

ABSTRAK

Penelitian ini membahas bagaimana komunikasi humas pemerintahan ditampilkan melalui pesan visual di media sosial Instagram oleh dua institusi kesehatan, yaitu Kementerian Kesehatan Republik Indonesia (@kemenkes_ri) dan Ministry of Health Singapore (@mohsingapore). Dengan menggunakan pendekatan analisis isi kualitatif berbasis semiotika Roland Barthes, penelitian ini mengeksplorasi makna denotatif, konotatif, dan bentuk hegemoni dalam konten visual yang dipublikasikan. Hasil temuan menunjukkan bahwa kedua institusi memanfaatkan unsur visual seperti warna, ilustrasi, simbol, dan teks untuk membentuk penyampaian pesan kesehatan yang sesuai dengan nilai sosial dan konteks masyarakat masing-masing. Kemenkes RI cenderung menampilkan narasi visual yang menekankan kebersamaan dan peran kolektif masyarakat, sedangkan MOH Singapore lebih menonjolkan pendekatan visual yang informatif dan individualistik. Perbedaan ini mencerminkan cara kedua lembaga membangun komunikasi visual yang relevan dengan karakter audiens mereka. Penelitian ini memberikan pemahaman baru mengenai bagaimana visual digunakan untuk membentuk persepsi publik dalam komunikasi kesehatan digital.

Kata kunci: Instagram, semiotika, komunikasi humas pemerintahan, komunikasi visual, pesan kesehatan