



PERAN DIVISI DESAIN DALAM PENGEMBANGAN KONTEN VISUAL INSTAGRAM @KOMINFOBOGOR DAN @TAKISKOTABOGOR SEBAGAI SARANA INFORMASI PUBLIK

Wina Athifah Zahrah¹, Suparman¹

Abstrak

Media sosial kini menjadi salah satu saluran utama untuk menyebarkan informasi publik, termasuk oleh lembaga pemerintah daerah. Badan Komunikasi dan Informasi Kota Bogor (Diskominfo) menggunakan Instagram @kominfobogor dan @takiskotabogor untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat melalui konten visual. Namun, keberhasilan penyampaian pesan tidak hanya bergantung pada keberadaan platform, tetapi juga pada kualitas desain visual, yang mencakup tahapan proses dan penerapan prinsip-prinsip desain. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan peran Divisi Desain dalam mengembangkan konten visual pada akun Instagram @kominfobogor dan @takiskotabogor sebagai media informasi publik, serta mengidentifikasi tantangan dan solusi yang dihadapi dalam mengembangkan konten visual pada Instagram @kominfobogor dan @takiskotabogor sebagai alat informasi publik. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan melakukan wawancara mendalam dengan divisi desain dan melakukan observasi langsung terhadap alur kerja produksi konten. Analisis dalam penelitian ini merujuk pada teori Millerson & Owens (2009), yang menyoroti tiga tahap produksi (pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi), serta Sitepu (2004), yang menggambarkan lima prinsip utama: kesederhanaan, keseimbangan, penekanan, ritme, dan kesatuan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Divisi Desain memainkan peran penting dalam memastikan efektivitas komunikasi publik melalui konten visual yang direncanakan dengan baik, konsisten, dan sesuai dengan identitas institusi. Hambatan yang diidentifikasi meliputi keterbatasan alat kerja, perbedaan pandangan antar tim, dan kurangnya referensi visual.

Kata Kunci: Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bogor; Media sosial pemerintah, Informasi publik; Konten visual

Abstract

Social media now serves as one of the main channels for distributing public information, including by local government agencies. The Bogor City Communication and Information Agency (Diskominfo) uses Instagram @kominfobogor and @takiskotabogor to convey information to the public through visual content. However, the success of message delivery does not only depend on the existence of the platform, but also on the quality of visual design, which includes the stages of the process and the application of design principles. This study aims to describe the role of the Design Division in developing visual content on the Instagram accounts @kominfobogor and @takiskotabogor as public information media, as well as to identify the challenges and solutions encountered in developing visual content on Instagram @kominfobogor and @takiskotabogor as public information tools. The method used is qualitative descriptive by conducting in-depth interviews with the design division and conducting direct observations

¹ IPB University, Corresponding email: winaathifah@apps.ipb.ac.id

of the content production workflow. The analysis in this study refers to the theory of Millerson & Owens (2009), which highlights three stages of production (pre-production, production, and post-production), as well as Sitepu (2004), which describes five main principles: simplicity, balance, emphasis, rhythm, and unity. The research findings show that the Design Division plays an important role in ensuring the effectiveness of public communication through visual content that is well-planned, consistent, and in line with the institution's identity. The obstacles identified include limitations in work tools, differences in views between teams, and a lack of visual referencesample, dependent and independent variables, how to measure the variables, and techniques on data analysis. Result: it contains the main result of the research.

Keywords: *Bogor City Communication and Informatics Office, Government social media, Public information, Visual content*

PENDAHULUAN

Media sosial saat ini tidak hanya berfungsi sebagai alat untuk bersenang-senang atau berinteraksi antar orang, tetapi juga berperan sebagai saluran utama dalam distribusi informasi kepada publik. Kemampuan platform sosial ini dalam membongkar batasan waktu, lokasi, dan dimensi memungkinkan manusia untuk mengurangi waktu dan ruang, menciptakan akselerasi dalam arus informasi (Putri et al. 2022). Beragam lembaga pemerintah serta organisasi kini memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk menyampaikan informasi dan menjalin interaksi dengan masyarakat secara lebih efisien. Namun, untuk menyebarkan informasi melalui media sosial, sekadar menyampaikan teks atau pernyataan formal tidaklah cukup. Diperlukan penyajian yang lebih menarik agar informasi dapat diterima dan diingat dengan mudah oleh *audiens*. Di sinilah konten visual memainkan peranan penting dalam meningkatkan daya tarik dan efektivitas pesan yang disampaikan.

Salah satu aplikasi yang unggul dalam penyampaian konten berbasis visual adalah Instagram. Sebagai salah satu platform media sosial yang berfokus pada aspek visual, Instagram memiliki kemampuan unggul dalam menampilkan konten seperti foto, video, dan desain grafis yang dapat menarik perhatian banyak orang. Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) Kota Bogor adalah salah satu lembaga pemerintah daerah yang memanfaatkan Instagram sebagai alat komunikasi publik. Melalui akun resmi Instagram @kominfobogor, Diskominfo Kota Bogor memberikan berbagai informasi kepada masyarakat dengan memanfaatkan kemampuan konten visual. Selain itu, akun @takiskotabogor yang juga dikelola oleh Diskominfo Kota Bogor berfungsi sebagai media untuk edukasi literasi digital mengenai dunia maya serta sebagai saluran resmi untuk klarifikasi berita hoaks yang beredar di media sosial. Konten visual telah terbukti lebih mudah dipahami, diingat, dan dapat meningkatkan partisipasi masyarakat dalam mengakses informasi yang disajikan (Nugraha et al. 2025).

Divisi desain memiliki tanggung jawab dalam mendukung pengiriman pesan publik agar tersampaikan dengan baik melalui media visual. Mulyani et al. (2024) menyatakan bahwa pembuatan desain informasi yang dibalut dalam tampilan visual yang menarik, dengan warna yang kontras, serta pemilihan jenis huruf yang tepat dapat memengaruhi seberapa mudah audiens menangkap pesan tersebut. Desain yang efektif membantu proses penyampaian informasi agar lebih dimengerti oleh masyarakat dan meminimalkan kemungkinan terjadinya misinformasi. Secara struktural divisi desain tidak tercantum secara resmi dalam struktur Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bogor, namun peranannya dijalankan di bawah Bidang Informasi dan Komunikasi Publik (IKP) yang memiliki fungsi utama dalam penyebaran informasi dan

pelayanan komunikasi publik. Pada bidang ini menaungi berbagai kegiatan kreatif seperti pembuatan konten visual, pengelolaan media sosial, serta penyusunan materi publikasi.

Dalam teori Desain Komunikasi Visual yang disampaikan oleh Vinsensius Sitepu (2004), dinyatakan bahwa untuk mencapai komunikasi visual yang berhasil, penting untuk menerapkan landasan desain seperti *simplicity* (kesederhanaan), *balance* (keseimbangan), *emphasis* (penekanan), *rhythm* (irama), dan *unity* (kesatuan). Teori tersebut berperan dalam menghasilkan harmoni dan daya tarik visual yang dapat memperkuat informasi yang hendak disampaikan. Ketika kita berbicara tentang media sosial, penerapan konsep ini tidak hanya merujuk pada elemen estetika, tetapi juga berhubungan dengan seberapa efektif pesan visual tersebut dalam menangkap perhatian serta mempengaruhi pandangan publik terhadap lembaga atau institusi tertentu.

Teori ini perlu dipahami bersamaan dengan tahap-tahap produksi media yang dijelaskan oleh Millerson dan Owens (2009), yang terdiri dari pra-produksi, produksi, dan pascaproduksi. Dalam fase pra-produksi, prinsip desain berfungsi untuk merumuskan konsep visual dan menentukan arah estetika. Dalam fase produksi, prinsip-prinsip ini menjadi pedoman teknis saat mengolah elemen visual. Sedangkan di fase pascaproduksi, prinsip-prinsip itu digunakan sebagai dasar evaluasi untuk memastikan bahwa konten yang dihasilkan sudah efektif, konsisten, dan sesuai dengan maksud komunikasi publik. Oleh karena itu, teori desain komunikasi visual serta tahapan produksi media saling melengkapi untuk menjamin kualitas dan efisiensi konten visual di media sosial pemerintah.

Penelitian sebelumnya mengungkapkan bahwa aspek visual memiliki pengaruh besar dalam membentuk pandangan dan penampilan di platform media sosial. Penelitian yang dilakukan oleh Pramestiningrum dan Sadono (2022) mengindikasikan bahwa desain visual konten di Instagram memainkan peran krusial dalam pembentukan citra diri individu. Penggunaan elemen desain seperti kombinasi warna dan pengaturan visual merupakan bagian dari usaha menciptakan identitas diri dalam dunia digital. Berbeda dengan penelitian tersebut, penelitian ini tidak hanya menekankan pada bagaimana citra diri terbentuk, tetapi juga mengarahkan perhatian pada keberhasilan desain visual dalam distribusi informasi publik oleh lembaga pemerintah.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Akbar dan Salma (2025) memfokuskan pada strategi dalam menyampaikan pesan melalui elemen visual seperti foto, gambar, tipografi, dan warna. Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa elemen visual memiliki peran dalam menarik minat audiens, mempermudah pemahaman pesan, dan menciptakan identitas visual yang kohesif, khususnya untuk audiens yang berusia muda. Hasil ini memberikan bukti bahwa desain visual yang efektif dapat meningkatkan komunikasi, meskipun penelitian mengenai penerapannya dalam konteks komunikasi publik pemerintah daerah masih terbatas.

Penelitian oleh Yayah et al. (2023) menemukan bahwa prinsip desain seperti kesederhanaan (*simplicity*), keseimbangan (*balance*), penekanan (*emphasis*), dan kesatuan (*unity*) memiliki peran dalam menyampaikan informasi promosi secara efektif. Namun, penelitian tersebut masih terbatas pada konteks media promosi kebudayaan dan belum membahas penerapan prinsip desain komunikasi visual dalam konteks penyebaran informasi publik di platform media sosial.

Penelitian ini hadir untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan menelaah bagaimana Divisi Desain Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) Kota Bogor mengembangkan konten visual pada akun Instagram @kominfobogor dan @takiskotabogor melalui tiga tahapan utama, yaitu pra-produksi, produksi, serta pascaproduksi. Penelitian ini juga mengkaji bagaimana prinsip desain komunikasi visual *simplicity*, *balance*, *emphasis*, *rhythm*, dan *unity* diterapkan dalam setiap tahapan tersebut guna mendukung efektivitas penyampaian informasi publik.

Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi dalam memahami hubungan antara struktur kerja desain, prinsip estetika visual, dan efektivitas komunikasi publik pada media sosial pemerintah daerah.

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan peran divisi desain dalam pengembangan konten visual pada akun Instagram @kominfobogor dan @takiskotabogor sebagai sarana informasi publik, serta menjelaskan hambatan dan solusi yang dihadapi dalam pengembangan konten visual instagram @kominfobogor dan @takiskotabogor sebagai sarana informasi publik.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif yang bertujuan untuk memahami secara mendalam peran divisi desain dalam pengembangan konten visual pada akun Instagram @kominfobogor dan @takiskotabogor sebagai sarana informasi publik. Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti memperoleh pemahaman kontekstual melalui keterlibatan langsung di lapangan dan interpretasi terhadap fenomena sosial yang diamati. Pengumpulan data dilaksanakan di Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bogor yang berlokasi di Jl. Ir. H. Juanda No.10, Pabaton, Kecamatan Bogor Tengah, Kota Bogor, Jawa Barat. Selama periode 1 September hingga 31 Desember 2025, peneliti melakukan observasi dan partisipasi aktif dalam kegiatan divisi desain yang beroperasi di bawah Bidang Informasi dan Komunikasi Publik (IKP).

Sumber data dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan sekunder. Data primer diperoleh secara langsung melalui observasi dan partisipasi aktif dalam kegiatan pra-produksi, produksi, hingga pascaproduksi konten visual yang diunggah pada akun media sosial resmi Diskominfo Kota Bogor. Selain itu, data primer juga diperoleh melalui wawancara langsung dengan tim divisi desain yang terlibat dalam proses kreatif, guna memperoleh informasi mengenai peran, tantangan, serta strategi yang digunakan dalam pengembangan konten visual. Data sekunder diperoleh melalui studi pustaka yang mencakup jurnal ilmiah, artikel, laporan, serta sumber daring yang relevan dengan tema penelitian, khususnya mengenai strategi komunikasi publik, desain visual, dan peran media sosial dalam penyebaran informasi pemerintah. Dokumen internal dan arsip kegiatan divisi desain juga digunakan sebagai bahan pendukung dalam memahami konteks kerja dan pola produksi konten.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peran Divisi Desain dalam Pengembangan Konten Visual Instagram @kominfobogor dan @takiskotabogor sebagai Sarana Informasi Publik

Pengembangan konten visual pada media sosial pemerintah memerlukan proses kerja yang terstruktur agar pesan institusional tersampaikan secara akurat dan menarik. Kegiatan desain yang dilaksanakan oleh Divisi Desain Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bogor menunjukkan pola kerja sistematis yang tersusun dalam tiga tahapan utama, yakni pra-produksi, produksi, dan pascaproduksi. Kerangka kerja ini sejalan dengan pandangan Millerson dan Owens (2009) yang memandang proses produksi media sebagai rangkaian berurutan yang mencakup pra-produksi, produksi, dan pascaproduksi.

1) Tahap Pra-Produksi

Tahap pra-produksi merupakan fase awal yang menentukan arah perancangan konten. Divisi Desain Kominfo Kota Bogor menjalankan beberapa kegiatan pokok, yaitu:

a) Pengarahan konsep

Pimpinan memberikan arahan terkait gaya visual yang akan digunakan, meliputi pemilihan warna, tipografi, serta elemen grafis yang relevan dengan tema informasi. Arahan menyesuaikan karakter pesan apakah bersifat edukatif, informasi publik, atau pengumuman resmi. Setelah menerima pengarahan, tim desain melakukan diskusi internal untuk memastikan karakter visual selaras dengan identitas lembaga dan segmentasi *audiens*.

b) Riset

Tim desain menghimpun referensi dari berbagai sumber seperti akun Instagram pemerintah lain, akun kreatif, agensi desain, serta platform visual seperti *Pinterest*. Riset ini dilakukan untuk memastikan rancangan tetap mengikuti tren desain kontemporer dan mampu menghadirkan visual yang menarik tanpa meninggalkan identitas institusional.

c) *Brainstorming*

Proses *brainstorming* dilaksanakan hampir setiap hari untuk menyegarkan ide visual dan menentukan pendekatan desain yang paling sesuai. Ide-ide terkait warna, tata letak, ikonografi, maupun gaya tipografi dibahas bersama. Prinsip desain visual membantu menstrukturkan penggunaan elemen secara tepat, sebagaimana dijelaskan Nugroho et al. (2021) bahwa perancangan visual yang efektif memerlukan pertimbangan sistematis terhadap elemen pembentuk pesan.

2) Tahap Produksi

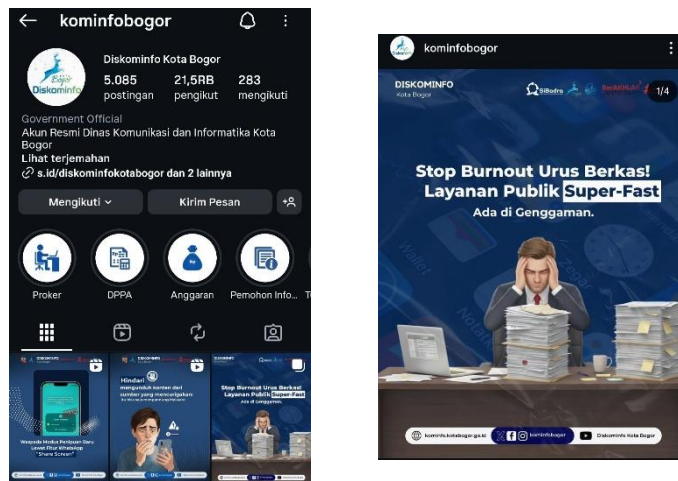
Tahap produksi dimulai setelah konsep final disepakati. Pembuatan desain memanfaatkan perangkat seperti *Adobe Photoshop* dan Canva sesuai kebutuhan detail serta efisiensi pengerjaan. Identitas visual dibangun melalui penggunaan warna institusional, yakni warna biru pada @kominfobogor dan kombinasi kuning, hitam, putih, serta biru pada @takiskotabogor. Penerapan *emphasis* dilakukan untuk menonjolkan elemen penting seperti judul dan himbauan publik, sedangkan *rhythm* diterapkan melalui pengulangan struktur *layout* agar konten mudah dikenali. Temuan Aryana et al. (2021) menguatkan bahwa ritme visual dan penekanan elemen merupakan strategi penting dalam meningkatkan keterbacaan dan daya tarik konten digital.

3) Tahap Pascaproduksi

Tahap pascaproduksi mencakup evaluasi performa konten berdasarkan metrik seperti jangkauan, komentar, dan tingkat keterlibatan *audiens*. Evaluasi ini menentukan efektivitas penyampaian pesan serta menjadi dasar perbaikan desain untuk konten selanjutnya. Proses revisi dilakukan melalui diskusi internal dan koordinasi antardivisi guna menjaga akurasi informasi serta kualitas visual. Pendekatan evaluatif tersebut sejalan dengan Cintya et al. (2023) yang menekankan pentingnya pemantauan respon *audiens* dalam pengelolaan konten digital pemerintah.

Perancangan konten visual tidak hanya bergantung pada tahapan teknis produksi, tetapi juga pada penerapan prinsip-prinsip desain yang menjadi dasar pembentukan kualitas visual. Evaluasi hasil desain pada setiap tahap produksi menunjukkan bahwa konsistensi visual, keterbacaan informasi, dan ketepatan penekanan pesan sangat dipengaruhi oleh bagaimana elemen desain diatur. Kerangka teoretis Sitepu (2004) memberikan pedoman yang relevan untuk menilai dan mengarahkan keputusan visual tersebut. Oleh karena itu, analisis berikut menelaah penerapan lima prinsip desain *simplicity*, *balance*, *emphasis*, *rhythm*, dan *unity* dalam konten yang diproduksi oleh Divisi Desain Kominfo Kota Bogor.

Akun Instagram @Kominfobogor



Gambar 1 dan 2. Konten Visual @Kominfobogor

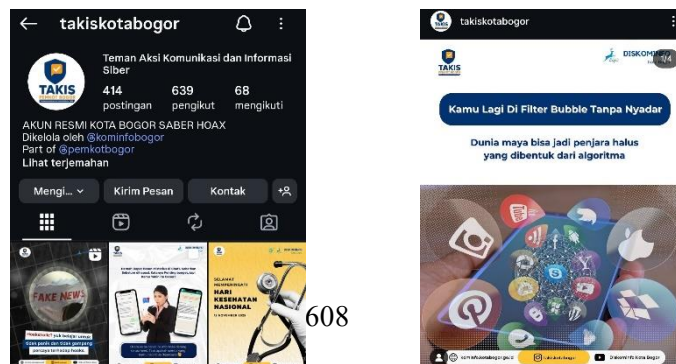
1) *simplicity* (kesederhanaan)

Kesederhanaan dibangun melalui penyederhanaan elemen grafis agar pesan utama dapat ditangkap tanpa gangguan visual. Pemilihan tipografi *Montserrat* mendukung prinsip ini karena karakter hurufnya bersih, ringkas, dan memiliki tingkat keterbacaan tinggi pada media digital. Penggunaan jenis huruf *sans-serif* tersebut juga menciptakan kesan modern dan profesional yang relevan dengan citra lembaga pemerintah. Menurut Setiawan et al. (2025) desain yang menerapkan kesederhanaan elemen terutama pada tipografi dan tata ruang mampu meningkatkan kecepatan pemrosesan informasi oleh *audiens*. Pada akun @kominfobogor dan @takiskotabogor, prinsip ini tampak pada pengurangan ornamen dekoratif, penggunaan ruang kosong yang proporsional, serta struktur informasi yang dibuat bertingkat agar audiens dapat mengenali prioritas pesan secara instan.

2) *balance* (keseimbangan)

Keseimbangan diterapkan untuk menjaga stabilitas visual melalui distribusi elemen yang proporsional. Penggunaan grid system memastikan penempatan teks, foto, ikon, dan ilustrasi berada dalam struktur yang seimbang, baik pada komposisi simetris untuk pengumuman resmi maupun asimetris untuk konten yang lebih dinamis. Keseimbangan penting dalam pengkomposisian unsur dasar desain dan berpengaruh terhadap persepsi *audiens* terhadap kualitas dan profesionalitas visual dari media promosi yang digunakan oleh institusi (Haq & Prameswari, 2022). Akun @kominfobogor dan @takiskotabogor keseimbangan dijaga melalui konsistensi ukuran margin, penyelarasan elemen kanan-kiri, serta penggunaan proporsi visual yang tidak membebani salah satu sisi *layout*.

Akun Instagram @Takiskotabogor



Gambar 1 dan 2. Konten Visual @Takiskotabogor

3) *emphasis* (penekanan)

Penekanan digunakan untuk mengarahkan perhatian audiens pada informasi yang dianggap paling penting, seperti judul, instruksi, atau himbauan publik. Penekanan dicapai melalui penggunaan ukuran huruf yang lebih besar, kontras warna yang lebih kuat, serta penempatan elemen utama pada area yang mudah diidentifikasi dalam pola baca vertikal. Menurut Amirullah dan Aesthetika (2024) penekanan visual untuk membuat desain yang menarik, mudah dipahami, dan efektif dalam menarik perhatian masyarakat terhadap program pemerintah. Pada akun @kominfobogor, penekanan pada blok warna terang untuk judul, penggunaan ikon dengan *outline* tegas, serta hirarki teks yang memisahkan informasi inti dari rincian pendukung. Sedangkan warna kontras (kuning atau biru terang) pada @takiskotabogor untuk menarik perhatian *audiens*.

4) *rhythm* (irama)

Irama dibentuk melalui pengulangan pola, warna, dan struktur *layout* untuk menciptakan alur visual yang konsisten. Konsistensi desain membantu menjaga ritme visual yang stabil sehingga mampu membangun citra yang profesional dan mudah dikenali (Putri & Ardiansah, 2024). Konten Akun @kominfobogor dan @takiskotabogor menampilkan ritme visual melalui penggunaan template yang seragam untuk kategori tertentu, pengulangan warna institusional, dan format layout yang relatif tetap. Irama seperti ini berfungsi memperkuat *visual recognition* sehingga audiens dapat mengenali konten @kominfobogor dan @takiskotabogor tanpa harus membaca keterangan terlebih dahulu.

5) *unity* (kesatuan)

Kesatuan memastikan seluruh elemen visual tampil selaras dan membentuk identitas yang koheren. Kesatuan visual berperan penting dalam membangun kredibilitas informasi yang dipublikasikan lembaga pemerintah (Listya, 2016). Kesatuan pada konten @kominfobogor dan @takiskotabogor dibangun melalui konsistensi warna institusional (biru pada @kominfobogor serta kombinasi kuning, hitam, putih, dan biru pada @takiskotabogor), keseragaman tipografi Montserrat, serta penggunaan ilustrasi dan ikonografi yang mengikuti gaya garis yang sama.

Hambatan dan Solusi yang Dihadapi Divisi Desain dalam Pengembangan Konten Visual Instagram @Kominfobogor dan @Takiskotabogor sebagai Sarana Informasi Publik

Hambatan dalam proses desain visual tidak hanya dipengaruhi faktor teknis, tetapi juga faktor nonteknis yang berkaitan dengan koordinasi antaranggota dan ketersediaan informasi. Identifikasi hambatan diperlukan untuk memahami sejauh mana kualitas desain dan ketepatan waktu produksi dapat dipertahankan sebagai bagian dari pelayanan informasi publik.

Kendala teknis muncul dari keterbatasan perangkat kerja yang belum optimal untuk menangani file desain berukuran besar. Keterbatasan ini berimplikasi pada lamanya proses rendering, waktu produksi, serta potensi keterlambatan unggahan. *Deadline* konten yang ketat menambah tekanan pada proses produksi, terutama ketika permintaan mendadak harus dipenuhi. Temuan ini sejalan dengan studi Indainanto (2020) yang menjelaskan bahwa keterbatasan teknis dalam produksi digital dapat menghambat efektivitas penyampaian pesan. Minimnya referensi

visual juga memicu hambatan kreatif seperti *creative block* ketika tema konten bersifat teknis atau membutuhkan visualisasi yang spesifik.

Solusi teknis dilakukan melalui optimalisasi ukuran file, pemeliharaan perangkat, dan pengajuan pembaruan teknologi pendukung. Pengaturan penjadwalan unggahan menjadi strategi untuk menanggulangi pekerjaan dengan tenggat waktu singkat. Pencarian inspirasi dari akun pemerintah lain, lembaga komunikasi digital, dan media kreatif dilakukan untuk memperluas referensi visual dan menjaga variasi desain.

Hambatan nonteknis muncul dari perbedaan persepsi antartim terkait interpretasi visual yang akan dipublikasikan. Perbedaan pemahaman ini dapat memperlambat proses produksi ketika revisi harus dilakukan berulang. Keterbatasan informasi pada tema yang bersifat teknis, seperti keamanan digital atau literasi teknologi, juga menjadi tantangan dalam penulisan dan visualisasi pesan. Studi Hadiwijaya (2023) menegaskan bahwa konten dengan dimensi teknis membutuhkan pemahaman konseptual yang kuat agar tidak terjadi distorsi makna.

Solusi nonteknis dilakukan melalui diskusi terbuka yang bertujuan menyelaraskan persepsi. Kolaborasi antar divisi menjadi bagian penting untuk mempercepat proses klarifikasi informasi. Pendekatan ini relevan dengan Laeli (2022) yang menekankan bahwa koordinasi merupakan faktor penting dalam menjaga keakuratan konten digital pada lembaga publik. Upaya penguatan komunikasi internal menjadi strategi untuk mencegah kesalahan berulang dan meningkatkan konsistensi kualitas konten visual.

KESIMPULAN

Divisi Desain memiliki peranan krusial dalam pengembangan konten visual pada akun Instagram @kominfobogor dan @takiskotabogor yang bertujuan memberikan informasi kepada publik. Peran tersebut terdiri dari tiga tahapan utama yaitu, pra-produksi, produksi, dan pascaproduksi yang berjalan sistematis dan saling melengkapi. Pada tahap pra-produksi, tim desain menyusun konsep visual mengacu pada arahan pimpinan, riset referensi, dan *brainstorming*. Tahap produksi berfokus pada implementasi konsep menggunakan prinsip-prinsip desain komunikasi visual seperti *simplicity*, *balance*, *emphasis*, *rhythm*, dan *unity* untuk memastikan konten informatif sekaligus menarik. Selain itu, tahap pascaproduksi melibatkan penilaian kinerja konten sebagai dasar untuk perbaikan berkelanjutan. Dengan cara ini, Divisi Desain telah menjalankan peran strategis dalam meningkatkan efektivitas komunikasi publik melalui penyajian visual yang terarah, konsisten, dan mudah dimengerti oleh masyarakat.

Hambatan yang dihadapi dalam proses pengembangan konten visual terdiri dari kendala teknis maupun nonteknis. Hambatan teknis umumnya berhubungan dengan keterbatasan perangkat kerja, tenggat unggahan yang ketat, serta mengalami *creative block*. Hambatan nonteknis muncul dari perbedaan persepsi antartim dan keterbatasan pemahaman pada isu teknis seperti literasi digital. Untuk mengatasi hal tersebut, penelitian ini merekomendasikan beberapa langkah, yaitu pembaruan perangkat pendukung desain, penguatan penjadwalan produksi, serta peningkatan ketersediaan referensi visual. Selain itu, diperlukan komunikasi internal yang lebih intensif, kolaborasi antar divisi, dan peningkatan pemahaman pada isu teknis untuk memastikan akurasi dan konsistensi desain. Dengan implementasi solusi tersebut, diharapkan proses desain visual di Diskominfo Kota Bogor dapat berjalan lebih efisien dan menghasilkan konten publik yang berkualitas dan peka terhadap kebutuhan masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, M. T. F., & Salma, A. N. (2025). Analisis strategi komunikasi visual penggunaan ilustrasi pada konten Instagram Marketlab Kota Bandung. *e-Proceeding of Management*, 12(2), 415.
- Amirullah, F., & Aesthetika, N. M. (2024). Analisis resepsi masyarakat terhadap desain grafis pada billboard kampanye program pemerintah daerah. *Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 1(1), 1–12. <https://doi.org/10.47134/dkv.v1i1.2621>
- Aryana, S., Burhanudin, M., Ahmadi, F. Y., Santoso, B. W. J., & Rustono, R. (2021). Analisis wacana kritis terhadap berita serangan bom Afghanistan portal online media SINDOnews.com dan Republika.ac.id. *Ranah: Jurnal Kajian Bahasa*, 10(2), 370. <https://doi.org/10.26499/rnh.v10i2.4142>
- Baxter, C. (1997). *Race equality in health care and education*. Balliere Tindall.
- Cintya, R. D., Hasfi, N., & Ayun, P. Q. (2023). Pemberitaan ramah gender pada artikel kekerasan seksual terhadap perempuan di media feminis Magdalene. *Interaksi Online*, 11(2), 68–86.
- Cone, J. D., & Foster, S. L. (1993). *Dissertations and theses from start to finish: Psychology and related fields*. American Psychological Association.
- Dziaa'ul Haq, M., & Prameswari, N. S. (2023). Design of Syaquila Cake Kaliwungu Kendal promotional media using the promotional mix concept. *Arty: Jurnal Seni Rupa*, 12(2), 106–120. <https://doi.org/10.15294/artv.v12i02.75677>
- Hadiwijaya, A. S. (2023). Sintesa teori konstruksi sosial realitas dan konstruksi sosial media massa. *Dialektika Komunika*, 11(1), 75–89. <https://doi.org/10.33592/dk.v11i1.3498>
- Halim, S., Alya., & Amayati, V. (2025). Analisis tipografi dan tata letak terhadap daya serap informasi dalam media cetak. *Syi'ar: Jurnal Ilmu Komunikasi, Penyuluhan dan Bimbingan Masyarakat Islam*, 8(1), 42–52. <https://doi.org/10.37567/syiar.v8i1>
- Indainanto, Y. I. (2020). Normalisasi kekerasan seksual wanita di media online. *Jurnal Komunikasi*, 14(2), 105–118. <https://doi.org/10.21107/ilkom.v14i2.6806>
- Laeli, I. N. (2022). Objektifikasi perempuan dalam berita online: Analisis wacana kritis perspektif Sara Mills, 34–54.
- Listya, A. (2015). Bukan sekadar hiasan: Gaya grafis khas sebagai identitas visual korporat. *Jurnal Desain*, 3(2), 107–117.
- Millerson, G., & Owens, J. (2009). *Video production handbook*. Focal Press.

- Mulyani, S., Purwatiningtyas, & Anis, Y. (2024). Analisa dan desain konten Instagram yang menarik dan berdampak positif pada interaksi pengguna. *Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi Univrab*, 9(2), 191–200.
- Nugraha, D. A., Priandono, T. E., Ainiyyah, N. F., & Ilham, Y. (2025). Analisis isi konten media sosial Instagram pemerintah Indonesia di tingkat kementerian dan lembaga. *Jurnal Ilmiah Manajemen Informasi dan Komunikasi*, 9(1), 42–52.
- Nugroho, A. S., Rudjiono, D., & Rahmadhika, F. (2021). Perancangan identitas perusahaan dalam bentuk stationery desain di Rumah Kreasi Grafika. *Jurnal Ilmiah Komputer Grafis*, 14(1), 48–57.
- Pramestiningrum, A. R., & Sadono, T. P. (2022). Komunikasi visual: Feeds Instagram @Yurezalina dalam membangun self-image. *Relasi: Jurnal Penelitian Komunikasi*, 2(3).
- Putri, I., Dendi, D., Syukerti, N., Mulyadi, A. I., & Maulana, I. (2022). Media sosial sebagai media pergeseran interaksi sosial remaja. *Jurnal Ilmu Komunikasi Balayudha*, 2(2), 1–10.
- Putri, I. K., & Ardiansah, I. (2024). Visual guideline media sosial Instagram untuk penerapan elemen identitas yang konsisten. *Jurnal Desain*, 11(3), 630–646. <http://dx.doi.org/10.30998/jd.v11i3.20244>
- Sitepu, V. (2004). *Panduan mengenal desain grafis*. Escaeva.
- Yayah, Y. R., Pratama, D., & Anto, P. (2023). Elemen visual pada desain media promosi Museum Wayang Jakarta. *Visual Heritage: Jurnal Kreasi Seni dan Budaya*, 3(2), 161–171. <https://doi.org/10.30998/vh.v3i2.3971>