian dari strategi komunikasi visual KSOP Kelas IV Laurentius Say Maumere dalam membangun citra positif dan menjaga eksistensi institusi di era digital. Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa komunikasi visual melalui e-poster di Instagram merupakan sarana komunikasi publik yang efektif bagi instansi pemerintah apabila dirancang dengan memperhatikan prinsip-prinsip desain komunikasi visual. Temuan penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi dan rujukan bagi instansi pemerintah dalam mengembangkan konten visual media sosial yang lebih strategis, komunikatif, dan berorientasi pada kebutuhan publik.

DAFTAR PUSTAKA

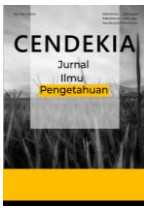
- Afizha, J., & Kholik, A. (2021). Penerapan komunikasi efektif 7C dalam pelayanan informasi publik oleh Kantor Pelayanan Kekayaan Negara dan Lelang Jakarta II. *Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah dan Komunikasi*, 3(3), 111. <https://doi.org/10.24014/jrmdk.v3i3.13683>
- Aziz, M. S., & Wicaksono, M. A. (2020). Komunikasi krisis pemerintah Indonesia dalam penanganan Covid-19. *Masyarakat Indonesia*, 46(2), 194. <https://doi.org/10.14203/jmi.v46i2.898>



- Briandana, R. (2021). Communication strategies in providing good government education through social media: A case study at the Parliament of the Republic of Indonesia. *Psychology and Education Journal*, 58(1), 722. <https://doi.org/10.17762/pae.v58i1.822>
- Burhanudin, A. M., & Kushardiyanti, D. (2022). Peningkatan skill dakwah melalui desain grafis pada santri milenial Yayasan Bina Cendekia Utama Cirebon. *ORASI Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 13(2), 262. <https://doi.org/10.24235/orasi.v13i2.11808>
- Chen, W., Yang, J., & Wang, Y. (2024). The influence of Chinese typography on information dissemination in graphic design: Based on eye-tracking data. *Research Square*. <https://doi.org/10.21203/rs.3.rs-3968681/v1>
- Fardiah, D., Darmawan, F., Rinawati, R., Cholifah, Y. W., & Abdullah, S. I. (2023). Instagram content impact on digital literacy capability. *Jurnal ASPIKOM*, 8(1), 79. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v8i1.1219>
- Faizin, B., Fitri, S. A., As, E., & Maylawati, D. S. (2024). Polarization of religious issues in Indonesia's social media society and its impact on social conflict. *Research Square*. <https://doi.org/10.21203/rs.3.rs-3926320/v1>
- Fiardi, A., Wardono, H., & Despa, D. (2023). Harmonisasi tarif jasa ke pelabuhanan yang berbasis model sustainable surveillance pada penyedia jasa/pengguna jasa/owner cargo dalam rangka efisiensi dan pemangkasan biaya logistik di pelabuhan utama. *Seminar Nasional Insinyur Profesional (SNIP)*, 3(2). <https://doi.org/10.23960/snip.v3i2.495>
- Firdani, A. N., & Supomo, H. (2024). Analysis of constraints in implementing Inaportnet at Sorong Port Class 1. *International Journal of Offshore and Coastal Engineering*, 8(1), 53. <https://doi.org/10.12962/j25800914.v8i1.20467>
- Hakim, L. (2023). The narration of religious moderation for mitigating radicalization among the millennial generations on Pesantren Lirboyo Instagram. *Profetik Jurnal Komunikasi*, 16(2), 368. <https://doi.org/10.14421/pjk.v16i2.2633>
- Hasian, I., Putri, I., & Ali, F. (2021). Analisis elemen desain grafis dari visual konten Instagram Indonesia Tanpa Pacaran ditinjau dari teori retorika. *Magenta: Official Journal STMK Trisakti*, 5(1), 726. <https://doi.org/10.61344/magenta.v5i01.63>
- Hutabarat, T., Maarif, S., Zulfainarni, N., & Yusgiantoro, P. (2020). Penerapan strategi pemanduan terpadu sebagai upaya mewujudkan ketahanan dan keamanan di Selat Malaka. *Jurnal Ketahanan Nasional*, 26(3), 333. <https://doi.org/10.22146/jkn.60766>
- Iriawan, H., & Edyanto, E. (2023). Strategy for empowering indigenous Papuan fishermen in the implementation of Papua's Special Autonomy Law. *Jurnal Manajemen Pelayanan Publik*, 6(2), 227. <https://doi.org/10.24198/jmpp.v6i2.45852>
- Jagadhita, M. A. (2025). Transformasi digital sertifikat tanah dan respons masyarakat terhadap penerapannya. *Jurnal USM Law Review*, 8(3), 1600. <https://doi.org/10.26623/julr.v8i3.12448>
- Jailani, J., Adiah, M., & Mirza, T. (2026). Peran komunikasi interpersonal dalam meningkatkan kinerja pegawai di Kantor Lurah 26 Ilir Palembang. *Cendekia Jurnal Ilmu Pengetahuan*, 6(1), 225. <https://doi.org/10.51878/cendekia.v6i1.8874>
- Koban, E. S. B., Mustafa, I., & Sedu, V. A. (2026). Pengelolaan social media response team untuk meningkatkan publisitas pada Kantor Kesyahbandaran dan Otoritas Pelabuhan Kelas IV. *Cendekia Jurnal Ilmu Pengetahuan*, 6(2), 838. <https://doi.org/10.51878/cendekia.v6i2.9343>



- Kusuma, M. R. P., Wahyudi, L., & Arifianto, P. F. (2023). Kajian sosiologi desain postingan Instagram Jokowi versi ucapan selamat Hari Raya Idul Fitri. *ASKARA Jurnal Seni dan Desain*, 2(1), 25. <https://doi.org/10.20895/askara.v2i1.1116>
- Makmun, I., & Isnaini, M. (2023). Pola komunikasi visual lembaga pemerintah dalam penanganan pandemi Covid-19: Kajian arketipe dan kepribadian merek. *ANDHARUPA Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 9(2), 261. <https://doi.org/10.33633/andharupa.v9i02.7489>
- Muntazori, A. F., & Sunarto, B. (2020). A representation of hijrah in visual da'wah media on Instagram. *IICACS International and Interdisciplinary Conference on Arts Creation and Studies*, 3, 174. <https://doi.org/10.33153/iicacs.v3i1.31>
- Muthmainnah, M., & Kurniadi, H. (2021). Strategi komunikasi Polsek Nanggalo Kota Padang dalam menyosialisasikan kewaspadaan terhadap aksi pencurian kendaraan sepeda motor. *Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah dan Komunikasi*, 2(6), 255. <https://doi.org/10.24014/jrmdk.v2i6.14505>
- Nabilah, F. S., Wiguna, J., Malafitri, N., & Zuhri, S. (2022). Optimalisasi Instagram @siapdarling sebagai media komunikasi sosial pembangunan untuk mengampanyekan generasi muda sadar lingkungan. *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna*, 10(1), 17. <https://doi.org/10.30659/jikm.v10i1.18511>
- Prakoso, L. Y., & Martani, W. R. (2020). Indonesian Navy as a maritime command center sea defense strategy. *Public Policy and Administration Research*. <https://doi.org/10.7176/ppar/10-2-03>
- Purnomo, E. P., Zaim, R. A., W, A. H., & Sari, D. M. (2022). Promosi objek wisata bangunan bersejarah di Kota Sawahlunto dalam desain infografis. *Gorga Jurnal Seni Rupa*, 11(1), 74. <https://doi.org/10.24114/gr.v11i1.36371>
- Riauan, M. A. I., Prihatin, P. S., Muhlisi, M., & Azzman, T. S. A. T. M. (2022). Politic through da'wah on Facebook: Exploring da'wah strategy in women's political communication. *Profetik Jurnal Komunikasi*, 15(2), 136. <https://doi.org/10.14421/pjk.v15i2.2574>
- Santoso, A., Rinjany, D., & Bafadhal, O. M. (2020). Social media and local government in Indonesia: Adoption, use and stakeholder engagement. *Romanian Journal of Communication and Public Relations*, 22(3), 21. <https://doi.org/10.21018/rjcpr.2020.3.307>
- Sheeraz, M., Sajid, M. S., Mehmood, Y., Irfan, M., & Tahir, I. (2023). Brand awareness and digital marketing: Measurement tools and data analytics for agricultural industry. *Journal of Arable Crops and Marketing*, 5(2), 37. <https://doi.org/10.33687/jacm.005.01.5047>
- Soeherman, B., & Soeherman, C. L. (2025). The role of data analytic to enhance design thinking process in producing social media contents. *Information & Media*, 102, 112. <https://doi.org/10.15388/im.2025.102.6>
- Subang, D. B., Mustafa, I., & Retu, M. K. (2026). Strategi komunikasi protokoler dalam menyikapi perubahan agenda pimpinan daerah pada Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan Sekretaris Daerah. *Cendekia Jurnal Ilmu Pengetahuan*, 6(2), 818. <https://doi.org/10.51878/cendekia.v6i2.9340>
- Sumarah, D. J., Pawito, P., & Naini, A. M. I. (2023). Engagement declining on Indonesian Customs Instagram: A content analysis of visual factor. *Journal of Social and Political Sciences*, 6(1). <https://doi.org/10.31014/aior.1991.06.01.395>



- Tania, S., & Cahyono, H. (2022). Praktik social media pandemic communication model pada media sosial lembaga pemerintah. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 19(1), 1. <https://doi.org/10.24002/jik.v19i1.3861>
- Thifalia, N., & Susanti, S. (2021). Produksi konten visual dan audiovisual media sosial Lembaga Sensor Film. *Jurnal Common*, 5(1), 39. <https://doi.org/10.34010/common.v5i1.4799>
- Wibowo, A. (2021). Dakwah berbasis media dan komunikasi visual. *Jurnal Bimbingan Penyuluhan Islam*, 2(2), 179. <https://doi.org/10.32332/jbpi.v2i2.2497>
- Winoto, Y., Anwar, R. K., & Khadijah, U. L. S. (2022). A design model for information dissemination on the Pulo Traditional Village tourism area in the booklets and leaflets. *Temali Jurnal Pembangunan Sosial*, 5(2), 161. <https://doi.org/10.15575/jt.v5i2.19217>
- Yani, W. S. (2020). Specialized hospitals to faced the epidemic beri-beri on the war in Aceh. *Masyarakat Indonesia*, 46(2), 240. <https://doi.org/10.14203/jmi.v46i2.897>
- Yusnidah, Y., Lilis, L., & Saragih, L. S. (2024). Aktivitas Kantor Kesyahbandaran dan Otoritas Pelabuhan Kelas IV Sibolga dalam mewujudkan keselamatan pelayaran di pelabuhan. *Journal of Maritime and Education (JME)*, 6(2), 715. <https://doi.org/10.54196/jme.v6i2.153>