

## PENGGUNAAN POSTER SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI KESEHATAN

Sumartono<sup>1</sup>, Hani Astuti<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Fikom Universitas Esa Unggul

<sup>2</sup>Fikom Universitas Bhayangkara Jaya

Jalan Arjuna Utara No. 9 Tol Tomang Kebon Jeruk Jakarta 11510

sumartono@esaunggul.ac.id

---

### Abstrak

*Everyone has the same rights to live healthy. This is not limited by the geographical environment, either in urban or rural areas. But this is not well realized. In the city community, the problem of health services and information is very accessible, because of the abundance of facilities and media for health communication. Health promotion can be done by using the media. Media that is widely used to promote, socialize health is a poster. The research method that will be used is qualitative descriptive is a study intended to gather information about the status of an existing phenomenon, namely the state of symptoms collected in the field according to what it was at the time the research was conducted. The results showed that the poster was effectively used as a health communication media because of its attractive physical appearance, made using colors and the contents of the message useful for its readers. The results of this research will be published in scientific journals. Keywords: poster, health communication media.*

---

### Abstrak

Setiap orang memiliki hak yang sama untuk hidup sehat. Hal ini tidak dibatasi oleh lingkungan geografis yakni baik di perkotaan atau di pedesaan. Namun hal ini tidak terealisasi dengan baik. Pada masyarakat kota masalah pelayanan dan informasi kesehatan sangat mudah diakses, karena berlimpahnya sarana dan media komunikasi kesehatan. Promosi kesehatan dapat dilakukan di antaranya dengan menggunakan media. Media yang banyak digunakan untuk mempromosikan, mensosialisasikan kesehatan adalah poster. Metode penelitian yang akan digunakan adalah deskriptif kualitatif merupakan penelitian yang dimaksudkan untuk mengumpulkan informasi mengenai status suatu gejala yang ada, yaitu keadaan gejala yang dikumpulkan dilapangan menurut apa adanya pada saat penelitian dilakukan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa poster efektif digunakan sebagai media komunikasi kesehatan karena tampilan fisiknya menarik, dibuat dengan menggunakan warna dan isi pesannya bermanfaat bagi pembacanya. Hasil penelitiannya ini akan dipublikasikan pada jurnal ilmiah. **Kata kunci:** poster, media komunikasi kesehatan.

### Pendahuluan

Kesehatan merupakan sebuah investasi penting sebagai salah satu faktor pendukung pembangunan ekonomi dan merupakan salah satu faktor penting dalam upaya penanggulangan kemiskinan. Dalam pengukuran Indeks Pembangunan Manusia (IPM), kesehatan merupakan salah satu faktor utama meningkatkan kesejahteraan masyarakat selain pendidikan dan pendapatan. Undang-undang Nomor 23 tahun 1992 tentang Kesehatan ditetapkan bahwa, kesehatan adalah keadaan sejahtera dari badan, jiwa dan sosial yang memungkinkan setiap orang hidup produktif secara sosial dan ekonomi.

Promosi kesehatan dapat dilakukan di antaranya dengan menggunakan media. Media yang banyak digunakan untuk mempromosikan, mensosialisasikan kesehatan adalah poster. Poster adalah media gambar yang meng-kombinasikan unsur-unsur visual seperti garis, gambar dan kata-kata untuk dapat menarik perhatian dan

mengkomunikasikan pesan secara singkat (Anitah, 2009; Smith, 2007). Poster mempunyai keuntungan dalam menarik orang yang mempunyai minat khusus, karena poster dapat menyampaikan atau menyajikan pokok dari suatu permasalahan (Lawson, 2005).

Pada penelitian tentang efektivitas poster terhadap pengetahuan dan sikap keluarga tentang kehamilan risiko tinggi dan tanda bahaya kehamilan, hasilnya menunjukkan bahwa penggunaan poster kurang efektif dalam meningkatkan pengetahuan. Berdasarkan beberapa hasil penelitian sebelumnya, diketahui bahwa ada perbedaan tentang efektivitas poster. Dengan demikian, untuk dapat menilai efektivitas media poster perlu dilakukan evaluasi terhadap media poster.

Penggunaan poster sebagai media komunikasi kesehatan di wilayah meruyung tidak pernah dilakukan uji coba maupun evaluasi. Uji coba maupun evaluasi terhadap sebuah media

sangat penting dilakukan. Evaluasi media dilakukan dengan cara melihat media yang diberikan sudah sesuai dan dapat mencapai tujuan atau belum, pendistribusian media sudah tepat sasaran atau belum, relevan atau tidak, isi pesan atau informasi yang disampaikan mudah dimengerti dan tepat atau belum, dan penempatan atau pemasangan media tersebut sudah sesuai atau belum. Salah satu pembelajaran yang didapat dalam suatu proses penggunaan poster supaya efektif harus melakukan evaluasi terhadap media tersebut (Lawson, 2005).

Beberapa faktor yang mendukung keberhasilan komunikasi media di antaranya adalah cara media tersebut dapat meningkatkan ketertarikan dan pemahaman dari audiens (Depkes RI, 2004; Khairuna, 2012). Berdasarkan penjelasan tersebut, maka rumusan masalah penelitian ini adalah: “Bagaimana ketertarikan dan pemahaman ibu-ibu PKK di Meruyung terhadap media poster?”.

### **Pengertian Poster**

Menurut Sabri (dalam Musfiqon, 2012:85) poster merupakan penggambaran yang ditunjukkan sebagai pemberitahuan, peringatan, maupun penggugah selera yang biasanya berisi gambar-gambar.

Poster merupakan suatu gambar yang mengkombinasikan unsur-unsur visual seperti garis, gambar dan kata-kata dengan maksud menarik perhatian serta mengkomunikasikan pesan secara singkat (Sri Anitah, 2008:12).

Poster adalah sebagai kombinasi visual dari rancangan yang kuat, dengan warna, dan pesan dengan maksud untuk menangkap perhatian orang yang lewat tetapi cukup lama menanamkan perhatian orang yang lewat tetapi cukup lama menanamkan gagasan yang berarti di dalam ingatannya (Nana Sudjana dan Ahmad Rivai, 2010: 51).

Rudi susilana dan Cepi Riana (2009: 14) menjelaskan bahwa poster yaitu sajian kombinasi visual yang jelas, menyolok, dan menarik dengan maksud untuk menarik perhatian orang yang lewat. Berdasarkan pendapat di atas, dapat peneliti simpulkan bahwa media poster secara umum adalah suatu pesan tertulis baik itu berupa gambar maupun tulisan yang ditujukan untuk menarik perhatian banyak orang sehingga pesan yang disampaikan dapat diterima orang lain dengan mudah.

Poster merupakan pesan singkat dalam bentuk gambar dengan tujuan untuk mempengaruhi seseorang agar tertarik pada sesuatu, atau mempengaruhi agar seseorang bertindak akan sesuatu hal. Poster tidak dapat member pelajaran dengan sendirinya, karena keterbatasan kata-kata. Poster lebih cocok kalau diperuntukan sebagai tindak lanjut dari suatu pesan yang sudah disampaikan beberapa waktu yang lalu. Dengan demikian poster bertujuan untuk mengingat kembali dan mengarahkan pembaca kearah tindakan tertentu sesuai dengan apa yang diinginkan oleh komunikator.

### **Ciri-ciri Media Poster**

Poster, Booklet merupakan media komunikasi yang termasuk dalam kategori media lini bawah (below the line media). Sesuai sifat yang melekat pada media lini bawah, pesan yang ditulis pada media tersebut berpedoman pada beberapa kriteria yaitu: menggunakan kalimat pendek, sederhana, singkat, ringkas, menggunakan huruf besar dan tebal. Selain itu penggunaan huruf tidak kurang dari 10 pt, dikemas menarik dan kata yang digunakan ekonomis (Suleman, 1998).

Ciri-ciri poster yang baik menurut Arief S. Sadiman (dalam Musfiqon, 2012: 85) yaitu: (1) sederhana; (2) menyajikan satu ide dan untuk mencapai satu tujuan pokok; (3) berwarna; (4) slogannya; (5) tulisannya jelas; (6) motif dan tulisannya bervariasi.

### **Kelebihan dan Kelemahan Media Poster**

Menurut Ewles (1994) media cetak seperti poster, booklet memiliki keunggulan, yaitu: (1) Klien dapat menyesuaikan dari belajar mandiri; (2) Pengguna dapat melihat isinya pada saat santai; (3) Informasi dapat dibagi dengan keluarga dan teman, (4) Mudah dibuat, diperbanyak dan diperbaiki serta mudah disesuaikan; (5) Mengurangi kebutuhan mencatat; (6) Dapat dibuat secara sederhana dengan biaya relatif murah; (7) Awet; (8) Daya tampung lebih luas; (9) Dapat diarahkan pada segmen tertentu.

Seperti pada media cetak pada umumnya, keunggulan Media Poster adalah sebagai berikut; (1) dapat mempermudah dan mempercepat pemahaman terhadap pesan yang disajikan. (2) Dapat dilengkapi dengan warna-warna sehingga lebih menarik perhatian siswa. (3) Bentuknya sederhana tanpa memerlukan peralatan khusus

dan mudah penempatannya, sedikit memerlukan informasi tambahan. (4) Pembuatannya mudah dan harganya murah.

Kelemahan media Poster adalah sebagai berikut; (1) Membutuhkan keterampilan khusus dalam pembuatannya. (2) diperlukan kemampuan membaca untuk memahami isi poster. (3) Penyajian pesan hanya berupa unsur visual.

### Prinsip Penggunaan Media Poster

Pada dasarnya poster merupakan suatu media yang lebih menonjolkan kekuatan pesan, visual, dan warna untuk dapat mempengaruhi perilaku, sikap seseorang dalam melakukan sesuatu.

Poster yang digunakan dalam pendidikan pada prinsipnya merupakan gagasan yang diwujudkan dalam bentuk ilustrasi obyek gambar yang disederhanakan dan dibuat dengan ukuran besar (Daryanto, 2012: 129). Tujuannya untuk menarik perhatian, membujuk, memotivasi, atau memperingatkan pada gagasan pokok, fakta atau peristiwa tertentu.

### Fungsi dan Manfaat Media Poster

Sri Anitah (2008: 13-14) mengatakan manfaat poster adalah sebagai berikut: (1) sebagai penggerak perhatian; (2) sebagai petunjuk; (3) sebagai peringatan, pengalaman kreatif; (3) untuk kampanye.

Secara umum poster memiliki kegunaan, yaitu sebagai berikut: (1) memotivasi siswa, poster dalam pembelajaran sebagai pendorong atau memotivasi belajar siswa; (2) peringatan, berisi tentang peringatan-peringatan terhadap suatu pelaksanaan aturan hukum, sekolah, atau sosial, kesehatan bahkan keagamaan; (3) pengalaman kreatif, melalui poster kegiatan menjadi lebih kreatif untuk membuat ide, cerita, karangan dari sebuah poster yang dipajang (Nana Sudjana dan Ahmad Rivai, 2010: 56-57).

Berdasar isi pesan, poster dapat disebut sebagai *Thematic poster*, *Tactical poster* dan *Practical poster*. *Thematic poster* yaitu poster yang menerangkan apa dan mengapa, *Tactical poster* menjawab kapan dan dimana, sedangkan *Practical poster* menerangkan siapa, untuk siapa, apa, mengapa dan dimana.

Syarat-syarat yang perlu diperhatikan :

- a. Dibuat dalam tata letak yang menarik, misal besarnya huruf, gambar warna yang mencolok

- b. Dapat dibaca (*eye catcher*) orang yang lewat
- c. Kata-kata tidak lebih dari tujuh kata
- d. Menggunakan kata yang provokatif, sehingga menarik perhatian
- e. Dapat dibaca dari jarak enam meter
- f. Harus dapat menggugah emosi, misal dengan menggunakan faktor iri, bangga, dan lain-lain
- g. Ukuran yang besar (50X70) cm, kecil (35X50) cm

Poster biasanya dipasang ditempat-tempat umum dimana orang sering berkumpul, seperti pemberhentian bus, dekat pasar, dekat toko/warung, persimpangan jalan desa, kantor kelurahan, balai desa, posyandu, dan lain-lain

### Efektifitas Komunikasi

Efektivitas berasal dari kata efektif yang berarti tercapainya yang telah ditetapkan. Effendy (2001) menyatakan bahwa komunikasi dapat dikatakan efektif, jika dapat menimbulkan dampak seperti (1) kognitif, yaitu meningkatnya pengetahuan komunikan; (2) afektif, yaitu perubahan sikap dan pandangan komunikan, karena hatinya tergerak akibat komunikasi; dan (3) konatif, yaitu perubahan perilaku atau tindakan yang terjadi pada komunikan. Efek pada arah kognitif meliputi peningkatan kesadaran, belajar dan tambahan pengetahuan. Pada afektif meliputi efek yang berhubungan dengan emosi, perasaan dan sikap; sedangkan efek pada konatif berhubungan dengan perilaku dan niat untuk melakukan sesuatu dengan cara tertentu (Jahi, 1988).

Suatu komunikasi dikatakan efektif, apabila komunikator berhasil menyampaikan apa yang dimaksudkannya kepada komunikan (penerima). Komunikasi dinilai efektif bila stimuli yang disampaikan dan dimaksudkan oleh pengirim pesan berkaitan erat (identik) dengan stimuli yang ditangkap dan dipahami oleh penerima pesan.

Apabila S melambangkan sumber atau pengirim pesandan R adalah penerima pesan, komunikasi dinyatakan mulus apabila keinginan S identik dengan respons yang diberikan R (Goyer, 1970). Penerimaan pesan yang sempurna sebagaimana yang dimaksudkan pengirim pesan kenyataannya sangat sulit tercapai bahkan tidak pernah terjadi, paling-paling hanya dapat dihipotesis saja (Goyer, 1970). Persamaannya digambarkan sebagai berikut :

$$\underline{R} = \underline{\text{makna yang ditangkap penerima}} = 1$$

S = makna yang dimaksud pengirim

Semakin besar kaitan antara respons yang diberikan oleh penerima dengan pesan yang disampaikan oleh pengirim berarti semakin efektif komunikasi yang dilakukan. Nilai  $R/S = 0$  terjadi apabila respons yang diterima dari penerima tidak ada kaitannya dengan pesan yang disampaikan oleh pengirim. Komunikasi dikatakan efektif apabila pesan yang dimaksud oleh pengirim berkaitan erat dengan pesan yang diterima oleh penerima.

## Hasil dan Pembahasan Ketertarikan pengunjung

Berdasarkan hasil pengamatan dan wawancara, ketertarikan pengunjung pada poster posyandu dapat dilihat dari beberapa aspek, yaitu :

### Desain

Rasa ketertarikan pengunjung pada poster posyandu dapat dilihat dari elemen desain yang dapat dikelompokkan dalam beberapa hal, yaitu:

### Warna

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, diketahui bahwa pengunjung menyatakan tertarik terhadap poster yang ada di posyandu karena menggunakan warna-warna yang terang, cerah, kontras dan bervariasi. Warna poster yang digunakan antara lain hijau, hijau kekuning-kuningan, kuning sehingga poster terlihat cerah dinilai menarik perhatian mata, sehingga pengunjung melihat dan membaca poster posyandu.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa pemilihan warna dasar paling disukai pada sebuah media adalah warna putih, hijau atau merah. Penelitian lain memperkuat hasil penelitian ini, yaitu untuk unsur warna yang disukai dan dinilai menarik adalah warna netral seperti warna hijau (Aryani, 2009). Sebuah poster harus *eye-catching* supaya dapat membuat orang berhenti dan membacanya (Huddel, 2000)

Dilihat dari segi warna, pengunjung berpendapat warna yang tidak terlalu kontras dan mencolok kurang membantu dalam membaca. Warna latar dan huruf yang kontras mempermudah pengunjung membaca dan memperjelas huruf yang dibaca. Warna huruf dan latar belakang dibuat kontras supaya mudah

dibaca maupun penekanan yang meng-hendaki penekanan khusus (Anitah, 2009). Penggunaan warna dalam sebuah desain grafis mempunyai beberapa fungsi, yaitu untuk me-narik perhatian, menghasilkan efek psikologis, mengembangkan asosiasi, membangun retensi dan menciptakan suasana yang menyenangkan. Perpaduan warna yang kontras menjadi satu kesatuan dalam sebuah poster akan membantu mempermudah penyampaian suatu pesan. Sebaliknya, apabila perpaduan warna tidak kontras akan mempersulit. Warna harus dapat saling melengkapi dan penggunaan warna yang terlalu banyak dapat melemahkan suatu komunikasi

### Huruf

Berdasarkan hasil wawancara mendalam dan diskusi kelompok, pengunjung berpendapat bahwa huruf yang digunakan ukurannya cukup mudah untuk dilihat. Pendapat pengunjung terhadap huruf dalam poster terlihat pada pernyataan sebagai berikut:

*"ukuran huruf pada poster harus besar karena kalau hurufnya besar mudah kelihatan sama orang, pengunjung posyandu yang keluar masuk dan jadi lebih gampang untuk dibaca"*.

Ukuran huruf pada poste untuk mempermudah keterbacaan ukuran huruf tidak boleh lebih kecil dari 18 poin atau 5mm. Bentuk huruf menggunakan huruf *microsoft sains serif* dan ditulis kapital. Penggunaan huruf dalam poster posyandu tidak terlalu rumit dan sederhana yang dapat memudahkan untuk dibaca. Penelitian lain mendukung hasil penelitian ini, menunjukkan bahwa penggunaan huruf yang tidak kaku dan rumit membantu dalam mempermudah orang untuk membaca (Aryani, 2009). Untuk mempermudah keterbacaan harus menggunakan huruf yang jelas dan mudah seperti jenis *sains serif*.

Penggunaan warna pada huruf mempengaruhi kemudahan pengunjung membaca isi pesan dalam poster hipertensi. Penulisan huruf dengan variasi warna juga dapat memberikan daya tarik tersendiri. Warna huruf yang kontras dengan latar belakang dari keseluruhan warna poster membantu untuk mempermudah keter-bacaan (Anitah, 2009).

### Kesesuaian gambar dan tulisan

Berdasarkan hasil penelitian kehadiran gambar menjadi daya tarik tersendiri. Gambar yang paling sering dikatakan menarik perhatian pengunjung adalah gambar yang sesuai dengan isi

pesan poster. Pengunjung berpendapat bahwa gambar dan tulisan sesuai seperti dalam pernyataan berikut ini:

*“gambar di poster sesuai dengan tulisannya. Kalau tulisannya tentang ibu hamil, maka gambar posternya juga tentang ibu hamil”*

Gambar lain dinilai menarik karena sesuai dengan aktivitas yang ada di posyandu seperti gambar penimbangan balita, gambar/foto balita. Penggunaan gambar harus menarik perhatian sasaran hal ini bisa dilakukan dengan menggunakan foto yang akrab dengan kehidupan sasaran. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya, yaitu pembuatan poster dengan visualisasi yang sesuai dengan karakteristik sosial dan politik etnis Cina berhasil menumbuhkan partisipasi dalam menangani malaria (Bu dan Fee, 2010),

Penggunaan gambar yang merupakan gambar asli (foto) menarik perhatian pengunjung, membantu mempermudah dan mengingat pesan yang disampaikan dalam poster. Hal ini sesuai dengan penelitian sebelumnya bahwa penggunaan poster kurang efektif karena pesan sulit diingat dan penyebabnya ilustrasi gambar yang bukan menggunakan gambar asli, sehingga dianggap kurang menarik. Foto berfungsi untuk meningkatkan motivasi dan minat, mengembangkan kemampuan berbahasa, dan membantu menafsirkan dan mengingat isi pesan yang berkenaan dengan foto-foto tersebut. Selain untuk menarik perhatian, gambar dapat membantu menjelaskan sesuatu, sehingga lebih mudah untuk dipahami, memperjelas bagian-bagian yang penting serta menyingkat suatu uraian yang panjang (Anitah, 2009).

### **Layout**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tata letak dalam poster dinilai cukup sederhana dan mudah untuk diingat. Pemilihan 1 elemen kunci baik huruf atau ilustrasi dapat dilakukan supaya pembaca dapat dengan cepat menangkap pesan (Supriono, 2010). Pada poster hipertensi ini, elemen yang coba ditonjolkan, yaitu dari gambar yang menjadi pendukung dan memperkuat pesan yang disampaikan.

Tata letak warna juga menjadi perhatian pengunjung. Penempatan warna dasar yang menjadi latar belakang dengan keseluruhan isi pesan dinilai kontras dan membantu pesan mudah dibaca. Penulisan huruf dengan variasi

warna dapat memberikan daya tarik tersendiri (Aryani, 2009). Warna huruf yang kontras dengan latar belakang dari keseluruhan warna poster membantu untuk mempermudah keter-bacaan (Anitah, 2009). Penempatan ukuran huruf juga menjadi satu hal yang menarik. Pada judul digunakan huruf yang lebih besar dari sub judul dan isi pesan. Hal ini menjadi penting karena dengan penempatan huruf yang tepat di setiap bagian pesan memudahkan pembaca untuk melihat pesan tersebut.

### **Isi pesan**

Isi pesan merupakan suatu materi yang akan disampaikan komunikator untuk menyatakan maksudnya. Hasil dari wawancara mendalam dengan pengunjung posyandu berpendapat isi pesan menarik karena isi pesan merupakan informasi tentang posyandu, seperti pernyataan sebagai berikut:

*“isi pesan poster posyandu tentang penimbangan balita sangat penting. Karena dengan membaca pesan di poster jadi bisa tahu bahwa bayi kita sehat atau tidak bisa terlihat dari perkembangan berat badannya. Kalau berat badannya selalu bertambah, itu salah satu tanda bayi kita sehat”*

Kata dan kalimat yang menyusun pesan juga mendapat perhatian. Kata dalam poster posyandu dinilai mudah diingat, karena merupakan kata sehari-hari. Kalimat yang digunakan dinilai pengunjung sederhana, karena tidak berbelit-belit dan langsung pada inti masalah. Teknik penyampaian pesan dalam poster posyandu menjadi salah satu bahasan dalam wawancara mendalam, pendapat pengunjung terkait dengan cara penyampaian pesan dapat dilihat dari pernyataan sebagai berikut:

*“...tulisan pada poster posyandu sederhana. soalnya memakai Bahasa Indonesia sehari-hari dan pesannya langsung saja ke intinya masalah, tidak berbelit-belit”*

### **Tempat pemasangan**

Berdasarkan hasil observasi, diketahui bahwa pengunjung yang datang sebagian besar hanya melewati lokasi pemasangan tanpa melihat poster. Beberapa pengunjung ada yang berada di sekitar lokasi pemasangan, tetapi tidak memperhatikan keberadaan poster, ada yang memperhatikan poster tetapi tidak membaca, ada juga yang melihat dan membaca poster.

Penilaian pengunjung terhadap lokasi pemasangan poster dapat terlihat dari hasil wawancara mendalam diketahui bahwa pengunjung dapat melihat poster di tempat pemasangan karena tempatnya cukup luas. Selain ukuran dari tempat pemasangan poster, keberadaan tempat poster menjadi daya tarik tersendiri ketika pengunjung berada disekitar tempat pemasangan. Pengunjung tertarik untuk membaca poster posyandu, karena posisi pemasangan poster dinilai sesuai dengan (arah) pandangan mata tidak terlalu tinggi, sehingga tidak sulit untuk membaca.

Lokasi pemasangan poster bisa di tempat-tempat umum tempat orang sering berkumpul. Hasil penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa penempatan poster di tempat yang strategis dapat menumbuhkan keinginan sehingga perlu menggunakan tangga (Iversen, dkk., 2007). Penelitian lain menunjukkan bahwa seseorang akan berada di ruang tunggu dalam waktu yang cukup lama sehingga memungkinkan untuk dapat menyampaikan pesan-pesan kesehatan (Sajadian dan Montazeri 2004). Posisi atau letak poster harus mudah dijangkau oleh indra penglihatan, sehingga dapat menarik perhatian orang.

### **Pemahaman pengunjung**

Pemahaman pengunjung terhadap pesan terlihat dari pengetahuan informan terhadap manfaat dan maksud dari isi pesan serta ada upaya untuk penerapan isi pesan. Informan berpendapat bahwa isi pesan merupakan ajakan untuk berkunjung ke posyandu, melakukan penimbangan bayi, imunisasi bayi dan lain-lain.

Pemahaman terhadap isi pesan dikaitkan dengan cara penyampaian, kelengkapan pesan dan penggunaan gambar. Kebanyakan informan merasa isi pesan dalam poster posyandu cukup sederhana. Kata dan kalimat dinilai sederhana dan tidak berbelit-belit. Isi pesan mudah untuk dapat dimengerti dan dipahami karena langsung pada inti masalah.

Pernyataan lain muncul dari hasil wawancara, poster dinilai bagus bukan saja karena dari sisi penampilan yang menarik, tetapi juga dari sisi pesannya yang informasi tentang pentingnya ke posyandu, melakukan penimbangan, imunisasi balita dinilai bermanfaat bagi masyarakat.

Kelengkapan pesan dinilai sudah cukup mewakili informasi yang dibutuhkan tentang posyandu. Pesan yang terlalu banyak dinilai akan

mempersulit untuk mengingat dan memahami pesan, karena waktu membaca terbatas. Hasil ini didukung oleh pernyataan informan kunci yang berpendapat bahwa di media cetak seperti poster, apabila terlalu banyak tulisan menjadi kurang menarik dan sulit untuk dipahami.

Pengunjung berpendapat memahami dan mengingat pesan pada poster menjadi mudah karena ada gambar. Selain untuk menarik perhatian, gambar juga dapat membantu menjelaskan sesuatu, sehingga lebih mudah untuk dipahami, memperjelas bagian-bagian yang penting serta menyingkat suatu uraian yang panjang (Anitah, 2009). Dalam penelitian sebelumnya, diketahui bahwa salah satu penyebab pesan sulit diingat karena penggunaan ilustrasi gambar yang bu-kan menggunakan gambar asli. Foto berfungsi untuk meningkatkan motivasi dan minat, mengembangkan kemampuan berbahasa, dan membantu menafsirkan dan mengingat isi pesan yang berkenaan dengan foto-foto tersebut.

Setiap orang akan mempunyai kemampuan yang berbeda dalam menerima sebuah pesan. Dalam teori *Elaboration Likebold Model* digambarkan bahwa pesan atau sebuah informasi akan dapat diterima tergantung dari motivasi yang dimiliki setiap orang dan kemampuannya untuk dapat mem-proses dan memaknai pesan tersebut (Wilson, 2007). Kemampuan yang tinggi akan membuat pengunjung merasa pesan yang didapat men-jadi suatu pemikiran dan fokus pada kualitas pesan tersebut, sehingga banyak muncul pendapat. Motivasi maupun kemampuan dari pengunjung yang rendah akan melihat pesan secara keseluruhan tidak melihat sesuatu yang penting, sehingga tidak muncul pendapat yang lebih mendalam.

### **Kesimpulan**

Secara keseluruhan, sebagian besar pengunjung tertarik dan paham pada poster posyandu. Poster posyandu dapat diterima oleh pengunjung karena mereka tertarik pada disain dan isi pesan dalam posternya.

Informan tertarik pada warna poster yang cerah, yaitu kombinasi warna hijau, kuning dan merah, ukuran huruf dapat dibaca dengan bentuk sederhana, gambar yang jelas, dan dekat dengan keseharian mereka dengan layout yang sederhana.

Dilihat dari isi pesan, informan tertarik karena tema posyandu yang disampaikan

sederhana dengan penggunaan kata, kalimat dan bahasa sehari-hari.

Pesan dapat dipahami karena teks didukung dengan gambar yang jelas, bahasa yang digunakan bahasa Sunda, penggunaan kata dan kalimat yang pendek dan tidak mempunyai arti lain. Isi pesan yang sederhana, dapat dipahami oleh pengunjung secara lebih baik.

Untuk lebih menarik perhatian pengunjung, gambar, pemasangan, edisi poster posyandu sebaiknya peal ini untuk menghindari rasa bosan pengunjung dan agar tidak terlihat monoton. Hasil pengamatan terlihat banyak poster yang sudah terlihat using dengan gambar dan warna yang sudah pudar.

Untuk lebih meningkatkan pemahaman pengunjung, sebaiknya isi pesan tidak hanya disampaikan secara tertulis saja, dan harus diulang secara lisan oleh petugas, penyuluh, dan ketua PKK.

#### Daftar Pustaka

- Anitah, S. 2009. *Media pembelajaran*. Surakarta: Yuma Presindo
- Aryani, D. 2009. *Buku Cerita Bergambar sebagai Media Promosi Kesehatan untuk Prevalensi Dini Kekerasan Seksual pada Siswa SD di Kota Yogyakarta*. Tesis. Yogyakarta: Program Pascasarjana Universitas Gadjah Mada
- Bu, L & Fee, E. 2010. Communicating with Pictures: The Vision of Chinese Anti-Malaria Posters. *American Journal of Public Health*, 100
- Daryanto. 2012. *Media Pembelajaran*. Bandung: Satu Nusa
- Departemen Kesehatan RI. 2004. *Pusat Promosi Kesehatan, Pengembangan Media Promosi Kesehatan*, Jakarta
- DeVito J. A. 1997. *Komunikasi antarmanusia*. (Terjemahan). Profesional Books, Jakarta.
- Ewles, L., dan Simnett I., (1994). *Promosi kesehatan petunjuk praktis (2nd ed.)*. Yogyakarta: UGM Press.
- Goyer RS. 1970. *Communication, Communicative Process, Meaning* : Toward a Unified Theory. *Journal of Communication* 20.
- Huddle, P.A. 2000. How to Present A Paper or Poster. *Journal of Chemical Educatio*, 77(9)
- Johnstone, M.J. & Kanitsaki, O. 2006. Culture, lan-guage, and patient safety: making the link. *International Journal for Quality in Health Care*, 18
- Khairuna, G. 2012. Penyuluhan Gizi dengan Media Komik untuk Meningkatkan Pengetahuan tentang Keamanan Makanan Jajanan. *Jurnal Kemas*, 8 (1): 67-73
- Kriyantono, Rachmat. 2012. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Lawson, G. 2005. The Poster Presentation: An Exercise In Eff ective Communication. *Journal of Vascular Nursing*, 23
- Musfiqon. 2012. *Pengembangan Media dan Sumber Pembelajaran*. Jakarta: PT. Prestasi Pustakarya.
- Nana Sudjana dan Ahmad Rivai. 2010. *Media Pengajaran*. Bandung: Sinar Baru Algensindo.
- Sajadian, A. & Montazeri, A. 2004. Do women read poster displays on breast cancer in waiting rooms?. *Journal of Public Health*, 26(4): 355–358
- Smith, R. 2007. Media Depictions of Health Topics: Challenge and Stigma Formats. *Journal of Health Communication: International Per-spectives*, 12(3): 233-249
- Suleman, A.H. (1998). *Media audio visual: Untuk pengajaran, penerangan dan penyuluhan*. Jakarta: PT Gramedia.
- Wilson, B.J. 2007. Designing Media Message about Health dan Nutrition: What Strategies Are Most Eff ective?. *Journal Nutrition Education Behavior*, 39: S13-S1