

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Komunikasi Visual

Komunikasi visual merupakan sebuah rangkaian proses penyampaian informasi atau pesan kepada pihak lain. Menurut pakar komunikasi, Everett M, Rogers, komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada penerima dengan maksud untuk mengubah tingkah laku dari penerima. Dimana komunikasi tersebut dilakukan melalui media yang dapat terbaca secara visual oleh indra penglihatan atau mata visual sendiri berasal dari bahasa latin yaitu "*Videre*" yang artinya melihat (Lia Anggraini & Kirana Nathalia dalam Pratiwi et al., 2023). Dengan kata lain, Komunikasi visual adalah komunikasi yang menggunakan Bahasa visual sebagai media utamanya, seperti pemilihan warna, garis, tipografi, bentuk, gambar, desain grafis, dan ilustrasi. Komunikasi visual juga sering kali disebut Bahasa isyarat (*Language of gesture*) yang selalu melibatkan beberapa elemen-elemen seni dan desain dalam menyampaikan pesannya agar dapat diterima dengan baik dan efektif kepada audiens.

Tujuan utama dari komunikasi visual adalah untuk menginformasikan, mempengaruhi, dan mengubah perilaku audiens sesuai dengan tujuannya. Komunikasi visual sendiri merupakan bentuk latihan teori dan konsep melalui berbagai unsur visual yang menggabungkan unsur kreativitas, estetika, efisiensi, dan juga efektivitas penyampaian pesan. Selain itu, Komunikasi visual sangat berperan penuh sebagai sarana informasi yang mudah diterima dan dipahami oleh masyarakat luas.

Prinsip-prinsip dasar pada komunikasi visual meliputi keseimbangan, kontras, keselarasan, dan kesederhanaan yang semua berupaya untuk menciptakan karya visual yang memiliki daya tarik dan dapat mendukung indra

penglihatan sehingga pesan yang ingin disampaikan lebih mudah untuk diingat. Pada era multimedia saat ini komunikasi visual sangatlah penting, karena gambar dan visual menjadi pusat perhatian dan hal baru dalam memberikan kenyamanan dan kemudahan ketika memberikan pemahaman atas informasi yang disampaikan. Oleh karena itu, komunikasi visual dapat memberikan jawaban atas kebutuhan masyarakat modern dengan menyajikan informasi yang kompleks dalam bentuk yang sederhana, menarik, dan mudah diterima. Secara singkat, komunikasi visual bukan hanya sekedar menyampaikan pesan melalui indera penglihatan saja, tetapi bagaimana dapat memadukan unsur seni dan juga desain yang bertujuan menciptakan komunikasi yang efektif dan efisien serta memiliki sebuah makna dan nilai dalam penyampaian.

2.2 Strategi Komunikasi Visual

Strategi merupakan seni yang melibatkan kemampuan intelegensi atau pikiran untuk membawa segala sumber daya yang tersedia yang digunakan untuk mencapai sebuah tujuan tertentu dalam memperoleh suatu keuntungan yang besar atau efisien dan maksimal (Denova dalam Irwanto & Kristiana, 2022). Keberhasilan dalam melakukan komunikasi tidak terlepas dari yang namanya strategi, karena jika tidak adanya strategi dalam berkomunikasi yang baik maka akan memberikan efek yang memungkinkan akan menimbulkan efek negatif. Tanpa adanya strategi komunikasi yang baik di media massa yang semakin modern dan juga menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari pastinya akan menimbulkan hal tidak baik bila dilakukan terus menerus tanpa adanya evaluasi.

Strategi komunikasi visual adalah penyampaian informasi yang dimana menggunakan visual (gambar) untuk memperjelas pesan teks atau verbal yang ingin disampaikan dalam sebuah informasi, sehingga dapat dipahami dengan jelas dan menghindari *miss communication* (Herlina dalam Irwanto & Kristiana, 2022). Strategi komunikasi visual dapat diterapkan pada berbagai bidang seperti bisnis, pemasaran, dan branding, dimana berfokus pada

penggunaan elemen visual yang pastinya menarik dan juga relevan untuk meningkatkan perhatian audiens pada konten yang di buat. Secara keseluruhan, strategi komunikasi visual adalah cara untuk melakukan pendekatan dalam bentuk kreativitas, estetika, dan teknologi untuk menyampaikan pesan yang jelas dan menarik.

2.3 Media Sosial Instagram Sebagai Platform Komunikasi

Media sosial merupakan salah satu bentuk perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang paling signifikan dalam dua dekade terakhir. Platform ini berfungsi sebagai medium daring (*online*) yang memungkinkan para penggunanya untuk mengekspresikan diri, menciptakan serta menyebarkan konten secara interaktif, tanpa terikat oleh batasan geografis maupun temporal. Karakteristik ini menjadikan media sosial sebagai ruang komunikasi digital yang terbuka, dinamis, dan sangat inklusif.

Instagram merupakan salah satu platform media sosial yang mengedepankan komunikasi visual melalui foto dan video. Secara etimologis, istilah “Instagram” berasal dari gabungan dua kata, yakni “*instant*” dan “*telegram*”. Kata “*instant*” merujuk pada kemudahan dan kecepatan dalam menangkap serta menampilkan gambar layaknya kamera polaroid, sementara “*telegram*” mengindikasikan sistem komunikasi yang cepat dalam menyampaikan pesan visual. Hal ini sebagaimana dijelaskan oleh (Sutrisno & Mayangsari, 2021) bahwa Instagram menawarkan cara yang instan dan menarik untuk membagikan konten visual secara daring.

Keunikan Instagram terletak pada perpaduan antara kreativitas dan interaktivitas. Pengguna didorong untuk menciptakan konten yang orisinal, estetik, dan komunikatif, baik dalam bentuk gambar, video pendek, maupun desain digital lainnya. Kemampuan pengguna dalam mengemas narasi visual yang kuat seringkali menjadi faktor penentu keberhasilan dalam menjangkau audiens yang lebih luas. Dalam konteks ini, Instagram bukan hanya sarana berbagi, tetapi juga menjadi arena untuk membangun identitas digital dan reputasi daring.

2.4 Komik Sebagai Media Komunikasi Visual

Komik merupakan salah satu bentuk media komunikasi visual yang menggabungkan gambar dan teks dalam sebuah alur cerita yang runtut. Komik Adalah bentuk seni yang menggunakan gambar diam yang disusun membentuk sebuah cerita yang terjalin dan dilengkapi dengan teks (Reskiani, 2023). Komik juga sering kali dilihat sebagai media pembelajaran yang efektif sebab mampu menyajikan informasi secara visual dan teks yang bisa memudahkan dalam memahami isi yang ingin disampaikan. Komik juga memuat unsur visual dan juga narasi yang memiliki daya tarik tersendiri bagi pembaca. Dengan nilai edukasi dapat menjadikan komik sebagai alat bantu pendidikan untuk menyampaikan pesan yang efisien.

Komik juga menjadi salah satu upaya untuk melakukan komunikasi yang ada pada dunia digital, yang isinya bukan hanya memuat gambar yang menarik tetapi juga pesan yang bisa diterima dengan baik oleh audiens. Dalam pemanfaatannya, komik bukan sebagai media hiburan saja tetapi di dalamnya secara tidak langsung tersirat promosi di dalamnya baik promosi kegiatan maupun organisasi. Pemanfaatan komik sebagai media promosi dalam dunia digital pastinya tidak lepas dari hadirnya internet yang selalu memberikan kemudahan bagi banyaknya pengguna media sosial. Dengan komik juga, membuat pesan yang ingin disampaikan memungkinkan dengan mudah untuk diterima dan dimengerti oleh audiens. Walaupun komik hanya berbentuk gambar dan tulisan saja namun dikemas dengan sederhana akan membuat pembaca dapat dengan mudah menerima pesan yang disampaikan.

Komik memiliki beberapa fungsi yang penting dalam kehidupan sosial dan juga media komunikasi. Secara umum, komik memiliki fungsi sebagai sarana hiburan karena adanya kemampuan untuk menghibur para pembacanya dengan alur cerita, karakter, dan ilustrasi yang tentunya menarik. Melalui kombinasi gambar dan teks, pesan yang disampaikan akan menjadi lebih mudah untuk dipahami dan juga diingat. Dalam pendidikan, komik memiliki peran

sebagai media edukatif yang membantu proses pembelajaran karena dapat menyajikan informasi secara asik, menarik dan tidak membuat bosan. Komik juga memiliki fungsi sosial dan moral, yaitu menanamkan nilai-nilai yang positif seperti kejujuran, kerjasama dan bentuk kepedulian dengan sesama melalui sebuah ide jalan cerita yang sangat dekat dengan kehidupan sehari-hari.

Komik juga sering menjadi teknik atau alat yang digunakan untuk memberikan pengaruh dan meyakinkan orang lain agar memiliki satu sudut pandang baik secara lisan maupun tertulis. Misalnya yang ada pada media kampanye kesehatan, keselamatan atau program pemerintahan, karena bentuknya yang ringan dan mudah diterima oleh berbagai kalangan masyarakat. Tidak hanya itu saja, komik juga memiliki fungsi estetika, dimana terdapat pada panel, warna, dan juga gaya ilustrasi yang menjadi media untuk mengekspresikan sebuah seni dari pembuatnya. Dengan demikian komik bukan hanya sekedar sarana hiburan saja, tetapi juga menjadi peluang sebagai media komunikasi visual yang efektif untuk mendidik, menyampaikan pesan, dan mempengaruhi pembaca dengan memberikan kesan menarik dan juga menyenangkan.

2.5 Peran Tim HumasPro/ Subtim KMS dalam Komunikasi Organisasi

Dalam konteks komunikasi organisasi, Tim Hubungan Masyarakat (Humas) memiliki peran strategis sebagai penghubung antara organisasi dengan publik, baik internal maupun eksternal. Humas memiliki fungsi untuk menciptakan, menjaga, dan mengelola hubungan yang harmonis antara organisasi dengan berbagai pihak yang memiliki kepentingan. Tugas utama Tim Humas sendiri adalah menyampaikan sebuah informasi resmi mengenai kegiatan organisasi, kebijakan, program agar dipahami publik secara efektif dan tentu juga tepat. Selain itu, Humas juga memiliki peran dalam menjaga citra positif suatu organisasi melalui pesan-pesan komunikasi yang bukan hanya menarik tetapi jelas dan juga transparan. Pada internal sendiri Humas memiliki peran untuk memastikan jalannya informasi antara pimpinan dan

karyawan berjalan dengan baik, sehingga seluruh anggota dapat memahami arah dan tujuan yang ingin dicapai. Sedangkan pada lingkup eksternal, Humas berperan dalam memperkuat reputasi sebuah lembaga melalui publikasi, kegiatan sosial, dan memanfaatkan media sosial sebagai media komunikasi publik.

Dengan adanya perkembangan teknologi dan juga pola komunikasi pada masyarakat yang semakin canggih dan juga digital, Subtim Konten dan Media Sosial hadir dengan bagian yang cukup penting dalam mendukung peran strategis seorang Humas. Subtim ini bertanggung jawab dalam mengelola platform digital yakni media sosial, seperti Instagram, YouTube, Facebook, dan media sosial lainnya yang memiliki fungsi sebagai sarana komunikasi secara dua arah antara organisasi dan publik. Peran utama seorang Subtim KMS adalah bagaimana merancang, memproduksi, serta mendistribusikan konten kreatif dan informatif yang mencerminkan identitas, nilai, dan pesan dari organisasi. Konten yang dibuat dapat berupa komik digital, video edukatif, infografis bahkan bisa saja informasi lainnya yang dirancang agar memiliki daya tarik perhatian publik serta meningkatkan pemahaman terhadap sebuah program lembaga. Selain itu juga, Subtim ini berperan dalam melakukan analisis terhadap performa komunikasi digital, seperti tingkat keterlibatan audiens, jangkauan pesan dan keefektifan dalam penyampaian informasi melalui media sosial.

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa Tim HumasPro dan Subtim KMS memiliki hubungan yang erat dan tentunya saling melengkapi dalam sistem komunikasi organisasi. Tim Humas memiliki tanggung jawab dalam merencanakan strategi, pembentukan citra, serta arah komunikasi yang ingin di bangun, sementara Subtim KMS berperan sebagai pelaksana teknis yang mengimplementasikan strategi tersebut melalui media digital dengan lebih kreatif dan interaktif. Kolaborasi yang diciptakan keduanya memungkinkan sebuah organisasi untuk menyesuaikan diri dengan dinamika komunikasi yang

lebih modern, memperkuat visibilitas di ruang digital, serta mampu menjaga hubungan yang positif dengan publik secara berkelanjutan.

2.6 Strategic Communication Theory

Teori Komunikasi Strategis dikemukakan oleh (Hallahan et al., 2007 dalam Estaswara, 2021) yang mendefinisikan komunikasi strategis sebagai penggunaan komunikasi secara sadar dan juga tertata oleh organisasi untuk mencapai sebuah misi dan tujuannya. Komunikasi strategis mengutamakan pentingnya akan perencanaan pesan, pemilihan media yang tepat, serta mencapai tahap evaluasi efektivitas komunikasi agar pesan yang ingin disampaikan dapat diterima baik oleh audiens yang ditargetkan. Dalam penelitian ini, teori komunikasi strategis digunakan untuk memahami bagaimana Tim HumasPro/SubTim Komunikasi dan Media Sosial BPS Provinsi Papua Barat dalam merancang dan melaksanakan strategi komunikasi visual melalui konten komik di Instagram sebagai bagian dari upaya membangun citra lembaga yang bukan hanya informatif tetapi memiliki sebuah kreatifitas dan juga dekat dengan masyarakat. Berdasarkan konsep Strategic communication theory yang dikemukakan Hallahan, maka penelitian ini mengoperasionalkan komunikasi strategis kedalam tujuh aspek analisis yaitu:

1. Purposeful (Berorientasi Tujuan)

Berorientasi tujuan adalah unsur penting dalam penerapan strategi komunikasi organisasi karena disetiap komunikasi dilakukan harus memiliki tujuan yang jelas agar pesan dapat tersampaikan dan mencapai sasaran yang diinginkan. Pada praktiknya, BPS Provinsi Papua Barat menggunakan komik digital pada Instagram sebagai bentuk dari bagian strategi komunikasi untuk meningkatkan literasi statistik masyarakat sekaligus membangun kedekatan antara instansi dan audiens. Penggunaan komik dipilih karena dinilai mampu dalam menyampaikan informasi statistik dengan cara yang lebih ringan, menarik dan mudah untuk dipahami dibanding dengan penyampaian informasi yang lebih formal. Melalui visual ilustrasi, *storytelling* dan bahasa yang komunikatif, BPS ingin menciptakan

pendekatan komunikasi yang dekat dengan kehidupan sehari-hari masyarakat sehingga pesan statistik akan lebih mudah diterima dengan efektif oleh audiens, khususnya generasi muda pengguna Instagram.

2. *Planning and Management* (Perencanaan dan Pengelolaan)

Perencanaan dan pengelolaan komunikasi adalah proses penting yang dilakukan dengan cara yang sistematis agar penyampaian pesan dapat dilakukan secara efektif dan sesuai dengan tujuan organisasi. Proses tersebut meliputi tahapan perencanaan, pengelolaan pesan, pemilihan media, hingga berada pada tahap evaluasi terhadap komunikasi yang dilakukan. Pada praktiknya, Tim HumasPro/ Subtim KMS BPS Provinsi Papua Barat melakukan perencanaan konten komik dengan menentukan tema apa yang relevan, penyusunan alur cerita, pemilihan visual ilustrasi, serta mengatur jadwal unggahan pada Instagram. Setiap konten yang diproduksi akan melalui proses pemeriksaan sebelum dipublikasikan agar isi pesan, visual dan informasi statistik yang disampaikan sesuai dengan citra lembaga dan bisa diterima dengan mudah oleh masyarakat. Melalui pengelolaan yang terstruktur, penggunaan konten komik dapat menjadi media komunikasi yang terarah, komunikatif dan menarik bagi audiens.

3. *Audience Orientation* (Berorientasi Pada Audiens)

Berorientasi audiens memiliki kaitannya dengan bagaimana organisasi dapat menyesuaikan pesan komunikasi berdasarkan kebutuhan, karakteristik, serta media yang digunakan oleh target audiens. Dengan strategi komunikasi yang efektif harus memiliki kemampuan dalam memahami siapa audiens yang akan dituju agar pesan dapat diterima dan dipahami dengan baik. Pada praktiknya, BPS Provinsi Papua Barat membuat konten komik dengan gaya yang lebih ringan, visual yang menarik dan menggunakan bahasa yang lebih sederhana untuk menyesuaikan karakteristik pengguna Instagram, khususnya generasi muda. Instagram dipilih sebagai media utama juga didasarkan pada tingginya pengguna platform tersebut oleh anak muda yang lebih tertarik dengan konten visual

dibandingkan dengan penyampaian informasi formal. Melalui pendekatan tersebut, BPS berusaha menciptakan komunikasi yang lebih dekat, interaktif dan relevan dengan apa yang dibutuhkan audiens sehingga informasi statistik dapat diterima dengan lebih efektif.

4. *Message Strategy* (Strategi Pesan)

Strategi pesan akan berkaitan dengan bagaimana pesan komunikasi dibuat dengan menarik, mudah dipahami serta relevan dengan kebutuhan dari audiens. Penyusunan pesan dengan cara yang tepat akan menjadi bagian penting dalam strategi komunikasi karena akan mempengaruhi letak keberhasilan dari organisasi dalam menyampaikan informasi. Pada praktiknya, BPS Provinsi Papua Barat menyampaikan informasi statistik melalui konten komik yang dikemas dalam bentuk cerita singkat melalui karakteristik visual yang menarik dan penggunaan bahasa yang sederhana. Pendekatan tersebut dilakukan agar informasi statistik yang cenderung formal dan kompleks dapat dipahami dengan baik oleh masyarakat. Selain memberi informasi, peran *storytelling* dan karakter komik yang lucu dapat membantu menciptakan komunikasi yang santai sehingga pesan yang akan disampaikan menjadi lebih ringan, menarik dan efektif.

5. *Media Strategy* (Strategi Media)

Strategi media akan berkaitan dengan pemilihan media komunikasi yang efektif dan sesuai dengan karakteristik serta kebiasaan audiens. Dengan menggunakan media yang tepat akan membantu organisasi menyampaikan pesan secara optimal kepada target komunikasinya. Pada praktiknya, BPS Provinsi Papua Barat memilih Instagram sebagai media utama yang digunakan dalam publikasi konten komik karena platform tersebut memiliki kesesuaian karakteristik visual dari format konten komik serta banyak digunakan oleh masyarakat. Instagram juga dinilai mampu untuk mendukung segala penyampaian informasi statistik terutama dalam bentuk ilustrasi visual, *storytelling* dan dapat berinteraksi secara langsung

dengan audiens melalui fitur komentar maupun *direct message*. Tingginya penggunaan Instagram di kalangan masyarakat membuat penyebaran informasi akan menjadi luas dan efektif sehingga pesan dalam konten komik dapat disampaikan dengan baik oleh audiens.

6. Consistency (Konsistensi Pesan)

Konsistensi pesan merupakan bentuk upaya organisasi dalam memastikan bahwa seluruh pesan dan aktivitas komunikasi dilakukan saling mendukung dalam membangun serta memperkuat citra organisasi. Perlunya konsistensi agar audiens dapat mengenali identitas lembaga dan memahami pesan yang disampaikan secara berkelanjutan. Pada praktiknya, konten komik dipublikasikan melalui Instagram BPS Provinsi Papua Barat tidak berdiri sendiri, tetapi menjadi bagian dari strategi komunikasi yang terintegrasi dengan berbagai media komunikasi BPS lainnya, seperti website resmi, TikTok serta publikasi data statistik. Selain itu, penggunaan identitas visual yang konsisten, warna yang khas BPS, gaya ilustrasi, dan penyampaian informasi statistik yang mengedepankan kredibilitas data menunjukkan adanya keselarasan pesan pada berbagai platform komunikasi. Melalui integrasi tersebut, BPS Provinsi Papua Barat berupaya membangun citra lembaga yang profesional, informatif, dan inovatif dalam menyampaikan informasi statistik kepada masyarakat.

7. Evaluation (Evaluasi)

Evaluasi sangat penting untuk seberapa efektifnya dan dampak strategi komunikasi yang telah diterapkan organisasi. Evaluasi dilakukan agar organisasi dapat melihat sejauh mana pesan komunikasi berhasil menjangkau audiens, membangun keterlibatan, serta mencapai tujuan komunikasi yang ditetapkan. Pada praktiknya, BPS Provinsi Papua Barat memantau interaksi publik terhadap konten komik Instagram melalui indikator seperti jumlah like, komentar, share, jangkauan postingan dan performa engagement secara keseluruhan. Data interaksi tersebut dapat

digunakan untuk menilai keberhasilan komunikasi, mengetahui jenis konten yang paling menarik perhatian audiens, serta menjadi bahan pertimbangan dalam pengembangan strategi konten berikutnya. Meskipun evaluasi konten komik belum sepenuhnya dilakukan secara khusus dan terstruktur, monitoring insight media sosial telah memberikan gambaran bahwa pengguna komik mampu meningkatkan perhatian dan interaksi masyarakat terhadap informasi statistik yang disampaikan BPS.

Berdasarkan Teori Komunikasi Strategis tersebut, penggunaan komunikasi yang tersusun dan sudah berfokus pada tujuan yang merupakan sebuah kunci dari keberhasilan organisasi ketika mencapai misi dan membangun hubungan yang baik dengan publik. Dalam konteks penelitian ini, maka penerapan teori komunikasi strategis ini melihat bagaimana Tim HumasPro/ Subtim KMS BPS Provinsi Papua Barat dapat merancang dan juga melakukan strategi komunikasi visual melalui konten komik yang di buat dan di unggah pada akun Instagram. Adanya proses perencanaan yang matang, media yang tepat, pesan yang memiliki keunikan, serta evaluasi interaksi publik dapat menunjukkan bahwa strategi komunikasi visual BPS telah dijalankan sesuai dengan prinsip komunikasi strategis. Oleh sebab itu, teori ini diharapkan bisa membantu menjelaskan bahwa penggunaan komik digital di media sosial dapat menjadi wadah yang efektif untuk menyampaikan pesan yang kompleks dengan cara yang ringan, menarik, dan mudah dipahami oleh masyarakat.

2.7 Model Honeycomb of Social Media

Model Sarang Lebah Media Sosial atau yang lebih dikenal dengan *Model Honeycomb of Social Media* merupakan konsep yang dikembangkan oleh (Kietzmann et al., 2011) untuk memahami bagaimana media sosial beroperasi, bagaimana pengguna melakukan interaksi di dalamnya, dan bagaimana organisasi bisa memanfaatkannya secara strategis. Dengan menggunakan model ini dapat dijelaskan bahwa media sosial terdiri dari tujuh blok fungsional utama, yaitu: identitas, percakapan, berbagai, kehadiran,

hubungan, reputasi, dan kelompok. Setiap blok menggambarkan aspek- aspek dalam kehidupan manusia yang berkaitan dengan hubungan, interaksi, dan struktur sosial dimana dapat membentuk pengalaman bagi pengguna dan menentukan bagaimana suatu platform media sosial dapat bekerja serta dimanfaatkan dengan tujuan komunikasi tertentu. Model ini menggambarkan media sosial seperti sarang lebah (*honeycomb*) yang terdiri dari tujuh blok fungsi yang saling terhubung dan mempengaruhi satu sama lainnya. Di setiap blok menjelaskan perannya masing-masing bagaimana media sosial menciptakan nilai dan juga pengalaman bagi penggunanya, baik secara individu maupun organisasi:

1. Identity (Identitas)

Identitas berkaitan dengan sejauh manakah individu atau organisasi menampilkan identitas diri melalui media sosial hingga dapat dikenali oleh pengguna lain. Identitas tersebut dapat berupa nama akun, foto profil, deskripsi profil, logo, maupun informasi lain yang mencerminkan karakter dan kredibilitas dari pemilik akun. Pada praktiknya, akun Instagram BPS Provinsi Papua Barat menampilkan identitas lembaga secara jelas melalui penggunaan logo resmi BPS sebagai foto profil, nama akun yang mencerminkan identitas institusi, serta deskripsi profil yang memuat informasi terkait lembaga dan tugasnya sebagai penyedia data statistik. Identitas lembaga juga diperkuat dengan penggunaan elemen visual yang konsisten pada kontennya termasuk konten komik, seperti warna yang khas BPS dan penyampaian informasi statistik yang sesuai dengan citra organisasi. Melalui identitas yang jelas, masyarakat dapat dengan mudah mengenali akun resmi BPS Provinsi Papua Barat sekaligus meningkatkan kepercayaan terhadap informasi yang disampaikan melalui media sosial.

2. Conversations (Percakapan)

Percakapan berkaitan dengan sejauh manakah pengguna akan melakukan komunikasi, diskusi dan pertukaran pesan melalui media sosial. Elemen ini menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya digunakan dalam

menyampaikan informasi secara satu arah, tetapi menjadi sarana interaksi antara organisasi dan audiens. Pada praktiknya, Instagram BPS Provinsi Papua Barat memanfaatkan kolom komentar pada setiap unggahan komik sebagai ruang diskusi publik antara lembaga dan masyarakat. Penggunaan caption yang komunikatif, pertanyaan yang ada di akhir cerita komik, serta fitur komentar dan *direct message* (DM) memberi kesempatan kepada audiens untuk memberikan tanggapan, bertanya, maupun menyampaikan pendapat terkait informasi yang dibagikan. Melalui interaksi, BPS tidak hanya menyampaikan informasi statistik, tetapi juga membangun komunikasi secara dua arah yang dapat meningkatkan keterlibatan audiens serta membantu dan memahami respon masyarakat terhadap konten yang dipublikasikan.

3. *Sharing* (Berbagi)

Berbagi memiliki kaitannya dengan kemampuan pengguna untuk distribusi atau menyebarluaskan konten kepada pengguna lain melalui berbagai fitur yang tersedia pada media sosial. Aktivitas berbagai menjadi salah satu pilihan untuk memperluas jangkauan informasi dan meningkatkan penyebaran pesan kepada audiens yang lebih luas. Pada praktiknya, konten komik digital yang dipublikasi oleh BPS Provinsi Papua Barat dapat dibagikan kembali oleh pengguna melalui fitur feed, story Instagram, maupun platform lainnya seperti WhatsApp. Aktivitas berbagai memungkinkan informasi statistik yang disampaikan melalui komik akan menjangkau lebih banyak masyarakat diluar dari pengikut akun Instagram BPS. Meskipun dari hasil penelitian aktivitas *repost* secara langsung masih belum tinggi, terdapat bentuk berbagai tidak langsung yang dilakukan seperti membagikan tangkapan layar konten komik ke *story* atau grup WhatsApp. Hal ini menunjukkan bahwa konten komik memiliki daya tarik yang mendorong audiens untuk menyebarluaskan informasi kepada pengguna lainnya, sehingga membantu memperluas jangkauan komunikasi dan penyebaran pesan publik yang dilakukan oleh BPS Provinsi Papua Barat.

4. *Presence* (Kehadiran)

Kehadiran berkaitan dengan seberapa jauh pengguna dapat mengetahui keberadaan dan aktivitas pengguna lain dalam suatu platform media sosial. Kehadiran juga memperlihatkan bahwa media sosial memberi kemungkinan pengguna merasa terhubung dan berada pada ruang komunikasi yang sama, baik secara langsung maupun tidak langsung. Pada praktiknya, akun Instagram BPS Provinsi Papua Barat membangun kehadiran digital melalui aktivitas yang konsisten dalam mengunggah konten komik, *story* Instagram, serta merespon interaksi yang diberikan audiens. Fitur yang ada seperti *story view*, komentar, *direct message* dan *insight* Instagram dapat membantu tim dalam mengetahui keterlibatan audiens terhadap konten yang dipublikasikan. Keberadaan akun yang aktif dan rutin membagikan informasi statistik melalui komik nantinya akan membuat masyarakat lebih mudah mengenali serta mengikuti aktivitas BPS di media sosial. Oleh karena itu, kehadiran digital yang dibangun melalui Instagram tidak hanya menunjukkan eksistensi lembaga di dunia digital, tetapi membantu menciptakan kedekatan dan keterhubungan antara BPS Provinsi Papua Barat dengan audiensnya.

5. *Relationship* (Hubungan)

Hubungan akan berkaitan bagaimana pengguna akan membangun, mempertahankan, dan mengembangkan hubungannya dengan pengguna lain melalui media sosial. Hubungan dapat terbentuk melalui aktivitas saling mengikuti akun, memberi tanggapan, melakukan kolaborasi, maupun berinteraksi dengan cara berkelanjutan dalam suatu platform. Pada praktiknya, BPS Provinsi Papua Barat membangun hubungan dengan audiens melalui akun Instagram yang dapat memungkinkan masyarakat dapat mengikuti (*follow*) perkembangan informasi statistik yang dipublikasikan oleh BPS maupun informasi lainnya. Hubungan juga diperkuat dengan interaksi pada kolom komentar, balasan *direct message* serta keterlibatan audiens terhadap konten komik yang dibagikan. Tidak hanya dengan masyarakat saja, hubungan di media sosial juga dibangun

lewat kolaborasi dan tag akun dengan instansi atau lembaga lain yang berkaitan dengan kegiatan statistik dan pelayanan publik. Melalui berbagai bentuk interaksi tersebut, Instagram menjadi sarana bagi BPS Provinsi Papua Barat untuk membangun hubungan yang lebih dekat, meningkatkan kepercayaan publik, serta memperluas jaringan komunikasi dengan berbagai pihak.

6. *Reputation* (Reputasi)

Reputasi berkaitan dengan bagaimana individu maupun organisasi akan dinilai oleh pengguna lain dalam lingkungan digital berdasarkan tingkat kepercayaan, kredibilitas, popularitas dan kualitas interaksi yang dimiliki. Reputasi menjadi salah satu aspek penting karena dapat memengaruhi bagaimana audiens menerima dan mempercayai informasi yang disampaikan lewat media sosial. Pada praktiknya, reputasi akun Instagram BPS Provinsi Papua Barat dapat dilihat melalui respon audiens terhadap konten komik yang akan dipublikasikan, seperti jumlah like, komen, *share* serta bentuk interaksi lainnya yang dapat menunjukkan adanya ketertarikan masyarakat terhadap konten tersebut. Sebagai instansi pemerintah yang mempunyai tugas menyediakan data statistik secara resmi, maka BPS perlu menjaga kredibilitas informasi yang disampaikan agar tetap mendapatkan kepercayaan dari masyarakat. Penggunaan konten komik yang dikemas secara kreatif namun berlandaskan data yang akurat akan menunjukkan bahwa adanya inovasi komunikasi dan dilakukan tanpa mengurangi sisi profesionalisme sebuah lembaga. Dengan demikian, tingginya kepercayaan publik serta respon positif terhadap konten komik menjadi indikator bahwa reputasi BPS Provinsi Papua Barat sebagai lembaga yang menyediakan informasi statistik yang terpercaya tetap terjaga di media sosial.

7. *Groups* (Kelompok)

Kelompok berkaitan dengan kemampuan dari pengguna untuk membentuk komunitas atau kelompok berdasarkan minat, kebutuhan, maupun tujuan yang sama dalam suatu platform media sosial. Kehadiran kelompok akan memungkinkan terjadi interaksi yang lebih intens dan berkelanjutan diantara para pengguna yang memiliki ketertarikan terhadap topik tertentu. Pada praktiknya, akun Instagram BPS Provinsi Papua Barat memiliki potensi untuk membentuk sebuah komunitas digital yang terdiri dari audiens dengan ketertarikan pada edukasi statistik, informasi data dan konten komik yang dipublikasikan. Meskipun belum terdapat komunitas formal yang dibentuk secara khusus, keterlibatan audiens yang secara konsisten dalam mengikuti unggahan, memberi tanggapan, serta menunjukkan ketertarikan pada konten statistik dapat menjadi asal usul terbentuknya kelompok audiens yang loyal. Selain itu juga, adanya pengemangan konten komik dalam bentuk cerita seri dan tema-tema yang relevan akan berpotensi meningkatkan keterlibatan audiens terhadap akun BPS. Dengan demikian, penggunaan konten komik tidak hanya sebagai media penyampaian informasi saja tetapi juga memiliki peluang dalam membangun sebuah komunitas digital yang mendukung penyebaran literasi statistik di lingkungan masyarakat.

Dari model ini dapat menekankan bahwa setiap media sosial memiliki kombinasi yang unik dari ketujuh elemen tersebut. Organisasi harus memahami blok manakah yang paling dominan di platform yang mereka gunakan agar bisa Menyusun strategi komunikasi yang lebih efektif. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa *Model Honeycomb of Social Media* dapat membantu menjelaskan bagaimana sebuah media sosial bekerja sebagai ruang interaksi sosial. Dalam konteks penelitian ini teori ini menjelaskan bagaimana setiap elemen media sosial berperan dalam proses penyebaran pesan visual, membangun hubungan dengan audiens dan memperkuat reputasi institusi publik

2.8 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu diperlukan untuk melihat topik, variabel, atau bidang kajian yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan. Penelitian terdahulu digunakan sebagai acuan, pembanding, dan landasan teoritis bagi peneliti baru untuk memahami sejauh mana topik tersebut telah diteliti, serta menemukan celah penelitian (*research gap*) yang belum terjawab.

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

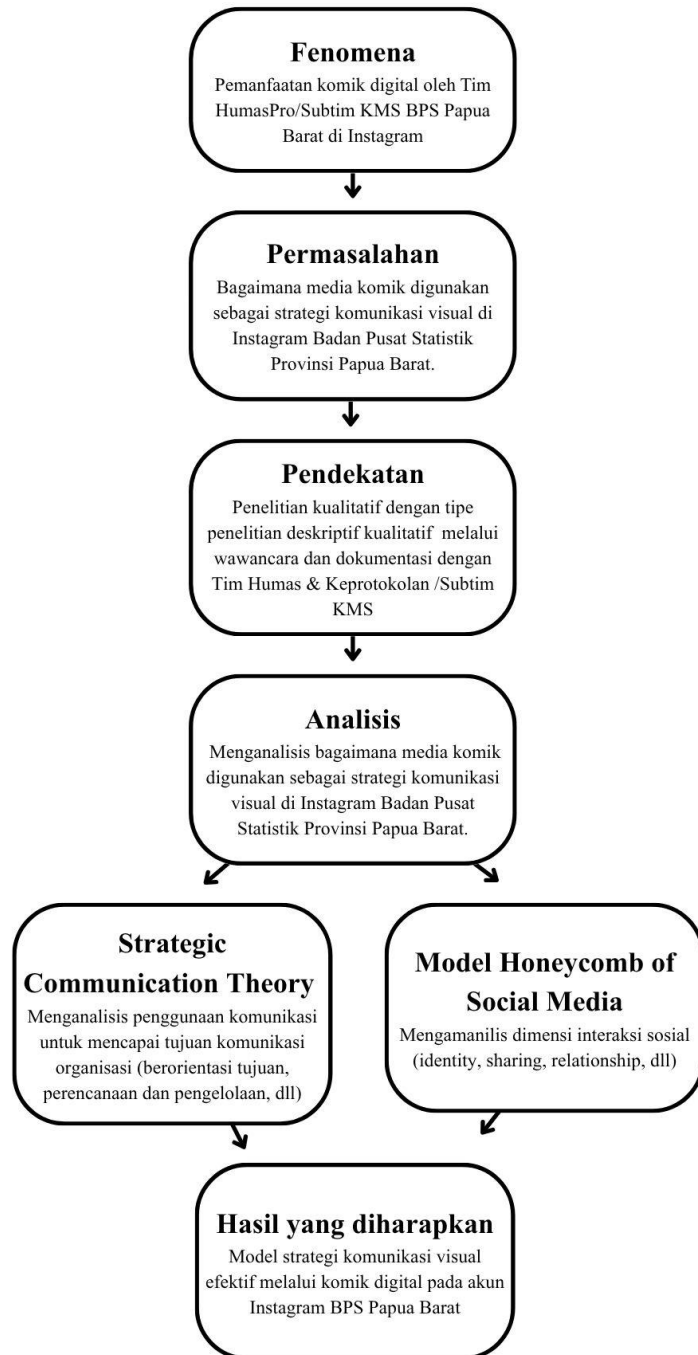
1.	Judul Penelitian	Komunikasi Persuasif Tentang Kesehatan Mental Melalui Komik Digital (Studi pada Akun Instagram @petualanganmenuju sesuatu)
	Metode Penelitian	Kualitatif
	Teori	Teori komunikasi persuasif, teori komik digital
	Hasil	Hasil penelitian menunjukkan bahwa komik digital di Instagram @petualanaganmenuju sesuatu menunjukkan bahwa komik berhasil menjadi media komunikasi persuasif yang efektif dalam meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat tentang Kesehatan mental. Penelitian ini menemukan bahwa pesan yang disampaikan dalam komik memiliki tujuan utama (afektif, kognitif dan konatif) yang membantu mengubah cara pandang, pengetahuan dan perilaku audiens terhadap isu kesehatan mental. Visual yang menarik juga akan membuat karakter mudah untuk dikenali serta Penyajian pesan dengan pendekatan

		emosional dan membuat komunikasi menjadi lebih mudah diterima oleh Generasi muda di Instagram, sehingga komik efektif dalam menyajikan pesan edukatif sekaligus mengurangi stigma terhadap kesehatan mental.
2.	Judul Penelitian	(Suci Reskiani). “Kreativitas Komik Instagram @si_kacamatagila Sebagai Media Hiburan Generasi Z”
	Metode Penelitian	Kualitatif
	Teori	Teori New Media
	Hasil	Hasil penelitian menunjukkan bahwa komik Instagram @si_kacamatagila berhasil menjadi media hiburan yang efektif bagi Generasi Z melalui kreativitas konten yang menggabungkan humor, kritik sosial, dan gaya visual sederhana namun menarik. Dengan memanfaatkan media sosial sebagai wadah atau ruang untuk berkreasi dengan kreatif, komik mampu menghadirkan hiburan yang relevan dengan kehidupan sehari-hari audiens muda, terutama di masa pandemic. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teori new media. Dan menyimpulkan bahwa keberhasilan komik ini dipengaruhi oleh pemahaman terhadap karakteristik Generasi Z serta kemampuan kreator dalam mengolah sebuah ide menjadi pesan visual yang menghibur sekaligus inspiratif.

3.	Judul Penelitian	(Gede Lingga Ananta Kusuma Putra, Anak Agung Ngurah Bagus Kesuma Yudha). “Penggunaan Komik Digital Sebagai Sarana Bisnis Digital Pada Media Sosial Instagram”
	Metode Penelitian	Kualitatif
	Teori	Teori komunikasi visual, teori pemasaran digital
	Hasil	Hasil penelitian menunjukkan bahwa komik digital efektif digunakan sebagai sarana bisnis digital di media sosial Instagram karena mampu menyampaikan pesan promosi secara ringan, menarik, dan mudah untuk dipahami. Hal ini juga memberikan peningkatan terhadap engagement audiens melalui sebuah visualisasi yang dapat menghibur dan juga narasi yang dekat dengan kehidupan sehari-hari. Dengan hadirnya komik juga membantu membangun <i>brand awareness</i> dan memperluas jangkauan pasar secara organik, selain itu juga penggunaan komik digital memiliki nilai yang memungkinkan untuk memperkuat citra kreatif suatu merek dan menciptakan hubungan emosional antara audiens dan produk yang akan dipromosikan.

2.9 Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir merupakan landasan pemikiran logis dalam penelitian yang anggapan dasarnya dapat diterima oleh peneliti. Kerangka berpikir ini menjadi pedoman dan pondasi dalam menyelesaikan permasalahan yang akan diteliti. Penting bagi peneliti untuk membangun kerangka berpikir yang kuat sebelum memulai penelitian. Kerangka berpikir akan membantu peneliti dalam memahami masalah yang akan diteliti dan menemukan solusi yang tepat (Jannah Miftahul, 2025). Secara lebih luas, kerangka berpikir dapat dipahami sebagai model konseptual atau landasan berpikir yang Menyusun alur logika penelitian secara menyeluruh. Kerangka ini merupakan hasil sintesis antara berbagai teori yang relevan, fakta yang ditemukan secara langsung dari hasil observasi, serta hasil kajian literatur yang dirangkai secara sistematis oleh peneliti. Tujuannya adalah untuk menjelaskan secara teoritis dan logis keterkaitan antara variabel dan diteliti, yang kemudian menjadi dasar dalam merumuskan hipotesis atau jawaban sementara terhadap masalah penelitian. Dalam penerapannya, kerangka berpikir sering kali divisualisasikan dalam bentuk bagan atau diagram agar hubungan antara variabel dan arah penelitian dapat dipahami dengan lebih mudah dan komprehensif.



Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir