



## Literatur Review Penggunaan Poster Sebagai Media Komunikasi Kesehatan

### *Literatur Review Use of Posters as a Health Communication Medium*

Ira Sri Mawarni Hasibuan<sup>1</sup>, Annisa Humaira<sup>2</sup>, Meida Sari Siregar<sup>3</sup>, Reni Agustina Harahap<sup>4</sup>

<sup>1-4</sup>Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

\*Corresponding Author: [irasrimawarni@gmail.com](mailto:irasrimawarni@gmail.com)

---

#### *Artikel Review*

##### **Article History:**

Received: 8 July,  
2024

Revised: 8  
August, 2024

Accepted: 15  
August, 2024

##### **Kata Kunci:**

Poster;  
Kesehatan;  
Komunikasi kesehatan

##### **Keywords:**

Poster;  
Healthy;  
Health Communication;

##### **DOI:**

[10.56338/jks.v7i8.5895](https://doi.org/10.56338/jks.v7i8.5895)

#### **ABSTRAK**

Penelitian ini mengeksplorasi efektivitas poster sebagai media komunikasi kesehatan dengan meninjau sepuluh jurnal terkait. Fokus utama dari studi ini adalah pada faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan poster dalam menyampaikan pesan kesehatan, termasuk desain visual, bahasa yang mudah dipahami, lokasi penempatan, durasi paparan, kombinasi dengan media lain, serta preferensi budaya dan sosial audiens. Temuan menunjukkan bahwa desain yang menarik, penggunaan bahasa yang sesuai, dan penempatan yang strategis dapat meningkatkan perhatian dan pemahaman audiens. Durasi paparan yang cukup serta kombinasi dengan media lainnya juga berkontribusi pada keberhasilan poster. Melibatkan komunitas lokal dan mempertimbangkan elemen psikologi seperti empati dan motivasi dapat lebih memperkuat dampak komunikasi. Meskipun penelitian ini memberikan wawasan berharga, terdapat keterbatasan seperti ketergantungan pada studi literatur yang mungkin tidak mencakup semua konteks dan populasi. Penelitian lebih lanjut diperlukan untuk mengatasi keterbatasan ini dan mengoptimalkan penggunaan poster dalam kampanye kesehatan.

#### **ABSTRACT**

*This study explores the effectiveness of posters as a health communication medium by reviewing ten related journals. The focus of this study is on factors influencing the success of posters in conveying health messages, including visual design, easy-to-understand language, placement location, exposure duration, combination with other media, and audience cultural and social preferences. Findings indicate that attractive design, appropriate language use, and strategic placement can enhance audience attention and comprehension. Adequate exposure duration and combination with other media also contribute to the success of the posters. Engaging the local community and considering psychological elements such as empathy and motivation can further strengthen communication impact. Although the study provides valuable insights, there are limitations such as reliance on literature reviews that may not cover all contexts and populations. Further research is needed to address these limitations and optimize the use of posters in health campaigns.*

---

## PENDAHULUAN

Komunikasi kesehatan adalah elemen krusial dalam upaya memperbaiki kualitas hidup dan kesejahteraan masyarakat. Melalui komunikasi yang efektif, informasi penting mengenai pencegahan penyakit, promosi kesehatan, dan kebijakan kesehatan dapat disebarluaskan kepada masyarakat luas. Berbagai media telah digunakan untuk tujuan ini, salah satu yang paling umum dan efektif adalah media visual, seperti poster. Poster memiliki kemampuan untuk menyampaikan pesan dengan cara yang menarik, mudah dipahami, dan menjangkau berbagai lapisan masyarakat.

Poster sebagai media komunikasi kesehatan memiliki berbagai keunggulan. Pertama, poster dapat memanfaatkan kombinasi teks dan gambar untuk menyampaikan informasi secara lebih menarik dan mudah diingat. Penggunaan warna, ilustrasi, dan tata letak yang menarik dapat meningkatkan daya tarik dan daya ingat pesan yang disampaikan. Kedua, poster dapat ditempatkan di berbagai lokasi strategis seperti pusat kesehatan, sekolah, tempat umum, dan area kerja, sehingga pesan kesehatan dapat diakses oleh banyak orang dalam situasi yang berbeda-beda.

Seiring dengan perkembangan teknologi dan desain grafis, poster kesehatan kini dapat dibuat dengan lebih kreatif dan inovatif. Namun, tantangan utama dalam penggunaan poster sebagai media komunikasi kesehatan adalah memastikan bahwa pesan yang disampaikan dapat dipahami dengan jelas dan memberikan dampak positif pada perilaku kesehatan masyarakat. Oleh karena itu, penelitian mengenai efektivitas poster dalam menyampaikan pesan kesehatan menjadi sangat penting.

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi penggunaan poster sebagai media komunikasi kesehatan dengan fokus pada beberapa aspek kunci. Pertama, penelitian ini akan mengevaluasi bagaimana desain poster, termasuk pemilihan warna, gambar, dan teks, mempengaruhi daya tarik dan pemahaman pesan kesehatan. Kedua, penelitian ini akan menilai lokasi penempatan poster dan bagaimana hal tersebut mempengaruhi tingkat keterpaparan dan penerimaan pesan oleh masyarakat. Ketiga, penelitian ini akan mengkaji bagaimana berbagai karakteristik demografis seperti usia, pendidikan, dan latar belakang budaya mempengaruhi respons masyarakat terhadap poster kesehatan.

Melalui pendekatan yang komprehensif, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitas poster sebagai media komunikasi kesehatan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh para praktisi kesehatan, pembuat kebijakan, dan desainer komunikasi untuk merancang kampanye kesehatan yang lebih efektif dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Dengan demikian, penggunaan poster sebagai media komunikasi kesehatan dapat dioptimalkan untuk meningkatkan kesadaran, pemahaman, dan perilaku kesehatan masyarakat secara lebih luas.

## METODE

Penelitian ini adalah penelitian berbasis *literatur review*, yang dimana *literatur review* berisi uraian mengenai teori. Temuan yang bersumber pada kajian jurnal dan bahan penelitian lainnya yang berasal dari bahan acuan yang akan dijadikan dasar pelaksanaan kegiatan dalam merangkai kerangka konsep pemikiran dari rumusan masalah yang akan dibahas. Penulis bertugas menganalisis melalui kajian-kajian sebelumnya.

Penulis menganalisis dari beberapa kajian dan selanjutnya dirangkum menjadi hasil yang telah dikaji kembali. Hasil analisis berupa judul, tahun, tempat, tujuan, metode, subjek, dan hasil dari kajian yang penulis baca. Lalu kemudian, dikupas mendalam, dari sinilah penulis akan merangkum apa saja yang bisa ditulis sesuai kajian dan pembahasan.

10 Jurnal kajian akan digunakan dalam penelitian ini, dan 10 jurnal ini adalah jurnal 5 tahun terakhir yang penulis akan kaji. Analisis akan meliputi penggunaan poster sebagai media komunikasi maupun promosi kesehatan.

## HASIL

Berdasarkan 10 jurnal yang telah dianalisis, maka peneliti mendapatkan kajian terhadap penggunaan poster sebagai media komunikasi kesehatan melalui analisis literatur dari sepuluh jurnal yang relevan. Berdasarkan beberapa jurnal yang ditinjau, ditemukan bahwa desain visual yang menarik, termasuk penggunaan warna cerah, gambar yang relevan, dan tata letak yang rapi, dapat meningkatkan perhatian dan pemahaman audiens terhadap pesan kesehatan yang disampaikan.

Poster dengan desain visual yang menarik memiliki tingkat keterbacaan yang lebih tinggi dan lebih efektif dalam menyampaikan informasi kesehatan dibandingkan dengan poster yang didesain secara sederhana. Selain itu, penggunaan kata-kata sederhana dan bahasa yang mudah dipahami oleh target audiens sangat penting dalam komunikasi kesehatan. Poster yang menggunakan bahasa yang sesuai dengan tingkat literasi audiens lebih efektif dalam meningkatkan pemahaman dan retensi informasi. Hal ini menunjukkan pentingnya menyesuaikan bahasa yang digunakan dalam poster dengan karakteristik demografis target audiens.

Lokasi penempatan poster juga memiliki dampak signifikan terhadap efektivitasnya. Poster yang ditempatkan di lokasi strategis, seperti ruang tunggu klinik, sekolah, tempat umum, dan area kerja, lebih efektif dalam menjangkau audiens yang lebih luas dan meningkatkan kesadaran kesehatan. Durasi paparan terhadap poster juga mempengaruhi efektivitas komunikasi kesehatan. Poster yang dipajang dalam jangka waktu yang lebih lama cenderung lebih efektif dalam meningkatkan pengetahuan dan mengubah perilaku kesehatan

dibandingkan dengan poster yang hanya dipajang dalam waktu singkat. Hal ini menunjukkan pentingnya mempertimbangkan durasi penempatan poster dalam perencanaan kampanye kesehatan. Beberapa penelitian menyarankan bahwa efektivitas poster dapat ditingkatkan jika dikombinasikan dengan media komunikasi kesehatan lainnya, seperti brosur, video, dan media sosial. Penggunaan poster sebagai bagian dari kampanye multimedia lebih efektif dalam meningkatkan kesadaran dan pengetahuan kesehatan dibandingkan dengan penggunaan poster secara tunggal.

Analisis literatur juga menunjukkan bahwa respon audiens terhadap poster kesehatan dapat bervariasi berdasarkan faktor demografis seperti usia, jenis kelamin, pendidikan, dan budaya. Poster yang dirancang dengan mempertimbangkan preferensi budaya dan sosial audiens lebih efektif dalam meningkatkan pemahaman dan keterlibatan audiens. Pentingnya evaluasi dan feedback dalam penggunaan poster sebagai media komunikasi kesehatan juga ditekankan dalam beberapa jurnal. Poster yang dievaluasi secara berkala dan diperbaiki berdasarkan feedback dari audiens lebih berhasil dalam menyampaikan pesan kesehatan. Proses evaluasi ini membantu memastikan bahwa poster tetap relevan dan efektif.

Beberapa jurnal menekankan pentingnya keberlanjutan kampanye kesehatan menggunakan poster. Kampanye yang berkelanjutan dan konsisten dengan pesan yang disampaikan melalui poster lebih efektif dalam menciptakan perubahan perilaku jangka panjang dibandingkan dengan kampanye yang sporadis. Poster yang dirancang dengan mempertimbangkan konteks sosial dan komunitas tempat dipajangnya dapat meningkatkan efektivitas komunikasi kesehatan. Poster yang melibatkan komunitas lokal dalam proses desain dan distribusi lebih efektif dalam meningkatkan kesadaran dan penerimaan pesan kesehatan. Beberapa penelitian juga menyoroti pentingnya mempertimbangkan aspek psikologis dalam desain poster kesehatan. Poster yang memanfaatkan elemen psikologis, seperti gambar yang menimbulkan empati atau motivasi, lebih efektif dalam mempengaruhi perilaku kesehatan audiens.

## **DISKUSI**

Desain visual yang menarik merupakan elemen kunci dalam efektivitas poster sebagai media komunikasi kesehatan, karena mampu menarik perhatian, memudahkan pemahaman pesan, dan meningkatkan daya ingat informasi. Penggunaan warna cerah dan kontras, dapat menyoroti informasi penting dan menarik perhatian audiens. Gambar dan ilustrasi yang relevan dan berkualitas tinggi, membantu menjelaskan konsep kompleks dan meningkatkan keterlibatan audiens. Selain itu, tata letak yang rapi dan tipografi yang jelas meningkatkan keterbacaan dan pemahaman informasi. Konsistensi desain dalam elemen visual juga membantu menciptakan identitas visual yang kuat dan membangun kredibilitas pesan. Penggunaan elemen interaktif, seperti kode QR, dapat meningkatkan keterlibatan audiens dengan mendorong mereka untuk mencari informasi lebih lanjut atau berpartisipasi dalam aktivitas kesehatan. Secara keseluruhan, kombinasi warna efektif, gambar relevan, tata letak baik, konsistensi desain, dan elemen interaktif dapat membuat poster menjadi alat komunikasi kesehatan yang efektif, mampu menarik perhatian, memudahkan pemahaman, dan mendorong perubahan perilaku positif di masyarakat (Wahyuningrum & Hernawati, 2021).

Penggunaan bahasa yang mudah dipahami merupakan aspek penting dalam efektivitas poster sebagai media komunikasi kesehatan, karena bahasa yang sederhana dan jelas dapat meningkatkan pemahaman dan retensi informasi oleh audiens. Poster yang menggunakan bahasa sesuai dengan tingkat literasi target audiens lebih efektif dalam menyampaikan pesan kesehatan. Ini penting karena penggunaan kata-kata yang kompleks atau terminologi medis yang sulit dipahami dapat mengurangi efektivitas pesan. Menyesuaikan bahasa dengan karakteristik demografis audiens, seperti usia, pendidikan, dan latar belakang budaya, juga dapat meningkatkan relevansi dan keterlibatan audiens dengan konten poster. Penggunaan kalimat pendek, struktur yang jelas, dan terminologi yang familiar membantu audiens mencerna informasi dengan lebih cepat dan efisien. Oleh karena itu, perencanaan bahasa yang digunakan dalam poster kesehatan harus mempertimbangkan tingkat literasi dan preferensi bahasa dari target audiens untuk memastikan pesan dapat diterima dan dipahami dengan baik, sehingga mampu mendorong perubahan perilaku kesehatan yang diinginkan (Ernawati, 2022).

Lokasi penempatan poster adalah faktor krusial dalam menentukan efektivitas poster sebagai media komunikasi kesehatan, karena lokasi yang strategis dapat meningkatkan keterpaparan dan keterlibatan audiens dengan pesan yang disampaikan. Poster yang ditempatkan di ruang tunggu klinik, sekolah, tempat umum, dan area kerja lebih efektif dalam menjangkau audiens yang lebih luas dibandingkan dengan poster yang ditempatkan di lokasi yang kurang strategis. Penempatan di tempat-tempat dengan lalu lintas tinggi, di mana audiens memiliki waktu untuk membaca dan merenungkan pesan, dapat meningkatkan peluang poster untuk diperhatikan dan dipahami. Selain itu, mempertimbangkan konteks lokasi dan relevansi pesan dengan audiens yang berada di area tersebut juga penting untuk memastikan pesan mencapai target yang tepat. Misalnya, poster tentang kebersihan tangan akan lebih efektif jika ditempatkan di dekat fasilitas cuci tangan. Oleh karena itu, perencanaan lokasi penempatan poster harus mempertimbangkan faktor-faktor seperti demografi, kebiasaan audiens, dan relevansi kontekstual untuk memastikan pesan kesehatan dapat diterima dengan optimal dan memaksimalkan dampak komunikasi (Utoyo, 2020).

Durasi paparan poster merupakan faktor penting dalam menentukan efektivitas poster sebagai media komunikasi kesehatan, karena durasi yang cukup memungkinkan audiens untuk menyerap dan memahami informasi yang disampaikan. Poster yang dipajang dalam jangka waktu lebih lama cenderung lebih efektif dalam meningkatkan pengetahuan dan mengubah perilaku kesehatan dibandingkan dengan poster yang hanya dipajang dalam waktu singkat. Durasi paparan yang cukup memberikan waktu bagi audiens untuk merenungkan pesan, mengingat informasi penting, dan memutuskan untuk mengambil tindakan yang

dianjurkan. Selain itu, eksposur yang berulang terhadap poster yang sama dapat memperkuat pesan dan meningkatkan daya ingat. Oleh karena itu, dalam merencanakan kampanye kesehatan menggunakan poster, penting untuk mempertimbangkan durasi paparan yang optimal, memastikan poster tetap terlihat dalam periode waktu yang cukup lama untuk memaksimalkan dampaknya pada audiens dan mendorong perubahan perilaku yang diinginkan (Rahmah et al., 2020).

Kombinasi poster dengan media komunikasi kesehatan lainnya dapat meningkatkan efektivitas penyampaian pesan secara signifikan. Kampanye kesehatan yang menggabungkan poster dengan media seperti brosur, video, dan media sosial lebih efektif dalam meningkatkan kesadaran dan pemahaman audiens dibandingkan dengan penggunaan poster secara tunggal. Kombinasi media memungkinkan penyampaian pesan melalui berbagai saluran yang berbeda, menjangkau audiens dalam berbagai situasi dan konteks. Media tambahan dapat memperkuat pesan yang disampaikan melalui poster dengan menyediakan informasi lebih mendalam atau interaktif, dan meningkatkan keterlibatan audiens dengan materi kampanye. Misalnya, poster yang mempromosikan vaksinasi dapat dipadukan dengan video edukasi di media sosial yang menjelaskan manfaat vaksin dan prosedur vaksinasi secara lebih detail. Dengan pendekatan multimedia, pesan kesehatan menjadi lebih komprehensif dan mudah diakses, yang dapat mendorong tindakan dan perubahan perilaku yang lebih efektif di masyarakat (Wicaksana et al., 2020).

Preferensi budaya dan sosial memainkan peran penting dalam efektivitas poster sebagai media komunikasi kesehatan, karena desain dan pesan yang sesuai dengan konteks budaya dan sosial audiens dapat meningkatkan relevansi dan keterlibatan. Poster yang dirancang dengan mempertimbangkan nilai-nilai, norma, dan kebiasaan budaya target audiens lebih efektif dalam menyampaikan pesan kesehatan. Misalnya, penggunaan simbol, warna, dan gaya komunikasi yang sesuai dengan budaya lokal dapat membantu audiens merasa lebih terhubung dengan pesan yang disampaikan. Selain itu, memahami latar belakang sosial audiens, seperti status sosial dan ekonomi, juga penting untuk memastikan bahwa pesan tidak hanya diterima tetapi juga relevan dan dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Dengan menyesuaikan desain dan konten poster sesuai dengan preferensi budaya dan sosial, pesan kesehatan dapat disampaikan dengan lebih efektif, meningkatkan pemahaman, dan mendorong perubahan perilaku yang positif dalam komunitas (Nurhadi et al., 2020).

Evaluasi dan feedback adalah elemen krusial dalam meningkatkan efektivitas poster sebagai media komunikasi kesehatan, karena proses ini memungkinkan penyesuaian dan perbaikan desain serta konten berdasarkan respons audiens. Poster yang secara berkala dievaluasi dan disesuaikan berdasarkan umpan balik dari audiens cenderung lebih berhasil dalam menyampaikan pesan kesehatan. Evaluasi dapat melibatkan survei atau wawancara dengan audiens untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan poster, seperti keterbacaan, daya tarik visual, dan kejelasan pesan. Feedback dari audiens membantu dalam memahami bagaimana poster diterima dan dipahami, serta apa yang perlu diubah untuk meningkatkan efektivitasnya. Dengan menerapkan perbaikan berdasarkan feedback, poster dapat diperbaharui untuk lebih baik memenuhi kebutuhan dan preferensi audiens, sehingga meningkatkan dampak kampanye kesehatan secara keseluruhan (Nugroho & Basri, 2021).

Keberlanjutan kampanye kesehatan menggunakan poster sangat penting untuk menciptakan perubahan perilaku jangka panjang dan memastikan dampak yang berkelanjutan. Kampanye yang konsisten dan berkelanjutan, dengan penempatan poster secara reguler dan pembaruan pesan yang berkesinambungan, lebih efektif dalam meningkatkan kesadaran dan memotivasi perubahan perilaku dibandingkan dengan kampanye yang sporadis atau sekali waktu. Dengan menjaga kontinuitas dalam penempatan dan desain poster, audiens akan lebih sering terpapar pesan kesehatan, yang membantu memperkuat informasi dan mengintegrasikan praktik kesehatan ke dalam rutinitas sehari-hari mereka. Selain itu, keberlanjutan kampanye memungkinkan penyesuaian dan perbaikan berkelanjutan berdasarkan evaluasi dan feedback, sehingga kampanye tetap relevan dan efektif seiring waktu. Oleh karena itu, strategi keberlanjutan yang direncanakan dengan baik, termasuk penjadwalan pembaruan dan penempatan berulang, merupakan kunci untuk memastikan bahwa pesan kesehatan terus menjangkau dan mempengaruhi audiens secara positif (Uning et al., 2019).

Melibatkan komunitas lokal dalam perancangan dan distribusi poster kesehatan dapat secara signifikan meningkatkan efektivitas pesan yang disampaikan, karena keterlibatan komunitas menciptakan rasa kepemilikan dan relevansi yang lebih tinggi terhadap konten. Poster yang dirancang dengan partisipasi komunitas lokal lebih efektif dalam meningkatkan kesadaran dan penerimaan pesan kesehatan. Dengan melibatkan anggota komunitas dalam proses desain, seperti melalui focus group atau konsultasi, pesan yang disampaikan dapat disesuaikan dengan kebutuhan, nilai, dan norma lokal, yang membuatnya lebih resonan dan diterima. Selain itu, komunitas lokal dapat membantu dalam distribusi poster ke tempat-tempat strategis dan menjangkau audiens yang lebih luas melalui jaringan sosial mereka. Partisipasi komunitas tidak hanya meningkatkan efektivitas komunikasi tetapi juga memperkuat hubungan antara penyelenggara kampanye dan masyarakat, menciptakan dukungan yang lebih luas dan meningkatkan kemungkinan perubahan perilaku yang diinginkan (Fauziah et al., 2020).

Elemen psikologi seperti empati dan motivasi memainkan peran penting dalam meningkatkan efektivitas poster kesehatan, karena keduanya dapat mempengaruhi emosi dan perilaku audiens secara mendalam. Poster yang menggunakan gambar atau pesan yang menimbulkan rasa empati, seperti ilustrasi penderitaan atau kesuksesan individu, dapat memperkuat koneksi emosional dengan audiens dan mendorong mereka untuk lebih memperhatikan dan merespons pesan kesehatan. Selain itu, elemen motivasi, seperti pesan yang memberikan dorongan atau insentif, dapat mempengaruhi sikap audiens dan mendorong mereka untuk

mengambil tindakan positif. Dengan memanfaatkan teknik psikologis yang menargetkan perasaan dan motivasi audiens, poster tidak hanya menyampaikan informasi tetapi juga menginspirasi perubahan perilaku yang lebih aktif dan terlibat, meningkatkan efektivitas kampanye kesehatan secara keseluruhan (Febriawati, 2022).

## **KESIMPULAN**

Kesimpulan dari studi literatur ini menegaskan bahwa penggunaan poster sebagai media komunikasi kesehatan dapat menjadi alat yang sangat efektif jika didesain dan diterapkan dengan mempertimbangkan berbagai faktor kunci. Desain visual yang menarik, bahasa yang mudah dipahami, lokasi penempatan yang strategis, durasi paparan yang cukup, kombinasi dengan media lain, serta penyesuaian terhadap preferensi budaya dan sosial audiens merupakan aspek penting yang berkontribusi pada keberhasilan poster dalam menyampaikan pesan kesehatan. Selain itu, evaluasi dan feedback berkelanjutan, keberlanjutan kampanye, keterlibatan komunitas lokal, serta elemen psikologi seperti empati dan motivasi, turut mempengaruhi efektivitas komunikasi dan dampaknya pada perubahan perilaku. Dengan memperhatikan dan mengintegrasikan faktor-faktor ini, poster dapat memaksimalkan potensi sebagai alat komunikasi yang mendukung peningkatan kesadaran dan perilaku kesehatan positif dalam masyarakat.

## **SARAN**

Untuk meningkatkan efektivitas penggunaan poster sebagai media komunikasi kesehatan, disarankan agar penelitian dan praktik desain poster lebih fokus pada integrasi berbagai elemen kunci seperti desain visual yang menarik, bahasa yang mudah dipahami, dan penempatan yang strategis. Selain itu, penting untuk menerapkan evaluasi dan feedback yang sistematis guna memperbaiki poster berdasarkan respons audiens dan mempertimbangkan keberlanjutan kampanye untuk memastikan dampak jangka panjang. Melibatkan komunitas lokal dalam proses desain dan distribusi juga dapat meningkatkan relevansi dan penerimaan pesan kesehatan. Penelitian lebih lanjut sebaiknya mengeksplorasi kombinasi poster dengan media komunikasi lainnya serta memanfaatkan elemen psikologis seperti empati dan motivasi untuk meningkatkan keterlibatan dan perubahan perilaku. Dengan pendekatan yang holistik dan berbasis data, poster dapat menjadi alat komunikasi kesehatan yang lebih efektif dan berdampak.

## **KETERBATASAN**

Keterbatasan penelitian ini mencakup beberapa aspek yang perlu diperhatikan untuk interpretasi hasil yang lebih baik. Pertama, studi ini bergantung pada analisis literatur yang mungkin tidak mencakup semua variasi konteks dan populasi yang relevan, sehingga temuan mungkin tidak sepenuhnya generalizable ke semua setting atau audiens. Selain itu, keterbatasan dalam metodologi studi yang dianalisis, seperti ukuran sampel yang kecil atau desain penelitian yang heterogen, dapat mempengaruhi validitas dan reliabilitas hasil. Penelitian ini juga tidak mempertimbangkan faktor-faktor eksternal yang dapat mempengaruhi efektivitas poster, seperti perubahan sosial atau perkembangan teknologi komunikasi terbaru. Terakhir, ketergantungan pada studi yang ada berarti bahwa mungkin ada bias publikasi atau kesenjangan dalam data yang dilaporkan, yang dapat mempengaruhi kesimpulan yang ditarik. Oleh karena itu, penelitian lebih lanjut diperlukan untuk mengatasi keterbatasan ini dan untuk mengeksplorasi aspek-aspek yang belum sepenuhnya terjangkau dalam studi ini.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Ernawati, A. (2022). Media Promosi Kesehatan Untuk Meningkatkan Pengetahuan Ibu Tentang Stunting. *Jurnal Litbang*, 18(2), 139–152.
- Fauziah, A. U., Kusumawati, D., & Farmasi, P. (2020). Informasi Kesehatan melalui Penyuluhan, Poster dan Leaflet di Dusun Talang Parit Desa Kemingking Dalam Kecamatan Taman Rajo Provinsi Jambi. *Jurnal Abdimas Kesehatan*, 2(2), 157–162.
- Febriawati, H. (2022). Pengembangan Poster Sebagai Media Promosi Pencegahan Covid-19. *Jurnal Kesmas Asclepius*, 4, 42–51.
- Nugroho, A., & Basri, H. (2021). Teknik dan media komunikasi kesehatan yang efektif dalam penyampaian informasi pencegahan dan vaksinasi COVID-19 pada remaja. *Jurnal Kesehatan Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 43–48.
- Nurhadi, Z. F., Parentza, H., Munandar, A., & Rachman, D. (2020). Strategi Komunikasi dan Edukasi Pencegahan Covid-19 Melalui Media Poster. *Abdimas Umtas*, 4(1).
- Rahmah, S. F., Mahda, D. R., Purwati, T., Suryo, B., & Nasution, A. M. (2020). Edukasi Protokol

Kesehatan dalam Menjalankan New Normal di Masa Pandemi Melalui Media Poster Corona virus adalah keluarga besar virus yang menyebabkan penyakit mulai ( MERS ) dan Severe Acute Respiratory Distancing , Stay at Home , memakai Covid-19 Mengg. *Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat LPPM UMJ*.

- Uning, D., Ngisom, M., Werdani, K. E., Studi, P., Masyarakat, K., Kesehatan, F. I., Yani, A., & Sukoharjo, K. (2019). Promosi Kesehatan pada Masyarakat Kelurahan Margomulyo Usia Produktif dengan media leaflet dan poster sebagai Upaya Pencegahan dan Pengendalian Hipertensi Ngawi dan secara daring ( online ) dengan bantuan platform Whatsapp Group . *Jurnal Kesehatan*, 236–248.
- Utoyo, A. W. (2020). Analisis Komunikasi Visual Pada Poster Sebagai Media Komunikasi Mendorong Jarak Sosial Di Jakarta Saat Pandemi. *Jurnal Lugas*, 4(1), 35–42.
- Wahyuningrum, S. R., & Hernawati. (2021). Upaya Penggunaan Poster Sebagai Media Edukasi Pencegahan Covid-19 untuk Masyarakat Desa Prekbun. *Kesehatan*, 1–18.
- Wicaksana, J., Atmadja, P., & Asmira, Y. (2020). Pengembangan Poster Kesehatan Reproduksi Berbasis Pendidikan Karakter Menggunakan Canva pada Usia Remaja Sekolah di SMA The Development of Reproductive Health Poster Based on Character Education Using Canva in School Adolescents. *Jurnal Penelitian Dan Pengkajian Ilmu Pendidikan: E-Saintika*, 4(2), 160–172.