

OPTIMALISASI KONTEN VISUAL PADA PLATFORM DIGITAL RUMAH PENDIDIKAN SEBAGAI MEDIA INFORMASI LAYANAN KEMENDIKDASMEN

Happy Taranian Olifia¹, Sutisna Riyanto²

^{1,2}Komunikasi Digital dan Media, Sekolah Vokasi IPB University

¹happytaranianolifia@apps.ipb.ac.id, ²sutisnariyanto@gmail.com

ABSTRACT

Digital transformation requires government institutions to present public service information attractively. However, the Digital Service Utilization division of Pusdatin Kemendikdasmen faces challenges due to bureaucratic documents on the Rumah Pendidikan platform that are rigid and dense, risking audience fatigue. This study aims to analyze the production management workflow, Visual Communication Design (VCD) elements, and public information transformation strategies to overcome bureaucratic rigidity. The method employed is descriptive qualitative, with data collected through in-depth interviews, participative observation, and visual asset documentation. The study reveals that content pre-production is systematically managed through weekly meetings planned one month prior to publishing. The implementation of VCD elements consistently safeguards brand identity using sans-serif typography (Inter and Nunito), mandatory color codes (blue for Ruang Guru GTK, orange/yellow for Ruang Murid), and layout safe zones. Furthermore, the strategy successfully transforms dense texts into dynamic Instagram feeds carousel and storytelling-based reels, alongside adaptive presentation-deck layouts on the Bimtek Guru Pejuang Digital (GPD) guidelines. Visual content optimization effectively delivers ministry public services in a concise, aesthetic, and professional manner.

Keywords: Public Information, Visual Content, Visual Communication Design.

ABSTRAK

Transformasi digital menuntut instansi pemerintah menyajikan informasi layanan publik secara menarik. Namun, divisi Pemanfaatan Layanan Digital Pusdatin Kemendikdasmen menghadapi tantangan karakteristik dokumen birokrasi platform Rumah Pendidikan yang kaku, tebal, dan tekstual, sehingga berpotensi memicu kejenuhan audiens. Penelitian ini bertujuan menganalisis alur manajemen produksi, penerapan elemen Desain Komunikasi Visual (DKV), serta strategi transformasi informasi publik guna menembus kekakuan birokrasi tersebut. Metode penelitian menggunakan kualitatif deskriptif dengan pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan dokumentasi aset visual. Dari penelitian ini ditemukan bahwa manajemen pra-produksi konten telah berjalan sistematis melalui rapat mingguan terencana satu bulan sebelum penayangan. Penerapan elemen DKV secara konsisten mengawal identitas merek menggunakan tipografi sans-serif

(Inter dan Nunito), kode warna mandatori (biru untuk Ruang Guru GTK, oranye/kuning untuk Ruang Murid), serta tata letak berbasis zona aman gawai. Lebih lanjut, strategi transformasi informasi publik berhasil mereduksi draf teks kaku menjadi konten feeds carousel dan reels berbasis storytelling di Instagram, serta visualisasi deck presentation pada dokumen Pedoman Bimtek Guru Pejuang Digital (GPD). Optimalisasi konten visual ini terbukti efektif menyajikan informasi layanan kementerian secara ringkas, estetik, dan profesional.

Kata Kunci: Desain Komunikasi Visual, Informasi Publik, Konten Visual

A. Pendahuluan

Transformasi digital di Indonesia telah mencapai titik baru di mana teknologi informasi dan komunikasi menjadi elemen utama dalam setiap lapisan kehidupan masyarakat. Terhitung pada tahun 2025, APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) mencatat bahwa ada setidaknya 229,4 juta jiwa pengguna internet di Indonesia dengan tingkatan penetrasi mencapai 80,66%, jumlah yang sangat besar meninjau bahwa ada 284,4 juta jiwa populasi penduduk Indonesia di tahun 2025. Pesatnya perkembangan platform digital tidak lagi hanya berfungsi sebagai sarana hiburan saja, melainkan telah bertransformasi menjadi sumber informasi utama yang krusial bagi publik dalam mengakses berbagai layanan pemerintah dan pendidikan. Terbukti dengan alasan utama penggunaan internet pada peringkat kedua dalam laporan APJII

2025 adalah mengakses berita/informasi terkini dengan jumlah persennya 15,04% dan pada peringkat kelimanya, yakni mengakses layanan publik dengan jumlah persennya 8,61%. Berdasarkan tren penggunaan media terkini, audiens cenderung lebih responsif terhadap penyampaian informasi yang menggabungkan kekuatan visual yang estetik dan narasi yang ringkas namun informatif. Hal ini menuntut instansi publik untuk terus beradaptasi dan berinovasi dalam mengemas konten digital agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan efektif, cepat, dan mampu menjangkau khalayak yang lebih luas tanpa batasan waktu maupun geografis.

Sejalan dengan fenomena digital tersebut, instansi pemerintah seperti Kementerian Pendidikan, Dasar, dan Menengah (Kemendikdasmen) memiliki tanggung jawab besar dalam

menjalankan amanat Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik. Informasi publik bukan lagi sekadar data yang disimpan secara internal, melainkan hak asasi manusia dan kebutuhan pokok masyarakat yang harus dikelola serta disebarluaskan secara transparan. Oleh karena itu, Kemendikdasmen dituntut untuk membangun kehadiran digital yang kuat guna memastikan setiap program, kebijakan, dan layanan pendidikan dapat diakses dengan mudah oleh seluruh lapisan masyarakat, mulai dari tenaga pendidik hingga peserta didik di seluruh penjuru Indonesia.

Namun, menyajikan informasi publik yang sering kali bersifat kaku, teknis, dan birokratis menjadi tantangan tersendiri agar tetap relevan dimata audiens. Agar informasi tersebut tidak diabaikan begitu saja, diperlukan strategi komunikasi yang mampu menyelaraskan antara substansi pesan dengan estetika penyampaiannya. Generasi milenial dan kelompok usia muda yang aktif di media sosial cenderung menyukai konten yang singkat, kuat secara

visual, mudah dibagikan, dan tidak sarat dengan teks (Albarzand, 2024).

Pusat Data dan Teknologi Informasi (Pusdatin) Kemendikdasmen dalam proses menjalankan fungsi diseminasi informasi berjalan sebagai penghubung antara layanan teknologi kementerian dengan kebutuhan informasi pemangku kepentingan pendidikan. Transformasi digital dalam pelayanan publik yang awalnya dipicu oleh kebutuhan mendesak di masa pandemi, kini telah berkembang menjadi perubahan struktural yang permanen dan semakin kompleks dan pada akhirnya mengubah cara organisasi pemerintah merancang, mengelola, serta mendistribusikan layanannya kepada masyarakat secara menyeluruh (Sisilianingsih et al., 2023). Salah satu produk unggulan yang dikembangkan oleh Pusdatin adalah Rumah Pendidikan, sebuah super aplikasi yang dapat diakses melalui portal web maupun aplikasi *mobile*. Platform ini hadir sebagai ekosistem digital terpadu yang mengintegrasikan berbagai layanan pendidikan dalam satu pintu, mencakup delapan ruang utama, yakni Ruang GTK, Ruang Murid,

Ruang Sekolah, Ruang Bahasa, Ruang Pemerintah, Ruang Mitra, Ruang Publik, dan Ruang Orang Tua. Melalui platform ini, seluruh pemangku kepentingan dibidang pendidikan mulai dari guru, siswa, orang tua, hingga masyarakat umum dapat mengakses layanan dan informasi pendidikan secara lebih mudah, efisien, dan terintegrasi.

Pengelolaan konten digital yang mencakup berbagai platform dengan karakteristik berbeda menuntut adanya standar dan strategi yang terstruktur. Setiap entitas yang bergerak di ranah digital dituntut untuk mempertahankan konsistensi visual sebagai bagian dari strategi membangun identitas yang kuat, karena keselarasan tampilan antar platform berkontribusi signifikan terhadap persepsi profesional audiens (Fauziah et al ., 2024). Selama pelaksanaan magang di divisi Pemanfaatan Layanan Digital, ditemukan tantangan teknis dalam memproduksi beragam kebutuhan konten, mulai dari desain *feeds*, *reels*, dan *story* Instagram, hingga pembuatan modul untuk program Guru Pejuang Digital yang diperuntukkan tenaga pendidik.

Berangkat dari hal tersebut, elemen visual memiliki peran yang fundamental sebagai garda terdepan dalam menarik minat publik terhadap layanan pendidikan. Penerapan elemen visual yang terstruktur mulai dari warna, tipografi, hingga tata letak terbukti mampu membentuk hierarki informasi yang efektif, sekaligus memperkuat keterbacaan dan daya tarik konten di mata audiens (Adiwardana & Nugroho, 2025). Keselarasan visual antarkanal mulai dari desain *feeds* Instagram, dan modul Guru Pejuang Digital Rumah Pendidikan, menjadi kunci agar pesan yang disampaikan mudah dikenali oleh publik.

Meskipun penelitian mengenai optimalisasi konten digital pada instansi publik sudah banyak dilakukan, seperti studi terdahulu yang mengkaji strategi konten Instagram dengan fokus audiens kelompok ASN dan pensiunan, namun kajian tersebut masih terbatas pada pemanfaatan satu platform media sosial saja. Terdapat celah riset yang belum banyak dieksplorasi mengenai bagaimana strategi optimalisasi visual diterapkan pada ekosistem platform digital yang lebih kompleks, yang

dituntut untuk menyelaraskan konten kreatif media sosial sekaligus aset formal non-media sosial seperti modul pelatihan digital untuk tenaga pendidik.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, Pendekatan ini dipilih karena proses optimalisasi konten visual tidak dapat diukur semata melalui angka, melainkan memerlukan pemahaman mendalam terhadap proses kreatif, penerapan elemen desain, serta dinamika kerja di lapangan. Dalam kegiatan ini, data primer diperoleh melalui observasi dan keterlibatan langsung dalam proses produksi konten visual di divisi Pemanfaatan Layanan Digital PUSDATIN Kemendikdasmen RI, mencakup pembuatan desain *feeds*, *reels*, *story* Instagram, dan modul Guru Pejuang Digital Rumah Pendidikan. Data sekunder diperoleh dari wawancara, internet, artikel, jurnal, dan sumber lain yang berhubungan dengan penulisan.

Lokasi pengambilan data dilakukan secara *offline* di Kantor Pusat Data dan Teknologi Informasi

(PUSDATIN) Kemendikdasmen RI yang berlokasi Jl. RE Martadinata No.KM. 15.5, Cipayung, Kec. Ciputat, Kota Tangerang Selatan, Banten 15411.

Dalam penelitian kualitatif, peneliti sendiri merupakan instrumen utama (key instrument) yang secara langsung terlibat dalam pengumpulan dan penafsiran data (Sugiyono, 2017). Daftar pertanyaan yang diajukan kepada Pengelola Media Sosial dan Pimpinan Divisi Pemanfaatan Layanan Digital PUSDATIN Kemendikdasmen RI, Gawai digunakan sebagai alat dokumentasi kegiatan serta merekam proses wawancara bersama pengelola media sosial pimpinan divisi Pemanfaatan Layanan Digital di PUSDATIN Kemendikdasmen RI.

Partisipasi aktif dilakukan sebagai teknik pengumpulan data dengan ikut terlibat langsung dalam kegiatan. Selama pelaksanaan magang, seluruh aktivitas turut diikutsertakan dalam proses produksi konten visual harian di divisi Pemanfaatan Layanan Digital PUSDATIN Kemendikdasmen RI.

Observasi dilakukan dengan cara melakukan pengamatan

langsung terhadap proses produksi konten visual, penerapan elemen visual seperti warna, tipografi, dan tata letak, serta konsistensi identitas visual yang diterapkan pada berbagai kanal platform Rumah Pendidikan.

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti dan apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam (Sugiyono, 2017). Pada kegiatan ini, wawancara dilakukan secara semi-terstruktur kepada pengelola media sosial dan pimpinan di divisi Pemanfaatan Layanan Digital PUSDATIN Kemendikdasmen RI.

Pengumpulan data melalui studi literatur dilakukan dengan mencari dan mengumpulkan data atau teori terkait topik penelitian melalui buku dan internet berupa jurnal ilmiah, e-book, artikel, dan sejenisnya.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Alur Manajemen dan Proses Produksi Konten Rumah Pendidikan

Tahapan perencanaan merupakan fondasi awal yang krusial dalam siklus manajemen produksi

konten pada platform Rumah Pendidikan. Perencanaan komunikasi dalam instansi pemerintahan merupakan faktor utama sekaligus strategi penting untuk memastikan penyampaian informasi pelayanan publik dapat tersampaikan secara efektif, transparan, dan tepat sasaran (Zharfan, 2024). Berdasarkan hasil wawancara dengan Nur Malik Maulana, M.I.Kom. selaku Pimpinan Divisi Pemanfaatan Layanan Digital, platform ini mengalami transformasi manajemen komunikasi publik yang sangat signifikan dari tahun sebelumnya. Terkait perubahan tersebut, dijelaskan bahwa:

"Dari yang tadinya unplanned, tidak terencana, apa namanya workflow yang enggak begitu rapi atau mungkin boleh dibilang belum terlihat workflow-nya menjadi sekarang sudah punya workflow yang lebih jelas gitu."

Proses pra-produksi berjalan secara terstruktur dan rutin diinisiasi satu bulan sebelum penayangan melalui koordinasi intensif. Sebagaimana yang dipaparkan dalam

transkrip wawancara bersama Syarif Rachman Latuamury:

"...biasanya kita ngelakuin sih sebulan sebelum kita ada weekly meeting tujuannya untuk kita ngumpulin ada beberapa tribe yang ada di kementerian ini dan di konsultan maupun di internal kita diskusi untuk ngebahas satu bulan ke depan ini..."

Melalui pertemuan berkala tersebut, tim internal bersama konsultan eksternal dan perwakilan lintas sektor menyaring substansi informasi terkini demi menentukan rencana konten selama 30 hari ke depan. Meskipun draf teknis dieksekusi secara mandiri oleh tim internal media sosial, proses finalisasi kebijakan tetap mengedepankan komunikasi partisipatif dengan melibatkan jajaran pimpinan. Syarif Rachman Latuamury menambahkan bahwa dalam menentukan topik dan judul konten, tim selalu mengutamakan persetujuan bersama dengan pimpinan:

"Judul-judul apa yang diangkat itu kita sepakati

bersama. Kalau dirasa dari schedule selama 30 hari itu so far aman..."

Memasuki tahap eksekusi dan produksi, draf rencana yang telah disepakati kemudian diturunkan ke tim grafis untuk diterjemahkan menjadi konten nyata. Praktik alur kerja ini menunjukkan bahwa proses menerjemahkan pesan dari draf komunikasi (brief content) ke dalam bentuk ilustrasi visual merupakan tanggung jawab krusial dari tim desainer atau ilustrator demi menjaga keselarasan pesan (Yopita & Kurnianingsih, 2024). Memanfaatkan platform *Canva* untuk mengeksekusi sekitar 90% dari keseluruhan kebutuhan produksi konten visual pada platform Rumah Pendidikan. Pemilihan penggunaan *software* ini menjelaskan bahwa *Canva* memiliki keunggulan komparatif dalam kemudahan akses berbasis *cloud* yang sangat mendukung aktivitas kolaborasi daring secara *real-time* bagi sebuah tim kerja (Chumayroh & Ramli, 2025). Sementara itu, untuk kebutuhan elemen visual yang memerlukan manipulasi tingkat lanjut atau fitur teknis yang tidak tersedia di *Canva*, dikombinasikanlah perangkat

lunak komplementer seperti *Figma* dan *Adobe Photoshop*. Pemanfaatan dan kombinasi beberapa perangkat lunak *editing* yang berbeda secara sekaligus terbukti efektif dalam menghasilkan rancangan visual yang menarik, terutama untuk memenuhi kebutuhan promosi serta memperkuat pengenalan identitas suatu produk (Muflikhun et al ., 2023). Mengenai pembagian lapisan kerja dalam proses produksi tersebut, Syarif Rachman Latuamury menjelaskan bahwasanya:

"Iya biasanya tuh ada tiga layer biasanya. Yang pertama PIC program, yang kedua adalah substansinya, yang ketiga bikin desainnya... jadi ada tim substansi maupun tim PIC program setelah itu tim desain gitu."

Urgensi pada tahapan peninjauan (review) ini menegaskan bahwa penerapan uji kelayakan terhadap setiap materi komunikasi sebelum ditayangkan berfungsi sebagai langkah preventif yang esensial guna memastikan kualitas pesan dan konsistensi visual tetap terjaga dengan kuat (Syafira et al .,

2026). Berdasarkan penjelasan Nur Malik Maulana, M.I.Kom selaku Pimpinan Divisi Pemanfaatan Layanan Digital, perancangan alur kerja (workflow) yang jelas menjadi target utama demi mewujudkan tata kelola media sosial yang sistematis. Dalam operasionalisasinya, ekosistem kerja Rumah Pendidikan melibatkan kolaborasi hibrida antara tim internal Pusdatin dan konsultan eksternal yang dipekerjakan khusus. Mengenai pembagian peran sirkulasi kontrol kualitas ini, Syarif Rachman Latuamury selaku Pengelola Media Sosial memaparkan alurnya:

"...kami di sini perannya lebih ke supervisi untuk request terkait kebutuhan konten, terus diskusi kontennya, terus mereka yang akan memproduksi, terus mereka yang nge-publish mereka yang menginformasikan kita, kita yang nge-publish itu semua."

Melalui pola kerja tersebut, tim internal bertindak sebagai pengarah konten dan supervisor substansi materi, sedangkan tim konsultan eksternal fokus pada eksekusi visual

desain harian. Terkait birokrasi persetujuan produk final, Syarif Rachman Latuamury juga menambahkan bahwa proses *approval* tidak selalu harus melewati pimpinan divisi tertinggi secara kaku, melainkan telah didelegasikan secara penuh kepada tim internal asalkan konten yang diproduksi sudah selaras dengan *content planner* 30 hari serta kode warna (*color code*) yang disepakati bersama. Apabila selama proses pemantauan *real-time* ditemukan ketidaksesuaian visual atau kesalahan redaksional, alur revisi akan langsung dijalankan secara tanggap oleh tim desainer, yang idealnya diselesaikan satu hari sebelum jadwal publikasi (H-1) demi menjaga konsistensi penayangan konten.

Analisis Elemen Komunikasi Visual dan Konsistensi Identitas Digital

Elemen visual merupakan komponen dasar yang membentuk sebuah karya desain komunikasi visual. Tinarbuko (2015:5) menyebutkan bahwa desain komunikasi visual mengolah elemen desain grafis yang terdiri dari gambar (ilustrasi), huruf, warna, komposisi, dan *layout*, dengan tujuan

menyampaikan pesan, arti, dan makna dalam bentuk visual kepada target audiens. Selain itu, elemen visual juga bisa terdiri dari titik, garis, bidang, tekstur, ruang, dan warna (Putra, 2021, dalam Tsabitah & Kusumandyoko, 2024: 161).

Secara teoretis, tipografi merupakan ilmu yang berkaitan dengan huruf, mencakup seni dan teknik merancang serta menyusun huruf yang berhubungan dengan penyusunan publikasi visual, baik secara cetak maupun non-cetak (Kusrianto, 2013: 1, dalam Tsabitah & Kusumandyoko, 2024: 162). Teks atau tipografi yang digunakan dalam desain grafis mampu menciptakan suatu suasana bagi sebuah karya desain komunikasi visual karena karakteristik huruf yang sangat mendukung pesan yang ingin disampaikan (Sihombing, 2017, dalam Tsabitah & Kusumandyoko, 2024: 161). Efisiensi rumpun huruf *sans-serif* pada media digital ini diperkuat melalui hasil studi empiris berbasis *eye-tracking* oleh Dogusoy et al ., (2016:1) yang membuktikan bahwa pengguna mampu membaca teks dengan rupa huruf *sans-serif* di layar digital secara jauh lebih cepat dan

dengan tingkat akurasi yang lebih tinggi dibandingkan dengan tipe huruf *serif*.

Implementasi teoretis tersebut tercermin nyata pada platform Rumah Pendidikan, di mana seluruh aset visual baik untuk konten kreatif media sosial, hingga dokumen formal seperti modul edukasi Guru Pejuang Digital (GPD) menerapkan rumpun huruf Sans-Serif secara seragam, yaitu tipe huruf Inter dan Nunito. *Font* Inter yang memiliki struktur geometris dan bersih secara sengaja diterapkan untuk mengoptimalkan kejelasan teks pendek pada layar gawai, sehingga sangat ramah di mata audiens generasi muda. Sementara itu, font Nunito yang memiliki karakteristik ujung huruf bulat, diaplikasikan untuk memberikan kesan yang lebih komunikatif namun tetap formal. Kepatuhan terhadap keseragaman rumpun *font* ini menjadi bukti kedisiplinan tim desainer dalam menjaga identitas visual instansi. Sebagaimana yang ditegaskan oleh Syarif Rachman Latuamur selaku salah seorang Pengelola Media Sosial bahwa seluruh elemen desain wajib patuh pada aturan utama:

"...karena itu sifatnya adalah mandatori langsung dari pusat jadi apa pun model desainnya seperti apa itu akan kita ikuti..."

Pola warna dan penggabungannya dapat meninggalkan kesan tertentu pada audiens berdasarkan persepsi individu maupun masyarakat, sehingga pemilihan skema warna menjadi faktor penting dalam membangun identitas visual sebuah merek atau lembaga (Pender, 1998, dalam Tsabitah & Kusumandyoko, 2024: 161).

Implementasi teoretis tersebut tercermin nyata dalam konteks platform Rumah Pendidikan, di mana pengelolaan warna tidak berjalan secara bebas melainkan menjadi instrumen komunikasi utama lembaga. Sebagaimana yang dipaparkan oleh Syarif Rachman Latuamur, panduan warna instansi saat ini berpusat pada penyesuaian logo kementerian yang baru, dengan warna biru dan oranye kekuning-kuningan sebagai poros utama demi membangun kesadaran merek yang kuat (*top of mind*) di mata publik. Penentuan skema warna ini kemudian

diturunkan secara spesifik ke dalam berbagai ruang layanan digital di platform Rumah Pendidikan untuk menciptakan hierarki psikologis bagi audiens. Nur Malik Maulana, M.I.Kom merincikan skema pembagian warna tersebut:

*"...orang ingat kalau
oranye kuning itu Ruang
Murid, kalau biru itu Ruang
GTK gitu hijau itu Ruang
Sekolah."*

Secara teoretis, tata letak atau layout merupakan elemen desain yang mengatur penempatan seluruh komponen visual dalam sebuah bidang desain. Menurut Tom Lichty, prinsip-prinsip layout yang baik terdiri dari proporsi, keseimbangan, kontras, irama, dan kesatuan (dalam Tsabitah & Kusumandyoko, 2024: 161). Meskipun tidak ada standar kaku mengenai penggunaan bentuk geometris dekoratif tertentu, Syarif Rachman Latuamur menjelaskan bahwa penataan *layout* harian sangat dipengaruhi oleh penempatan logo kementerian yang wajib mengikuti standar baku instansi karena logo merupakan komponen yang sangat krusial. Nur Malik Maulana, M.I.Kom memaparkan bahwa internal tim grafis

menyusun panduan visual khusus untuk membedakan karakteristik *layout* vertikal (portrait) untuk Instagram dan horizontal (landscape) untuk YouTube. Nur Malik Maulana, M.I.Kom menekankan pentingnya perhitungan zona aman (safe zone) agar tidak terjadi tumpang tindih visual dengan fitur bawaan aplikasi:

*"...kita juga
memperhatikan ininya juga
apa marker, marker yang
ada di Instagram jadi
supaya teks-teks caption-
nya itu enggak nabrak
dengan marker yang ada di
HP kan gitu... Dulu pun kita
ada trial error-nya juga
ketika kita buat terus kita
cek posting oh ternyata ada
kendala ini nabrak di sini,
nah kita perbaiki kayak
gitu."*



Gambar 1 Tata Letak dan Hierarki Visual Konten Feeds Instagram Rumah Pendidikan

Strategi Transformasi Informasi Publik: Menembus Kekakuan Birokrasi

Informasi publik merupakan hak dasar setiap warga negara yang dijamin oleh konstitusi. Keterbukaan informasi yang dilaksanakan dan diselenggarakan di sebuah negara harus mengandung tiga unsur utama, yaitu transparansi, efisiensi, dan partisipasi (Sumarto, 2003, dalam Ricky & Rahimallah, 2022: 64). Di Indonesia, jaminan keterbukaan informasi telah diatur dalam UUD 1945 hasil amandemen pasal 28F dan 28J, yang kemudian diperkuat dengan lahirnya Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik, yang mengamanahkan bahwa tidak ada

alasan bagi badan publik untuk menutupi informasi yang bersifat umum dan berdampak luas bagi masyarakat (Ricky & Rahimallah, 2022: 65). Penerapan keterbukaan informasi publik memiliki dampak ganda, baik secara internal maupun eksternal. Secara eksternal, jika keterbukaan informasi publik dilaksanakan dengan sungguh-sungguh, maka akan berdampak pada meningkatnya mutu pelayanan kepada masyarakat, terjaminnya kepastian layanan publik, serta meningkatnya kepercayaan masyarakat terhadap instansi pelayanan publik (Ricky & Rahimallah, 2022: 70). Lebih jauh, keterbukaan informasi akan mampu meningkatkan akurasi, efisiensi, dan efektivitas kebijakan yang diambil oleh badan publik karena terjadinya interaksi atas pertukaran informasi (Yang & Maxwell, 2011, dalam Ricky & Rahimallah, 2022: 64). Sebagai badan publik, Kemendikdasmen memiliki kewajiban untuk menyediakan dan menyebarluaskan informasi pendidikan kepada masyarakat sesuai dengan amanat. Melalui platform Rumah Pendidikan, baik website, aplikasi, maupun Instagram,

Kemendikdasmen berupaya memenuhi kewajiban tersebut.

Namun, dalam realitas operasionalisasinya di divisi Pemanfaatan Layanan Digital Pusdatin Kemendikdasmen, desainer grafis kerap kali dihadapkan pada dua spektrum tantangan penyajian data yang bertolak belakang. Di satu sisi, data mentah diterima berupa lembar panduan publikasi (content brief) tekstual yang panjang dan padat informasi. Di sisi lain, kerap sering menghadapi situasi sebaliknya, di mana instruksi dari pimpinan bersifat sangat minimalis dan verbal tanpa disertai draf tulisan maupun arahan *copywriting*. Tantangan ganda berupa pengolahan teks birokrasi yang kaku serta ketiadaan draf pesan kreatif ini mengharuskan adanya strategi transformasi visual yang kuat agar pesan utama (core message) kementerian tetap tersampaikan secara utuh, interaktif, dan ramah di mata audiens digital tanpa melanggar *brand visual guideline* yang telah pakem.

Guna mengatasi kompleksitas narasi hukum dan data birokrasi yang kaku tersebut, tim pengelola media sosial menerapkan taktik eksekusi

kreatif melalui pengalihan format menjadi produk digital yang dinamis, ringkas, dan interaktif. Strategi pemanfaatan hierarki desain pada media sosial menegaskan bahwa pengaturan elemen dan konsistensi tata letak pada *platform* Instagram sangat krusial dalam menyusun informasi digital, sehingga pesan yang padat tetap terstruktur dan mampu membangun citra informasi yang efektif di mata audiens (Angga & Fikri, 2026). Agar tampilan konten tetap terlihat dinamis dan memikat tanpa ada satu pun substansi informasi penting yang tertinggal, muatan teks tersebut didistribusikan secara taktis ke dalam beberapa halaman *slide carousel*. Manipulasi ukuran huruf (font sizing), penempatan kontras, serta tata letak elemen grafis juga dilakukan untuk memastikan pesan inti (core message) langsung tertangkap oleh mata audiens pada *slide* pertama (cover), sedangkan rincian teknis disebar ke *slide* berikutnya.

Taktik segmentasi visual ini menjadi krusial mengingat karakteristik produk komunikasi yang dikelola memiliki beban materi yang cukup menantang. Sebagaimana

yang diungkapkan oleh Syarif Rachman Latuamur bahwa bobot informasi yang disajikan oleh *platform* Rumah Pendidikan secara garis besar tergolong lumayan berat karena berkaitan erat dengan kurikulum dan mata pelajaran. Oleh karena itu, pemecahan teks ke dalam *slide carousel* yang ringkas serta transformasi ke format video menjadi strategi utama untuk menarik minat audiens.

Selain optimalisasi pada media sosial Instagram, strategi transformasi informasi publik juga diterapkan secara mendalam pada media publikasi formal berbentuk modul pelatihan digital, yaitu Pedoman Penyelenggaraan Bimbingan Teknis (Bimtek) Guru Pejuang Digital (GPD) Tahun 2026. Modul pelatihan kedinasan sering kali diidentikkan dengan dokumen yang tebal, kaku, dan dipenuhi oleh deretan teks serta tabel data konvensional yang berpotensi memicu kejenuhan bagi para tenaga pendidik yang membacanya. Asumsi kejenuhan ini mengungkapkan bahwa kegagalan dalam penyampaian materi kedinasan sering kali berakar dari kemasan pembelajaran konvensional yang

disediakan oleh pihak penyelenggara yang cenderung kaku dan membosankan bagi para peserta (Jaya & Raharjo, 2021). Menyiasati kondisi tersebut, peran kreatif diambil dalam menyulap penyajian draf materi tanpa mengubah substansi aslinya. Pendekatan hibrida antara modul tekstual dan visualisasi ala presentasi ini sengaja dipilih untuk menciptakan kesan desain yang rapi, klasik, ringkas, dan padat informasi tanpa membuat pembaca merasa lelah secara visual.



Gambar 3.6 - Ketentuan Pengkelasan, Peran Fasilitator, dan Peran Admin Kelas



Gambar 2 Dokumentasi Visual Cuplikan Halaman Modul Guru Pejuang Digital

D. Kesimpulan

Penelitian ini menemukan bahwa proses diseminasi informasi publik oleh divisi Pemanfaatan Layanan Digital Pusdatin Kemendikdasmen melalui *platform* Rumah Pendidikan telah berhasil dioptimalkan secara struktural maupun estetika visual dan media sosial Rumah Pendidikan mengalami transformasi manajemen komunikasi publik yang signifikan, di mana alur kerja (*workflow*) pra-produksi kini berjalan lebih terencana melalui koordinasi berkala (*weekly meeting*) satu bulan sebelum penayangan konten publikasi, selain itu penerapan elemen asset dilakukan secara disiplin dan konsisten guna mengawal identitas visual instansi. Akhirnya, penelitian ini menemukan bahwa platform Rumah Pendidikan berhasil menerapkan strategi transformasi informasi publik dengan mereduksi dokumen tekstual birokrasi yang tebal dan kaku menjadi produk digital yang dinamis, interaktif, dan ramah di mata audiens.

Berdasarkan temuan serta kendala nyata yang dihadapi di lapangan selama pelaksanaan magang, maka rekomendasi atau

saran taktis yang dapat diberikan untuk pengembangan platform Rumah Pendidikan ke depannya adalah sebagai berikut: (1) pengoptimalisasian keterlibatan dimulai melalui peningkatan interaksi admin berupa respons aktif terhadap kolom komentar audiens serta penyisipan konten interaktif (seperti kuis, kuesioner mini, atau permainan interaktif) guna mengimbangi konten publikasi yang didominasi oleh teks informasi formal, (2) ekspansi multi-platform, mengingat besarnya potensi pasar digital, instansi direkomendasikan untuk segera merealisasikan rencana optimalisasi platform TikTok melalui lini produksi konten yang terpisah dari Instagram. Perlu adanya penambahan kapasitas tim kreatif atau pelatihan khusus desainer internal agar mampu memproduksi video pendek dengan pendekatan tren visual khas TikTok (bukan sekadar *mirroring* atau menyalin mentah-mentah aset grafis Instagram statis).

DAFTAR PUSTAKA

Muflikhun, M. N., Febrianto, R.,
Syailendra, D., Wibawa, B. B.,

- Setiawan, A. N., & Rahmah, H. (2023). PENINGKATAN SKILL EDITING FOTO & VIDEO MELALUI PELATIHAN PENGENALAN APLIKASI EDITING PADA SISWA KELAS X. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*. 3(2).
<https://doi.org/10.32665/mafaz.a.v3i2.1720>
- Adiwardana, F. H., & Nugroho, D. R. (2025). Analisis Elemen Visual Postingan Konten Infografis Edukasi pada Feed Akun Instagram @ditjentataruang Edisi Januari 2025. *Jurnal Riset Rumpun Seni, Desain Dan Media*. 4(1).
<https://doi.org/10.55606/jurrse.ndem.v4i1.5029>
- Albarzand, A. F. (Professional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik). Peran Tiktok Sebagai Media Komunikasi Politik Bagi Generasi Milenial(Studi Kasus Pada Karyawan Duta Lampung Tahun 2024). *Professional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik*. 11(2).
<https://doi.org/10.37676/profesional.v11i2.7148>
- Angga, M., & Fikri, M. (2026). STRATEGI PENERAPAN ELEMEN DESAIN KOMUNIKASI VISUAL DALAMMEMBANGUN CITRA BRAND DIGITAL, STUDI KASUS @Tndon_Id. *Jurnal Manajemen Pendidikan*. 11(2).
<https://doi.org/10.34125/jmp.v11i2.2118>
- CHUMAYROH, & RAMLI, M. (2025). Practical Comparison: PowerPoint and Canva for Visual Learning. *JOURNAL OF DIGITAL LEARNING ANDDISTANCE EDUCATION (JDLDE)*. 3(9).
<https://doi.org/10.56778/jdlde.v3i9.396>
- Dogusoy, B., Cicek, F., & Cagiltay, K. (2016). How Serif and Sans Serif Typefaces Influence Reading on Screen: An Eye Tracking Study. Dalam B. C. Dogusoy, *Design, User Experience, and Usability: Novel User Experiences* (hal. 1). Springer, Cham.
- Fauziah, R. G., Santoso, H., Maharani, K. Z., Manisya, N., & Saleh, A. (2024). Strategi Pembuatan Konten Instagram @amorphotoworks dalam Mempertahankan Konsistensi dan Kualitas Branding. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*. 4(4).
<https://doi.org/10.53866/jimi.v4i4.629>
- INDONESIA, A. P. (2025, Agustus 6). *INDONESIA, ASOSIASI PENYELENGGARA JASA INTERNET*. Diambil kembali dari APJII:
<https://survei.apjii.or.id/survei/grup/11>

- Jaya, D. J., & Raharjo, N. E. (2021). Pengembangan Modul Pendidikan dan Pelatihan Materi Perencanaan Perkerasan Jalan pada Perusahaan Jasa Konstruksi. *Edcomtech: Jurnal Kajian Teknologi Pendidikan*. 6(1). <http://dx.doi.org/10.17977/um039v6i12021p162>
- Ricky, R., & Rahimallah, M. T. (2022). PUBLIC INFORMATION DISCLOSURE: HOLISTICATION AND ACCELERATION OF GOOD GOVERNANCE IN INDONESIA. *Jurnal Ilmiah Wahana Bhakti Praja*, 12(2), 64-65; 70. <https://doi.org/10.33701/jiwbp.v12i2.291164-65; 70>.
- Sisilianingsih, S., Purwandari, B., Eitiveni, I., & Purwaningsih, M. (2023). Analisis Faktor Transformasi Digital Pelayanan Publik Pemerintah Di Era Pandemi. *Jurnal Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*. 10(4). <https://doi.org/10.25126/jtiik.2023107059>
- Sugiyono. (2013). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D*. ALFABETA, CV.
- Syafira, A., Isyak, R. M., & Rochmaniah, A. (2026). PENGELOLAAN KONTEN INSTAGRAM UNTUK MEMPROMOSIKAN SEMANGGI DIGITAL INDONESIA. *MAJU : Indonesian Journal of Community Empowerment*. 3(1). <https://doi.org/10.62335/maju.v3i1.2330>
- Tinarbuko, S. (2015). *Dekave: desain komunikasi visual : penanda zaman masyarakat global*. Yogyakarta: Center for Academic Publishing Service.
- Tsabitah, E. R., & Kusumandyoko, T. C. (2024). ANALISIS PRINSIP LAYOUT TOM LICHTY PADA FEED INSTAGRAM WARDAH. *Jurnal Barik*, 6(2), 161-162. <https://doi.org/10.26740/jdkv.v6i2.63576>
- Yopita, L., & Kurnianingsih, A. (2024). Buttonsscarves's Digital Content Marketing On Its Social Media Instagram Account To Maintain Brand. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*. 6(2). <https://doi.org/10.47080/jmb.v6i2.3529>
- Zharfan, S. Z., Rudiana, & Centia, S. (2024). PERENCANAAN KOMUNIKASI PEMERINTAHAN. *Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Bidang Administrasi, Sosial, Humaniora Dan Kebijakan Publik*. 7 (4). <https://doi.org/10.24198/responsive.v7i4.61240>