
PERANCANGAN POSTER INFOGRAFIS SEBAGAI SARANA KAMPANYE BAHAYA MEROKOK DI SEKITAR ANAK

Ayunda Rahma Septinandri¹, Sarjono², Mahendra Wibawa^{3*}

Sekolah Tinggi Informatika dan Komputer Indonesia

*Corresponding Author Email: mahendra@stiki.ac.id

KATA KUNCI:

Poster Infografis,
Kampanye, Bahaya
Merokok, Ilustrasi Vektor.

ABSTRAK

Kesadaran masyarakat terhadap bahaya merokok di sekitar anak masih sering diabaikan. Selain memberi dampak langsung pada kesehatan, kegiatan merokok akan menumbuhkan bibit perokok aktif pada anak di masa remaja. Poster Infografis sebagai sarana informasi dapat dimanfaatkan sebagai sarana untuk mengampanyekan bahaya merokok di sekitar anak yang ditujukan kepada orang tua, khususnya yang memiliki anak kecil dan merupakan perokok aktif. Poster infografis ini dirancang dengan menggunakan metode perancangan Sadjiman Ebdj Sanyoto berdasarkan data yang didapatkan dari metode wawancara, survei dan kajian pustaka. Data-data tersebut dianalisis dengan menggunakan metode 5W1H, disintesis, dan kemudian diwujudkan menggunakan teknik ilustrasi vektor. Hasil akhir perancangan ini berupa 5 poster berukuran A3, serta 10 *feed* Instagram. Dilengkapi dengan media pendukung yang terdiri atas *website*, *merchandise* dan *x-banner*.

Keywords:

*infographic poster,
campaign, the danger of
smoking, vector
illustration.*

ABSTRACT

Public awareness of the dangers of smoking around children is still often ignored. Not only does smoking have a direct impact on health, but it also sows the seeds for future smokers. As an educational tool, infographic posters can be used to promote the dangers of smoking around children, targeting parents, especially those who have young children and are active smokers. This infographic poster was designed using Sanyoto's method of design, based on data obtained from interviews, surveys, and literature research methods. Data were analyzed using the 5W1H method, synthesized, and transformed using vector illustration techniques. The result is 5 A3 posters and 10 Instagram feeds. Fully equipped with support media such as a website, merchandise, and X-banner.

1. PENDAHULUAN

Aktivitas merokok secara bebas di tempat umum banyak ditemui di Indonesia. Merokok merupakan hak asasi manusia, namun merugikan bagi perokok itu sendiri dan juga orang di sekitarnya. Perokok pasif memiliki risiko kesehatan yang sama dengan perokok aktif. Dampak bagi perokok pasif terutama pada anak-anak sangat berbahaya, mengingat pada usia tersebut anak sangat rentan terhadap gangguan kesehatan. Hal ini tentunya membutuhkan perhatian khusus agar masyarakat tidak melakukan aktivitas merokok di sekitar anak. Peran orang tua sangat penting dalam mencegah dan mengantisipasi anak dari akibat terpapar asap rokok, terutama jika orang tua sendiri adalah perokok aktif.

Merokok di dalam rumah menyebabkan seluruh ruangan tercemar oleh berbagai zat berbahaya dari asap rokok karena asap rokok dapat bertahan di udara dalam waktu yang cukup lama. Di Indonesia jumlah perokok pasif anak-anak sebanyak 43 juta anak. Anak-anak sangat rawan menjadi perokok pasif karena pernapasan anak-anak lebih banyak dibanding orang dewasa sehingga asap rokok dapat terhirup lebih banyak. Ditambah lagi dengan kurangnya kepedulian dan pengetahuan orang tua dan perokok itu sendiri mengenai bahaya asap rokok pada kesehatan anak (Perdana, 2014).

Hubungan antara psikologis anak pada usia 3-6 tahun dengan orang tua perokok aktif yang sering kali merokok di sekitar anak dapat membawa dampak buruk bagi perkembangan anak itu sendiri. Pada usia tersebut anak merekam serta mengingat segala kejadian yang dapat membentuk kepribadian dan cara berpikir. Secara tidak langsung orang tua yang melakukan kegiatan merokok di depan anak juga mengajarkan perilaku merokok tersebut pada anak. Kegiatan merokok di depan anak dapat menumbuhkan bibit perokok aktif pada anak di usia remaja. Kebiasaan merokok pada remaja dipengaruhi oleh berbagai faktor, antara lain yaitu pengaruh keluarga (Sari & Puspita., 2016).

Orang tua seharusnya lebih berhati-hati saat bertindak termasuk kegiatan merokok yang dilakukan di sekitar anak. Hal ini bisa berakibat fatal baik dari segi kesehatan maupun psikologis (Aksol & Sodik, 2021). Tidak melakukan kegiatan merokok di sekitar anak sudah membantu untuk mengurangi jumlah perokok pasif maupun bibit perokok aktif di usia remaja. Sudah sepatutnya orang tua tidak melakukan hal tersebut di sekitar anak terutama di usia 3-6 tahun yang mana perkembangan sedang pesat, sehingga berdasarkan paparan di atas dirancang sebuah kampanye tentang bahaya merokok di sekitar anak yang ditujukan kepada orang tua dan perokok aktif.

Perancangan kampanye ini merupakan sebuah kesempatan untuk memberi informasi kepada orang tua perokok aktif terhadap dampak bahaya merokok di sekitar anak. Media yang dipakai dalam perancangan kampanye ini menggunakan poster infografis yang memuat ilustrasi dan informasi. Poster infografis ini merupakan sarana informasi yang tepat karena dikemas dengan konten yang mudah dimengerti dan mudah terbaca dalam waktu yang singkat (Yahya et al., 2017) (Wibawa, 2020). Poster infografis ini dimuat dengan gaya ilustrasi vektor yang sederhana, penuh warna, dan memiliki kesan bersahabat pada keluarga, dimana poster bahaya merokok pada umumnya berkesan kaku dan menakut-nakuti. Sehingga poster infografis ini cocok

untuk dijadikan sebagai sumber informasi yang menarik untuk dibaca oleh orang tua maupun perokok aktif. Diharapkan dengan dibuatnya kampanye ini informasi dapat tersampaikan dengan jelas kepada target pembaca.

2. METODE PENELITIAN

Media poster ini dirancang menggunakan metode perancangan komunikasi visual periklanan (Sanyoto, 2006). Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, survei, dan kajian pustaka. Kemudian data dianalisis menggunakan metode 5W1H. Hasil analisis kemudian di sintesis dan kemudian diwujudkan dalam konsep perancangan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil Analisis Data

Data di lapangan menunjukkan bahwa masih banyak perokok yang kurang informasi akan dampak yang ditimbulkan apabila merokok di sekitar anak, karena kurangnya informasi tersebut mengakibatkan kesadaran untuk tidak merokok di sekitar anak masih minim, sehingga masih banyak ditemui orang yang merokok di sekitar anak tanpa tahu dampak yang ditimbulkan dari kegiatan tersebut. Kampanye bahaya merokok di sekitar anak menggunakan poster infografis ini dirancang sebagai sumber informasi bagi orang tua maupun perokok aktif dengan menyajikan informasi dan ilustrasi yang mudah untuk dibaca. Poster infografis dapat diakses secara *offline* dan *online*, poster infografis ditempatkan di tempat publik dan disebar pada media sosial berupa Facebook dan Instagram.

3.2 Konsep Tata Desain

Tahap awal yaitu sketsa lay-out pada poster infografis, mulai dari proses perancangan dengan menentukan konsep. Dalam perancangan kampanye poster infografis ini melakukan pendekatan pada target audiens menggunakan ilustrasi bergaya kartun serta tata letak simetris yang menampilkan keseimbangan dan kesatuan antara tulisan dan elemen visual lainnya.

3.3 Konsep Perancangan

Perancangan poster infografis kampanye bahaya merokok di sekitar anak memiliki konsep perancangan ketika di digitalisasikan, diantaranya:

a. Layout

Proses digitalisasi lay-out poster infografis pada perancangan ini menyesuaikan dengan topik dan tema dengan menerapkan prinsip simetris yaitu dengan menyeimbangkan penempatan teks dan ilustrasi. Dalam pembuatan lay-out menggunakan garis bantu fitur *ruler* atau garis grid yang ada pada software.

b. Warna

Dalam perancangan “Poster Infografis Sebagai Sarana Kampanye Informasi Bahaya Merokok di Sekitar Anak” menggunakan warna utama warna hangat. Pada perancangan ini kesan pertama yang ingin ditimbulkan yaitu *“family*

friendly”, sehingga warna hangat menjadi background warna utama, serta kombinasi warna dingin pada warna font untuk keterbacaan. Berikut beberapa warna yang digunakan pada perancangan ini:



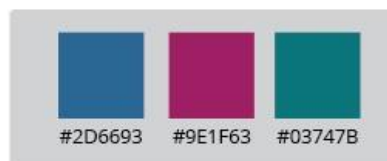
Gambar 1. Warna utama poster infografis
[Sumber: Ayunda Rahma Septinandri, 2020]

Pada warna layout terdapat warna jingga dan putih, warna jingga memiliki arti warna hangat yaitu kehangatan keluarga. Warna jingga pada lay-out dibedakan menjadi 2 yaitu jingga tua yang berarti orang tua dan jingga muda yang berarti anak-anak. Warna putih pada lay-out ini berarti lembaran putih suci dimana anak-anak masih dalam proses perkembangan dalam menerima informasi.



Gambar 2. Warna Logo Kampanye
[Sumber: Ayunda Rahma Septinandri, 2020]

Pada warna logo kampanye terdapat warna biru yang merupakan warna langit dan memiliki arti masa depan “future”, kemudian warna jingga yang merupakan keluarga yang berperan membebaskan anak “free” dari asap rokok yang berwarna abu-abu seperti pada logo kampanye “smoke”.



Gambar 3. Warna Teks pada Poster Infografis
[Sumber: Ayunda Rahma Septinandri, 2020]

Pada warna teks warna biru mengartikan jenis kelamin anak laki-laki, dan warna merah muda yaitu anak berjenis kelamin perempuan. Warna hijau toska dipilih karena keterbacaannya, juga berlaku pada warna teks biru dan merah muda yang dipilih karena keterbacaan.

c. Tipografi

Jenis tipografi yang digunakan untuk konsep poster infografis “Kampanye Bahaya Merokok di Sekitar anak” adalah sans serif, jenis font ini memiliki kesan

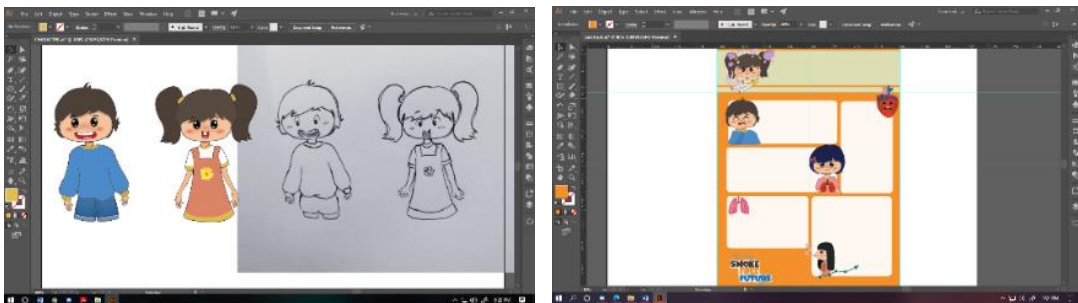
tegas dan tingkat keterbacaan yang tinggi (Kartika, 2015). Poster Infografis pada perancangan ini memiliki 3 font, diantaranya seperti berikut:



Gambar 4. Font yang digunakan dalam perancangan
 [Sumber: Ayunda Rahma Septinandri, 2020]

d. Gaya Desain

Proses pembuatan poster infografis ini dengan menerapkan prinsip simetris dengan dibantu garis *grid* pada *ruler*, kemudian ditambahkan ilustrasi vektor. Sketsa yang telah dibuat dengan gaya kartun di pindai untuk kemudian dilakukan proses digitalisasi dan pewarnaan. Ilustrasi digital yang sudah jadi kemudian diterapkan pada media dan diatur tata letaknya sesuai konsep.



Gambar 5. Proses pembuatan Ilustrasi dan pengaturan layout
 [Sumber: Ayunda Rahma Septinandri, 2020]

3.4 Hasil Perancangan

a. Poster

Hasil perancangan Infografis Sebagai Sarana Kampanye Informasi Bahaya Merokok di Sekitar anak yang diwujudkan dalam bentuk poster adalah seperti berikut:





Gambar 6. Final design poster (urut dari kiri - kanan - atas - bawah)
 [Sumber: Ayunda Rahma Septinandri, 2020]

Poster pertama berfokus pada dampak apa saja yang dapat terjadi pada anak apabila ada orang yang merokok di sekitar mereka. Diantaranya yaitu infeksi saluran nafas, risiko penyakit jantung, perkembangan paru-paru yang buruk, risiko kanker paru-paru, dan risiko bibit perokok aktif. Poster infografis ini bertujuan memberi informasi kepada target *audiens* terhadap dampak dari segi kesehatan dan psikologis pada anak terhadap kegiatan merokok di sekitar anak. Dengan judul “Dampak Ketika Merokok di Sekitar Anak” mengajak pembaca untuk lebih berhati-hati dan melihat di sekitar apakah terdapat anak yang sedang berkeliaran ketika sedang merokok.

Pada kedua berjudul “Bagaimana Asap Rokok Bekerja di Dalam Rumah?” menyajikan informasi tentang kandungan pada asap rokok, serta bagaimana asap rokok bekerja saat berada di dalam rumah. Poster ketiga berjudul “Kandungan Asap Pada Rokok” menyajikan informasi secara terperinci tentang zat yang terkandung pada asap rokok, serta dampaknya bagi tubuh. Pada poster keempat yang berjudul “Fase Perkembangan Anak” menyajikan informasi perkembangan pada anak sesuai dengan usia, serta pentingnya orang tua untuk mengetahui dan memantau perkembangan pada anak. Poster ini mengangkat topik perkembangan pada anak, mengingatkan kembali kepada orang tua bahwa pada usia tersebut anak harus dijauhkan hal-hal negatif yang mempengaruhi tumbuh kembang. Pada poster terakhir disajikan sebuah solusi menyikapi kegiatan merokok di sekitar anak. Poster ini mengajak pembaca untuk berhenti merokok, meskipun hal tersebut merupakan hal yang tidak mudah dilakukan khususnya bagi mereka yang telah bertahun-tahun merokok. Apabila masih menjadi perokok aktif, maka poster ini menyajikan informasi apa saja yang harus dilakukan sesuai merokok serta himbuan untuk tidak merokok di sekitar anak.

b. Instagram feed

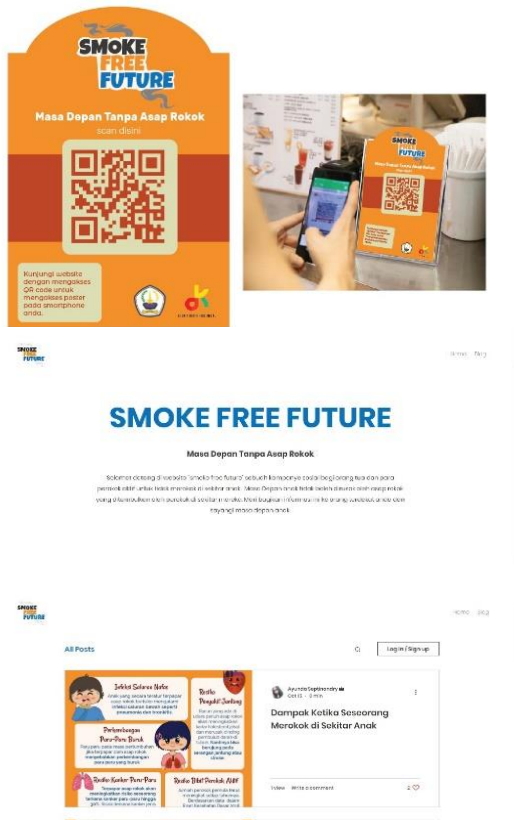




Gambar 7. Final design feeds instagram
[Sumber: Ayunda Rahma Septinandri, 2020]

Infografis yang disajikan dalam bentuk feed instagram ini didesain secara *carousel* dan terdiri atas 10 *slides*. Secara umum konten yang disajikan sama dengan yang terdapat pada media poster. Namun demikian, pengaturan *lay-out* disesuaikan dengan instagram yang berformat *square*.

c. Media Pendukung - Website



Gambar 8. Media Pendukung – Website Smoke Free Future
[Sumber: Ayunda Rahma Septinandri, 2020]

Website yang berisi Poster Infografis pada perancangan ini dapat diakses menggunakan *QR code*. Fungsi *QR code* untuk memudahkan dalam mengakses *website* dengan hanya memindai kode dengan telepon pintar, maka langsung diarahkan pada *website*. Kegunaan *website* ini apabila orang sedang tergesa gesa dan tidak sempat membaca isi poster pada tempat publik maka alternatifnya adalah memindai *QR code* sehingga bisa dengan mudah mengakses poster pada telepon pintar.

d. Media Pendukung - *Merchandise*



Gambar 9. Media Pendukung – Masker dan Kaos sebagai Merchandise
[Sumber: Ayunda Rahma Septinandri, 2020]

Sebagai salah satu pendukung kampanye, maka dipandang perlu untuk menghadirkan *merchandise* yang secara fisik dapat digunakan oleh para audience ataupun simpatisan gerakan ini. Masker kain dan kaos dipilih sebagai *merchandise* karena alasan tersebut di atas. Selain itu masa pandemi COVID-19 yang terjadi telah merubah bagaimana manusia berinteraksi karena untuk alasan *safety* dan kesehatan maka penggunaan masker menjadi sebuah kebutuhan (Hapsari & Munawi, 2021). Di sisi lain, masker juga dapat digunakan oleh masyarakat untuk meminimalisir paparan asap yang dihasilkan para perokok saat di sekitar mereka (Wulandari & Abdullah, 2017).

e. Media Pendukung – X-Banner



Gambar 10. Media Pendukung – X-Banner sebagai media promosi
[Sumber: Ayunda Rahma Septinandri, 2020]

X-banner dipilih sebagai media pendukung yang ditujukan untuk promosi *offline* (et al., 2014). Digunakan pada saat kegiatan kampanye maupun dipromosikan dalam acara pameran maupun diletakkan pada tempat publik, khususnya sarana kesehatan (Nurdianna, 2018).

4. KESIMPULAN

Infografis yang dirancang dalam bentuk poster baik cetak maupun *feed* instagram merupakan sarana informasi kampanye bahaya merokok di sekitar anak. Infografis tersebut dilengkapi dengan media pendukung yang dirancang dan disesuaikan dengan kebutuhan dalam pelaksanaan kampanye. Poster infografis dirancang dengan memperhatikan berbagai aspek sehingga menjadi sarana informasi yang tepat secara menarik dan informatif bagi orang tua maupun perokok aktif. Kelebihan dari Kampanye Poster Infografis ini, selain terdapat informasi lengkap tentang masalah hingga solusi, poster-poster ini menyajikan informasi dengan ilustrasi bergaya vektor yang sederhana dengan konten mudah dimengerti dimana setiap teks informasi didampingi dengan ilustrasi yang menggambarkan informasi yang sedang disajikan serta *layout* yang mudah terbaca. Selanjutnya dapat dilakukan pengembangan terhadap media kampanye yang tidak lagi hanya berwujud infografis yang bersifat statis, namun dapat berwujud animasi yang bersifat dinamis (Wibawa & Putra, 2018), ataupun media interaktif sehingga lebih meningkatkan peluang penyampaian pesan kepada audiens dan menghasilkan sebuah kampanye yang lebih efektif.

DAFTAR PUSTAKA

- Aksol, M. I. M., & Sodik, M. A. (2021). *Bahaya Merokok Bagi Masa Depan dan Kesehatan. Bahaya Merokok*, 1–5. <https://osf.io/preprints/eg6xy/>
- Hapsari, K. R., & Munawi, A. (2021). Pemilihan Masker Kain dalam Mencegah Penularan Virus Covid-19. *Jurnal NOE*, 4(01), 2355–6684. <https://ojs.unpkediri.ac.id/index.php/noe>
- Kartika, R. (2015). Memilih dan Memanfaatkan Tipografi. *Humaniora*, 6(3), 312. <https://doi.org/10.21512/humaniora.v6i3.3352>
- Nurdianna, F. (2018). Pelaksanaan Promosi Kesehatan Di Rumah Sakit Universitas Airlangga Surabaya. *Jurnal PROMKES*, 5(2), 217. <https://doi.org/10.20473/jpk.v5.i2.2017.217-231>
- Perdana, D. A. (2014). Kampanye Pencegahan Perokok Pasif Pada Anak-Anak. *Kampanye Pencegahan Perokok Pasif Pada Anak-Anak*, 1(1), 10.
- Sanyoto, S. E. (2006). *METODE PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL PERIKLANAN*.
- Sari, & Puspita., D. (2016). Hubungan Antara Pengaruh Keluarga, Teman, Iklan Terhadap Perilaku Merokok Di SMP N 6 Wonogiri. In *Naskah Publikasi*. Universitas Muhammadiyah Surakarta. http://eprints.ums.ac.id/42106/1/NASKAH_PUBLIKASI.pdf
- Silvana, H., & Damayanty, D. (2014). Penggunaan X Banner Dalam Promosi Layanan Perpustakaan. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 2(2), 105–117. <https://doi.org/10.24198/jkk.vol2n2.1>
- Wibawa, M. (2020). Penciptaan Infografis Transformasi Visual Garuda Di Media. *Journal of Art Design, Art Education, and Culture Studies*, 5(2), 60–66. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.17977/um037v5i22020p60-66>
- Wibawa, M., & Putra, N. P. (2018). Infographic Animation Design in Changes of the Form of Garuda Figure in Indonesia. *Terob*, 10(1), 1–10.
- Wulandari, D., & Abdullah, S. (2017). HUBUNGAN LAMA MEROKOK, LAMA BERTUGAS DAN ARUS LALU LINTAS KENDARAAN DENGAN KADAR TIMBAL (Pb) DALAM RAMBUT POLISI LALU LINTAS DI KABUPATEN MAGELANG TAHUN 2016. *Buletin Keslingmas*, 36(3), 279–288. <https://doi.org/10.31983/keslingmas.v36i3.3106>
- Yahya, S., Wibawa, M., & Afandi, S. (2017). Infografis Kompetensi Multimedia dan Desain Grafis di Provinsi Jawa Timur. *Journal of Art Design, Art Education, and Culture Studies*, 2(2), 98–106. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.17977/um037v2i22017p98-106>