

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