



EVALUASI MEDIA POSTER HIPERTENSI PADA PENGUNJUNG PUSKESMAS TALAGA KABUPATEN MAJALENGKA

ICCA Stella Amalia[✉]

Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Kuningan

Info Artikel

Sejarah Artikel:
Diterima 8 Maret 2013
Disetujui 26 April 2013
Dipublikasikan Juli 2013

Keywords:
Poster;
Hypertension;
Public Health Center.

Abstrak

Hasil studi pendahuluan menunjukkan angka morbiditas hipertensi di Puskesmas Talaga masuk 10 besar penyakit dengan prevalensi sebesar 6,07% pada tahun 2009. Meski demikian, upaya promkes atas masalah tersebut belum dilakukan. Salah satu media yang dapat digunakan untuk promosi kesehatan adalah poster. Masalah penelitian adalah bagaimana ketertarikan dan pemahaman pengunjung Puskesmas Talaga terhadap media poster hipertensi dalam aspek disain, isi pesan dan tempat pemasangannya. Tujuan penelitian untuk mengetahui ketertarikan dan pemahaman pengunjung puskesmas. Metode penelitian adalah deskriptif kualitatif menggunakan rancangan fenomenologi. Subjek dalam penelitian ini adalah pengunjung Puskesmas Talaga. Informan lain adalah petugas promosi kesehatan puskesmas, Kepala Puskesmas dan Kepala Bidang Promosi Kesehatan Kabupaten Majalengka. Pengumpulan data dilakukan melalui telaah dokumen, diskusi kelompok terarah (DKT), wawancara mendalam, dan observasi. Hasil penelitian menunjukkan secara keseluruhan, sebagian besar pengunjung tertarik dan memahami poster hipertensi. Poster hipertensi versi bahasa Sunda lebih dapat diterima sebagai media promosi kesehatan oleh pengunjung Puskesmas Talaga yang mempunyai minat pada disain dan isi pesan dalam poster hipertensi. Simpulan penelitian, pengunjung puskesmas tertarik dan dapat memahami poster hipertensi.

EVALUATION OF HYPERTENSION POSTER TO TALAGA PUBLIC HEALTH VISITORS, MAJALENGKA DISTRICT

Abstract

The results of preliminary studies indicate hypertension morbidity in Talaga health centers include in top 10 diseases with prevalence of 6.07% in 2009. However, no efforts from health centre about it. One medium that can be used for health promotion is a poster. Research problem was how the interest and understanding of Talaga health center visitors to hypertension poster in design aspects, message content, and place of installation. Research purpose was to determine the interest and understanding of health center visitors. Research method was descriptive qualitative design using phenomenology. Subjects in this study were visitors of Talaga Health Center. Another informant was health promotion officer of health center, head of health centers, and head of health promotion. Data collected through document review, focus group discussions (FGD), indepth interviews, and observation. The results showed overall of visitors interested and understand about hypertension posters. Sundanese version hypertension poster more acceptable as medium for health promotion to Talaga health centers visitors who have an interest in the design and message content of hypertension poster. Conclusions, health centers visitors interested and understand about hypertension posters.

© 2013 Universitas Negeri Semarang

[✉] Alamat korespondensi:
Jalan Lingkar Kadugede No.02 Kuningan, Indonesia
E-mail: stellaicca@yahoo.co.id

Pendahuluan

Indonesia sebagai salah satu negara berkembang masih mempunyai berbagai macam masalah kesehatan, salah satunya adalah hipertensi. Kejadian prevalensi hipertensi di Indonesia mencapai 31,7% dari total penduduk dewasa, dengan jumlah mencapai 6,8% dari proporsi penyebab kematian pada semua umur di Indonesia. Hasil Riset Kesehatan Dasar (Riskesdas) tahun 2007 di Majalengka, menunjukkan proporsi penyakit tidak menular hipertensi menduduki posisi ketiga sebesar 10,6%, setelah penyakit sendi sebesar 24,6% dan stroke sebesar 11%.

Di Puskesmas Talaga, hipertensi masuk dalam 10 besar penyakit, dengan prevalensi sebesar 6,07%. Walaupun bukan berada pada posisi pertama, hipertensi belum mendapat perhatian. Penyakit hipertensi perlu mendapatkan perhatian, karena apabila tidak terkontrol dapat menjadi faktor risiko munculnya penyakit lain yang lebih berat seperti stroke, gagal jantung dan gagal ginjal. Salah satu cara yang dapat dilakukan dengan promosi untuk mencegah hipertensi. Promosi kesehatan dapat dilakukan di antaranya dengan menggunakan media. Media yang banyak digunakan di Puskesmas Talaga adalah poster. Dari beberapa poster yang ada belum ada poster yang spesifik tentang hipertensi.

Poster adalah media gambar yang mengkombinasikan unsur-unsur visual seperti garis, gambar dan kata-kata untuk dapat menarik perhatian dan mengkomunikasikan pesan secara singkat (Anitah, 2009; Smith, 2007). Poster mempunyai keuntungan dalam menarik orang yang mempunyai minat khusus, karena poster dapat menyampaikan atau menyajikan pokok dari suatu permasalahan (Lawson, 2005). Pada penelitian tentang efektivitas poster terhadap pengetahuan dan sikap keluarga tentang kehamilan risiko tinggi dan tanda bahaya kehamilan, hasilnya menunjukkan bahwa penggunaan poster kurang efektif dalam meningkatkan pengetahuan. Berdasarkan beberapa hasil penelitian sebelumnya, diketahui bahwa ada perbedaan tentang efektifitas poster. Dengan demikian, untuk dapat menilai efektifitas media poster perlu dilakukan evaluasi terhadap media poster.

Penggunaan poster di Puskesmas Talaga tidak pernah dilakukan uji coba maupun evaluasi. Uji coba maupun evaluasi terhadap sebuah media sangat penting dilakukan. Evaluasi media dilakukan dengan cara melihat media yang diberikan sudah sesuai dan dapat mencapai tujuan atau belum, pendistribusian media sudah tepat sasaran atau belum, relevan atau tidak, isi pesan atau informasi yang disampaikan mudah dimengerti dan tepat atau belum, dan penempatan atau pemasangan media tersebut sudah sesuai atau belum. Salah satu pembelajaran yang didapat dalam suatu proses penggunaan poster supaya efektif harus melakukan evaluasi terhadap media tersebut (Lawson, 2005). Beberapa faktor yang mendukung keberhasilan komunikasi media di antaranya adalah cara media tersebut dapat meningkatkan ketertarikan dan pemahaman dari audiens (Depkes RI, 2004; Khairuna, 2012). Berdasarkan penjelasan tersebut, maka rumusan masalah penelitian ini adalah: "Bagaimana ketertarikan dan pemahaman pengunjung puskesmas terhadap media poster hipertensi?". Berdasarkan rumusan masalah, ditetapkan tujuan penelitian ini, yaitu untuk melakukan evaluasi terhadap media poster hipertensi pada pengunjung Puskesmas Talaga dengan mengkaji ketertarikan dan pemahaman pengunjung terhadap media poster hipertensi dalam aspek desain, isi pesan dan tempat pemasangannya.

Metode

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan metode kualitatif menggunakan rancangan fenomenologi. Penelitian dilaksanakan di Puskesmas Talaga dengan pertimbangan berdasarkan hasil studi pendahuluan diketahui tidak ada poster yang spesifik tentang hipertensi dan belum pernah dilakukan evaluasi pada media poster. Alasan lain, karena Puskesmas Talaga merupakan puskesmas yang paling banyak pengunjungnya dibandingkan dengan puskesmas perawatan lain yang ada di Kabupaten Majalengka.

Pemilihan informan penelitian secara purposif, yaitu pemilihan berdasarkan tujuan dengan subjek tersebut sebagai unit analisis yang dianggap sesuai dengan kebutuhan. Informan inti dalam penelitian ini adalah

pengunjung Puskesmas Talaga dan informan kunci adalah Kepala Bidang Promosi Kesehatan Kabupaten Majalengka, Kepala Puskesmas Talaga dan petugas promosi kesehatan Puskesmas Talaga.

Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara mendalam terhadap 11 pengunjung, diskusi kelompok terarah (DKT) terhadap 14 orang pengunjung yang terdiri dari 2 kelompok. Kelompok pertama sebanyak 7 orang pengunjung yang tidak menderita hipertensi, kelompok kedua terhadap 7 orang pengunjung yang menderita atau pernah mengalami hipertensi. Observasi dilakukan untuk mengetahui situasi di tempat pemasangan poster dan interaksi pengunjung dengan poster hipertensi.

Analisis data dalam penelitian ini dilaksanakan secara bersamaan dengan proses pengumpulan data (*ongoing analysis*). Setelah selesai pengumpulan data dilakukan transkrip. Transkrip tersebut dicek ulang, kemudian diberikan komentar pada hal yang masih perlu penambahan informasi pada saat pengumpulan data berikutnya. Analisis data dilakukan dengan tahapan sebagai berikut:

- (1) Data yang diperoleh dari wawancara, dikumpulkan kemudian dibuat transkrip dengan mencatat seluruh data yang diperoleh dari hasil wawancara.
- (2) Melakukan koding, yaitu dengan membuat kode-kode yang dimengerti oleh peneliti dan mempunyai arti berdasarkan topik pada setiap kalimat, kemudian kode-kode dikelompokkan dalam kategori. Langkah selanjutnya mencari hubungan kategori tersebut untuk menghasilkan *theoretical codes*.
- (3) Memadukan kategori sesuai dengan cirinya masing-masing terhadap data yang mempunyai pola yang sama, kemudian dilakukan analisis interpretasi data secara kualitatif dengan menghubungkan dengan teori yang ada.
- (4) Penyajian data dalam bentuk narasi dan kutasi sesuai dengan variabel penelitian dan diperkuat dengan tabel-tabel.
- (5) Penarikan kesimpulan.

Hasil dan Pembahasan

Persamaan karakteristik pada informan

dapat menunjukkan promosi kesehatan dan media seperti yang dapat diterima dan dibutuhkan oleh informan. Adanya kesamaan pada masalah yang menjadi perhatian, membuat informan tertarik untuk membaca informasi dalam poster hipertensi. Hal ini dapat dilihat dari ketertarikan dan pemahaman pengunjung terhadap poster hipertensi yang secara rinci dapat diuraikan sebagai berikut:

Ketertarikan pengunjung

Ketertarikan pengunjung terhadap poster hipertensi dapat dilihat dari beberapa aspek, yaitu :

(1) Desain

Ketertarikan pada poster hipertensi dari elemen desain dikelompokkan lagi dalam beberapa hal, yaitu:

Warna

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa poster versi sunda mendapatkan perhatian lebih banyak dan dibaca oleh pengunjung puskesmas. Pengunjung menyatakan tertarik terhadap poster hipertensi karena warnanya terang, cerah, kontras dan bervariasi. Warna yang cerah dinilai menarik perhatian mata, sehingga pengunjung melihat dan membaca poster hipertensi.

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

Dilihat dari segi warna, pengunjung berpendapat warna yang tidak terlalu kontras dan mencolok kurang membantu dalam membaca. Warna latar dan huruf yang kontras mempermudah pengunjung membaca dan memperjelas huruf yang dibaca. Warna huruf dan latar belakang dibuat kontras supaya mudah dibaca maupun penekanan yang menghendaki penekanan khusus (Anitah, 2009). Penggunaan warna dalam sebuah desain grafis

mempunyai beberapa fungsi, yaitu untuk menarik perhatian, menghasilkan efek psikologis, mengembangkan asosiasi, membangun retensi dan menciptakan suasana yang menyenangkan. Perpaduan warna yang kontras menjadi satu kesatuan dalam sebuah poster akan membantu mempermudah penyampaian suatu pesan. Sebaliknya, apabila perpaduan warna tidak kontras akan mempersulit. Warna harus dapat saling melengkapi dan penggunaan warna yang terlalu banyak dapat melemahkan suatu komunikasi.

Huruf

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

“harus huruf besar karena bagus . . . kalau hurufnya besar kelihatan sama orang yang keluar masuk rumah sakit (puskesmas)” (IW6).

Ukuran huruf terbesar pada poster hipertensi 13 mm dan huruf terkecil 6 mm. Untuk mempermudah keterbacaan ukuran huruf tidak boleh lebih kecil dari 18 poin atau 5mm. Bentuk huruf menggunakan huruf *microsoft sains serif* dan ditulis kapital. Penggunaan huruf dalam poster hipertensi tidak terlalu rumit dan bernilai seni tinggi yang dapat menyulitkan untuk dibaca. Penelitian lain mendukung hasil penelitian ini, menunjukkan bahwa penggunaan huruf yang tidak kaku dan rumit membantu dalam mempermudah orang untuk membaca (Aryani, 2009). Untuk mempermudah keterbacaan harus menggunakan huruf yang jelas dan mudah seperti jenis *sains serif*.

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

Kesesuaian gambar dan tulisan

Berdasarkan hasil penelitian kehadiran

gambar menjadi daya tarik tersendiri. Gambar yang paling sering dikatakan menarik perhatian pengunjung adalah gambar yang ada unsur kedaerahan (si Cepot). Pengunjung berpendapat bahwa gambar dan tulisan sesuai seperti dalam pernyataan berikut ini:

“mencerminkan mencerminkan sesuai dengan gambar ama tulisan itu sesuai, jadi kalau sayuran itu ada gambar sayuran kayak gitu” (IW2).

Penggunaan unsur kedaerahan berupa gambar tokoh pewayangan di pasundan sengaja digunakan dengan harapan dapat memberikan sesuatu yang berbeda. Gambar lain dinilai menarik karena sesuai dengan keseharian pengunjung seperti gambar sayur dan buah, gambar orang meniup seruling dan gambar orang yang sedang berolahraga. Penggunaan gambar harus menarik perhatian sasaran hal ini bisa dilakukan dengan menggunakan foto yang akrab dengan kehidupan sasaran. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya, yaitu pembuatan poster dengan visualisasi yang sesuai dengan karakteristik sosial dan politik etnis Cina berhasil menumbuhkan partisipasi dalam menangani malaria (Bu dan Fee, 2010).

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

Layout

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tata letak dalam poster dinilai cukup sederhana dan mudah untuk diingat. Pemilihan 1 elemen kunci baik huruf atau ilustrasi dapat dilaku-

kan supaya pembaca dapat dengan cepat menangkap pesan (Supriono, 2010). Pada poster hipertensi ini, elemen yang coba ditonjolkan, yaitu dari gambar yang menjadi pendukung dan memperkuat pesan yang disampaikan.

Pada poster versi bahasa Indonesia, gambar yang menarik perhatian, yaitu gambar sayur dan buah. Peletakan gambar pada urutan pertama dapat dikatakan berhasil menarik perhatian. Poster versi bahasa Sunda ditambahkan gambar yang memiliki unsur kedaerahan, yaitu tokoh wayang (Cepot). Gambar Cepot diletakkan di pojok kiri atas, dan berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa gambar cepot menjadi hal pertama yang menarik perhatian pengunjung. Gambar lain diurutkan berdasarkan kondisi dan perkiraan penyebab hipertensi yang mempunyai peran paling besar sampai paling kecil.

Tata letak warna juga menjadi perhatian pengunjung. Penempatan warna dasar yang menjadi latar belakang dengan keseluruhan isi pesan dinilai kontras dan membantu pesan mudah dibaca. Penulisan huruf dengan variasi warna dapat memberikan daya tarik tersendiri (Aryani, 2009). Warna huruf yang kontras dengan latar belakang dari keseluruhan warna poster membantu untuk mempermudah keterbacaan (Anitah, 2009). Penempatan ukuran huruf juga menjadi satu hal yang menarik. Pada judul digunakan huruf yang lebih besar dari sub judul dan isi pesan. Hal ini menjadi penting karena dengan penempatan huruf yang tepat di setiap bagian pesan memudahkan pembaca untuk melihat pesan tersebut.

(2) Isi pesan

Isi pesan merupakan suatu materi yang akan disampaikan komunikator untuk menyatakan maksudnya. Hasil dari wawancara men-

dalam dan DKT, pengunjung berpendapat isi pesan menarik karena isi pesan merupakan informasi tentang hipertensi, seperti pernyataan sebagai berikut:

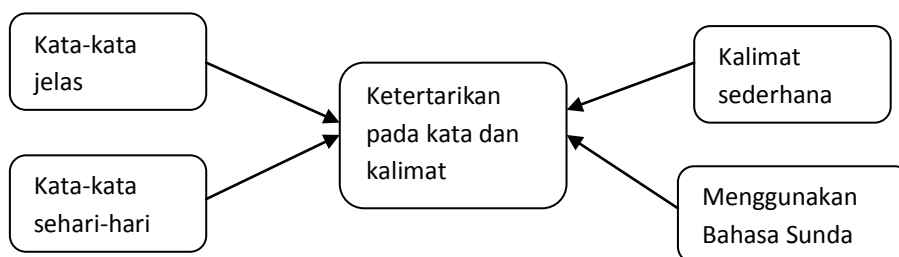
“ . . . eu menarik hipertensinya, soalnya jadi tahu akibat kurang makan yang bergizi jadi gini [jadi hipertensi], merokok akibatnya jadi gini [jadi hipertensi], darah tinggi jadi stroke, jantung, ginjal, jadi..kita gak mau gitu asal-asalan makan, kurang olah raga, merokok, banyak makan yang asin-asin jadi takut ada rasa takut”

(menarik tentang hipertensi, jadi tahu akibat kurang makan yang bergizi jadi hipertensi, merokok jadi hipertensi. Darah tinggi bisa menjadi stroke, jantung, gagal ginjal. Jadi kita tidak mau asal makan, kurang olah raga, merokok, konsumsi garam berlebih jadi takut, ada rasa takut) (IW2)

Kata dan kalimat yang menyusun pesan juga mendapat perhatian. Kata dalam poster hipertensi dinilai mudah diingat, karena merupakan kata sehari-hari. Kalimat yang digunakan dinilai pengunjung sederhana, karena tidak berbelit-belit dan langsung pada inti masalah. Ketertarikan pengunjung pada kata dan kalimat dapat dilihat pada Gambar 1.

Teknik penyampaian pesan dalam poster hipertensi menjadi salah satu bahasan dalam wawancara mendalam maupun DKT, pendapat pengunjung terkait dengan cara penyampaian pesan dapat dilihat dari pernyataan sebagai berikut:

“sederhana..sederhana..[penyampaian pesan] soalnya gak banyak kata-kata yang gak jelas jadi langsung saja ke intinya masalah” (IW2)



Gambar 1. Ketertarikan pengunjung pada penggunaan kata dan kalimat dalam poster

Tabel 1. Lokasi pemasangan poster

Lokasi pemasangan	Pendapat informan
Di lingkungan puskesmas	<ul style="list-style-type: none"> • Di ruang tunggu rawat jalan • Di depan ruang rawat inap
Di luar lingkungan puskesmas Talaga	<ul style="list-style-type: none"> • Di balai desa • Di kantor pos • Di puskesmas lain

Pesan yang menimbulkan perasaan tertentu pada pembaca dapat membuat seseorang tertarik dan menerapkan pesan tersebut. Penelitian sebelumnya berhasil menyampaikan pesan dengan visualisasi yang membuat orang tergugah untuk menggunakan sabuk pengaman. Pemilihan tema dikatakan sesuai dengan kondisi kesehatan masyarakat Majalengka yang dinilai masih tinggi angka hipertensinya oleh salah satu informan kunci. Kesesuaian tema dan masalah yang menjadi perhatian sangat penting supaya poster yang dibuat dapat dibaca, dimengerti dan diingat.

(3) Tempat pemasangan

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

Penilaian pengunjung terhadap lokasi pemasangan poster dapat terlihat dari hasil wawancara mendalam dan DKT. Pendapat tentang lokasi pemasangan dapat dilihat dari Tabel 1.

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa pengunjung dapat melihat poster di tempat pemasangan karena tempatnya cukup luas. Selain ukuran dari tempat pemasangan poster, keberadaan tempat poster menjadi daya tarik tersendiri ketika pengunjung berada disekitar tempat pemasangan. Pengunjung tertarik untuk membaca poster hipertensi, karena posisi pemasangan poster dinilai sesuai dengan pandangan mata, sehingga tidak mempersulit untuk membaca.

Lokasi pemasangan poster bisa di tempat-tempat umum tempat orang sering

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

Pemahaman pengunjung

Pemahaman pengunjung terhadap pesan terlihat dari pengetahuan informan terhadap manfaat dan maksud dari isi pesan serta ada upaya untuk penerapan isi pesan. Informan berpendapat bahwa isi pesan merupakan ajakan untuk hidup sehat. Beberapa hal yang dipahami dan tidak dipahami dapat dilihat pada Tabel 2.

Pemahaman terhadap isi pesan dikaitkan dengan cara penyampaian, kelengkapan pesan dan penggunaan gambar. Kebanyakan informan merasa isi pesan dalam poster hipertensi cukup sederhana. Kata dan kalimat dinilai sederhana dan tidak berbelit-belit. Isi pesan mudah untuk dapat dimengerti dan dipahami karena langsung pada inti masalah. Pernyataan lain muncul dari hasil wawancara dengan informan kunci, poster dinilai bagus, karena informasi tentang hipertensi dan dinilai bermanfaat bagi masyarakat.

Kelengkapan pesan dinilai sudah cukup mewakili informasi yang dibutuhkan tentang hipertensi. Pesan yang terlalu banyak dinilai akan mempersulit untuk mengingat dan memahami pesan, karena waktu membaca terbatas. Hasil ini didukung oleh pernyataan informan kunci yang berpendapat bahwa di media cetak

Tabel 2. Hal yang dipahami dan kurang dipahami oleh pengunjung dari poster hipertensi

Hal yang dipahami	Hal yang kurang dipahami
<ul style="list-style-type: none"> • Makan sayur dan buah membuat sehat • Rokok menyebabkan hipertensi • Konsumsi garam berlebih menyebabkan hipertensi • Hipertensi bisa jadi buta, stroke, gagal ginjal dan gagal jantung • Alkohol menyebabkan hipertensi 	<ul style="list-style-type: none"> • Gambar daging olahan • Gambar orang stress tidak terlihat wajahnya • Penyebab hipertensi hanya gaya hidup saja atau ada faktor genetik • Kata dalam bahasa Sunda “cara tuang nu kirang lereus” • Kata stroke dalam poster bahasa Indonesia

seperti poster, apabila terlalu banyak kata akan mempersulit.

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

Pengunjung memahami dan mengerti pesan karena penggunaan bahasa Sunda. Dalam penelitian sebelumnya ditunjukkan peranan suatu budaya dan bahasa dalam hubungannya dengan keselamatan pasien (Johnstone & Kanitsaki, 2006). Bahasa daerah dikatakan juga dialek merupakan versi bahasa yang punya ciri khusus dan mudah dikenal secara sosial atau regional yang mempunyai kontruksi kalimat, kosa kata, dan pengucapan dengan pola unik dan khas. Bahasa mempunyai peranan yang penting dalam suatu komunikasi dan membantu dalam memahami suatu hal.

Setiap orang akan mempunyai kemampuan yang berbeda dalam menerima sebuah pesan. Dalam teori ELM digambarkan bahwa pesan atau sebuah informasi akan dapat diterima tergantung dari motivasi yang dimiliki setiap orang dan kemampuannya untuk dapat memproses dan memaknai pesan tersebut (Wilson,

2007). Kemampuan yang tinggi akan membuat pengunjung merasa pesan yang didapat menjadi suatu pemikiran dan fokus pada kualitas pesan tersebut, sehingga banyak muncul pendapat. Motivasi maupun kemampuan dari pengunjung yang rendah akan melihat pesan secara keseluruhan tidak melihat sesuatu yang penting, sehingga tidak muncul pendapat yang lebih mendalam.

Penutup

Secara keseluruhan, sebagian besar pengunjung tertarik dan paham pada poster hipertensi. Poster hipertensi versi bahasa Sunda dapat diterima sebagai media promosi kesehatan oleh pengunjung Puskesmas Talaga yang mempunyai minat pada disain dan isi pesan dalam poster hipertensi. Informan tertarik pada warna poster yang cerah, yaitu kombinasi warna hijau, kuning dan merah, ukuran huruf dapat dibaca dengan bentuk sederhana, gambar yang jelas, dan dekat dengan keseharian mereka dengan *layout* yang sederhana. Dilihat dari isi pesan, informan tertarik karena tema hipertensi yang disampaikan sederhana dengan penggunaan kata, kalimat dan bahasa sehari-hari. Lokasi yang strategis, tempat yang cukup memadai serta posisi pemasangan poster yang dapat terlihat oleh indra penglihatan, lebih menarik minat baca pengunjung puskesmas. Pesan dapat dipahami karena teks didukung dengan gambar yang jelas, bahasa yang digunakan bahasa Sunda, penggunaan kata dan kalimat yang pendek dan tidak mempunyai arti lain. Isi pesan yang sederhana, dapat dipahami oleh pengunjung secara lebih baik.

Daftar Pustaka

- Anitah, S. 2009. *Media pembelajaran*. Surakarta: Yuma Presindo
- Aryani, D. 2009. *Buku Cerita Bergambar sebagai Media Promosi Kesehatan untuk Prevalensi Dini Kekerasan Seksual pada Siswa SD di Kota Yogyakarta*. Tesis. Yogyakarta: Program Pascasarjana Universitas Gadjah Mada
- Bu, L & Fee, E. 2010. Communicating with Pictures: The Vision of Chinese Anti-Malaria Posters. *American Journal of Public Health*, 100(3)
- Departemen Kesehatan RI. 2004. Pusat Promosi Kesehatan, Pengembangan Media Promosi Kesehatan, Jakarta
- Huddle, P.A. 2000. How to Present A Paper or Poster. *Journal of Chemical Educatio*, 77(9)
- Iversen, M.K., Handeli, M.N. & Jensen, E.N. 2007. Effect of health-promoting posters placed on the platform of two train stations in Copenhagen, Denmark, on the choice between taking the stairs or the escalators: a secondary publication. *International Journal of Obesity*, 31: 950–955
- Johnstone, M.J. & Kanitsaki, O. 2006. Culture, language, and patient safety: making the link. *International Journal for Quality in Health Care*, 18(5)
- Khairuna, G. 2012. Penyuluhan Gizi dengan Media Komik untuk Meningkatkan Pengetahuan tentang Keamanan Makanan Jajanan. *Jurnal Kemas*, 8 (1): 67-73
- Lawson, G. 2005. The Poster Presentation: An Exercise In Effective Communication. *Journal of Vascular Nursing*, 23(4)
- Sajadian, A. & Montazeri, A. 2004. Do women read poster displays on breast cancer in waiting rooms?. *Journal of Public Health*, 26(4): 355–358
- Smith, R. 2007. Media Depictions of Health Topics: Challenge and Stigma Formats. *Journal of Health Communication: International Perspectives*, 12(3): 233-249
- Wilson, B.J. 2007. Designing Media Message about Health dan Nutrition: What Strategies Are Most Effective?. *Journal Nutrition Education Behavior*, 39: S13-S19