

Strategi *Framing* Visual dan Verbal dalam Konten Interaktif Instagram Pemerintah

Anisah Dwi Rahayu¹, Jusuf Fadilah², Eddy Kusnadi³

Universitas Bina Sarana Informatika^{1,2,3}

Email: anisadwirahayu91@gmail.com

Informasi

Volume : 2
Nomor : 7
Bulan : Juli
Tahun : 2025
E-ISSN : 3062-9624

Abstract

Social media has become a strategic platform for government institutions to engage with the public in more effective and participatory ways. One increasingly utilized form of digital communication is interactive content such as Mini Quizzes, which combine visual and verbal elements to convey messages in an appealing manner. This study aims to systematically review how visual and verbal framing strategies are implemented in government communication content on social media, particularly Instagram. Employing a Systematic Literature Review (SLR) method, this study analyzes 10 scholarly articles published between 2020 and 2025 that focus on digital government communication, visual/verbal strategies, and framing theory. The review reveals that most studies emphasize heavy issues such as crises, public policy campaigns, and institutional image-building, while lighter and more engaging content like interactive quizzes remains underexplored. However, such content holds significant potential in shaping public perception through dialogic and participatory communication. By integrating Entman's Framing Theory with the Uses and Gratifications approach, this study underscores the importance of balancing visual and verbal elements in constructing engaging narratives that enhance public trust and institutional visibility in digital environments.

Keywords: Visual Framing, Verbal Framing, Government Digital Communication, Interactive Content, Instagram, Systematic Literature Review

Abstrak

Media sosial telah menjadi saluran strategis bagi lembaga pemerintah dalam menjangkau publik secara efektif dan partisipatif. Salah satu bentuk komunikasi digital yang kini populer adalah konten interaktif seperti Mini Quiz yang menggabungkan elemen visual dan verbal. Penelitian ini bertujuan untuk meninjau secara sistematis bagaimana strategi Framing visual dan verbal diterapkan dalam konten media sosial pemerintah, khususnya melalui platform Instagram. Metode yang digunakan adalah Systematic Literature Review (SLR) terhadap 10 artikel ilmiah terbitan tahun 2020 – 2025 yang membahas komunikasi digital, media sosial pemerintah, serta teori Framing. Hasil kajian menunjukkan bahwa strategi Framing dalam konten media sosial pemerintah masih didominasi oleh isu-isu berat seperti krisis dan kampanye kebijakan, sementara konten ringan dan partisipatif seperti kuis masih kurang dieksplorasi. Padahal, konten semacam ini memiliki potensi kuat dalam membentuk persepsi publik melalui pendekatan komunikasi dua arah. Dengan mengintegrasikan teori Framing dari Entman dan Uses and Gratifications, penelitian ini menekankan pentingnya penggunaan elemen visual dan verbal yang seimbang untuk membangun keterlibatan serta membentuk citra positif lembaga di ruang digital.

Kata Kunci: Framing Visual, Framing Verbal, Komunikasi Digital Pemerintah, Konten Interaktif, Instagram, Systematic Literature Review

A. PENDAHULUAN

Transformasi digital telah mengubah paradigma komunikasi publik, terutama dalam penyampaian informasi oleh lembaga pemerintah. Di era media sosial, institusi tidak hanya dituntut menyampaikan pesan secara informatif, tetapi juga secara menarik dan interaktif. Instagram menjadi salah satu platform paling strategis yang menggabungkan kekuatan visual dan verbal untuk menjangkau masyarakat luas, khususnya generasi muda yang lebih responsif terhadap konten visual (Lestari & Miftahul Ula, 2023). Berdasarkan laporan DataReportal (2025), Instagram digunakan oleh lebih dari 84,6% pengguna aktif internet di Indonesia, menjadikannya sebagai ruang utama dalam strategi komunikasi digital pemerintah.

Salah satu pendekatan konten yang kini banyak digunakan oleh lembaga pemerintah adalah Mini Kuis, yaitu merupakan bentuk komunikasi ringan dan interaktif yang menggabungkan elemen visual seperti warna, ikon, dan tipografi, serta elemen verbal seperti gaya bahasa, pilihan kata, dan kalimat ajakan. Konten seperti ini, sebagaimana ditemukan dalam akun Instagram *@baketrans*, digunakan untuk menyampaikan informasi publik secara menarik dan mendorong partisipasi audiens. Meski demikian, efektivitas penyampaian pesan sangat bergantung pada bagaimana informasi tersebut dibingkai atau di *Framing*, baik secara visual maupun verbal.

Teori *Framing* yang dikembangkan oleh Robert N. Entman (1993) menjadi landasan konseptual utama dalam memahami strategi pembentukan persepsi melalui media. Menurut Entman, *Framing* mencakup empat fungsi utama, yaitu mendefinisikan masalah, mengidentifikasi penyebab, memberikan penilaian moral, dan menawarkan solusi. Melalui proses ini, pengelola konten dapat menonjolkan aspek tertentu untuk memengaruhi cara pandang publik terhadap suatu isu.

Namun, berdasarkan studi literatur terdahulu, terlihat bahwa sebagian besar penelitian mengenai strategi *Framing* di media sosial pemerintah masih terfokus pada isu-isu krisis, kebijakan, atau konflik sosial yang bersifat berat. Misalnya, penelitian oleh Mansoor (2020) membahas narasi visual pemerintah tentang pandemi Covid-19 di Twitter, sementara Adam et al. (2021) menganalisis strategi *Framing* program bantuan sosial melalui Instagram *@dkijakarta*. Kedua studi ini menitikberatkan pada citra institusional, bukan pada bentuk komunikasi ringan seperti kuis interaktif.

Penelitian lain seperti Safitri & Dwivayani (2022) menyoroti *caption* persuasif vaksinasi, namun tidak secara mendalam membahas interaktivitas atau respon publik. Sementara itu, studi oleh Sulistyaningsih et al. (2024) dan Rizky & Prathisara (2025) lebih fokus pada *Framing*

dalam media pemberitaan, bukan media sosial pemerintah. Bahkan dalam pendekatan visual yang lebih kuat, seperti yang dikaji oleh Nawar (2025) dan Habibi & Mahbubah (2024), aspek verbal serta keterlibatan audiens masih belum menjadi fokus utama.

Di sisi lain, teori komunikasi dua arah seperti *Uses and Gratifications* dari Blumler dan Katz juga perlu diintegrasikan dalam kajian ini untuk memahami bagaimana audiens secara aktif memilih dan merespons konten yang sesuai dengan kebutuhannya. Teori ini menekankan bahwa pengguna media bukanlah penerima pasif, melainkan partisipan aktif yang mencari informasi, hiburan, dan interaktivitas (Tarel et al., 2024). Dalam konteks Mini Quiz, keterlibatan audiens seperti menjawab pertanyaan, memberikan komentar, dan membagikan konten, mencerminkan kebutuhan tersebut secara nyata.

Dengan menggabungkan teori *Framing* dan *Uses and Gratifications*, penelitian ini mencoba mengisi celah akademik yang belum banyak dijelajahi, yaitu strategi komunikasi visual dan verbal dalam konten ringan yang interaktif di media sosial pemerintah. Tinjauan sistematis terhadap 10 artikel penelitian terdahulu bertujuan untuk mengidentifikasi bagaimana elemen visual dan verbal difungsikan secara strategis dalam membentuk persepsi publik, sekaligus mengevaluasi sejauh mana penelitian sebelumnya telah membahas aspek ini secara menyeluruh.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan *Systematic Literature Review* (SLR) untuk mengidentifikasi, menilai, dan mensintesis secara sistematis berbagai penelitian terdahulu yang relevan dengan topik strategi *Framing* visual dan verbal dalam komunikasi digital pemerintah di media sosial, khususnya Instagram. Pendekatan SLR dipilih karena mampu memberikan pemetaan literatur yang komprehensif, serta mengungkap pola dan celah dalam studi-studi sebelumnya. Melalui metode ini, peneliti tidak hanya merangkum hasil-hasil riset, tetapi juga membandingkan dan mengintegrasikan temuan secara kritis berdasarkan tema, teori, dan metode yang digunakan dalam masing-masing artikel.

Data diperoleh dari pencarian artikel ilmiah yang dipublikasikan dalam rentang tahun 2020 hingga 2025, menggunakan basis data utama *Google Scholar* dan jurnal nasional terakreditasi. Peneliti juga merujuk pada 10 penelitian terdahulu yang telah dikaji dalam skripsi sebagai bahan utama telaah. Kata kunci yang digunakan dalam pencarian mencakup: *Framing Visual*, *Framing Verbal*, Komunikasi Digital Pemerintah, Konten Interaktif, Instagram, *Systematic Literature Review*. Artikel yang diseleksi merupakan hasil penelitian empiris yang

fokus pada komunikasi visual atau verbal dalam konteks media digital dan pemerintahan.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari penelitian ini merupakan sintesis dari 10 artikel ilmiah yang ditelaah secara sistematis menggunakan metode *Systematic Literature Review* (SLR). Fokus utama kajian diarahkan pada bagaimana strategi *Framing* visual dan verbal digunakan dalam komunikasi digital pemerintah melalui media sosial, khususnya Instagram. Berdasarkan telaah terhadap artikel-artikel yang dikaji, ditemukan bahwa penggunaan *Framing* dalam konten media sosial pemerintah sebagian besar masih terfokus pada isu-isu besar seperti krisis, kampanye kesehatan, opini publik, dan konflik sosial, dengan penekanan pada aspek representasi visual dan konstruksi pesan verbal. Namun, pembahasan mengenai konten ringan seperti Mini Quiz yang bersifat interaktif dan menghibur masih relatif jarang ditemukan.

No.	Peneliti & Tahun	Hasil Penelitian
1	Mansoor (2020)	Pemerintah membingkai narasi pandemi Covid-19 melalui konten grafis di Twitter, menggunakan ikon dan warna untuk menarik perhatian dan membentuk pemahaman publik.
2	Adam, Noviyanto & Prasetyo (2021)	Akun Instagram @dkijakarta membentuk opini positif terhadap program bantuan sosial melalui strategi <i>Framing</i> meski isu distribusi sempat negatif.
3	Safitri & Dwivayani (2022)	<i>Caption</i> persuasif pada Instagram Dinkes Kaltim berhasil membingkai urgensi vaksinasi booster, namun kurang mengoptimalkan elemen visual dan partisipasi publik.
4	Purwitasari, Althaf & Umam (2022)	Akun YouTube @Baimpaula membingkai kemiskinan sebagai narasi emosional untuk membangkitkan empati penonton, menggunakan semua fungsi <i>Framing</i> Entman.
5	Sulistyaningsih, Muslan & Asmurti (2024)	Pemberitaan konflik Palestina dibingkai berbeda oleh media sosial Detik.com dan Metrotv, menyoroti orientasi politik melalui <i>Framing</i> visual.
6	Nugraha, Priandono, Ainiyyah & Ilham (2024)	Kementerian lebih efektif dari lembaga dalam penggunaan Instagram, namun konten masih dominan menampilkan figur pimpinan, bukan partisipasi audiens.
7	Nawar (2025)	Simbol "Garuda Biru" menjadi sarana solidaritas digital dan

No.	Peneliti & Tahun	Hasil Penelitian
		emosional publik melalui kekuatan visual yang tersebar luas di media sosial.
8	Habibi & Mahbubah (2024)	Kampanye BNN di Instagram lebih menekankan aspek verbal daripada visual, dengan pendekatan semiotik dan pemilihan simbol anonim untuk audiens muda.
9	Meriani, Awur & Wati (2024)	Media online membingkai isu pelecehan seksual secara berbeda; Detik.com fokus pada suara korban, sedangkan Kompas.com menekankan tanggapan institusi.
10	Rizky & Prathisara (2025)	<i>Framing</i> berita bebas bersyarat Jessica Wongso berbeda antara Detik.com dan Tribunnews, mencerminkan bagaimana narasi media memengaruhi persepsi publik.

Alvanoz Zpalanzani Mansoor (2020)

“Kajian Narasi Pemerintah RI melalui Konten Grafis tentang Pandemi Covid-19 pada Kanal Twitter Kementerian Kesehatan RI”, yaitu membahas bagaimana pemerintah Indonesia melalui peran Kementerian Kesehatan, dalam menyusun narasi visual tentang pandemi Covid-19 pada konten grafis di Twitter, yang menggunakan metode penelitian deksriptif kualitatif dengan analisis *Framing*.

Namun, kajian tersebut tidak mengeksplorasi keterkaitan antara elemen visual secara menyeluruh dan jenis konten interaktif di media sosial lain seperti Instagram. Berdasarkan celah tersebut, penelitian yang akan dilakukan hadir untuk memperluas sudut pandang, melalui analisis *Framing* visual dan verbal pada konten Mini Quiz Instagram @baketrans dalam membentuk persepsi publik. Dengan mengkaji elemen visual dan verbal pada konten kuis interaktif, penelitian ini memberikan kontribusi baru untuk memahami bagaimana persepsi publik dibentuk oleh pihak di luar pemerintahan dalam situasi yang tidak bersifat darurat. Pendekatan ini juga memperkaya pemahaman teori dan situasi nyata terkait komunikasi visual di media sosial.

Steffan Adam, Ivan Noviyanto dan Andy Agus Prasetyo (2021)

“Pembentukan Opini Publik Program Bantuan Sosial Covid-19 Pemprov DKI Jakarta melalui Media Sosial Instagram @dkijakarta”, yaitu membahas bagaimana akun @dkijakarta membentuk opini publik terkait program bansos, melalui metode penelitian kualitatif dengan

pendekatan menggunakan model analisis *Framing* teks dan visual dari Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki untuk menunjukkan upaya pemerintah membangun citra positif di tengah krisis.

Namun, fokus penelitian tersebut masih terbatas pada konteks krisis dan tidak mengulas secara mendalam elemen visual serta verbal dalam jenis konten interaktif. Dalam hal ini, terdapat celah pada penelitian yang akan dilakukan dengan menganalisis *Framing* visual dan verbal pada konten Mini Quiz Instagram @baketrans. Penelitian ini memperluas cakupan kajian dengan menelaah bagaimana kombinasi visual dan verbal dalam konten ringan digunakan untuk membentuk persepsi publik secara strategis. Dengan pendekatan tersebut, penelitian ini tidak hanya mengisi kekosongan riset sebelumnya, tetapi juga memperkuat pemahaman tentang *Framing* dalam komunikasi digital serta memberikan kontribusi baru terhadap studi media sosial pemerintah.

Ayu Safitri dan Kadek Dristiana Dwivayani (2022)

“Analisis *Framing* Instagram @dinkes.provkalitim dalam Mempersuasif Vaksin Booster Covid-19 pada Masyarakat Kalimantan Timur”, yaitu berfokus pada pembingkai teks verbal dalam caption Instagram sebagai sarana untuk membentuk pemahaman publik mengenai urgensi vaksinasi, melalui metode penelitian deskriptif kualitatif dengan analisis model *Framing* Robert N. Entman.

Namun, penelitian tersebut tidak mengeksplorasi elemen visual dan verbal dalam membentuk persepsi audiens. Kekosongan tersebut mendorong penelitian yang akan dilakukan untuk mengkaji pembingkai visual dan verbal secara menyeluruh dalam konten Mini Quiz Instagram @baketrans. Dengan memperluas fokus dan ruang lingkup pembahasan, penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pemahaman mengenai bagaimana pesan disampaikan melalui gabungan teks dan gambar dalam membentuk persepsi publik di media sosial. Pendekatan ini tidak hanya menjadi pelengkap bagi studi terdahulu, tetapi juga memperkaya sudut pandang ilmiah dan latar belakang masalah dalam kajian *Framing* masa kini.

Endah Purwitasari, Muhammad Althaf dan Choirul Umam (2022)

“Analisis *Framing* Komodifikasi Kemiskinan dalam Konten Video pada Akun @Baimpaula”, yaitu membahas bagaimana konten video di akun YouTube @Baimpaula membingkai kemiskinan secara emosional untuk membangkitkan empati penonton, melalui metode penelitian pendekatan kualitatif deskriptif, dengan menggunakan analisis *Framing* Robert N. Entman dan teori konstruksi realitas sosial. Studi ini menyoroti realitas sosial

dikemas secara simbolik demi kepentingan tertentu. Namun, fokus penelitian tersebut terbatas pada konten hiburan personal dan tidak mengeksplorasi pembingkai dalam konteks lembaga pemerintah maupun elemen visual dan verbal secara mendalam. Penelitian yang akan dilakukan mengisi celah tersebut dengan menganalisis *Framing* visual dan verbal pada konten Mini Quiz Instagram @baketrans. Kontribusi utamanya adalah memberikan pemahaman baru tentang cara membingkai informasi dalam membentuk persepsi publik dengan lebih terstruktur.

Alma Andini Sulistyaningsih, Muslan dan Asmurti (2024)

“Analisis *Framing* Konten Pemberitaan Konflik Palestina (Gaza) di Media Sosial Instagram”, yaitu mengkaji bagaimana media Detik.com dan Metrotv membingkai isu konflik Palestina di Instagram, melalui metode penelitian kualitatif dengan menggunakan analisis *Framing*. Hasil penelitian menunjukkan adanya perbedaan sudut pandang, di mana Detik.com cenderung menyoroti agresi Hamas, sedangkan Metrotv lebih menekankan penderitaan warga Palestina akibat tindakan Israel.

Meskipun studi sebelumnya berkontribusi dalam menjelaskan pembingkai isu politik di media sosial, fokusnya masih terbatas pada pemberitaan media konvensional dan tidak mencakup penggunaan elemen visual dan verbal dalam konten non berita. Penelitian yang akan dilakukan hadir untuk mengisi kekosongan tersebut dengan menganalisis *Framing* visual dan verbal pada konten Mini Quiz Instagram @baketrans. Dengan menyoroti penyusunan pesan informatif dari lembaga pemerintah dalam format ringan di media sosial. Penelitian ini memperluas ruang analisis *Framing* yang sebelumnya didominasi isu krisis, serta memperkaya pemahaman tentang pembentukan persepsi publik di era digital.

Dimas Aditya Nugraha, Priandono, Ainiyyah dan Ilham (2024)

“Analisis Isi Konten Media Sosial Instagram Pemerintah Indonesia di Tingkat Kementerian dan Lembaga”, yaitu mengkaji aspek-aspek seperti jenis konten, bentuk komunikasi visual, serta tingkat interaksi publik terhadap unggahan di akun resmi kementerian dan lembaga negara, melalui metode penelitian kuantitatif deskriptif dengan memberikan gambaran menyeluruh mengenai aktivitas digital serta bentuk penyajian konten yang digunakan.

Namun, penelitian tersebut tidak mencakup pembentukan pesan melalui elemen visual dan verbal secara mendalam, terutama pada konten interaktif seperti Mini Kuis. Dalam hal ini, penelitian yang akan dilakukan dapat mengisi kekosongan dengan menelaah bagaimana *Framing* visual dan verbal dalam konten Mini Quiz Instagram @baketrans dapat membentuk

persepsi publik. Penelitian ini memperluas ruang kajian media sosial pemerintah melalui penekanan pada isi pesan dan persepsi, serta memberikan kontribusi dalam sudut pandang baru mengenai peran *Framing* pada komunikasi digital.

Muhammad Fayad Nawar (2024)

“Analisis Kualitatif terhadap Fenomena Peringatan Darurat Garuda Biru: Memahami Peran *Framing* dan Resonansi Emosional dalam Membentuk Opini Publik”, yaitu berfokus pada bagaimana media menggunakan teknik *Framing* dan resonansi emosional dalam membentuk opini publik terhadap isu krisis yang bersifat mendesak, melalui metode penelitian kualitatif deskriptif dengan analisis pembingkai dan evaluasi viralitas.

Namun, kajian tersebut tidak mengeksplorasi secara mendalam bagaimana elemen visual dan verbal bekerja secara bersamaan dalam membentuk persepsi publik di platform digital yang lebih interaktif. Penelitian yang akan dilakukan mengisi kekosongan dengan menganalisis *Framing* visual dan verbal pada konten Mini Quiz Instagram @baketrans. Penelitian ini memperluas pemahaman bahwa pembingkai pesan tidak terbatas pada kondisi darurat atau isu berat, tetapi juga bekerja efektif dalam ranah digital sehari-hari yang lebih ringan namun tetap berpengaruh dalam membentuk pandangan publik.

Muhamad Lutfi Habibi dan Putri Sekar Giri Fatimah Mahbubah (2024)

“Anonimitas Visual dan Penekanan Verbal: Tinjauan Semiotika Konten Instagram BNN Cegah Narkoba”, yaitu membahas penggunaan elemen visual anonim dan pesan verbal oleh BNN untuk membentuk makna dan citra kampanye anti narkoba, melalui metode penelitian deskriptif kualitatif dengan pendekatan semiotika triadik Charles Sanders Peirce. Fokus penelitian ini terletak pada simbolisasi visual tanpa figur nyata dan elemen verbal yang digunakan untuk memperkuat pesan pencegahan narkoba.

Namun, kajian ini belum menyentuh aspek interaktivitas dan keterlibatan audiens secara langsung melalui konten media sosial yang partisipatif. Dalam hal ini, penelitian yang akan dilakukan berupaya mengisi kekosongan tersebut dengan menganalisis bagaimana elemen visual dan verbal dalam konten Mini Quiz Instagram @baketrans membingkai pesan dan membentuk persepsi publik. Penelitian ini menggunakan teori *Framing* untuk memahami penyampaian pesan yang interaktif dan informatif. Dengan demikian, studi ini memperluas cakupan kajian komunikasi visual digital, sekaligus memberikan kontribusi praktis bagi pengelolaan media sosial lembaga pemerintah.

Tiva Nur Okta Meriani, Anicetus Awur dan Irma Wati (2024)

“Analisis *Framing* Media Online Detik.com dan Kompas.com: Kasus Pelecehan Seksual di

Universitas Flores Periode Juni 2023”, yaitu mengkaji pemberitaan kasus pelecehan seksual di Universitas Flores, melalui metode penelitian deskriptif kualitatif dengan menggunakan analisis *Framing* Robert N. Entman. Hasil penelitian menunjukkan perbedaan pendekatan, Detik.com menyoroti sisi emosional dan kronologi kasus, sementara Kompas.com lebih fokus pada aspek kelembagaan, kebijakan, dan dampak sosial.

Meskipun penting, penelitian tersebut masih terbatas pada media pemberitaan dan tidak menjangkau konten visual dan verbal di media sosial. Dalam hal ini, terdapat celah yang diisi oleh penelitian yang akan dilakukan melalui analisis *Framing* visual dan verbal pada konten Mini Quiz Instagram @baketrans. Dengan pendekatan yang sama, studi ini memperluas penerapan teori *Framing* dalam ranah media sosial pemerintah, memperkaya pemahaman tentang bagaimana elemen visual dan verbal dikemas untuk membentuk persepsi publik secara interaktif.

Juandilan Fadil Rizky dan Gibbran Prathisara (2025)

“Analisis *Framing* Pemberitaan Kasus Bebas Bersyarat Jessica Wongso: Studi Kasus Liputan di Detik.com dan Tribunnews.com”, yaitu menganalisis bagaimana media daring Detik.com dan Tribunnews.com membingkai pemberitaan mengenai kebebasan bersyarat Jessica Wongso, melalui metode penelitian deskriptif kualitatif dengan menggunakan analisis *Framing* Robert N. Entman. Hasilnya menunjukkan perbedaan penekanan narasi, baik dari segi emosional, visual, maupun aspek hukum.

Namun, penelitian tersebut masih terbatas pada analisis *Framing* teks dalam pemberitaan media daring dan tidak mencakup bentuk komunikasi digital yang lebih interaktif, seperti konten visual di media sosial. Menanggapi kekosongan tersebut, penelitian yang akan dilakukan mengambil fokus pada *Framing* elemen visual dan verbal dalam konten Mini Quiz Instagram @baketrans milik lembaga pemerintah. Dengan memadukan teori *Framing* dan pendekatan *Uses and Gratification*, studi ini berkontribusi dalam memperluas pemahaman mengenai cara media sosial membentuk persepsi publik melalui konten ringan dan menarik. Penelitian ini tidak hanya memperkaya kajian *Framing*, tetapi juga melengkapi ruang yang tidak dieksplorasi oleh penelitian sebelumnya.

Dari 10 artikel yang dianalisis, terlihat bahwa elemen verbal seperti gaya bahasa, bentuk ajakan, dan *caption* memainkan peran penting dalam membentuk narasi publik, meski seringkali kurang dibarengi dengan analisis visual yang mendalam. Sebaliknya, penelitian yang fokus pada visualisasi pesan belum banyak yang mengaitkan secara langsung dengan persepsi publik atau respons audiens. Hal ini menunjukkan bahwa pendekatan terpadu yang

menggabungkan *Framing* visual dan verbal secara bersamaan masih terbatas. Terlebih lagi, konten-konten yang bersifat ringan dan menghibur seperti Mini Quiz dari lembaga pemerintah belum menjadi fokus utama dalam studi sebelumnya, padahal jenis konten tersebut memiliki potensi besar dalam meningkatkan partisipasi publik dan menciptakan persepsi positif terhadap institusi.

Secara keseluruhan, hasil kajian ini menegaskan bahwa masih terdapat celah penelitian yang signifikan dalam kajian *Framing* konten media sosial pemerintah. Penelitian sebelumnya cenderung melihat media sosial sebagai sarana penyampaian pesan krisis atau kebijakan besar, namun belum menggali lebih dalam tentang bagaimana konten informatif yang ringan dan interaktif dibingkai secara strategis untuk membentuk persepsi publik. Oleh karena itu, dibutuhkan penelitian lanjutan yang tidak hanya menganalisis konstruksi pesan, tetapi juga melibatkan interaksi audiens sebagai bagian dari proses komunikasi dua arah. Dalam hal ini, kombinasi teori *Framing* dan *Uses and Gratifications* menjadi pendekatan yang ideal, karena mampu menjelaskan tidak hanya bagaimana pesan dibentuk, tetapi juga bagaimana pesan tersebut diterima, ditafsirkan, dan direspons oleh publik secara aktif.

D. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil tinjauan sistematis terhadap 10 artikel ilmiah, dapat disimpulkan bahwa strategi *Framing* visual dan verbal merupakan pendekatan penting dalam komunikasi digital pemerintah, terutama melalui media sosial seperti Instagram. Sebagian besar konten yang dibingkai oleh institusi pemerintah masih fokus pada isu besar seperti krisis, kampanye kesehatan, dan kebijakan publik, dengan penekanan kuat pada pesan informatif satu arah. Strategi komunikasi yang digunakan lebih banyak menonjolkan aspek visual seperti penggunaan warna, simbol, dan *layout*, serta aspek verbal dalam bentuk *caption* persuasif dan ajakan moral. Namun, kajian terhadap konten ringan yang bersifat interaktif seperti Mini Quiz masih sangat terbatas dalam literatur akademik.

Dari sudut pandang teori *Framing*, sebagian besar lembaga pemerintah menggunakan fungsi *Framing* Entman untuk membentuk persepsi publik melalui konten visual dan verbal, meskipun masih belum banyak yang mengintegrasikan keduanya secara seimbang. Di sisi lain, jika ditinjau melalui pendekatan *Uses and Gratifications*, publik sebagai pengguna media sosial menunjukkan kebutuhan akan konten yang tidak hanya informatif tetapi juga menarik dan menghibur. Sayangnya, aspek ini belum sepenuhnya dimanfaatkan oleh institusi dalam menyusun strategi komunikasi yang responsif dan dua arah.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa efektivitas *Framing* visual dan verbal dalam membentuk persepsi publik sangat bergantung pada keseimbangan antara kualitas pesan dan partisipasi audiens. Konten seperti Mini Quiz yang bersifat ringan dan interaktif memiliki potensi besar untuk menjembatani komunikasi institusional dengan masyarakat secara lebih personal dan partisipatif, namun masih minim dieksplorasi secara akademik.

Berdasarkan kesimpulan tersebut, terdapat beberapa saran yang dapat diajukan: (1) lembaga pemerintah sebaiknya mulai mengembangkan lebih banyak konten informatif yang ringan dan interaktif seperti Mini Quiz, untuk menarik partisipasi publik secara aktif, (2) perlu adanya pelatihan komunikasi visual dan verbal berbasis media sosial bagi pengelola akun institusi, dan (3) dibutuhkan penelitian lanjutan berbasis studi kasus atau observasi langsung untuk mengevaluasi efektivitas strategi *Framing* pada konten media sosial pemerintah yang bersifat partisipatif.

E. DAFTAR PUSTAKA

- Lestari, T., & Miftahul Ula, D. (2023). Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial Dampak Media Sosial Terhadap Perubahan Gaya Hidup Masyarakat. 3(11), 2024–2061.
- Mansoor, A. Z. (2020). Kajian Narasi Pemerintah RI melalui Konten Grafis tentang Pandemi Covid-19 pada Kanal Twitter Kementerian Kesehatan RI. Jurnal Komunikasi Visual Wimba.
- Adam, S., Noviyanto, I., & Prasetyo, A. A. (2021). PEMPROV DKI JAKARTA MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (ANALISIS FRAMING PADA AKUN INSTAGRAM @dkijakarta). Jurnal Syntax Admiration, 2(1).
- Safitri, A., & Dwivayani, K. D. (2022). ANALISIS FRAMING INSTAGRAM @DINKES.PROVKALTIM DALAM MEMPERSUASIF VAKSIN BOOSTER COVID-19 PADA MASYARAKAT KALIMANTAN TIMUR. 2022(4), 113–127.
- Sulistyaningsih, A. A., Muslan, & Asmurti. (2024). ANALISIS FRAMING KONTEN PEMBERITAAN KONFLIK PALESTINA (GAZA) DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM. In Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial dan Pendidikan (Vol. 2, Issue 2). <https://jurnal.unsultra.ac.id/index.php/jisdik>
- Rizky, J. F., & Prathisara, G. (2025). Analisis Framing Pemberitaan Kasus Bebas Bersyarat Jessica Wongso. Jurnal Ilmu Komunikasi. <https://doi.org/10.22236/komunika.v12i1.17968>
- Nawar, M. F. (2025). Analisis Kualitatif terhadap Fenomena “Peringatan Darurat Garuda Biru”: Memahami Peran Framing dan Resonansi Emosional dalam Membentuk Opini Publik. Jurnal Komunikatif, 13(2), 235–250. <https://doi.org/10.33508/jk.v13i2.6144>

- Habibi, M. L., & Mahbubah, P. S. G. F. (2024). ANONIMITAS VISUAL DAN PENEKANAN VERBAL: Tinjauan Semiotika Konten Instagram BNN Cegah Narkoba. *Desain Komunikasi Visual Manajemen Desain Dan Periklanan (Demandia)*, 9(1), 23. <https://doi.org/10.25124/demandia.v9i1.5983>
- Tarel, M., Pratama, R., Novianto, I., Pamungkas, A., Pramesthi, J. A., Studi, P., Komunikasi, I., Komunikasi, F., & Bisnis, D. (2024). Pemanfaatan Media Sosial Instagram @Sahabat_umkm: Studi Uses and Gratification Sebagai Upaya Edukasi Pelaku Usaha Mikro. In *Jurnal Indonesia : Manajemen Informatika dan Komunikasi (JIMIK)* (Vol. 5, Issue 2). <https://journal.stmiki.ac.id>
- Purwitasari, E., Althaf, M., & Umam, C. (2022). ANALISIS FRAMING KOMODIFIKASI KEMISKINAN DALAM KONTEN VIDEO PADA AKUN @Baimpaula. In *Universitas Gunadarma* (Vol. 2).
- Nugraha, D. A., Priandono, T. E., Ainiyyah, N. F., & Ilham, Y. (2024). Analisis Isi Konten Media Sosial Instagram Pemerintah Indonesia di Tingkat Kementerian dan Lembaga. *Jurnal Ilmiah Manajemen Informasi Dan Komunikasi*, 8(2).
- Meriani, T. N. O., Awur, A., & Wati, I. (2024). Analisis Framing Media Online Detik.Com Dan Kompas.Com: Kasus Pelcehan Seksual Di Univerisitas Flores Periode Juni 2023. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial*, 4(2), 687–693. <https://doi.org/10.47233/jkomdis.v4i2.1898>