

**PERENCANAAN KAMPANYE GAYA HIDUP SEHAT DALAM
POSTER BUAH POTONG**

TUGAS AKHIR



ELANG WALLESA

21240970

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

2025

PERENCANAAN KAMPANYE GAYA HIDUP SEHAT DALAM POSTER BUAH POTONG

TUGAS AKHIR



Diajukan untuk memenuhi tugas akhir dan melengkapi Sebagian syarat-syarat guna memperoleh gelar program sarjana strata satu (S-1) Fakultas Ilmu Sosial dan Politik
Program Studi Ilmu Komunikasi

Oleh:

ELANG WALLESA

21240970

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO
2025**

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas akhir oleh Nama : Elang Wallesa

Telah dipertahankan didepan penguji pada

Hari :

Tanggal :

Pukul :

DEWAN PENGUJI

Penguji I

Penguji II

Penguji III

Dra. Niken Lestarini, M.Si
NIDN. 0020066503

Oki Cahyo Nugroho, M.I.Kom
NIDN. 0728018304

Ayub Dwi Anggoro, Ph.D
NIK. 19860325 201309

12

Mengetahui,

Dekan

Dr. Robby Darwis Nasution, SIP., MA.

NIK. 19860288 202109 12

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Elang Wallesa

NIM : 21240970

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Dengan ini menyatakan bahwa tugas akhir yang telah saya buat dengan judul: Perencanaan Kampanye Gaya Hidup Sehat dalam Poster Buah Potong, adalah asli (orisinal) atau tidak plagiat (menjiplak) dan belum pernah diterbitkan/dipublikasikan dimanapun dan dalam bentuk apapun.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun juga. Apabila dikemudian hari ternyata saya memberikan keterangan palsu dan atau ada pihak lain yang mengklaim bahwa tugas akhir yang telah saya buat adalah hasil karya milik seseorang atau badan tertentu, saya bersedia diproses baik secara pidana maupun perdata dan kelulusan saya dari Universitas Muhammadiyah Ponorogo dicabut/dibatalkan.

Ponorogo, 30 Juni 2025

Yang menyatakan,

Elang Wallesa

MOTTO

1. Ketika rencana manusia terbatas, di situlah takdir Allah bekerja tanpa batas.
2. Santai bukan berarti lalai, pelan bukan berarti tertinggal.
3. Tidak semua hal harus sempurna, dan tidak semua rencana harus berjalan lurus. Yang penting adalah tetap melangkah, tetap sadar arah, dan tidak kehilangan diri sendiri di tengah proses. Kadang, kesalahan dan keterlambatan justru membawa kita ke versi diri yang lebih kuat dan bijak.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Tugas akhir ini saya persembahkan kepada Almamater saya tercinta Universitas Muhammadiyah Ponorogo, jurusan ilmu komunikasi. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan dapat menjadi jalan saya menuju kesuksesan di masa depan.

Saya persembahkan juga untuk orang tua saya yang telah menyayangi saya segenah jiwa dan raga, dan telah memberi kehangatan, kasih sayang, dan support yang tidak terhingga untuk saya, sehingga saya dapat mencapai tahap ini dalam hidup saya.

Untuk teman-teman seangkatan saya yang sangat saya banggakan, terima kasih atas cerita dan persahabatan yang telah kita tanam di hati ini, dan atas semua suka duka yang kita lalui bersama.

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan Alhamdulillah, segala puji dan syukur saya panjatkan atas kehadiran Allah SWT, karena berkat rahmat dan hidayat-Nya penyusunan karya ilmiah yang berjudul: “Perencanaan Kampanye Gaya Hidup Sehat dalam Poster Buah Potong” ini dapat diselesaikan guna memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan pendidikan pada Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Perjalanan panjang telah saya lalui dalam rangka menyelesaikan perkuliahan hingga penulisan karya ilmiah ini. Ada berbagai hambatan yang dihadapi dalam penulisan ini, namun berkat kehendak Allah SWT inilah yang membuat saya berhasil menyelesaikan penulisan karya ilmiah ini.

Oleh karena itu, dengan kerendahan hati saya ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberi saya banyak anugrah yang saya dapatkan, dan telah memberi saya banyak pelajaran berharga dalam kehidupan ini.
2. Bu Krisna Megantari, S.Sos, M.A selaku dosen wali yang telah memberikan banyak ilmu yang bermanfaat seperti sekarang.
3. Orang tua saya yang telah memberi dukungan dan support finansial yang tak pernah tergantikan.
4. Teman-teman saya yang telah memberikan dukungan atas kelancaran tugas akhir saya.

Terimakasih pun saya haturkan untuk semua pihak yang telah membantu saya dalam menyelesaikan karya ilmiah ini yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu. Akhir kata, saya menyadari bahwa tidak ada yang sempurna, saya masih melakukan kesalahan dalam penyusunan karya ilmiah. Oleh karena itu, saya meminta maaf sedalam-dalamnya atas kesalahan yang saya lakukan.

Saya berharap semoga karya ilmiah ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan dapat dijadikan referensi demi pengembangan ke arah yang lebih baik lagi. Kebenaran datangnya dari Allah SWT, dan kesalahan datangnya dari diri manusia. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan Rahmat dan Ridho-Nya kepada kita semua.

Ponorogo, 30 Juni 2025

Elang Wallesa

DAFTAR ISI

TUGAS AKHIR.....	2
HALAMAN PENGESAHAN	1
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR	2
MOTTO	3
HALAMAN PERSEMBAHAN	4
KATA PENGANTAR	5
DAFTAR ISI.....	7
DAFTAR GAMBAR.....	9
ABSTRAK.....	10
BAB I.....	11
1.1 Latar Belakang Masalah	11
1.2 Rumusan Masalah.....	12
1.3 Tujuan Perencanaan	12
1.4 Manfaat Perencanaan	12
BAB II.....	14
2.1 Landasan Teori.....	14
2.2 Studi Literatur	15
BAB III	17
3.1 Metode Perancangan.....	17
3.2 Metode Perancangan Poster.....	18
3.3 Alat Pengumpulan Data	19
3.4 Konsep Perancangan.....	19
BAB IV	21
4.1 Penjaringan Ide	21
4.2 Pengambilan Foto	21
4.3 Layout Desain Awal	23
4.4 Pengembangan Desain	24
4.5 Evaluasi dan Revisi Pra Produksi Desain	25
4.6 Konsep Elemen Visual.....	26
4.7 Desain Final	28
BAB V	29
5.1 Kesimpulan	29

5.2 Saran	29
DAFTAR PUSTAKA	30
LAMPIRAN.....	31

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Contoh Poster Sejenis	16
Gambar 2. Metodologi Perencanaan	18
Gambar 3. Alat pengambilan gambar (Iphone Xr).....	19
Gambar 4. Proses pengambilan foto.....	22
Gambar 5. Layout desain awal poster	24
Gambar 6. Desain pengembangan poster buah potong	25
Gambar 7. Proses evaluasi dan revisi poster	26
Gambar 8. Hasil akhir desain poster	28

ABSTRAK

Perencanaan ini bertujuan untuk merancang dan menganalisis poster promosi produk buah potong sebagai media komunikasi visual yang efektif dalam menyampaikan pesan gaya hidup sehat. Pendekatan yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif dengan teknik analisis semiotika untuk mengungkap makna denotatif dan konotatif dari elemen-elemen visual seperti gambar, warna, tipografi, dan tata letak. Poster dirancang dengan konsep minimalis dan segar, menekankan pada kepraktisan dan kesegaran produk, serta mengajak audiens, khususnya generasi muda urban, untuk menjalani pola hidup sehat secara mudah. Pengambilan gambar dilakukan menggunakan smartphone, sementara proses desain menggunakan perangkat lunak Canva. Hasil Perencanaan menunjukkan bahwa desain poster mampu menyampaikan pesan kesehatan secara komunikatif dan persuasif, serta membentuk persepsi positif terhadap produk buah potong sebagai pilihan praktis yang sehat. Dengan demikian, desain komunikasi visual berperan penting dalam mendukung promosi produk sekaligus edukasi gaya hidup sehat kepada masyarakat.

Kata kunci: Poster, Semiotika, Buah Potong, Gaya Hidup Sehat, Desain

ABSTRACT

This study aims to design and analyze a promotional poster for cut fruit products as a visual communication medium that effectively conveys the message of a healthy lifestyle. The research adopts a qualitative descriptive method with a semiotic analysis approach to explore the denotative and connotative meanings of visual elements such as imagery, color, typography, and layout. The poster is designed with a minimalist and fresh concept, emphasizing practicality and the freshness of the product, while targeting urban youth audiences to adopt a healthy lifestyle in a simple way. Image capture was conducted using a smartphone, and the design process utilized the Canva software. The findings indicate that the poster design successfully communicates health messages in a persuasive and informative manner, shaping a positive perception of cut fruit as a practical and healthy choice. Thus, visual communication design plays a significant role in supporting product promotion as well as public health education.

Keywords: Poster, Semiotics, Cut Fruit, Healthy Lifestyle, Design

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Beberapa tahun terakhir, gaya hidup sehat telah menjadi tren yang semakin meluas di masyarakat Indonesia. Kepedulian terhadap pola konsumsi, aktivitas fisik, dan keseimbangan nutrisi semakin meningkat, didorong oleh kampanye kesehatan dari pemerintah dan komunitas. Fenomena ini tercermin dalam tingginya minat masyarakat terhadap konten kesehatan, produk organik, serta kegiatan olahraga dan nutrisi seimbang. Kenaikan kesadaran tersebut menempatkan gaya hidup sehat sebagai salah satu indikator kualitas hidup modern, yang kemudian membuka peluang besar bagi media komunikasi kesehatan untuk menyebarkan pesan positif.

Konsumsi buah merupakan salah satu pilar utama dalam gaya hidup sehat, karena buah kaya akan vitamin, mineral, serat, dan antioksidan yang mampu mencegah penyakit degeneratif serta menjaga status gizi tubuh (Sundari *et al.*, 2021). Faktor gizi dari buah tidak hanya penting untuk tumbuh kembang remaja, tetapi juga menurunkan risiko obesitas, hipertensi, dan diabetes pada semua kelompok usia (Meliana *et al.*, 2024). Namun, realitas menunjukkan masih banyak masyarakat terutama remaja dan mahasiswa yang tidak memenuhi rekomendasi konsumsi buah harian, meskipun mereka sadar akan manfaatnya (Rahmawati & Manikam, 2023).

Salah satu penyebab rendahnya konsumsi buah adalah diantaranya adalah pengetahuan, kesukaan, sikap, ketersediaan sayuran dan buah-buahan di rumah, ketersediaan sayurandan buah-buahan di sekolah, pengaruh lingkungan keluarga, pengaruh lingkungan sekolah, dan peran media sosial, serta media massa (Khairunnisa & Kurniasari, 2022). Hambatan-hambatan ini menyebabkan meskipun tersedia, buah sering tidak dijadikan pilihan utama dibandingkan makanan siap saji atau camilan tidak sehat. Akibatnya, rencana konsumsi buah tidak tercapai karena psikologis dan teknis pengelolaan buah segar di rumah dan di luar rumah.

Solusi atas permasalahan tersebut, produk buah potong siap santap hadir sebagai inovasi yang menawarkan kepraktisan tanpa mengabaikan nilai gizi. Buah potong dipersembahkan dalam kemasan praktis, higienis, dan ekonomis, cocok untuk kebutuhan konsumsi cepat di tengah aktivitas padat. Keberadaan produk ini sejalan dengan preferensi konsumen modern terhadap makanan sehat yang mudah dikonsumsi kapan saja dan di mana saja.

Kehadiran produk sehat saja tidak cukup. Promosi yang efektif sangat diperlukan agar masyarakat tidak hanya mengetahui keberadaan buah potong, tetapi juga terdorong untuk memilihnya. Media visual seperti poster promosi memiliki peran strategis dalam menarik perhatian, menyampaikan pesan kesehatan, dan membentuk persepsi publik (Irnanda & Izzah, 2023). Elemen-elemen desain visual seperti komposisi, warna, tipografi, dan ikonografi harus

dirancang sedemikian rupa agar mudah dipahami, membangkitkan rasa ingin mencoba, serta mampu mengasosiasikan produk dengan manfaat kesehatan yang konkret.

Desain poster menjadi bukan sekadar sarana estetika, tetapi media komunikasi strategis yang dapat memperkuat narasi kesehatan dalam bentuk visual. Menurut teori komunikasi visual, keberhasilan poster diukur dari sejauh mana elemen visual mampu menyampaikan makna denotatif (apa yang terlihat) dan konotatif (emosi atau asosiasi di balik visual) sesuai pesan kesehatan yang diinginkan (Lupton, Wong, Barthes; relevansi teori semiotika Barthes banyak dirujuk di studi desain visual) . Terlebih lagi, perencanaan semacam ini masih relatif sedikit dilakukan di Indonesia, khususnya yang memadukan desain poster dengan analisis makna visual dalam konteks promosi produk buah potong.

Perencanaan ini sangat relevan dan urgen untuk dilakukan. Dengan menganalisis makna visual dalam desain poster produk buah potong melalui pendekatan semiotika perencanaan ini bertujuan untuk memahami bagaimana desain dapat berfungsi sebagai media edukasi dan persuasi kesehatan. Keberhasilan poster ini diharapkan mampu mendukung peningkatan konsumsi buah masyarakat, serta memperluas pengetahuan tentang komunikasi visual kesehatan yang efektif.

1.2 Rumusan Masalah

Meskipun gaya hidup sehat semakin diminati dan konsumsi buah diakui sebagai komponen penting dalam mendukung kesehatan tubuh, kenyataannya angka konsumsi buah masyarakat Indonesia masih tergolong rendah. Produk buah potong hadir sebagai solusi alternatif yang praktis dan sehat, namun keberhasilannya di pasar sangat bergantung pada efektivitas strategi komunikasi, termasuk media promosi visual seperti poster. Dalam hal ini, elemen-elemen desain visual dan makna yang dikandung dalam poster menjadi penting untuk dianalisis guna mengetahui sejauh mana poster mampu menyampaikan pesan kesehatan secara komunikatif dan persuasif.

Untuk itu, perencanaan ini merumuskan beberapa pertanyaan utama sebagai berikut:

1. Bagaimana proses perancangan desain poster produk buah potong yang dapat menyampaikan pesan gaya hidup sehat kepada masyarakat?

Rumusan masalah tersebut akan menjadi dasar dalam penyusunan tujuan perencanaan, metodologi, dan analisis hasil, sehingga dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan desain komunikasi visual yang tidak hanya estetis, tetapi juga informatif dan edukatif.

1.3 Tujuan Perencanaan

Perencanaan ini bertujuan untuk:

1. Mendesain poster produk buah potong yang bertujuan menyampaikan pesan gaya hidup sehat kepada masyarakat.

1.4 Manfaat Perencanaan

Perencanaan ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Menjadi referensi bagi desainer grafis atau pelaku industri kreatif dalam merancang media promosi produk sehat, khususnya buah potong, agar lebih komunikatif dan menarik bagi masyarakat.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Landasan Teori

Desain secara umum dapat diartikan sebagai proses merancang sesuatu yang memiliki tujuan tertentu, baik secara estetis maupun fungsional. Dalam konteks komunikasi visual, desain berperan untuk menyampaikan pesan melalui elemen-elemen seperti warna, gambar, bentuk, dan tulisan. Desain tidak hanya berkaitan dengan tampilan yang menarik, tetapi juga bagaimana pesan dapat tersampaikan secara jelas dan efektif kepada khalayak. Oleh karena itu, desain harus dibuat dengan perencanaan yang matang agar sesuai dengan tujuan komunikasi yang diinginkan.

Semiotika adalah ilmu yang mempelajari tanda (gambar, warna, bentuk, tulisan) dan makna yang dikandungnya. Dalam konteks desain poster, setiap elemen visual dapat dipahami sebagai tanda. Sebagai contoh, dalam penelitian Ernawati (2019) analisis semiotika pada karya desain komunikasi visual menunjukkan bahwa visual dan teks dalam poster bekerja bersama sebagai ikon dan simbol yang menyampaikan pesan secara langsung maupun tersirat. Teori semiotika memperluas ini dengan membedakan makna denotatif (apa yang terlihat secara langsung) dan konotatif (makna tambahan yang muncul dari asosiasi budaya atau emosi). Misalnya, warna hijau yang digunakan pada poster buah potong tidak hanya menunjukkan kesegaran secara langsung (denotasi), tetapi juga bisa menanamkan persepsi “alami”, “sehat”, atau bahkan “organik” (konotasi). Dengan demikian, semiotika memungkinkan perancang untuk mengkaji bagaimana elemen-elemen visual seperti potongan buah, warna cerah, dan tipografi tertentu bekerja secara simbolis untuk membentuk pemahaman dan memengaruhi sikap audiens terhadap gaya hidup sehat.

Buah potong adalah buah-buahan segar yang telah dikupas dan dipotong dalam ukuran kecil, kemudian dikemas agar siap dikonsumsi. Produk ini biasanya dijual dalam bentuk kemasan praktis dan banyak ditemukan di supermarket, minimarket, atau pedagang kaki lima. Buah potong menjadi solusi bagi masyarakat yang ingin mengonsumsi buah namun tidak memiliki waktu atau malas untuk mempersiapkannya sendiri. Selain itu, buah potong lebih mudah dibawa dan dikonsumsi kapan saja. Kehadiran buah potong tentu akan mampu membantu meningkatkan konsumsi buah, terutama di kalangan masyarakat perkotaan yang cenderung memiliki gaya hidup sibuk.

Buah potong memiliki banyak manfaat bagi kesehatan. Kandungan vitamin, mineral, dan serat dalam buah dapat membantu menjaga sistem kekebalan tubuh, melancarkan pencernaan, dan mencegah berbagai penyakit seperti hipertensi, diabetes, dan penyakit jantung. Konsumsi buah secara rutin juga bisa membantu menjaga berat badan tetap ideal. Meskipun manfaatnya sudah diketahui secara luas, kenyataannya konsumsi buah di Indonesia masih tergolong rendah. Salah satu upaya untuk mendorong masyarakat agar lebih sering makan buah adalah dengan menghadirkan produk buah potong yang praktis dan mudah dijangkau.

Poster adalah salah satu media komunikasi visual yang umum digunakan untuk menyampaikan informasi atau promosi. Poster biasanya dibuat dengan desain yang menarik, menggabungkan elemen visual dan teks untuk menarik perhatian dan menyampaikan pesan dengan cepat. Dalam konteks promosi produk, poster menjadi alat yang efektif karena dapat ditempatkan di berbagai tempat strategis dan dilihat oleh banyak orang. Jika dirancang dengan baik, poster dapat membentuk persepsi positif terhadap suatu produk dan mendorong minat beli.

Keterkaitan antara produk buah potong dan komunikasi visual sangat penting dalam upaya promosi kesehatan. Karena buah potong adalah produk yang menawarkan manfaat gizi sekaligus kepraktisan, maka diperlukan media promosi yang mampu menonjolkan kedua nilai tersebut. Desain poster yang komunikatif dan menarik dapat membantu menyampaikan pesan bahwa buah potong bukan hanya sekadar makanan ringan, tetapi juga bagian dari gaya hidup sehat. Oleh karena itu, pendekatan desain komunikasi visual yang mempertimbangkan aspek estetika dan makna sangat relevan dalam memperkenalkan buah potong kepada masyarakat luas, terutama dalam konteks kampanye pola makan sehat.

2.2 Studi Literatur

Berbagai penelitian di Indonesia telah menekankan pentingnya analisis desain visual dalam poster kampanye kesehatan. Patriansah & Sapitri (2022) menganalisis poster iklan layanan masyarakat dan menemukan bahwa sistem tanda baik visual maupun verbal harus dikodekan dengan benar agar pesan dapat diterima dan dipahami oleh khalayak sasaran. Terdapat penelitian mengenai poster kesehatan publik yang memanfaatkan analisis semiotika. Misalnya, Huda et al. (2017) menganalisis gambar peringatan kesehatan pada kemasan rokok. Mereka menyimpulkan bahwa gambar-gambar tersebut tidak hanya berfungsi sebagai tanda denotatif (visual langsung), tetapi juga memiliki makna konotatif berupa peringatan serius terhadap bahaya kesehatan. Studi ini menunjukkan bahwa kekuatan visual pada poster atau kemasan dapat menciptakan asosiasi emosional yang kuat, suatu hal yang penting jika kita ingin kartu kesehatan lewat buah potong bisa “terasa” efeknya.

Penelitian yang lebih kontekstual pada layanan kesehatan juga dilakukan oleh Simanjuntak dkk. (2025), yang mengkaji wacana dalam poster Kemenkes bertema “Jangan Diam Saja, Bergerak Itu Sehat”. Penelitian ini menggunakan analisis wacana kritis dan menemukan bahwa poster tersebut disusun secara sistematis: pesan utama, manfaat fisik, serta ajakan bertindak. Mereka juga mencatat penggunaan diksi imperatif dan warna yang mendukung efek persuasif. Temuan ini penting untuk poster buah potong, karena struktur pesan dan pilihan kata dalam layout visual dapat menentukan seberapa kuat poster itu mendorong masyarakat melakukan tindakan nyata: yaitu makan buah.

Secara umum, studi-studi di atas menunjukkan bahwa desain poster kesehatan tidak hanya soal estetika, melainkan soal bagaimana elemen visual dan teks disusun agar efektif dalam mengajak perilaku sehat. Artikulasi warna, gambar, tipografi, dan struktur pesan menjadi kunci dalam membangun persepsi dan mempengaruhi tindakan khalayak. Perencanaan ini akan memanfaatkan pendekatan-pendekatan tersebut, menggabungkan desain komunikasi visual dan semiotika, untuk menganalisis poster buah potong. Melalui studi ini, diharapkan

akan diperoleh pemahaman lebih mendalam bagaimana poster produk buah potong dapat berfungsi sebagai media promosi gaya hidup sehat yang komunikatif dan persuasif.



Gambar 1. Contoh Poster Sejenis

BAB III

METODE PERANCANGAN

3.1 Metode Perancangan

Perancangan poster dalam hal ini dilakukan secara bertahap dan sistematis, mengikuti alur kerja dari awal hingga menghasilkan desain final yang siap digunakan sebagai media promosi. Tujuan dari perancangan ini adalah menghasilkan media visual berupa poster berukuran A3 yang menampilkan pesan promosi produk buah potong dan ajakan hidup sehat secara komunikatif dan menarik. Poster dirancang dengan mempertimbangkan prinsip-prinsip dasar desain komunikasi visual serta ditambahkan proses analisis semiotika untuk memahami makna yang terkandung dalam elemen-elemen visualnya.

Proses perancangan terdiri atas beberapa tahapan sebagai berikut:

1. Studi Literatur

Pada tahap awal, dilakukan pengumpulan informasi dan teori dari berbagai sumber seperti buku, jurnal, dan artikel yang berkaitan dengan desain komunikasi visual, poster, gaya hidup sehat, semiotika, serta konsumsi buah. Studi literatur ini bertujuan untuk memperkuat landasan teori dan memberikan arah dalam merancang poster yang relevan dan efektif.

2. Perancangan Metodologi

Tahapan ini mencakup perencanaan metode kerja, penentuan jenis data yang dibutuhkan, serta teknik analisis yang akan digunakan. Pada tahap ini juga ditentukan bahwa pendekatan yang digunakan adalah semiotika visual untuk menganalisis makna dalam desain poster.

3. Penjaringan Ide

Selanjutnya, setelah studi literatur dan perancangan metodologi, dilanjutkan dengan penjaringan ide dengan tujuan memperkaya ide dari berbagai sumber, membangkitkan kreativitas dan mengumpulkan perspektif, hal ini dilakukan dengan teknik brainstorming.

4. Pengambilan Foto

Dalam proses ini dilakukan pemotretan buah potong sebagai elemen visual utama yang akan digunakan dalam desain poster. Pengambilan gambar dilakukan dengan mempertimbangkan pencahayaan, komposisi, dan kualitas visual agar sesuai dengan tema promosi yang diinginkan.

5. Layout Desain Awal

Setelah dilakukan penjaringan ide, dibuat konsep awal desain poster yang mencakup ide utama, pesan yang ingin disampaikan, serta gaya visual yang akan digunakan. Pada tahap ini dilakukan brainstorming untuk merancang posisi teks, gambar, dan elemen grafis lainnya.

6. Pengembangan Desain

Foto yang telah diambil kemudian dimasukkan ke dalam layout desain poster menggunakan perangkat lunak grafis digital. Pada tahap ini, elemen visual lain

seperti warna, tipografi, ikon, dan ilustrasi ditambahkan untuk mendukung pesan yang ingin disampaikan. Layout disusun secara seimbang dan memperhatikan prinsip kontras, keselarasan, dan keterbacaan.

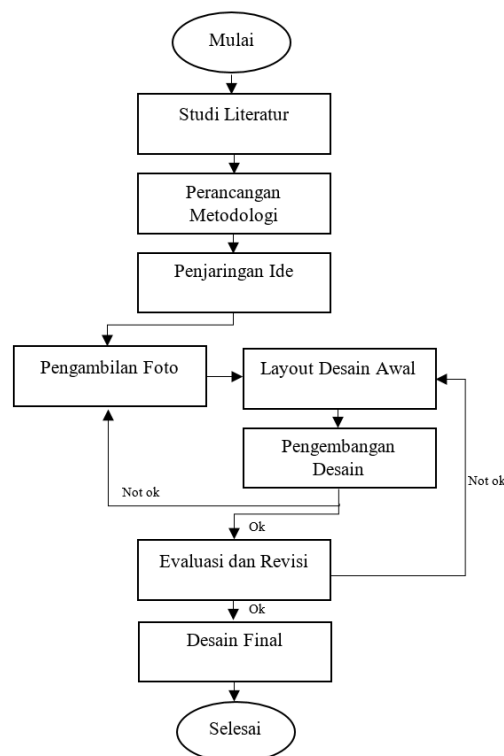
7. Evaluasi dan Revisi Pra Produksi Desain

Setelah desain awal selesai, dilakukan evaluasi terhadap tampilan visual dan kejelasan pesan. Jika terdapat kekurangan, dilakukan perbaikan atau revisi baik dari segi tata letak, warna, maupun isi pesan.

8. Desain Final

Setelah revisi dan analisis selesai, poster disempurnakan menjadi versi final. Desain akhir harus memenuhi tujuan awal yaitu sebagai media promosi yang menarik, informatif, dan mampu menyampaikan ajakan hidup sehat secara efektif.

Dengan mengikuti tahapan-tahapan di atas, proses perancangan poster dapat berjalan secara terstruktur dan terukur. Setiap tahap memiliki peran penting dalam mendukung kualitas akhir dari desain yang dihasilkan, baik secara visual maupun komunikatif. Penambahan analisis semiotika juga memperkuat kedalaman pemahaman terhadap desain yang dibuat, sehingga tidak hanya menjadi karya visual semata, tetapi juga memiliki nilai analisis ilmiah.



Gambar 2. Metodologi Perencanaan

3.2 Metode Perancangan Poster

Perencanaan ini mengadopsi metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa data primer dan observasi sederhana. Data primer diperoleh melalui dokumentasi langsung berupa pengambilan foto produk buah potong yang digunakan sebagai elemen utama

dalam perancangan poster. Selain itu, observasi dilakukan secara sederhana dengan mengamati beberapa contoh poster promosi kesehatan yang sudah ada, baik dalam bentuk cetak maupun digital, untuk mendapatkan gambaran umum tentang gaya visual dan penyampaian pesan yang efektif.

3.3 Alat Pengumpulan Data

Alat yang digunakan dalam pengumpulan data pada perencanaan ini disesuaikan dengan kebutuhan praktis dalam proses perancangan poster. Untuk memperoleh data primer berupa dokumentasi visual, digunakan kamera smartphone yang memiliki kualitas resolusi tinggi. Pemilihan smartphone sebagai alat dokumentasi dipertimbangkan karena mudah diakses, fleksibel dalam pengambilan gambar, dan cukup memadai untuk menghasilkan foto produk buah potong yang tajam dan layak digunakan sebagai elemen visual dalam desain poster.

Dalam proses pengolahan desain, digunakan perangkat lunak desain grafis berbasis daring, yaitu Canva. Canva dipilih karena mudah digunakan, memiliki antarmuka yang sederhana, serta menyediakan berbagai template dan elemen grafis yang mendukung proses perancangan poster secara efisien. Penggunaan Canva juga memungkinkan penyesuaian desain secara cepat dan praktis, terutama bagi pengguna yang tidak memiliki latar belakang teknis desain grafis yang mendalam.

Sementara itu, untuk observasi sederhana terhadap contoh poster sejenis, alat yang digunakan adalah perangkat komputer atau ponsel dengan akses internet. Hal ini dilakukan untuk mengakses dan mengamati berbagai desain poster promosi kesehatan yang tersedia secara daring sebagai bahan referensi dan perbandingan dalam proses perancangan.



Gambar 3. Alat pengambilan gambar (Iphone Xr)

3.4 Konsep Perancangan

Konsep perancangan poster ini mengusung gaya minimalis dan segar untuk menciptakan tampilan visual yang bersih, sederhana, namun tetap menarik perhatian. Desain dibuat dengan elemen yang terbatas namun fungsional, memanfaatkan ruang kosong secara efektif agar fokus visual tertuju pada foto buah potong sebagai elemen utama. Warna-warna cerah yang identik dengan kesegaran buah, seperti hijau muda dan oranye, dipilih untuk memperkuat kesan sehat dan alami. Tipografi yang digunakan bersifat modern dan mudah dibaca, mendukung penyampaian pesan secara singkat dan jelas. Dengan pendekatan ini, poster

diharapkan mampu menyampaikan pesan promosi dan ajakan hidup sehat secara langsung tanpa membebani audiens dengan informasi yang berlebihan.

BAB IV

PROSES PERANCANGAN

4.1 Penjaringan Ide

Pada tahap awal proses perancangan poster produk buah potong, dilakukan penjaringan ide sebagai langkah dasar untuk menentukan konsep visual yang akan dikembangkan lebih lanjut. Penjaringan ide ini dilakukan dengan menggunakan metode brainstorming, yaitu teknik berpikir kreatif yang dilakukan secara bebas untuk menggali berbagai kemungkinan ide yang berkaitan dengan tema desain. Dalam brainstorming ini, penulis mencatat berbagai inspirasi dan gagasan yang muncul, baik dari pengamatan langsung terhadap tren promosi makanan sehat, referensi visual dari media sosial seperti Instagram dan Pinterest, hingga pengaruh dari poster-poster promosi produk buah yang pernah dilihat di tempat umum seperti supermarket, kampus, dan pusat kebugaran.

Beberapa ide yang muncul dalam sesi brainstorming ini antara lain adalah penggunaan foto buah potong yang tampak segar dan menggugah selera sebagai elemen visual utama, penggunaan warna-warna cerah seperti hijau limau, kuning, dan oranye untuk menciptakan kesan sehat dan menyegarkan, serta pemilihan kalimat ajakan atau slogan yang sederhana namun menarik, seperti “Sehat Itu Praktis” atau “Rasakan Segarnya Buah Setiap Hari”. Penulis juga mempertimbangkan penggunaan elemen diskon atau harga promo sebagai strategi untuk menarik perhatian konsumen secara emosional.

Selama proses penjaringan ide, penulis juga memikirkan siapa target audiens utama dari poster ini. Berdasarkan observasi, targetnya adalah masyarakat perkotaan usia muda hingga dewasa awal, yang memiliki gaya hidup aktif namun seringkali kurang memiliki waktu untuk mengonsumsi buah secara rutin. Oleh karena itu, ide-ide yang dikembangkan harus mencerminkan gaya hidup modern, praktis, dan tetap sehat.

Dari hasil brainstorming ini, penulis kemudian menyusun beberapa alternatif konsep desain awal yang nantinya akan dievaluasi lebih lanjut pada tahap berikutnya. Tahap penjaringan ide ini sangat penting karena menjadi fondasi dalam menentukan arah visual dan pesan yang ingin disampaikan dalam poster promosi produk buah potong ini.

4.2 Pengambilan Foto

Pada tahap ini, penulis melakukan proses pengambilan foto produk sebagai bahan utama dalam desain poster. Foto yang diambil digunakan untuk memperkuat tampilan visual sekaligus menyampaikan pesan kesegaran dan kepraktisan dari produk buah potong yang ingin dipromosikan.

4.2.1 Informasi Fotografi

Dalam pengambilan gambar produk buah potong, penulis menggunakan perangkat iPhone XR dengan pengaturan kamera mode otomatis. Pemilihan perangkat ini didasarkan pada beberapa pertimbangan. Pertama, kamera iPhone XR memiliki kualitas cukup baik

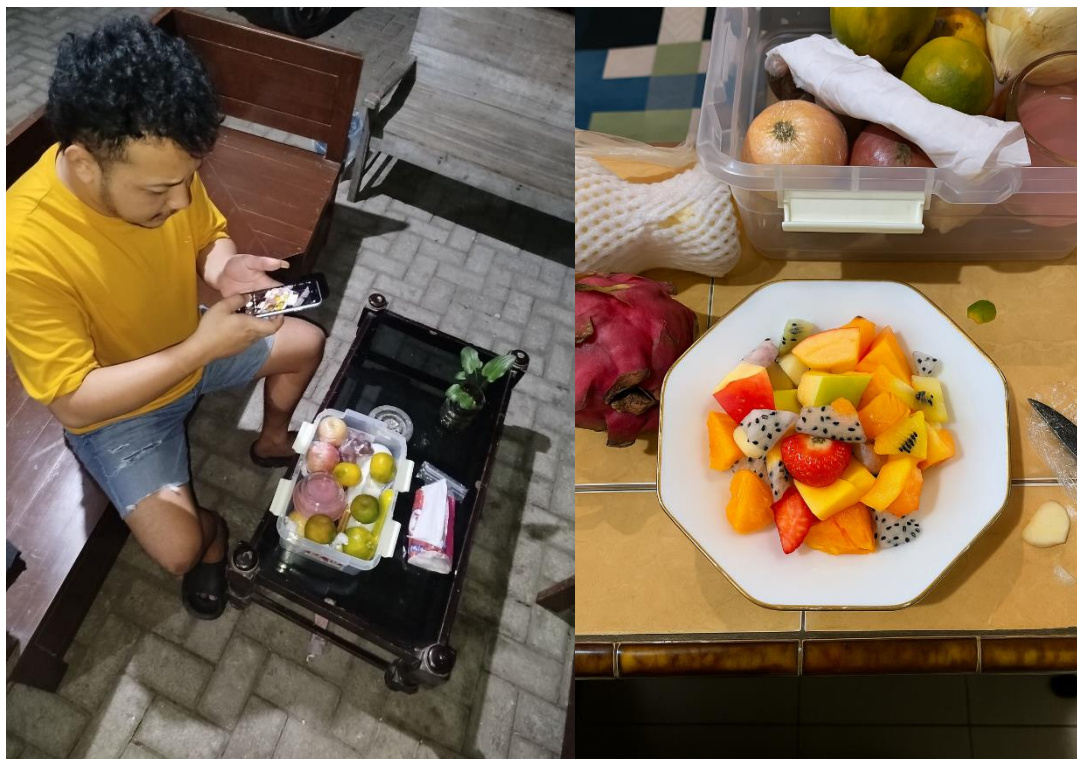
dengan kemampuan menangkap warna yang tajam dan jernih, sehingga dapat menampilkan tampilan buah yang segar dan menarik. Kedua, penggunaan mode otomatis memudahkan proses pemotretan tanpa perlu mengatur banyak detail teknis seperti ISO, exposure, dan white balance secara manual, yang bisa menyulitkan bagi fotografer pemula.

Selain itu, iPhone XR juga praktis dan mudah dibawa, sehingga pengambilan foto dapat dilakukan di mana saja tanpa perlu peralatan tambahan seperti kamera DSLR atau lighting profesional. Hal ini sangat mendukung kebutuhan produksi visual dengan keterbatasan alat namun tetap menghasilkan kualitas gambar yang cukup baik untuk kebutuhan desain poster.

4.2.2 Behind the Scenes Pemotretan

Berikut ini adalah langkah-langkah sederhana dalam proses pemotretan produk yang dilakukan oleh penulis:

1. Menyiapkan potongan buah segar dan menatanya di atas sebuah piring putih untuk menciptakan kesan bersih dan kontras warna yang kuat.
2. Meletakkan piring berisi buah potong di atas meja dengan pencahayaan alami dari jendela agar cahaya tampak lebih alami dan segar.
3. Mengambil beberapa foto menggunakan kamera iPhone XR dari berbagai sudut hingga mendapatkan hasil yang diinginkan.
4. Memilih foto terbaik dari hasil pemotretan.
5. Mengekspor foto ke laptop untuk selanjutnya digunakan dalam proses desain layout poster.



Gambar 4. Proses pengambilan foto

4.3 Layout Desain Awal

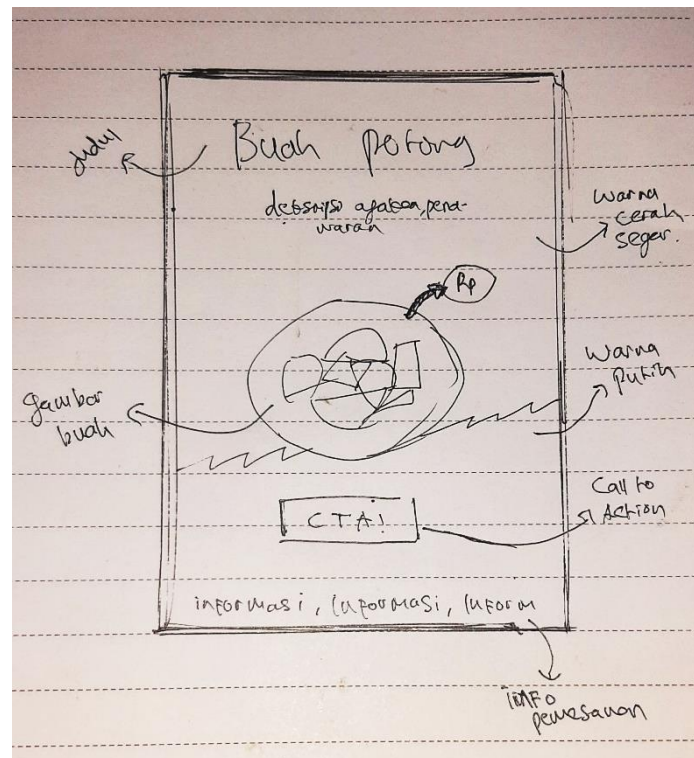
Setelah proses pengambilan foto selesai, langkah selanjutnya adalah membuat layout desain awal untuk poster produk buah potong. Layout ini merupakan rancangan awal yang menggambarkan susunan elemen visual dan teks yang akan dimasukkan ke dalam poster. Tujuannya adalah untuk melihat komposisi secara keseluruhan dan bagaimana pesan utama dapat tersampaikan dengan baik.

Dalam membuat layout ini, penulis menggunakan media kertas dan bolpoint untuk pembuatan layout agar lebih fleksibel dan cepat. Layout dibuat dengan mempertimbangkan keseimbangan antara gambar produk, teks utama, dan elemen pendukung lainnya seperti harga, ajakan bertindak (CTA), serta informasi kontak.

Langkah pertama yang dilakukan adalah menentukan posisi foto buah potong sebagai elemen visual utama. Foto ditempatkan di bagian tengah poster agar langsung menarik perhatian. Selanjutnya, teks judul “Buah Potong” diletakkan di bagian atas dengan ukuran besar dan tebal untuk memberikan penekanan pada nama produk. Di bawahnya, ditambahkan teks deskriptif singkat yang menjelaskan keunggulan produk, yaitu praktis dan sehat.

Penulis juga menambahkan elemen penunjang seperti bulatan harga promo (25K dicoret menjadi 15K) yang diberi warna kontras agar terlihat mencolok, serta tanda panah melengkung sebagai penunjuk visual. Warna latar hijau limau dipilih untuk menciptakan kesan segar dan alami, sementara tombol “Pesan Sekarang” diberi warna oranye agar mudah dikenali sebagai ajakan bertindak.

Layout desain awal ini masih bersifat kasar atau draft, sehingga masih terbuka untuk perbaikan dan pengembangan pada tahap berikutnya. Namun secara umum, layout awal ini sudah menggambarkan arah desain yang akan dikembangkan, baik dari segi komposisi, pemilihan warna, tipografi, maupun elemen komunikatif lainnya.



Gambar 5. Layout desain awal poster

4.4 Pengembangan Desain

Pada tahap ini, penulis mulai melakukan proses pengembangan desain dari layout awal yang telah dibuat sebelumnya. Tujuan dari tahap ini adalah menyempurnakan tampilan visual poster agar lebih menarik secara estetika dan lebih kuat dalam menyampaikan pesan kesehatan serta keunggulan produk buah potong yang ditawarkan.

Dalam proses pengembangan desain, penulis menggunakan template bawaan dari platform Canva sebagai dasar atau base design. Pemilihan template ini dilakukan karena Canva menyediakan berbagai pilihan desain yang sudah memiliki struktur layout yang tertata rapi dan profesional, sehingga dapat membantu mempercepat proses pengerjaan sekaligus memberikan inspirasi bentuk visual yang sesuai dengan kebutuhan poster.

Pengembangan yang dilakukan dari gambar layout disesuaikan berdasarkan elemen-elemen template poster canva, dengan detail sebagai berikut:

1. Font judul poster: Anton, ukuran font 173, dengan alignment center.
2. Font deksripsi singkat dibawah judul: Lexend Deca, ukuran font 21,5 dengan alignment center.
3. Terdapat “dot element” di pojok kanan dan atas agar bagian atas tidak terasa kosong.
4. Pemilihan backround terdapat dua warna, yaitu cerah, dan warna dibawah putih
5. Terdapat foto produk di tengah sebagai titik fokus utama poster.
6. Informasi pemesanan dan alamat pemesanan di bawah poster menggunakan font Lexend Deca, ukuran font 18,7 dengan alignment center.

7. Terdapat informasi diskon yang ditunjuk oleh panah melengkung di samping foto produk.
8. Call to action dibawah foto produk, menggunakan font Lexend Deca, ukuran font 26,1 dengan alignment center. Diberikan backround teks dengan tujuan CTA lebih ter-highlight sehingga lebih mudah terlihat.



Gambar 6. Desain pengembangan poster buah potong

4.5 Evaluasi dan Revisi Pra Produksi Desain

Setelah tahap pengembangan desain selesai, penulis melakukan proses evaluasi dan revisi terhadap tampilan poster yang telah dibuat. Evaluasi ini dilakukan secara mandiri dengan meninjau kembali elemen-elemen visual yang digunakan dan menyesuaikannya dengan tujuan komunikasi serta prinsip desain yang baik. Beberapa hal dinilai perlu diperbaiki agar poster terlihat lebih menarik, seimbang, dan sesuai dengan kesan minimalis dan segar yang ingin disampaikan.

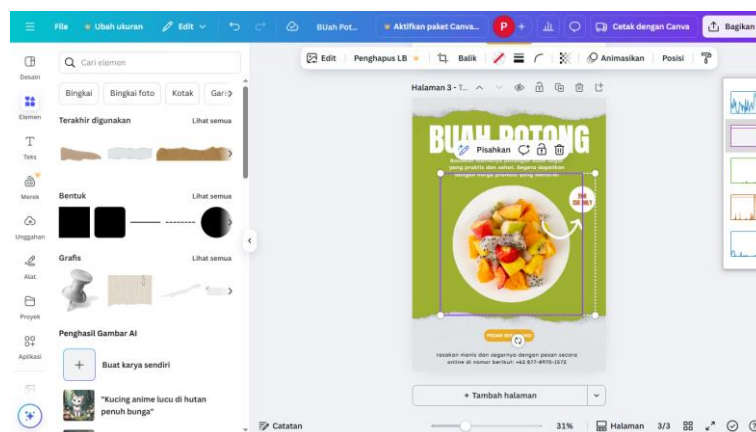
Hal pertama yang dievaluasi adalah penggunaan font “spesial” yang awalnya ditempatkan di atas judul utama. Font tersebut semula dimaksudkan untuk memberi sentuhan dekoratif agar tampilan lebih dinamis, namun setelah ditinjau kembali, keberadaannya justru dianggap mengganggu fokus terhadap judul utama poster. Oleh karena itu, elemen font tambahan di atas judul akhirnya dihapus agar desain terlihat lebih bersih dan fokus.

Selanjutnya, penulis mengevaluasi bagian bawah poster yang sebelumnya menggunakan warna latar putih dengan efek brush. Meskipun cukup terbaca, tampilan tersebut dirasa terlalu kaku dan tidak menyatu dengan kesan visual keseluruhan. Oleh karena itu, bagian ini direvisi menjadi efek robekan kertas, sehingga memberikan nuansa lebih natural dan organik, selaras dengan produk yang berbasis makanan segar dan alami.

Untuk menghindari kesan kosong di bagian bawah poster, penulis juga melakukan revisi pada informasi teks yang ditampilkan di area tersebut. Semula hanya terdapat kontak pemesanan, namun kemudian ditambahkan penjelasan yang sedikit lebih panjang terkait cara pemesanan, yaitu “rasakan manis dan segarnya dengan pesan secara online di nomor berikut: +62 877-8970-1572”. Hal ini dilakukan agar bagian bawah poster terasa lebih penuh, informatif, dan mendukung daya tarik visual secara keseluruhan.

Terakhir, elemen titik-titik dekoratif (dot element) yang sebelumnya berada di bagian atas poster dinilai kurang relevan dan tidak memberikan kontribusi yang berarti pada desain. Elemen ini kemudian diganti dengan efek robekan kertas, seperti yang digunakan pada bagian bawah, untuk menciptakan keseimbangan visual antara atas dan bawah poster. Dengan perubahan ini, desain poster terlihat lebih seragam, harmonis, dan mendukung pesan yang ingin disampaikan.

Secara keseluruhan, proses evaluasi dan revisi ini memberikan penyempurnaan penting dalam tampilan poster sebelum masuk ke tahap produksi final. Revisi dilakukan tidak hanya berdasarkan estetika visual, tetapi juga pada pertimbangan komunikasi pesan dan keselarasan dengan tema gaya hidup sehat, dan konsep minimalis dan segar yang menjadi fokus utama.



Gambar 7. Proses evaluasi dan revisi poster

4.6 Konsep Elemen Visual

Poster ini memperlihatkan gambar potongan buah segar di dalam piring putih, yang diletakkan di tengah-tengah desain. Judul "BUAH POTONG" terlihat besar dan mencolok di bagian atas poster dengan warna putih tebal di atas latar hijau. Di bagian bawah terdapat teks ajakan "PESAN SEKARANG!" dan informasi kontak pemesanan. Terdapat juga elemen harga promosi yang mencantumkan angka “25K” dicoret dan diganti menjadi “15K ONLY” yang ditunjuk dengan panah melengkung. Background poster terdiri dari warna hijau limau dengan efek robekan kertas di bagian atas dan bawah.

Masing-masing elemen visual membawa makna yang lebih dalam. Foto buah potong yang berwarna-warni mencerminkan kesegaran, keberagaman rasa, dan nilai gizi yang tinggi. Warna hijau latar belakang menyimbolkan alam, kesehatan, dan kehidupan yang seimbang. Efek robekan kertas di bagian atas dan bawah poster memberikan kesan natural, organik, dan tidak kaku, seolah menggambarkan bahwa produk ini adalah sesuatu yang dekat dengan alam.

dan tidak dibuat-buat. Elemen promosi harga yang mencolok mengandung makna ajakan emosional agar konsumen tidak melewatkan kesempatan untuk hidup sehat dengan cara yang murah dan mudah. Sedangkan tombol “PESAN SEKARANG!” berwarna oranye memberi kesan mendesak dan energik, mendorong audiens untuk segera bertindak.

Dari segi penyampaian pesan, poster ini berhasil menggambarkan gaya hidup sehat yang praktis. Visual potongan buah yang sudah siap santap memperjelas bahwa produk ini adalah solusi cepat dan sederhana untuk memenuhi kebutuhan asupan gizi harian. Poster ini tidak hanya menjual produk buah potong, tetapi juga menjual ide tentang gaya hidup: bahwa menjadi sehat bisa dimulai dari kebiasaan kecil yang mudah, seperti mengonsumsi buah segar setiap hari tanpa harus repot mengupas atau memotong sendiri.

Secara keseluruhan, makna visual dari poster ini adalah ajakan kepada masyarakat, khususnya generasi muda dan aktif, untuk menjalani pola hidup sehat secara mudah dan menyenangkan. Poster menciptakan kesan yang segar, ringan, dan bersahabat, dengan pendekatan visual yang cerah namun tidak berlebihan. Desain ini cukup komunikatif dalam konteks promosi karena memadukan unsur promosi harga, visual produk, serta pesan gaya hidup dalam satu kesatuan yang sederhana namun efektif.

4.7 Desain Final

Berikut merupakan bentuk dari desain final poster produk buah potong yang telah melalui tahapan perencanaan, pengembangan, revisi, dan analisis semiotika.



Gambar 8. Hasil akhir desain poster

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil perencanaan dan proses perancangan yang telah dilakukan dalam studi ini, dapat disimpulkan bahwa desain poster sebagai media promosi memiliki peran penting dalam menyampaikan pesan gaya hidup sehat secara visual dan efektif. Poster produk buah potong yang dirancang dalam perencanaan ini mengangkat tema "sehat itu praktis", yang ditunjukkan melalui elemen-elemen visual seperti gambar buah segar, warna-warna cerah yang menggambarkan kesegaran, serta penataan informasi yang komunikatif.

Proses penjaringan ide dilakukan dengan metode brainstorming untuk menentukan arah desain yang sesuai dengan kebutuhan target audiens, yaitu masyarakat urban yang aktif dan ingin hidup sehat secara mudah. Pengambilan foto menggunakan kamera iPhone XR dengan mode otomatis terbukti cukup mampu menghasilkan gambar yang tajam dan segar, sesuai dengan pesan yang ingin disampaikan. Layout dan pengembangan desain dilakukan dengan bantuan platform Canva, yang memungkinkan penyesuaian elemen secara fleksibel dan cepat.

5.2 Saran

Dalam perencanaan ini, penulis menyadari bahwa masih banyak aspek yang bisa dikembangkan lebih lanjut. Oleh karena itu, beberapa saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi desainer pemula, penggunaan platform desain seperti Canva bisa menjadi awal yang baik, namun di tahap selanjutnya disarankan untuk mengeksplorasi software desain yang lebih kompleks agar hasil lebih variatif dan profesional.
2. Dalam hal fotografi, meskipun penggunaan kamera ponsel sudah cukup memadai, pencahayaan dan penataan produk dapat terus ditingkatkan agar hasil gambar semakin optimal dan representatif.
3. Untuk pelaku usaha buah potong, penting untuk memperhatikan desain promosi sebagai bagian dari strategi komunikasi visual. Poster yang menarik dan tepat sasaran dapat meningkatkan minat beli sekaligus membentuk citra sehat pada produk.

Dengan perencanaan ini, diharapkan masyarakat dapat lebih tertarik untuk menjalani gaya hidup sehat melalui kebiasaan sederhana seperti mengonsumsi buah potong, dan bahwa desain poster yang baik mampu menjadi jembatan komunikasi yang efektif antara produk dan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

Ernawati, E. (2019). Analisis Tanda Pada Karya Desain Komunikasi Visual. *DESKOVI: Art and Design Journal*, 2(1), 27-34.

Huda, M. S., Astuti, L., & Risdiyanto, B. (2017). Representasi Gambar Peringatan Kesehatan Pada Kemasan Rokok (Analisis Semiotika Roland Barthes Berdasarkan Peraturan Menteri Kesehatan No 28 Tahun 2013). *Professional: Jurnal Komunikasi dan Administrasi Publik*, 4(2).

Irnanda, D. Z., & Izzah, N. (2023). STRATEGI PERANCANGAN POSTER SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA PRODUK UMKM SPACIFIC.

Patriansah, M., & Sapitri, R. (2022). Tanda Dalam Komunikasi Visual Iklan Layanan Masyarakat: Analisis Semiotika Peirce. *Demandia: Jurnal Desain Komunikasi Visual, Manajemen Desain, Dan Periklanan*, 7(1), 101-120.

Khairunnisa, D. Y., & Kurniasari, R. (2022). Literature Review: Pengaruh Edukasi Gizi Melalui Media KIE Gizi Terhadap Pengetahuan Mengenai Konsumsi Sayur dan Buah Pada Remaja. *HEARTY*, 10(2), 42-52.

Meliana, I., Mahyuddin, M., & Jumiyati, J. (2024). Hubungan Konsumsi Sayur dan Buah dengan Indeks Massa Tubuh (IMT) pada Mahasiswa Jurusan Gizi di Poltekkes Kemenkes Bengkulu. *Jurnal Sains Kesehatan*, 31(2), 103-113.

Rahmawati, F., & Manikam, R. M. (2023). The factors related to consumption of fruit and vegetables in the students of the S1 Nutrition Study Program of MH. Thamrin University. *Jurnal Gizi Dan Kesehatan*, 15(2), 172-178.

Simanjuntak, D., Nabila, A. N., Ramadani, F., & Manullang, T. D. (2025). Analisis Wacana Kritis Teori Teun A. Van Dijk pada Poster “Jangan Diam Saja, Bergerak Itu Sehat” oleh Kemenkes RI. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 1(2), 161-170.

Sundari, B., Khasanah, T. A., Nugraha, H. M., & Anshari, K. F. (2021). PERBEDAAN KONSUMSI BUAH DAN SAYUR PADA MAHASISWA SEBELUM DAN SAAT PANDEMI COVID-19. *Binawan Student Journal*, 3(2), 15-20.

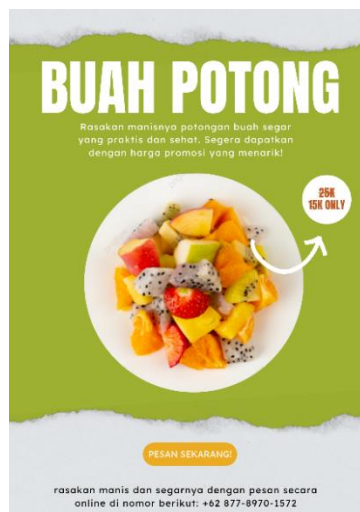
LAMPIRAN



Proses pengambilan gambar



Contoh poster yang dijadikan template



Hasil poster final