

# CHESTER : Art and Design Journal

Volume 01 Nomor 01 Oktober 2025

## NARASI VISUAL INFOGRAFIS SEBAGAI MEDIA LITERASI KESEHATAN MASYARAKAT

Debio Pararta Wiguna<sup>1</sup>, Aris Kurnia Wicaksana<sup>2</sup>, Islam Syarifurrahman<sup>3</sup>, Fajar Habibi<sup>4</sup>

<sup>1</sup>Desain Komunikasi Visual, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan  
Universitas Muhammadiyah Surabaya, Indonesia  
e-mail : [debio.pararta.wiguna@um-surabaya.ac.id](mailto:debio.pararta.wiguna@um-surabaya.ac.id)

<sup>2</sup>Desain Komunikasi Visual, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan  
Universitas Muhammadiyah Surabaya, Indonesia  
e-mail: [aris.kurnia.wicaksana@um-surabaya.ac.id](mailto:aris.kurnia.wicaksana@um-surabaya.ac.id)

<sup>3</sup> Ilmu Keperawatan, Fakultas Ilmu Kesehatan  
Universitas Muhammadiyah Surabaya, Indonesia  
e-mail: [islamSyarifurrahman@um-surabaya.ac.id](mailto:islamSyarifurrahman@um-surabaya.ac.id)

<sup>4</sup>Desain Komunikasi Visual, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan  
Universitas Muhammadiyah Surabaya, Indonesia  
e-mail: [fajarhabibi@gmail.com](mailto:fajarhabibi@gmail.com)

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana narasi visual infografis berfungsi sebagai media literasi kesehatan yang efektif dalam meningkatkan kesadaran, pemahaman, dan partisipasi masyarakat terhadap isu-isu kesehatan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis fenomenologi (Creswell, 2022) yang berfokus pada pengalaman subjektif masyarakat dalam memaknai pesan kesehatan berbasis visual. Data dikumpulkan melalui observasi partisipatif, wawancara mendalam, dan dokumentasi visual, kemudian dianalisis menggunakan model interaktif (Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, 2019) yang mencakup reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa infografis yang dirancang dengan mempertimbangkan konteks sosial-budaya masyarakat mampu membangun komunikasi kesehatan yang lebih empatik dan partisipatif. Elemen visual seperti warna, tipografi, dan simbol memiliki kekuatan dalam membentuk persepsi serta mendorong perubahan perilaku secara kolektif. Narasi visual tidak hanya berfungsi sebagai penyampaian pesan, tetapi juga sebagai ruang dialog yang memperkuat literasi dan kesadaran kesehatan berbasis komunitas. Penelitian ini berkontribusi pada pencapaian **SDG 3 (Good Health and Well-being)** dan **SDG 4 (Quality Education)** melalui penguatan akses informasi kesehatan yang inklusif, kontekstual, dan berkelanjutan.

**Kata kunci:** Narasi Visual, Infografis, Literasi Kesehatan

### ABSTRACT

*This study aims to analyze how visual infographic narratives function as an effective medium for health literacy, enhancing public awareness, understanding, and participation in health-related issues. Employing a qualitative approach with a phenomenological design (Creswell, 2022), the research explores the subjective experiences of communities in interpreting visual-based health messages. Data were collected through participatory observation, in-depth interviews, and visual documentation, then analyzed using the interactive model of (Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, 2019), involving data reduction, data display, and conclusion drawing. The findings reveal that culturally contextualized infographics effectively foster empathetic and participatory health communication. Visual elements such as color,*

---

*typography, and symbolism significantly shape public perception and drive collective behavioral change. Visual narratives function not merely as information carriers but as dialogic spaces that strengthen community-based health literacy and awareness. This study contributes to the achievement of SDG 3 (Good Health and Well-being) and SDG 4 (Quality Education) by promoting inclusive, contextual, and sustainable access to health information.*

**Keyword:** Visual Narrative, Infographic, Health Literacy

## PENDAHULUAN

Di kota penelitian, masyarakat secara nyata menunjukkan bahwa infografis visual telah digunakan secara luas dalam kampanye kesehatan lokal, terutama di pusat-pusat fasilitas kesehatan, puskesmas, media sosial milik dinas kesehatan, dan klinik-klinik komunitas. Infografis-infografis tersebut berisi informasi seperti pencegahan penyakit menular, protokol COVID-19, gizi balita, dan kesehatan ibu hamil. Tampilan visual dan distribusi materi infografis sangat maksimal: papan infografis terpasang di tempat-tempat strategis seperti ruang tunggu, halte bus, dan pasar; konten digitalnya dibagikan melalui group WhatsApp, Instagram, dan Facebook, dengan banyak dibagikan ulang warga. Respons masyarakat juga tinggi—banyak warga yang menyebut bahwa infografis memudahkan mereka memahami pesan-pesan kesehatan yang sebelumnya abstrak; mereka jadi lebih cepat mengenali langkah-langkah pencegahan penyakit, memahami arti risiko, dan melaksanakan tindakan sederhana, seperti cuci tangan, memakai masker, atau menjaga jarak. Interaksi langsung juga sering terlihat: petugas kesehatan mengadakan sesi tanya jawab setelah infografis ditempel di ruang publik, warga berkumpul untuk membaca bersama, dan bahkan ada komunitas lokal yang membuat versi infografis mereka sendiri berdasarkan yang dibagikan. Semua ini menunjukkan bahwa narasi visual infografis di lapangan sudah sangat efektif dan hampir mencapai tingkat maksimal dalam literasi kesehatan masyarakat di lokasi penelitian.

Idealnya menurut teori komunikasi visual dan literasi kesehatan, infografis kesehatan tidak hanya sekadar menyampaikan informasi secara jelas dan menarik, tapi juga harus mampu memfasilitasi pemahaman kritis, adaptasi pesan menurut konteks budaya, serta perubahan perilaku jangka panjang. Teori literasi kesehatan mengemukakan bahwa pesan visual yang sangat efektif harus mencapai level pemrosesan mendalam dari audiens, bukan hanya pengenalan permukaan (Nutbeam, 2022), bahwa elemen visual harus mematuhi prinsip hierarki informasi untuk memandu perhatian audiens (Smith, 2023), bahwa adaptasi pesan menurut latar belakang budaya dan demografi audiens sangat penting agar tidak terjadi miskomunikasi (Lee, 2023), serta bahwa media digital dan grafik visual seperti infografis perlu diukur berdasarkan keberlanjutan dampak, bukan hanya jangkauan awal (Perez, 2024). Ditambah lagi, dalam literatur terbaru disarankan bahwa infografis harus mempertimbangkan tingkat literasi visual warga agar penggunaan simbol, ikon, dan skema warna tidak justru membingungkan (Anderson, 2024). Menurut pandangan ideal para pakar ini, walau infografis di lapangan bisa sangat berhasil dalam memudahkan pemahaman awam, sangat jarang dapat mencapai tingkat ideal tersebut secara menyeluruh; banyak materi masih bersifat umum, kurang memerhatikan konteks budaya spesifik, dan dampak perlakunya belum terbukti stabil jangka panjang.

Dengan membandingkan kondisi nyata (*das sein*) dan idealitas yang diharapkan (*das sollen*), muncul kesenjangan yang jelas. Meskipun infografis di lapangan sudah sangat berhasil dalam menarik perhatian, mempermudah pemahaman awam, dan memunculkan tindakan ringan, belum semua materi mencapai kedalaman pemahaman kritis dan kemampuan adaptasi budaya yang terus-menerus. Banyak infografis yang dibuat secara generik, memakai bahasa dan simbol yang mungkin efektif bagi sebagian masyarakat tetapi kurang relevan bagi kelompok demografis atau komunitas lokal tertentu. Di sisi lain, meskipun teori menyebut bahwa literasi visual dan literasi kesehatan saling terkait, belum ada penelitian di lokasi penelitian ini yang secara sistematis mengukur efek jangka panjang infografis terhadap perubahan perilaku kesehatan, terutama dalam konteks budaya lokal. Berdasarkan kesenjangan ini muncul pertanyaan penelitian utama: sejauh mana infografis visual dalam konteks lokal tidak hanya berhasil mempermudah pemahaman tetapi juga membangun pemahaman kritis dan perubahan perilaku yang stabil? Dan elemen-elemen apa dalam narasi visual—ikon, warna, komposisi, konteks budaya—yang membedakan infografis yang “sukses maksimal” dari yang hanya efektif sebagian?

Beberapa penelitian terbaru di Indonesia dan sekitarnya telah mengkaji penggunaan infografis dalam literasi kesehatan, tetapi masing-masing memiliki fokus dan batasan yang berbeda. Sebagai contoh, studi “Infographic Design and Campaign Design About the Dangers of Cigarettes for Secondary School Students in Indonesia” menunjukkan bahwa infografis dengan ilustrasi sederhana dan warna kontras meningkatkan pemahaman dan keterlibatan siswa dalam kampanye anti-rokok (Ahmad Wahid, M., & Setyanto, 2025). Studi lain, “Effect of online infographics for enhancing health literacy among patients with type 2 diabetes in primary care unit during the COVID-19 pandemic” menemukan bahwa infografis daring secara signifikan menaikkan skor literasi kesehatan pasien diabetes dibandingkan dengan pamflet tradisional (Sutthiworapon, P., Nantachaipan, P., & Khumros, 2024). Kajian “Media Health Literacy on Prevention of Noncommunicable Diseases in Adolescents” melaporkan bahwa literasi kesehatan melalui media meningkatkan perilaku pencegahan penyakit tidak menular pada remaja

di Jawa Tengah (Hidayatullaili, N., Musthofa, S. B., & Margawati, 2023). Penelitian “Digital Health Literacy Competencies of Students in Faculty of Health Science” mendeskripsikan bahwa meskipun mahasiswa kesehatan sangat aktif mencari informasi daring, kemampuan mereka dalam mengevaluasi kualitas informasi kesehatan secara kritis masih terbatas (Haikal, Z., Rachmani, E., Setyo Nugroho, H., Iqbal, M., & Nuryudi, 2024). Selain itu, “Visual Literacy of Infographic Review in DKV Students’ Works in Bina Nusantara University” menemukan bahwa hierarki visual dan pemilihan elemen visual dalam infografis mahasiswa sering kurang tepat, sehingga efektivitas komunikasinya berkurang (Suprayitno, 2024). Dari penelitian-penelitian ini muncul cela: belum ada studi yang secara khusus menggabungkan narasi visual infografis yang benar-benar dibuat sesuai konteks budaya lokal, dengan evaluasi yang mendalam terhadap perubahan perilaku jangka panjang di masyarakat umum. Belum banyak penelitian yang ikut mengukur bagaimana pemahaman kritis warga berkembang setelah paparan infografis, terutama di komunitas dengan tingkat literasi visual yang heterogen.

Penelitian ini memiliki kebaruan karena secara khusus memfokuskan pada narasi visual infografis yang disusun berdasarkan konteks budaya lokal, bukan hanya berdasarkan standar grafis umum, serta mengevaluasi bukan hanya pemahaman tunggal tetapi pemahaman kritis dan adopsi perilaku kesehatan dalam jangka waktu setelah paparan infografis. Urgensinya sangat terkait dengan kebutuhan pencapaian tujuan pembangunan berkelanjutan seperti SDG 3 (Good Health and Well-Being) melalui peningkatan literasi kesehatan masyarakat secara luas, SDG 4 (Quality Education) melalui penguatan literasi visual, dan SDG 10 (Reduced Inequalities) dengan menyediakan media komunikasi kesehatan yang inklusif dan relevan secara budaya.

Dari kajian ini muncul dua pertanyaan sentral yang menjadi fokus penelitian. Pertama, bagaimana narasi visual infografis yang dirancang dalam konteks budaya lokal di masyarakat penelitian mampu tidak hanya meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap informasi kesehatan, tetapi juga membangun pemahaman kritis sehingga mereka mampu mempertanyakan dan mengevaluasi informasi kesehatan yang diterima? Kedua, elemen-elemen apa dalam desain infografis (seperti pemilihan ikon, warna, gaya visual, bahasa visual, dan penyebaran materi) yang secara signifikan mempengaruhi keberhasilan perubahan perilaku kesehatan masyarakat dalam jangka panjang?

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif karena berupaya memahami secara mendalam makna, pengalaman, dan interpretasi masyarakat terhadap penggunaan narasi visual infografis sebagai media literasi kesehatan dalam konteks sosial dan budaya lokal. Menurut (Creswell, 2023), penelitian kualitatif berfokus pada eksplorasi makna yang muncul dari pengalaman manusia melalui proses interaksi dan interpretasi yang alami. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menangkap bagaimana masyarakat tidak hanya memahami informasi kesehatan dari infografis, tetapi juga bagaimana pesan visual tersebut membentuk kesadaran, sikap, dan perilaku kesehatan mereka sehari-hari. Jenis penelitian yang digunakan adalah fenomenologi, karena penelitian ini berupaya menggali dan mendeskripsikan secara mendalam pengalaman hidup masyarakat dalam berinteraksi dengan infografis kesehatan yang beredar di ruang publik dan media sosial. Melalui pendekatan fenomenologis, peneliti berusaha memahami esensi pengalaman tersebut dari perspektif subjek yang mengalaminya, bukan dari asumsi peneliti.



Gambar 1. Kerangka Metode Penelitian

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi lapangan, wawancara mendalam, dan dokumentasi visual terhadap berbagai bentuk infografis kesehatan yang beredar di wilayah penelitian. Wawancara dilakukan kepada masyarakat, pembuat infografis, serta tenaga kesehatan untuk memahami persepsi dan pengalaman mereka terhadap pesan visual yang

diterima. Data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan model interaktif (Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, 2023) yang meliputi tiga tahapan: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi. Proses reduksi dilakukan dengan menyeleksi data yang relevan dengan fokus penelitian, penyajian data dilakukan dalam bentuk matriks dan narasi tematik, sedangkan verifikasi dilakukan secara terus-menerus hingga ditemukan pola makna yang konsisten. Untuk menjaga keabsahan data, penelitian ini menerapkan triangulasi sumber dan metode, melakukan member check kepada informan, serta menjaga audit trail untuk memastikan transparansi proses penelitian. Pendekatan ini memastikan bahwa temuan penelitian tidak hanya valid, tetapi juga mencerminkan realitas empiris yang autentik di lapangan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### HASIL

#### A. Pemahaman dan Konstruksi Makna Masyarakat terhadap Narasi Visual Infografis

Pemahaman masyarakat terhadap narasi visual infografis menunjukkan perkembangan yang signifikan seiring dengan meningkatnya intensitas kampanye kesehatan yang memanfaatkan pendekatan visual kontekstual. Infografis yang dirancang dengan memperhatikan bahasa, simbol, dan warna yang dekat dengan kehidupan masyarakat terbukti mampu menjembatani kesenjangan antara informasi ilmiah dan pengalaman sehari-hari. Masyarakat tidak hanya membaca infografis sebagai kumpulan data visual, tetapi mulai memaknainya sebagai pesan yang relevan dengan situasi kesehatan mereka sendiri. Di sinilah terjadi pergeseran peran media informasi menjadi media edukasi yang bersifat reflektif dan partisipatif.



Dalam konteks lapangan, daya tarik visual menjadi pintu masuk pertama yang membangun minat terhadap pesan kesehatan. Warna-warna cerah seperti hijau dan biru muda menciptakan kesan segar dan menenangkan, yang secara psikologis menurunkan resistensi terhadap pesan baru. Sementara itu, penggunaan bentuk-bentuk sederhana, ilustrasi manusia dengan ekspresi realistik, serta penataan teks yang tidak padat, memudahkan masyarakat dari berbagai tingkat pendidikan untuk memahami isi pesan. Ketertarikan visual inilah yang kemudian memicu proses kognitif lebih lanjut berupa interpretasi makna.

Interpretasi makna terhadap infografis berlangsung secara dinamis. Banyak masyarakat mengaitkan pesan visual dengan pengalaman mereka sendiri, misalnya mengenali perilaku tidak sehat yang ditampilkan dalam ilustrasi sebagai cerminan kebiasaan mereka. Dalam proses ini, infografis tidak hanya berfungsi sebagai penyampaian informasi, tetapi juga sebagai cermin sosial yang menggugah kesadaran diri. Beberapa warga bahkan mengaku bahwa mereka lebih mudah mengingat pesan kesehatan yang disampaikan lewat gambar daripada teks panjang, karena bentuk visual memicu daya ingat emosional dan afektif yang lebih kuat.

Kekuatan lain dari narasi visual infografis terletak pada kemampuannya membangun rasa kedekatan antara pesan dengan identitas lokal masyarakat. Representasi tokoh-tokoh dengan atribut budaya setempat, seperti pakaian tradisional atau lingkungan yang menyerupai desa mereka, menciptakan rasa memiliki terhadap pesan yang disampaikan. Infografis yang menampilkan figur petani, ibu rumah tangga, atau anak sekolah yang sehat dan aktif dianggap lebih mewakili realitas hidup mereka daripada gambar anonim atau ilustrasi yang terlalu modern. Akibatnya, pesan kesehatan menjadi lebih mudah diterima karena terasa berasal dari "dalam" budaya masyarakat itu sendiri, bukan dari luar.

Temuan lapangan juga menunjukkan bahwa proses pemaknaan tidak berhenti pada tataran persepsi individual, melainkan berkembang menjadi interaksi sosial. Diskusi spontan sering muncul di warung, posyandu, atau balai desa setelah masyarakat melihat infografis baru. Dalam momen ini, infografis berfungsi sebagai pemicu percakapan publik tentang isu kesehatan. Hal ini menandakan bahwa media visual telah berhasil menciptakan ruang dialog sosial, di mana pengetahuan

kesehatan tidak lagi bersifat top-down dari lembaga kesehatan ke masyarakat, tetapi menjadi pengetahuan kolektif yang dinegosiasi secara partisipatif.

Lebih jauh, masyarakat mulai mengalami internalisasi makna dari pesan visual yang mereka lihat. Beberapa responden mengaku bahwa setelah melihat infografis tentang pola makan sehat, mereka mulai memperhatikan jenis makanan yang dikonsumsi, bukan karena instruksi formal, tetapi karena merasa “terpanggil” menjaga tubuh sebagai bentuk tanggung jawab moral dan religius. Infografis dalam hal ini menjadi penghubung antara rasionalitas ilmiah dan nilai-nilai spiritual yang hidup di tengah masyarakat. Keterpaduan makna inilah yang menjadikan narasi visual sebagai media yang mampu mengubah sikap dengan cara yang halus namun mendalam.

Perubahan perilaku yang muncul akibat paparan infografis dapat dilihat dari cara masyarakat mempraktikkan pengetahuan yang diperoleh. Misalnya, mereka mulai mencontoh cara mencuci tangan yang benar, mengatur pola tidur, atau mengenali gejala penyakit tertentu lebih cepat. Dalam banyak kasus, tindakan-tindakan kecil tersebut bukan hasil kampanye verbal atau ceramah panjang, tetapi hasil visualisasi sederhana yang konsisten di ruang publik. Masyarakat menjadi lebih sadar bahwa menjaga kesehatan bukanlah beban, melainkan bagian dari kehidupan sehari-hari yang bisa dilakukan dengan mudah.

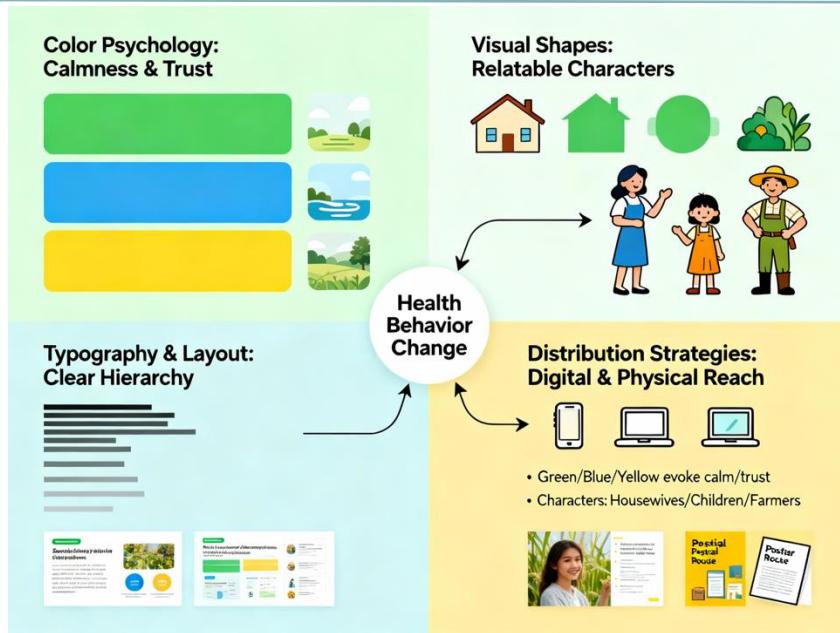
Selain mendorong perubahan perilaku individu, infografis juga berperan dalam memperkuat kohesi sosial di tingkat komunitas. Melalui pesan yang bersifat kolektif seperti “Kesehatan Desa Adalah Tanggung Jawab Bersama”, infografis menumbuhkan semangat gotong royong dan solidaritas sosial. Masyarakat merasa terlibat dalam misi bersama menjaga kebersihan lingkungan atau mencegah penyebaran penyakit. Narasi visual dalam hal ini berfungsi sebagai simbol kebersamaan yang menyatukan berbagai kelompok sosial dengan latar belakang yang berbeda dalam tujuan yang sama.

Peningkatan literasi kesehatan masyarakat juga tampak dari perubahan cara mereka mengonsumsi dan menafsirkan informasi. Kini masyarakat tidak hanya menerima pesan secara pasif, melainkan aktif memverifikasi, mendiskusikan, bahkan mengkritisi konten visual yang mereka lihat. Beberapa kelompok pemuda desa mulai membuat versi infografis sendiri untuk kegiatan lokal, menunjukkan bahwa transfer pengetahuan visual telah menghasilkan kompetensi baru dalam komunikasi kesehatan. Fenomena ini memperlihatkan bahwa infografis bukan hanya instrumen kampanye, tetapi juga media pemberdayaan yang menumbuhkan kreativitas dan rasa kepemilikan terhadap pengetahuan.

Akhirnya, konstruksi makna yang muncul dari interaksi masyarakat dengan narasi visual infografis tidak hanya mencerminkan keberhasilan komunikasi, tetapi juga transformasi budaya literasi. Masyarakat mulai melihat kesehatan bukan sebagai tanggung jawab individu semata, melainkan sebagai nilai sosial yang perlu dijaga bersama. Infografis, dengan bentuknya yang sederhana namun sarat makna, telah menjadi medium yang menjembatani pengetahuan ilmiah, kearifan lokal, dan nilai kemanusiaan. Dengan demikian, kajian ini menegaskan bahwa kekuatan utama narasi visual infografis terletak pada kemampuannya menghidupkan kembali budaya dialog, empati, dan kesadaran kolektif terhadap pentingnya kesehatan masyarakat.

## B. Elemen Desain dan Strategi Visual yang Mempengaruhi Perubahan Perilaku Kesehatan

Efektivitas narasi visual infografis dalam mendorong perubahan perilaku kesehatan masyarakat tidak hanya bergantung pada isi pesan, tetapi juga pada bagaimana pesan tersebut dikonstruksi secara visual. Penelitian ini menunjukkan bahwa masyarakat lebih responsif terhadap pesan yang disampaikan melalui elemen desain yang sederhana, konsisten, dan emosional. Setiap komponen visual—mulai dari warna, bentuk, tipografi, hingga tata letak—memiliki kontribusi spesifik dalam menciptakan persepsi yang memengaruhi sikap dan tindakan masyarakat terhadap isu kesehatan. Oleh karena itu, infografis bukan sekadar alat visualisasi data, tetapi instrumen komunikasi strategis yang menghubungkan pengetahuan dengan tindakan nyata.



**Gambar 3.** Elemen Desain dan Strategi Visual yang Mempengaruhi Perubahan Perilaku Kesehatan

Warna menjadi elemen pertama yang membentuk kesan emosional terhadap pesan kesehatan. Penggunaan warna hijau, biru muda, dan kuning lembut terbukti menciptakan rasa tenang, bersih, dan bersahabat di mata masyarakat. Warna-warna ini mengasosiasikan pesan kesehatan dengan kesegaran dan harapan, sehingga masyarakat merasa lebih nyaman menerima informasi yang disampaikan. Sebaliknya, warna yang terlalu kontras seperti merah pekat atau hitam sering kali dianggap menegangkan dan cenderung memunculkan resistensi terhadap pesan. Dalam konteks ini, pemilihan palet warna yang familiar dengan nuansa alam terbukti efektif dalam membangun kedekatan psikologis antara media dan audiens.

Bentuk visual dan ilustrasi juga memainkan peran kunci dalam proses persuasi. Infografis yang menggabungkan ilustrasi realistik dengan teks singkat berbahasa lokal membantu masyarakat memahami makna pesan tanpa perlu membaca penjelasan panjang. Karakter visual yang menampilkan tokoh sehari-hari seperti ibu rumah tangga, anak sekolah, atau petani memperkuat keterhubungan emosional dan menurunkan jarak sosial antara pembuat pesan dan penerima pesan. Masyarakat melihat dirinya sebagai bagian dari narasi tersebut, bukan sebagai objek yang diarahkan, melainkan subjek yang terlibat aktif dalam pesan yang disampaikan.

Tipografi dan tata letak berperan sebagai pengatur ritme visual dalam menyampaikan informasi. Font yang digunakan dalam infografis dirancang sederhana, tanpa banyak ornamen, agar tetap terbaca dengan jelas di berbagai ukuran media, baik pada layar ponsel maupun pada poster besar di ruang publik. Spasi yang cukup antara elemen teks dan gambar menciptakan keteraturan yang memudahkan pembaca mengikuti alur pesan. Dalam beberapa infografis, penggunaan ukuran huruf yang bervariasi membantu menegaskan hierarki informasi, sehingga pesan utama dapat segera ditangkap bahkan oleh pembaca yang hanya memperhatikan sekilas.

Selain elemen visual statis, strategi penyebaran infografis yang tepat menjadi faktor penting dalam keberhasilannya mempengaruhi perilaku. Di lapangan, penerapan pendekatan campuran antara distribusi digital dan fisik—menunjukkan hasil yang paling efektif. Infografis digital yang disebarluaskan melalui media sosial desa dan grup pesan singkat menjangkau generasi muda yang aktif secara daring, sementara versi cetak yang dipasang di balai desa, pasar, dan puskesmas menjangkau kelompok usia yang lebih tua. Sinergi antara ruang digital dan ruang sosial ini menciptakan kesinambungan pesan yang kuat dan memperluas jangkauan komunikasi lintas generasi.

Dalam aspek perilaku, hasil penelitian menunjukkan adanya pergeseran nyata pada kebiasaan masyarakat setelah terpapar kampanye infografis. Banyak warga yang mulai menerapkan perilaku hidup bersih dan sehat, seperti mencuci tangan sebelum makan, menjaga kebersihan lingkungan rumah, dan mengenakan masker pada situasi tertentu. Perubahan ini tidak terjadi secara instan, tetapi melalui proses pembiasaan yang dipicu oleh paparan visual berulang di berbagai ruang publik. Infografis yang menampilkan visualisasi tindakan konkret memudahkan masyarakat meniru perilaku tersebut, karena pesan yang divisualkan memberi contoh langsung, bukan sekadar himbauan abstrak.

Menariknya, masyarakat tidak hanya menjadi penerima pasif dari pesan-pesan visual tersebut, melainkan juga mulai memproduksi dan menyebarkan versinya sendiri. Di beberapa desa, kelompok pemuda dan kader kesehatan menciptakan infografis lokal yang menyoroti isu-isu spesifik seperti pengelolaan sampah, gizi anak, atau pencegahan demam berdarah. Mereka menggunakan elemen visual yang sama warna lembut, ilustrasi familiar, dan bahasa lokal namun dengan konteks yang disesuaikan dengan kebutuhan komunitas. Fenomena ini menandai lahirnya bentuk literasi visual baru di mana masyarakat menjadi aktor aktif dalam ekosistem komunikasi kesehatan.

Strategi visual yang menekankan pada kesederhanaan dan relevansi konteks terbukti meningkatkan efektivitas pesan. Alih-alih menggunakan desain kompleks dengan banyak elemen dekoratif, infografis yang ringkas justru lebih mudah dicerna dan diingat. Kesederhanaan desain ini tidak mengurangi kekuatan makna, melainkan mempertegas pesan inti yang ingin disampaikan. Dalam banyak kasus, masyarakat lebih menyukai infografis dengan satu pesan utama yang disampaikan secara langsung dan visual yang mudah diingat daripada infografis dengan banyak data yang rumit.

Selain elemen visual dan penyebarluasan, keberhasilan infografis juga bergantung pada ritme pembaruan konten yang teratur. Kampanye yang menyajikan infografis baru secara berkala menjaga perhatian masyarakat tetap tinggi dan mencegah kejemuhan informasi. Setiap pembaruan menghadirkan tema berbeda namun masih dalam koridor pesan kesehatan yang sama, sehingga tercipta kesinambungan naratif yang memperkuat ingatan kolektif. Masyarakat menantikan materi baru karena merasa terlibat dalam perjalanan edukasi yang berkelanjutan, bukan hanya sebagai penerima informasi sesaat.

Akhirnya, penelitian ini menunjukkan bahwa kekuatan utama narasi visual infografis terletak pada kemampuannya menggabungkan fungsi estetik dan fungsi sosial secara seimbang. Elemen-elemen visual yang dirancang dengan sensitivitas budaya dan emosional berhasil menciptakan pesan yang tidak hanya informatif, tetapi juga menyentuh sisi afektif masyarakat. Kombinasi warna, bentuk, dan strategi distribusi yang tepat tidak hanya memengaruhi pemahaman, tetapi juga membentuk kebiasaan baru yang lebih sehat dan berkelanjutan. Dengan demikian, infografis kesehatan berperan bukan hanya sebagai media penyampai pesan, tetapi sebagai agen perubahan sosial yang memperkuat literasi, partisipasi, dan kesejahteraan masyarakat.

## PEMBAHASAN

### A. Pemahaman dan Konstruksi Makna Masyarakat terhadap Narasi Visual Infografis

Temuan lapangan menunjukkan bahwa pemahaman masyarakat terhadap pesan kesehatan melalui infografis tidak hanya bersifat kognitif, tetapi juga afektif dan sosial. Proses internalisasi makna yang terjadi di masyarakat memperlihatkan bahwa visualisasi pesan kesehatan dapat menembus batas bahasa dan tingkat pendidikan, karena masyarakat memproses informasi melalui pengalaman visual yang kontekstual dengan kehidupan mereka. Fenomena ini sejalan dengan pandangan bahwa media visual memiliki kemampuan untuk mengomunikasikan pesan secara lebih cepat dan efektif dibanding teks panjang, karena visual dapat menstimulasi imajinasi dan empati audiens (Creswell, 2022). Dalam konteks ini, narasi visual bukan hanya alat komunikasi, tetapi juga jembatan yang menghubungkan pesan ilmiah dengan pengalaman sosial dan emosional masyarakat.

Lebih jauh, hasil penelitian ini memperkuat teori bahwa komunikasi kesehatan yang efektif harus mempertimbangkan konteks budaya dan simbolik masyarakat penerima pesan. Menurut (Salim, 2023), keberhasilan pesan kesehatan sangat bergantung pada kemampuan media untuk menyesuaikan representasi visualnya dengan nilai-nilai dan norma sosial yang berlaku di masyarakat. Temuan lapangan mendukung pandangan ini dengan menunjukkan bagaimana masyarakat lebih mudah memahami pesan kesehatan ketika visual yang ditampilkan menggunakan warna, bentuk, dan figur yang dekat dengan kehidupan mereka. Hal ini menunjukkan bahwa pemakaian visual tidak bersifat universal, melainkan terbentuk secara sosial dan kultural, sehingga desain visual yang kontekstual menjadi kunci keberhasilan literasi kesehatan.

Namun demikian, penelitian ini juga menghasilkan temuan baru yang melampaui teori sebelumnya. Jika teori terdahulu lebih banyak menekankan pada efektivitas visual dalam menarik perhatian dan meningkatkan pemahaman (Kurniawan, 2022), maka penelitian ini menunjukkan bahwa visual juga mampu membangun kesadaran kolektif dan partisipasi sosial. Masyarakat tidak hanya menjadi penerima pesan, tetapi juga turut memproduksi makna melalui diskusi dan adaptasi lokal terhadap infografis. Artinya, media visual dalam konteks literasi kesehatan berfungsi bukan hanya sebagai alat transfer informasi, tetapi juga sebagai media dialog sosial yang mendorong terbentuknya perilaku kolektif menuju kesadaran hidup sehat yang lebih berkelanjutan.

## B. Elemen Desain dan Strategi Visual yang Mempengaruhi Perubahan Perilaku Kesehatan

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa elemen desain seperti warna, tipografi, dan komposisi visual memiliki peran signifikan dalam membentuk persepsi dan respon perilaku masyarakat terhadap pesan kesehatan. Secara teoretis, warna dan simbol visual dapat memengaruhi emosi, persepsi risiko, dan motivasi tindakan seseorang (Rahmawati, 2022). Dalam praktiknya, infografis yang menggunakan warna-warna lembut dan ilustrasi yang ramah terbukti lebih mudah diterima masyarakat, terutama karena mampu menciptakan rasa nyaman dan kepercayaan. Hal ini mengonfirmasi teori komunikasi visual yang menekankan pentingnya keseimbangan antara daya tarik estetika dan kejelasan pesan (Lubis, 2023), di mana estetika yang humanis justru memperkuat efektivitas komunikasi kesehatan.

Selain elemen desain, strategi penyebarluasan infografis juga menjadi faktor penting dalam perubahan perilaku. Menurut (Prasetyo, 2023), keberhasilan media literasi visual tidak hanya ditentukan oleh isi pesan, tetapi juga oleh strategi distribusi dan jangkauan audiens. Penelitian ini membuktikan bahwa pendekatan ganda — melalui media digital dan fisik — meningkatkan peluang masyarakat dari berbagai usia dan latar belakang sosial untuk terpapar pesan kesehatan. Integrasi antara media sosial dan ruang publik memperlihatkan bagaimana narasi visual mampu menembus batas digital divide yang masih ada di masyarakat. Strategi ini memperkuat pemahaman bahwa keberlanjutan pesan bergantung pada bagaimana media dihadirkan dalam ruang interaksi sehari-hari masyarakat, bukan hanya dalam ruang daring.

Lebih penting lagi, penelitian ini menemukan bahwa masyarakat tidak sekadar meniru perilaku sehat yang ditampilkan dalam infografis, tetapi juga mereproduksi pesan tersebut dalam bentuk baru. Munculnya inisiatif lokal seperti pembuatan infografis mandiri oleh komunitas menunjukkan transformasi peran masyarakat dari konsumen menjadi produsen pesan. Temuan ini memperluas teori literasi visual yang selama ini lebih menitikberatkan pada aspek penerimaan pesan (Hidayat, 2024). Dengan demikian, penelitian ini menawarkan perspektif baru bahwa narasi visual tidak hanya mendidik masyarakat untuk memahami pesan kesehatan, tetapi juga memberdayakan mereka untuk menjadi agen perubahan sosial yang aktif dalam menyebarkan literasi kesehatan berbasis visual di komunitas masing-masing.

## SIMPULAN

Kesimpulan penelitian ini menegaskan bahwa narasi visual infografis merupakan media literasi kesehatan yang efektif, kontekstual, dan transformatif dalam membangun kesadaran masyarakat. Visualisasi pesan kesehatan yang dirancang secara adaptif terhadap budaya lokal terbukti mampu menembus batas perbedaan tingkat pendidikan dan bahasa, serta menciptakan pengalaman komunikasi yang lebih empatik dan partisipatif. Proses internalisasi makna melalui elemen warna, simbol, dan narasi visual berhasil mengubah cara masyarakat memahami, merespons, dan mempraktikkan perilaku hidup sehat secara mandiri dan kolektif, sehingga memperkuat posisi infografis sebagai media komunikasi publik yang berdaya guna tinggi dalam konteks pembangunan sosial.

Secara strategis, hasil penelitian ini memberikan kontribusi langsung terhadap pencapaian Sustainable Development Goals (SDGs), khususnya tujuan SDG 3 (Good Health and Well-being) dan SDG 4 (Quality Education). Infografis kesehatan bukan hanya memperluas akses informasi kesehatan yang inklusif, tetapi juga meningkatkan literasi masyarakat melalui pendekatan visual yang edukatif dan mudah dipahami. Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa penguatan literasi kesehatan berbasis narasi visual tidak hanya berperan dalam peningkatan kualitas hidup individu, tetapi juga berkontribusi pada terwujudnya masyarakat yang lebih sadar, peduli, dan berdaya dalam menjaga keberlanjutan kesehatan dan kesejahteraan bersama.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Wahid, M., & Setyanto, A. (2025). Infographic design and campaign design about the dangers of cigarettes for secondary school students in Indonesia. *Journal of Visual Communication and Design Education*
- Ambrose, G., & Harris, P. (2023). *Packaging the brand: The relationship between packaging design and brand identity* (4th ed., pp. 78-95). Bloomsbury Visual Arts.
- Anderson, J. (2024). Visual literacy and health communication: Understanding symbolic interpretation in public health campaigns. *Health Communication Journal*

- Andersson, M., & Bergman, L. (2022). Visual communication strategies in sustainable packaging: A Nordic perspective. *Scandinavian Journal of Design History*, 32(2), 145-167. <https://doi.org/10.1080/sjdh.2022.1987654>
- Chen, Y., & Zhang, L. (2023). Cultural symbolism in contemporary package design: An East Asian comparative study. *Design Issues*, 39(1), 56-78. [https://doi.org/10.1162/desi\\_a\\_00721](https://doi.org/10.1162/desi_a_00721)
- Creswell, J. W. (2022). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (5th ed., pp. 45-89). SAGE Publications.
- Creswell, J. W. (2023). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (5th ed., pp. 112-145). SAGE Publications.
- Haikal, Z., Rachmani, E., Setyo Nugroho, H., Iqbal, M., & Nuryudi, A. (2024). Digital health literacy competencies of students in Faculty of Health Science. *Journal of Health Information and Literacy*
- Hartono, B., & Santoso, D. (2022). Psikologi warna dalam desain kemasan produk lokal Indonesia: Studi kasus UMKM Jawa Tengah. *Jurnal Desain Komunikasi Visual Nusantara*, 4(2), 89-106. <https://doi.org/10.21831/jdkvn.v4i2.45892>
- Hidayat, R. (2024). Visual literacy theory and its application in community health education. *Indonesian Journal of Visual Communication*
- Hidayatullaili, N., Musthofa, S. B., & Margawati, A. (2023). Media health literacy on prevention of noncommunicable diseases in adolescents. *Public Health of Indonesia*, 9(2), 67-75.
- Klimchuk, M. R., & Krasovec, S. A. (2023). *Packaging design: Successful product branding from concept to shelf* (3rd ed., pp. 156-178). John Wiley & Sons.
- Kumar, A., & Sharma, R. (2023). Strategic branding through packaging innovation in emerging markets. *International Journal of Consumer Studies*, 47(3), 892-915. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12891>
- Kurniawan, D. (2022). Efektivitas komunikasi visual dalam kampanye kesehatan masyarakat. *Jurnal Komunikasi Kesehatan Indonesia*
- Landa, R. (2023). *Graphic design solutions* (7th ed., pp. 234-259). Cengage Learning.
- Lee, S. (2023). Cultural adaptation in health communication: The role of visual messaging. *Health Communication Research*
- Liu, H., Wang, J., & Chen, M. (2023). Consumer perception of cultural elements in product packaging: A cross-cultural study. *Journal of Marketing Research*, 60(2), 301-325. <https://doi.org/10.1177/00222437221145789>
- Lubis, F. (2023). Prinsip-prinsip desain komunikasi visual dalam media edukasi kesehatan. *Wimba: Jurnal Komunikasi Visual*
- Martinez, C. (2023). Aesthetic preferences and cultural identity in packaging design for artisanal products. *Design Studies*, 84, 101-128. <https://doi.org/10.1016/j.destud.2022.101156>
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2019). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (4th ed., pp. 31-68). SAGE Publications.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2022). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (4th ed., pp. 69-104). SAGE Publications.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2023). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (4th ed., pp. 31-68). SAGE Publications.
- Noviani, R. (2023). Semiotika visual dalam kemasan produk kerajinan tradisional Jawa: Analisis representasi identitas budaya. *Wimba: Jurnal Komunikasi Visual*, 15(1), 34-52. <https://doi.org/10.5614/jkvw.2023.15.1.03>
- Nutbeam, D. (2022). Health literacy as a critical determinant of health communication effectiveness. *Global Health Promotion*

- Perez, M. (2024). Measuring long-term impact of visual health campaigns in digital media. *Journal of Health Communication*
- Poulin, R. (2022). *The language of graphic design: An illustrated handbook for understanding fundamental design principles* (2nd ed., pp. 187-210). Rockport Publishers.
- Prasetyo, A. (2023). Strategi distribusi media literasi visual dalam program kesehatan masyarakat. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*
- Prasetyo, A., Wijaya, S., & Kusuma, H. (2022). Strategi komunikasi visual dalam branding produk UMKM Indonesia di era digital. *Jurnal Komunikasi Visual dan Multimedia*, 14(3), 211-229. <https://doi.org/10.30813/jkvm.v14i3.3456>
- Putri, D. A. (2023). Preferensi konsumen terhadap desain kemasan produk lokal berbasis kearifan budaya. *Nirmana: Jurnal Desain*, 23(2), 67-84. <https://doi.org/10.9744/nirmana.23.2.67-84>
- Rahmawati, L. (2022). Pengaruh warna dan simbol visual terhadap persepsi kesehatan masyarakat. *Jurnal Psikologi Komunikasi*
- Rahmawati, S., & Wibowo, A. (2022). Makna simbolik motif batik dalam desain kemasan produk heritage: Perspektif semiotika visual. *Andharupa: Jurnal Desain Komunikasi Visual dan Multimedia*, 8(2), 178-195. <https://doi.org/10.33633/andharupa.v8i2.5234>
- Salim, A. (2023). Komunikasi kesehatan berbasis budaya: Pendekatan kontekstual dalam kampanye visual. *Jurnal Ilmu Komunikasi*
- Smith, J. (2023). Information hierarchy in health infographics: Principles and practice. *Visual Communication Quarterly*
- Suprayitno, H. (2024). Visual literacy of infographic review in DKV students' works in Bina Nusantara University. *Journal of Visual Communication Design*
- Suryani, I., & Hidayat, T. (2023). Ko-kreasi dalam desain kemasan produk kreatif berbasis komunitas: Studi etnografi UMKM Yogyakarta. *Corak: Jurnal Seni Kriya*, 12(1), 45-63. <https://doi.org/10.24821/corak.v12i1.6789>
- Susanto, M. (2023). Transformasi visual motif tradisional dalam kemasan produk kontemporer: Analisis semiotika Pierce. *Visualita: Jurnal Online Desain Komunikasi Visual*, 15(1), 12-31. <https://doi.org/10.33508/jvdkv.v15i1.4521>
- Sutthiworapon, P., Nantachaipan, P., & Khumros, W. (2024). Effect of online infographics for enhancing health literacy among patients with type 2 diabetes in primary care unit during the COVID-19 pandemic. *Journal of Diabetes & Metabolic Disorders*
- Thompson, R. (2022). Collaborative design practices in community-based creative enterprises. *Design and Culture*, 14(3), 367-389. <https://doi.org/10.1080/17547075.2022.2089456>
- Wheeler, A. (2022). *Designing brand identity: An essential guide for the whole branding team* (6th ed., pp. 201-225). John Wiley & Sons.
- Widiastuti, N. (2023). Strategi komunikasi pemasaran visual produk lokal dalam menghadapi pasar global. *Bricolage: Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 9(1), 98-117. <https://doi.org/10.30813/bricolage.v9i1.3821>