

KEEFEKTIFAN MEDIA POSTER SEBAGAI SARANA PENYAMPAIAN INFORMASI: STUDI LITERATUR TINJAUAN MULTI PERSPEKTIF

Rif Koniah¹, Hendratno², Wahyu Sukartiningsih³

Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Negeri Surabaya^{1,2,3}

Surel: 2401085568@mhs.unesa.ac.id

Abstract: *Poster media is a form of visual communication that is effective in conveying information in a concise, compact and attractive manner. This research evaluates the effectiveness of posters as a means of conveying information through literature studies from various fields, such as education, health, and marketing. Posters have been shown to improve learners' understanding of complex material, be an effective educational tool in public health campaigns, and support marketing strategies by presenting strong and memorable visualizations. Key factors that influence the effectiveness of posters include design elements such as layout, typography, colors and images, as well as strategic placement locations. However, challenges in the digital age arise from competition with more dynamic interactive media, such as videos and social media platforms. This research uses a descriptive-qualitative approach to analyze relevant literature, providing recommendations for poster designs that are creative, communicative, and adaptive to modern audiences. The findings show that posters remain relevant in the digital age, provided they are strategically designed to enhance visual appeal and message effectiveness. This study contributes to a broader understanding of posters as a medium of information delivery across fields.*

Keyword: *visual communication, poster media, information delivery*

Abstrak: Media poster adalah salah satu bentuk komunikasi visual yang efektif dalam menyampaikan informasi secara ringkas, padat, dan menarik. Penelitian ini mengevaluasi keefektifan poster sebagai sarana penyampaian informasi melalui studi literatur dari berbagai bidang, seperti pendidikan, kesehatan, dan pemasaran. Poster terbukti mampu meningkatkan pemahaman peserta didik terhadap materi kompleks, menjadi alat edukasi yang efektif dalam kampanye kesehatan masyarakat, serta mendukung strategi pemasaran dengan menghadirkan visualisasi yang kuat dan mudah diingat. Faktor utama yang memengaruhi efektivitas poster meliputi elemen desain seperti tata letak, tipografi, warna, dan gambar, serta lokasi penempatan yang strategis. Namun, tantangan di era digital muncul dari persaingan dengan media interaktif yang lebih dinamis, seperti video dan platform media sosial. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif-kualitatif untuk menganalisis literatur yang relevan, memberikan rekomendasi desain poster yang kreatif, komunikatif, dan adaptif terhadap audiens modern. Temuan menunjukkan bahwa poster tetap relevan di era digital, asalkan didesain secara strategis untuk meningkatkan daya tarik visual dan efektivitas pesan. Studi ini berkontribusi pada pemahaman lebih luas tentang poster sebagai media penyampaian informasi lintas bidang.

Kata Kunci: komunikasi visual, media poster, penyampaian informasi

PENDAHULUAN

Media poster merupakan salah satu bentuk komunikasi visual yang sangat penting dalam penyampaian pesan. Poster secara umum mengkombinasikan elemen-elemen visual dan teks untuk menyampaikan

informasi dengan singkat, jelas, dan menarik, yang memungkinkan audiens menangkap inti pesan hanya dengan sekilas pandang (Wahyuningsih, 2015). Poster digunakan di berbagai bidang, mulai dari pendidikan hingga kesehatan dan pemasaran, dengan peran utama

sebagai alat bantu untuk mempengaruhi persepsi, meningkatkan kesadaran, serta mengubah perilaku audiens (Sumartono, 2018). Meskipun poster sering kali dianggap sebagai media yang konvensional dibandingkan dengan media digital yang interaktif, daya tarik poster tetap relevan, terutama di kalangan yang lebih besar dari masyarakat dengan akses terbatas pada media digital. Menurut Pagarra (2022) di era visual seperti sekarang, poster semakin dianggap sebagai medium yang strategis karena dapat menghadirkan informasi yang mudah diterima dan berkesan.

Dalam bidang pendidikan, poster telah lama diakui sebagai alat bantu pembelajaran yang efektif, terutama dalam menyampaikan informasi secara ringkas namun padat (Hendratno & Syafitri, 2021). Pendidikan modern menekankan bahwa penggunaan alat bantu visual, seperti poster, dapat membantu meningkatkan pemahaman peserta didik terhadap materi yang diajarkan (Nurfadhillah, 2021). Hal ini sejalan dengan teori pembelajaran multimodal yang menyatakan bahwa proses pembelajaran dapat dioptimalkan melalui integrasi berbagai bentuk modalitas atau cara penyampaian informasi (Fajri, 2018).

Selain di bidang pendidikan, poster juga banyak digunakan di sektor kesehatan. Poster telah berperan sebagai alat utama dalam kampanye kesehatan masyarakat, di mana informasi seperti protokol kesehatan, upaya pencegahan penyakit, dan panduan kebiasaan sehat disampaikan melalui poster untuk menjangkau masyarakat luas. Sebagai contoh, dalam penelitian Sumartono (2018) menemukan bahwa poster mampu meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai pencegahan penyakit menular. Poster dianggap efektif dalam

mengedukasi masyarakat karena sifatnya yang mudah diakses, tidak memerlukan literasi digital, dan mampu disebarluaskan secara luas di tempat-tempat umum. Dalam konteks ini, poster bertindak sebagai alat penyuluhan kesehatan yang efektif untuk mempengaruhi perubahan perilaku masyarakat.

Di dunia pemasaran, media poster digunakan untuk menarik perhatian calon konsumen dan mempengaruhi keputusan pembelian. Meskipun perkembangan teknologi membawa pemasaran ke ranah digital, poster tetap memiliki tempat penting dalam strategi pemasaran karena mampu memberikan impresi visual yang kuat dan bertahan lama. Menurut Kurniawan (2023) poster memiliki potensi besar untuk menciptakan citra merek yang mudah diingat. Akan tetapi, efektivitas poster sebagai media promosi sangat bergantung pada kualitas desainnya. Poster yang menarik dan ditempatkan di lokasi yang strategis mampu menggerakkan minat konsumen lebih efektif dibandingkan dengan iklan yang hanya bergantung pada teks (Harris, 2020).

Namun, meskipun memiliki kelebihan, media poster tidak selalu efektif di semua konteks dan audiens. Pertama, keterbatasan desain dan penempatan yang kurang optimal dapat memengaruhi daya tarik dan daya serap poster. Poster yang dirancang tanpa mempertimbangkan prinsip desain visual, seperti kontras warna dan layout yang menarik, cenderung tidak dapat menarik perhatian dan akhirnya tidak efektif. Hal ini menimbulkan pertanyaan apakah poster masih relevan sebagai media penyampaian informasi bagi generasi digital saat ini.

Untuk mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai

keefektifan poster sebagai media penyampaian informasi, diperlukan studi yang lebih mendalam yang dapat mengeksplorasi berbagai sudut pandang. Pendekatan multi perspektif dalam studi literatur ini bertujuan untuk mengkaji keefektifan media poster dari berbagai disiplin ilmu, seperti komunikasi visual, psikologi, dan sosiologi. Dalam konteks komunikasi visual, bahwa informasi yang disajikan dalam format verbal dan visual cenderung lebih mudah diingat daripada informasi yang disajikan secara verbal atau visual saja. Dengan demikian, poster yang menggabungkan gambar dan teks dianggap memiliki keunggulan kognitif yang dapat meningkatkan daya ingat pesan oleh audiens. Selain itu, dari perspektif psikologi, desain poster yang menarik dan memiliki unsur yang memancing perhatian audiens, seperti warna kontras atau visual yang mencolok cenderung dapat meningkatkan daya tarik dan penerimaan pesan.

Penelitian ini juga meninjau sejauh mana elemen-elemen desain dan karakteristik audiens memengaruhi keefektifan poster. Beberapa studi sebelumnya menunjukkan bahwa faktor seperti warna, tipografi, tata letak, dan pesan yang jelas merupakan komponen kunci dalam desain poster yang efektif. Di sisi lain, penempatan dan lingkungan fisik di mana poster ditempatkan juga turut menentukan keberhasilannya. Poster yang dipasang di area dengan lalu lintas tinggi atau area yang relevan dengan konteks pesan akan lebih mungkin diperhatikan oleh audiens. Dalam era digital, keberadaan poster fisik bersaing dengan media-media visual digital yang cenderung lebih dinamis dan interaktif. Oleh karena itu, poster saat ini harus menghadirkan desain yang lebih kreatif dan mampu beradaptasi dengan

audiens yang lebih kritis terhadap format komunikasi statis.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada literatur mengenai efektivitas media poster dan mengidentifikasi faktor-faktor kunci yang memengaruhi keberhasilan penyampaian pesan melalui poster. Dengan melakukan tinjauan literatur yang mendalam, penelitian ini bertujuan untuk memberikan rekomendasi mengenai strategi desain poster yang dapat mengoptimalkan daya tariknya di berbagai konteks, baik di pendidikan, kesehatan, maupun pemasaran. Studi ini juga mengarah pada pengembangan pemahaman yang lebih luas mengenai poster sebagai sarana penyampaian informasi yang mampu bersaing dengan format-format komunikasi modern (Sukartiningsih & Rockyane, 2018). Penelitian ini diharapkan mampu memberikan wawasan tentang bagaimana poster dapat lebih efektif dalam era digital yang terus berkembang, sehingga tetap relevan sebagai media informasi di tengah perubahan tren komunikasi visual.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan studi literatur dengan metode deskriptif kualitatif untuk mengeksplorasi keefektifan media poster sebagai sarana penyampaian informasi dari berbagai perspektif. Fokus utama adalah mengkaji literatur ilmiah, seperti jurnal, buku, dan artikel, yang relevan dengan komunikasi visual dan efektivitas poster dalam konteks pendidikan, kesehatan, dan pemasaran. Data yang dikumpulkan berupa data sekunder dari sumber-sumber terindeks, seperti Sinta, Scopus, dan Google Scholar, serta sumber-sumber yang mengulas teori-

teori utama, termasuk teori dual coding dan pembelajaran multimodal.

Pengumpulan data dilakukan melalui identifikasi literatur, penyaringan berdasarkan relevansi, dan kategorisasi topik spesifik, seperti peran poster di berbagai bidang dan elemen desain yang mempengaruhi penerimaan audiens (Arikunto, 2020). Data yang telah terkumpul dianalisis menggunakan teknik deskriptif-kualitatif, dengan langkah-langkah mencakup kompilasi, sintesis, dan analisis teoritis serta evaluasi kritis. Teori-teori yang relevan digunakan untuk mendukung analisis tentang bagaimana desain dan konteks audiens memengaruhi keefektifan poster (Sugiyono, 2022).

Keberhasilan penelitian ini diukur dari kelengkapan tinjauan literatur, kedalaman analisis, dan rekomendasi yang diberikan. Pendekatan ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai keefektifan media poster dan membuka peluang untuk penelitian lanjutan yang mendalam (Moleong, 2017).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Komunikasi

Sejatinya komunikasi ialah proses untuk menyampaikan gagasan dari pihak pengirim pesan kepada penerima pesan (komunikas). Syarat yang harus dipenuhi agar komunikasi dapat berlangsung ialah tiga hal, yaitu pengirim, penerima, dan gagasan yang hendak disampaikan. Khusus pada poin ketiga, dalam pembahasan ini posisinya akan disejajarkan dengan informasi.

Keberhasilan komunikasi dapat ditinjau dari beberapa aspek, yakni pengirim, penerima, serta media yang

digunakan. Dari aspek pengirim, keberhasilan komunikasi ditentukan oleh seberapa jelas penggunaan Bahasa dan aspek parabahasa. Aspek Bahasa meliputi ketepatan pemilihan kata, penyusunan kata ke satuan yang lebih besar (frasa, klausa, kalimat, hingga wacana), dan makna kebakasaannya. Aspek pemilihan kata dan penyusunan kata menjadi bentuk yang lebih besar disebut sebagai organisasi sintaksis, sedangkan makna kebakasaan termasuk dalam organisasi semantis. Kedua aspek ini diwajibkan hadir dalam rangka berkomunikasi agar bisa menghasilkan sebuah wacana yang utuh dan dapat dimengerti. Karena komunikasi yang utuh melibatkan kohesi (keterkaitan bentuk/sintaksis) dan koherensi (keterkaitan makna/semantik). Tanpa keduanya, mustahil komunikasi yang runtut dan mudah dimengerti komunikas dapat tercapai.

Bukan hanya dari aspek kebakasaan saja, keberhasilan komunikasi dari aspek pengirim juga ditentukan oleh unsur parabahasa (bukan Bahasa). Unsur ini mencakup intonasi, nada, kecepatan bicara, volume, dialek, hingga Bahasa tubuh. Aspek parabahasa ini umumnya ditemukan pada pemakaian Bahasa lisan. Dengan hadirnya aspek ini dalam komunikasi lisan, akan melengkapi penyampaian gagasan yang telah diorganisasi berdasarkan aspek sintaksis dan semantisnya. Pada akhirnya kombinasi antara aspek Bahasa dan parabahasa saat berkomunikasi lisan, akan mampu menunjang tersampainya gagasan yang dikirim oleh komunikator.

Berikutnya, dari aspek penerima, komunikasi yang bagus dapat terjadi jika komunikas mampu memahami pesan-pesan yang disampaikan oleh komunikator baik secara lisan maupun tulisan. Keberhasilan komunikas dalam

mengurai atau mendekripsi pesan dapat ditinjau dari beberapa aspek, salah satunya ialah pragmatik. Ditinjau berdasarkan letaknya dari sudut keilmuan, pragmatik ialah salah satu bagian dari linguistik (ilmu bahasa). Konsentrasi dari ilmu pragmatik ialah mempelajari hubungan antara bahasa dan konteksnya. Dalam fokusnya, pragmatik berusaha menjabarkan bagaimana konteks (baik bahasa maupun non-bahasa) mempengaruhi makna dari ucapan atau tulisan.

Pemahaman akan konteks intralinguistik (konteks kebahasaan) dan konteks ekstralinguistik (konteks di luar Bahasa) akan menentukan seberapa baik kemampuan komunikasi dalam memahami pesan yang disampaikan oleh komunikator. Contoh konteks intralinguistik yang perlu dikuasai oleh penutur ialah fonologi (ilmu bunyi Bahasa), morfologi (seluk beluk pembentukan kata), sintaksis (susunan kata), dan semantik (makna Bahasa). Sementara contoh konteks ekstralinguistik ialah konteks kultural, sosial, sosieta, dan situasional. Dengan penguasaan dua jenis konteks ini, maka komunikasi akan mampu menginterpretasikan (memaknai) dan membalas pesan yang disampaikan oleh komunikator sesuai dengan porsinya, sehingga komunikasi yang apik dapat terjalin.

Media Komunikasi

Selain dari aspek komunikator (penutur) dan komunikan (petutur), keberhasilan komunikasi juga dapat ditinjau dari media yang digunakan. Secara sederhana media dapat dimaknai sebagai perantara atau penghubung. Dalam hal komunikasi, media dapat dimaknai sebagai sarana atau penghubung antara komunikator dengan

komunikan sehingga komunikasi (penyampaian pesan) dapat terjadi. Sarana penghubung ini dapat digolongkan ke beragam kategori. Dimulai dari kategori yang paling sederhana berupa lisan, tulisan, cetak, hingga ke media sosial yang sifatnya digital. Komunikasi yang dilakukan secara lisan, menuntut hadirnya penutur dan petutur secara langsung (dialog), sedangkan komunikasi tulisan, cetak, dan media sosial, keduanya tidak diharuskan bertemu secara langsung.

Dengan adanya media komunikasi, maka penyampaian gagasan oleh penutur dan tanggapan (umpan balik) komunikasi dari petutur akan semakin mudah. Pada akhirnya kehadiran media akan menunjang jalannya proses bertukar gagasan ini. Salah satu media komunikasi yang dipandang efektif dalam menyampaikan gagasan ialah poster. Media ini dipandang efektif dalam menyampaikan gagasan karena diwujudkan melalui kombinasi yang menarik antara tulisan dan gambarnya. Adanya gambar dan tulisan ini akan menguatkan pesan-pesan yang dikirim oleh komunikator juga memudahkan penginterpretasian pesan oleh komunikan, sehingga kesinambungan gagasan dapat terjalin. Media poster dapat diwujudkan dalam dua bentuk, pertama dalam bentuk cetak dan kedua dalam bentuk digital. Dengan alasan inilah media poster dapat dikategorikan sebagai media yang praktis sekaligus andal sebagai sarana untuk menyampaikan gagasan. Namun keandalan media poster dalam penyampaian gagasan juga dipengaruhi oleh desainnya. Kualitas desain poster yang meliputi Paduan warna, kontras, besar kecil ukuran gambar dan huruf, hingga tata letaknya akan memberikan dampak signifikan terhadap keberhasilan

penyampaian pesan. Pendek kata, poster yang didesain dengan bagus akan mampu mengemban fungsinya sebagai media komunikasi, begitu pun sebaliknya.

Efektivitas Poster sebagai Media Komunikasi

Keefektifan atau keandalan media poster sebagai sarana penyampaian gagasan sudah dibuktikan oleh banyak pihak dalam penelitian yang dilakukannya. Keefektifan ini bisa ditinjau dari beberapa bidang yang menggunakan media ini sebagai piranti komunikasinya. Bidang-bidang tersebut dapat dikelompokkan dalam pendidikan, kesehatan, dan layanan masyarakat.

Efektivitas Poster sebagai Media Komunikasi Lingkup Pendidikan

Penelitian yang meneliti keefektifan poster dalam bidang pendidikan sebagai media pembelajaran telah dilakukan oleh banyak pihak, salah satunya dilakukan oleh Wicaksana, Atmadja, & Asmira, (2020). Penelitian dengan judul “Pengembangan Poster Kesehatan Reproduksi Berbasis Pendidikan Karakter Menggunakan Canva pada Usia Remaja Sekolah di SMA” dilatarbelakangi oleh kurangnya pembahasan materi Kesehatan reproduksi dalam kurikulum 2013, penjelasan yang kurang pada buku paket, hingga poster Kesehatan reproduksi yang belum tersedia di sekolah. Padahal materi seperti ini sangat penting diberikan pada siswa dan siswi. Sedikitnya pemahaman peserta didik terhadap materi Kesehatan reproduksi ini dapat berakibat fatal yang salah satunya ialah remaja rawan terperosok dalam pergaulan dan seks bebas.

Oleh karenanya diperlukan media pembelajaran yang mampu mengkomunikasikan pesan-pesan

Kesehatan organ reproduksi, salah satunya ialah media poster. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Wicaksana et al., (2020) menunjukkan bahwa media poster mampu meningkatkan pemahaman peserta didik mengenai Kesehatan organ reproduksi, sehingga media poster layak digunakan sebagai media pembelajaran yang layak digunakan. Hal ini ditunjukkan oleh angket guru yang menampilkan kelayakan sebesar 83.3% dan persepsi remaja di sekolah sebesar 81.4% untuk kelompok kecil dan 87.3% untuk kelompok besar.

Penelitian lain juga dilaksanakan oleh Kusumaningtyas (2023). Mereka melakukan penelitian dengan judul “Peningkatan Hasil Belajar Konsep Bahaya Penggunaan NAPZA dengan Poster Digital”. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh rendahnya penguasaan siswa terhadap materi Napza.

Kurangnya penguasaan materi Napza ini akan berdampak buruk, karena siswa yang belum teguh pendiriannya itu akan rawan terkena penyalahgunaan Napza. Penyebab rendahnya penguasaan materi tersebut terjadi karena siswa lebih asyik bermain media social, kurang membaca buku, dan kurangnya kesungguhan dalam hal belajar materi Napza. Hal ini ditunjukkan oleh belum tercapainya nilai ketuntasan minimal sebesar 75, sedangkan nilai rata-rata yang diperoleh siswa hanyalah 70,9.

Guna meningkatkan pemahaman siswa terhadap materi Napza, diperlukan media pembelajaran yang menarik, salah satunya poster. Hasil penelitian mereka menunjukkan bahwa media poster digital yang disandingkan dengan metode project based learning efektif sebagai sarana penyampaian informasi materi Napza. Dari keefektifan ini, diperoleh

peningkatan pemahaman siswa tentang materi Napza yang ditunjukkan dengan meningkatkan ketuntasan belajar 19,5 % (dari 75% menjadi 94,5%). Siswa yang melampaui nilai ketuntasan 75 sebesar 85%.

Efektivitas Poster sebagai Media Komunikasi Lingkup Kesehatan

Selain efektif sebagai sarana penyampaian informasi di lingkup Pendidikan, media poster juga efektif sebagai sarana penyuluhan di bidang kesehatan. Penelitian yang dilakukan oleh Sumartono (2018) dengan judul “Penggunaan Poster Sebagai Media Komunikasi Kesehatan” menunjukkan bahwa poster efektif digunakan sebagai media komunikasi kesehatan karena tampilan fisiknya menarik, dibuat dengan menggunakan warna dan isi pesannya bermanfaat bagi pembacanya.

Penggunaan media poster sebagai sarana komunikasi dipandang penting dalam konteks ini, karena promosi kesehatan merupakan hal yang vital untuk dilaksanakan. Dengan adanya promosi Kesehatan akan meningkatkan kesadaran Masyarakat terhadap Kesehatan itu sendiri. Sebab dengan Kesehatan adalah investasi krusial (penting) yang nantinya akan mendukung jalannya Pembangunan sebagai Upaya pengentasan kemiskinan.

Pemanfaatan poster sebagai sarana edukasi Kesehatan di Masyarakat juga dilaksanakan oleh Febriawati, (2022). Penelitian tersebut berjudul “Pengembangan Poster Sebagai Media Promosi Pencegahan Covid-19”. Penelitian ini dilatar belakangi oleh merebaknya kasus pandemi Covid-19 dan untuk itu perlu dilaksanakan Upaya edukasi dalam pencegahan pandemi secara massif. Edukasi kepada Masyarakat diwujudkan dengan

pengembangan media poster. Hal ini disebabkan oleh edukasi pencegahan pandemi sebelumnya hanya menggunakan produk brosur dan leaflet dalam media online. Guna menambah variasi media edukasi Kesehatan di Masyarakat, dipilihlah media poster.

Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa media poster termasuk efektif jika digunakan sebagai media penyampaian informasi berupa edukasi Kesehatan pencegahan pandemi. Hal ini dapat dilihat dari pengujian produk terhadap kelompok kecil dengan perolehan persentase 87%. Persentase tersebut memperlihatkan bahwa media poster benar-benar memiliki kelayakan dan sangat memenuhi syarat sebagai media edukasi.

Efektivitas Poster sebagai Media Komunikasi Ilkan Layanan

Masyarakat Dewasa ini poster telah dipakai sebagai media komunikasi dengan lingkup cakupan berbagai bidang yang luas. Hal ini dimungkinkan karena poster memberikan tampilan visual yang menarik sekaligus murah untuk diproduksi secara massal dan dapat disebarkan pula secara digital.

Salah satu bidang yang memanfaatkan poster ialah iklan, khususnya periklanan layanan masyarakat. Pemanfaatan dan desain dari poster untuk tujuan layanan masyarakat lebih dikhususkan untuk mengimbau, mengajak, menanggulangi masalah sosial, ekonomi, kemiskinan, lingkungan hidup, narkoba dan obat-obatan berbahaya, serta pusparagam masalah lainnya yang dapat ditemukan di masyarakat (Pendit, 2019). Pendek kata, poster yang dipakai dalam iklan layanan masyarakat lebih ditujukan untuk meningkatkan kesadaran Masyarakat

terhadap beragam masalah yang ada di lingkungan sekitarnya.

Pemanfaatan poster sebagai sarana penyampaian informasi bidang iklan layanan Masyarakat telah dilakukan oleh Firmansyah (2022) dalam penelitiannya yang berjudul “Perancangan Poster Iklan Layanan Masyarakat Pencegahan Covid 19 di Era New Normal Bagi Warga Karang Rejo VII Surabaya”.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh kurangnya kesadaran masyarakat untuk mengimplementasikan protokol Kesehatan pada era normal baru (new normal). Kurangnya kesadaran ini berdampak pada tingginya warga Karang Rejo yang terpapar virus Covid-19 sejumlah 1.824 orang dan 182 orang meninggal akibat virus tersebut. Atas dasar inilah peneliti akan memanfaatkan poster iklan layanan Masyarakat untuk meningkatkan kesadaran warga guna mematuhi protokol Kesehatan.

Berdasarkan penelitian yang dilaksanakan, diperoleh hasil berupa meningkatnya kesadaran warga Karang Rejo untuk mematuhi protokol Kesehatan, utamanya di gang VII. Hal ini dibuktikan dengan perubahan perilaku masyarakat di sekitar yang saat bepergian atau melaksanakan aktivitas di luar ruangan mulai mengenakan masker dan tidak berkerumun. Hanya saja perubahan ini sebatas ditunjukkan oleh sebagian masyarakat Karang Rejo dan belum ditunjukkan oleh seluruh masyarakat. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa poster layanan masyarakat dalam konteks ini cukup berhasil mengemban fungsinya sebagai sarana komunikasi pentingnya pematuhan protokol kesehatan yang dibuktikan dengan perubahan perilaku di sebagian masyarakatnya.

Poster layanan masyarakat, selain digunakan sebagai piranti penyebaran informasi, juga dipakai sebagai sarana untuk mempersuasi (membujuk) khalayak untuk meningkatkan kesadaran, mengubah perilaku, hingga mematuhi imbauan tertentu yang diarahkan oleh pemerintah atau organisasi tertentu (Putri, 2024).

Keberhasilan poster layanan Masyarakat untuk menyebarkan informasi, membujuk, dan meningkatkan kesadaran Masyarakat dipengaruhi oleh seberapa efektif kalimat yang digunakan. Kalimat efektif dalam konteks ini dimengerti sebagai kalimat yang mampu menyampaikan gagasan pembuat poster dan mudah dimengerti oleh pembaca poster. Kalimat efektif yang dipergunakan dalam poster umumnya direpresentasikan dalam wujud kalimat persuasif atau bujukan. Kalimat persuasif yang dipakai bernada mengajak, mengimbau, dan membujuk khalayak.

Penelitian yang dilakukan oleh Putri (2024) membuktikan bahwa mayoritas poster yang diteliti dan berjumlah 100 tersebut menggunakan kalimat persuasif. Dengan rincian kalimat persuasif fbujukan sejumlah enam poster (6%), ajakan sebanyak 24 poster (24%), dan paling banyak ialah imbauan dengan total 70 poster (70%).

Berdasarkan hasil penelitian dapat diperoleh interpretasi bahwa keberhasilan poster sebagai iklan layanan Masyarakat dalam rangka membujuk dan mempengaruhi perilaku masyarakat dipengaruhi oleh seberapa efektif dan kuatnya kalimat persuasif yang dipakai dalam poster.

Penelitian Firmansyah (2022) memberikan bukti bahwa penggunaan poster iklan layanan Masyarakat mampu mengedukasi dan mengubah perilaku Sebagian warga Karang Rejo untuk

mematuhi protokol Kesehatan yang berlaku. Keberhasilan ini tidak bisa dilepaskan dari penggunaan kalimat efektif dan bernada persuasif dalam setiap poster yang dibuat. Hal ini didukung hasil penelitian Putri (2024) bahwa keberhasilan poster untuk mempengaruhi perilaku khalayak sangat ditentukan oleh seberapa baik kalimat persuasif yang digunakan.

KESIMPULAN

Berdasarkan aktivitas penelitian studi literatur terhadap penelitian terdahulu mengenai efektivitas penggunaan media poster sebagai media penyampaian informasi kepada Masyarakat dapat ditarik konklusi bahwa media poster memiliki efektivitas yang tinggi sebagai piranti penyampaian informasi.

Efektivitas ini dalam lingkup Pendidikan telah dibuktikan oleh penelitian yang dilaksanakan oleh Wicaksana et al. (2020) penelitian pertama memberikan bukti bahwa media poster mampu meningkatkan pemahaman peserta didik mengenai Kesehatan organ reproduksi, sehingga media poster layak digunakan sebagai media pembelajaran yang layak digunakan. Hal ini ditunjukkan oleh angket guru yang menampilkan kelayakan sebesar 83.3% dan persepsi remaja di sekolah sebesar 81.4% untuk kelompok kecil dan 87.3% untuk kelompok besar. Sedangkan penelitian kedua menunjukkan jika media poster berhasil peningkatan pemahaman siswa tentang materi Napza yang ditunjukkan dengan meningkatkan ketuntasan belajar 19,5 % (dari 75% menjadi 94,5%). Siswa yang melampaui nilai ketuntasan 75 sebesar 85%.

Berikutnya, efektivitas poster sebagai sarana diseminasi (penyebaran)

informasi di lingkup Kesehatan telah ditunjukkan oleh (Sumartono, 2018). Hasil penelitian mereka menunjukkan bahwa media poster termasuk efektif jika digunakan sebagai media penyampaian informasi berupa edukasi Kesehatan pencegahan pandemi. Hal ini dapat dilihat dari pengujian produk terhadap kelompok kecil dengan perolehan persentase 87%.

Efektivitas yang sama juga diperoleh jika poster di gunakan dalam lingkup lain, misalnya untuk iklan layanan masyarakat. Hal ini dikuatkan oleh penelitian yang dilakukan oleh (Firmansyah, 2022). Penelitian mereka membuktikan jika poster mampu mengubah perilaku masyarakat di sekitar yang saat bepergian atau melaksanakan aktivitas di luar ruangan untuk memakai masker dan tidak berkerumun. Hanya saja perubahan ini sebatas ditunjukkan oleh Sebagian Masyarakat Karang Rejo dan belum ditunjukkan oleh seluruh Masyarakat.

Berdasarkan studi literatur penelitian terdahulu pada beberapa bidang yang memanfaatkan poster sebagai media penyampaian informasi, dapat disimpulkan jika poster memang mampu dan efektif untuk melaksanakan fungsi tersebut. Keberhasilan ini tentunya tidak bisa dilepaskan dari desain yang apik. Karena dengan hal tersebut, poster yang menarik dan komunikatif dapat diciptakan. Selain didesain dengan menarik dan komunikatif, poster juga harus menggunakan kalimat yang efektif dan bernada bujukan (persuasif). Sebab kunci kesuksesan poster dalam rangka mempengaruhi khalayak sangat ditentukan oleh efektivitas dan kekuatan kalimat bujukan yang dipakai.

DAFTAR RUJUKAN

- Arikunto, S. (2020). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Fajri. (2018). Pentingnya Penggunaan Pendekatan Multimodal Dalam Pembelajaran. *WASKITA: Jurnal Pendidikan Nilai Dan Pembangunan Karakter*, 2(1), 57–72.
<https://doi.org/10.21776/ub.waskita.2018.002.01.5>
- Febriawati, H., Efrianti, D., Yanuarti, R., Oktarianita, O., & Angraini, W. (2022). Pengembangan Poster sebagai Media Promosi Pencegahan COVID-19. *Jurnal Kesmas Asclepius*, 4(2), 42–51.
<https://doi.org/10.31539/jka.v4i2.4183>
- Firmansyah, A. (2022). Perancangan Poster Iklan Layanan Masyarakat Pencegahan Covid 19 Di Era New Normal Bagi Warga Karang Rejo Vii Surabaya. *Jurnal Barik*, 4(2), 146–159. Retrieved from <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/>
- Harris, & Alya, K. (2020). Eksistensi Papan Reklame (Billboard) sebagai Sumber Informasi Masyarakat Pekanbaru. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, (3878).
- Hendratno, & Syafitri, W. (2021). Pengembangan Media Monopoli Untuk Pembelajaran Menulis Puisi Pada Siswa Kelas IV Sekolah Dasar. *Jurnal PGSD*, 9(9), 3335–3344. Retrieved from <https://jbasic.org/index.php/basicedu/article/view/3793>
- Kurniawan, A., & Nur, D. (2023). Peran Media Pemasaran dalam Upaya Membangun Branding terhadap UMKM yang ada pada Warung Pandugo. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(3), 396–398.
- Kusumaningtyas. (2023). Peningkatan Hasil Belajar Konsep Bahaya Penggunaan NAPZA dengan Poster Digital. *Jurnal Genesis Indonesia*, 2(1).
- Moleong, J. L. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nurfadhillah, S. (2021). Peranan Media Pembelajaran dalam Meningkatkan Minat Belajar Siswa SD Negeri Kohod III. *PENSA : Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(2), 243–255. Retrieved from <https://ejournal.stitpn.ac.id/index.php/pensa>
- Pagarra H & Syawaludin, D. (2022). *Media Pembelajaran*. Gunungsari: Badan Penerbit UNM.
- Pendit, I. K. D. (2019). Strategi Promosi Melalui Media Desain Poster Dalam Pencitraan Publik. *Jurnal Stilistika*, 7(5), 192–210.
<https://doi.org/10.5281/zenodo.3900626>
- Putri, U. A. (2024). Wacana Persuasif pada Poster Iklan Layanan Masyarakat di Kota Depok dan Implikasinya terhadap Pembelajaran Bahasa Indonesia. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran*, 7(3), 9077–9082.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian*

Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D
(2nd ed.). Bandung: CV Alfabeta.

Sukartiningsih, W., & Rockyane, I. S. (2018). Pengembangan Media Pembelajaran Interaktif Menggunakan Adobe Flash Dalam Pembelajaran Menulis Cerita Siswa Kelas IV SD. *Jurnal Penelitian Pendidikan Guru Sekolah Dasar*, 6(5), 767–776. Retrieved from <https://media.neliti.com/media/publications/255055-none-fadc1059.pdf>

Sumartono. (2018). Penggunaan Poster Sebagai Media Komunikasi Kesehatan. *Kumonikologi*, 15(1).

Wahyuningsih, S. (2015). *Desain Komunikasi Visual*. Madura: UTM PRESS.

Wicaksana, E. J., Atmadja, P., & Asmira, Y. (2020). Pengembangan Poster Kesehatan Reproduksi Berbasis Pendidikan Karakter Menggunakan Canva pada Usia Remaja Sekolah di SMA. *Jurnal Penelitian Dan Pengkajian Ilmu Pendidikan: E-Saintika*, 4(2), 160. <https://doi.org/10.36312/e-saintika.v4i2.215>