



TINJAUAN MEDIA KAMPANYE VISUAL DALAM MENINGKATKAN KESADARAN TERHADAP BAHAYA PENYAKIT MENULAR SEKSUAL

Jundy Nisrina Ruhiyat¹, Rosa Karnita²

^{1,2} Program Studi Desain Komunikasi Visual, Institut Teknologi Nasional Bandung

Jl. PHH Mustopha No. 23, Kota Bandung, 40124

e-mail : jundy.nisrina@mhs.itenas.ac.id, karnita@itenas.ac.id

Abstraksi

Remaja di Indonesia merupakan kelompok yang rentan terhadap Penyakit Menular Seksual (PMS) karena meningkatnya rasa ingin tahu mengenai kesehatan reproduksi belum diimbangi dengan akses terhadap informasi yang akurat. Pembahasan mengenai kesehatan reproduksi masih sering dianggap tabu, sehingga banyak remaja memperoleh informasi dari media sosial atau lingkungan sekitar yang belum tentu dapat dipertanggungjawabkan. Sementara itu, media kampanye visual yang telah digunakan sebagai sarana edukasi belum banyak dikaji berdasarkan karakteristik visual yang sesuai dengan preferensi remaja di Indonesia. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner. Analisis data dilakukan melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan berdasarkan dua indikator utama, yaitu pengetahuan mengenai PMS dan preferensi terhadap media kampanye visual. Penelitian ini melibatkan siswa SMP, SMA/MA, dan SMK di Kota Bandung.

Kata Kunci : PMS, Media Visual, Remaja, Kesehatan Reproduksi, Tabu

Abstract

Indonesian adolescents are a group vulnerable to Sexually Transmitted Diseases (STDs) because their increasing curiosity about reproductive health is not accompanied by adequate access to accurate information. Discussions about reproductive health are still considered taboo, causing many adolescents to obtain information from social media and their surrounding environment, where the information is not always reliable. Although visual campaign media have been widely used as educational tools, studies examining visual characteristics that align with adolescents' preferences in Indonesia remain limited. This study aims to identify adolescents' knowledge of STDs and examine the visual characteristics of campaign media as a basis for designing visual campaigns on STDs. The study employed a qualitative descriptive approach with data collected through questionnaires. Data were analyzed using data reduction, data presentation, and conclusion drawing based on two main indicators: knowledge of STDs and preferences for visual campaign media. The participants consisted of junior high school, senior high school, and vocational high school students in Bandung.

Keywords: Sexually Transmitted Diseases (STDs), Visual Campaign, Adolescents, Reproductive Health, Taboo

1. PENDAHULUAN

Penyakit Menular Seksual (PMS), seperti HIV/AIDS, gonore, dan Human Papillomavirus (HPV), masih menjadi salah satu permasalahan kesehatan masyarakat, khususnya pada

remaja usia sekolah menengah (SMP, SMA, dan SMK). Masa remaja merupakan periode ketika rasa ingin tahu terhadap berbagai hal, termasuk kesehatan reproduksi dan seksualitas, mulai meningkat. Namun, rasa ingin tahu tersebut tidak selalu diimbangi dengan akses terhadap informasi yang benar dan dapat dipercaya. Akses terhadap informasi yang akurat masih terbatas, sementara informasi yang diperoleh melalui media sosial atau lingkungan sekitar belum tentu dapat dipertanggungjawabkan. Sebagian besar siswa memiliki pengetahuan yang terbatas mengenai materi tersebut, dan sebagian di antaranya masih menganggap pembahasan tentang kesehatan reproduksi dan seksualitas sebagai hal yang tabu (Anggraini & Boyoh, 2025).

Dalam tiga tahun terakhir, *positivity rate* HIV cenderung stagnan, tetapi kasus Infeksi Menular Seksual (IMS) justru meningkat, termasuk pada kelompok usia muda. Data Kementerian Kesehatan mencatat 23.347 kasus sifilis pada tahun lalu, yang mayoritas merupakan sifilis dini (19.904 kasus), dan 77 di antaranya merupakan sifilis kongenital yang ditularkan dari ibu kepada bayi. Gonore juga tercatat cukup tinggi, yaitu sebanyak 10.506 kasus, terutama di DKI Jakarta. Meskipun *positivity rate* menurun seiring dengan semakin luasnya pelaksanaan tes, jumlah kasus tetap meningkat secara signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa IMS telah menyebar secara luas di masyarakat, termasuk di luar kota-kota besar seperti Jakarta dan Bali (Maratus Sholikah, 2025).

Remaja yang tumbuh dalam lingkungan yang cenderung memberikan pengaruh buruk dapat mendorong terbentuknya perilaku amoral yang berpotensi merusak masa depan. Kondisi tersebut dapat berdampak negatif, seperti munculnya pergaulan bebas yang mengarah pada perilaku seksual bebas, tindakan kriminal, termasuk aborsi, serta penyalahgunaan narkoba (Fatimah et al., 2024). Hal ini dapat mendorong remaja melakukan perilaku seksual berisiko dan menimbulkan perilaku seksual menyimpang yang dapat meningkatkan risiko terpapar penyakit menular seksual (Maharani et al., 2025).

Berbagai upaya edukasi kesehatan telah dilakukan melalui media komunikasi, salah satunya dengan menggunakan media kampanye seperti poster, infografik, dan konten digital. Media visual memiliki keunggulan dalam menyampaikan informasi secara ringkas melalui perpaduan ilustrasi, warna, tipografi, dan tata letak (*layout*), sehingga lebih mudah menarik perhatian audiens dibandingkan dengan penyampaian informasi dalam bentuk teks yang panjang dan kurang terstruktur. Keunggulan media visual tidak hanya dimanfaatkan dalam kampanye kesehatan, tetapi juga telah banyak diterapkan dalam bidang pendidikan untuk membantu proses penyampaian informasi. Menurut Imeldasari et al. (2025), sarana visual juga berfungsi untuk mengubah konsep yang kompleks menjadi lebih sederhana dan mudah dipahami, sehingga proses pembelajaran menjadi lebih efektif dan komunikasi antara guru dan siswa semakin optimal.

Selain itu, media visual berperan sebagai alat bantu yang efisien dalam menyampaikan informasi secara terorganisasi dan membantu mencapai tujuan pembelajaran dengan lebih baik. Klohn dan Black (2018) menyatakan bahwa para desainer perlu menyadari bahwa detail-detail yang tidak relevan dapat dianggap bermakna oleh anak-anak, meskipun detail tersebut pada awalnya hanya dimaksudkan untuk menarik perhatian.

Namun demikian, kajian yang membahas media kampanye visual mengenai Penyakit Menular Seksual (PMS) berdasarkan preferensi remaja masih relatif terbatas, khususnya dalam konteks media yang digunakan sebagai sarana edukasi kesehatan reproduksi di Indonesia. Akibatnya, media kampanye visual yang dikembangkan belum tentu sesuai dengan karakteristik visual dan kebutuhan informasi siswa SMP, SMA, dan SMK sebagai target

audiens. Padahal, kesesuaian antara desain dan karakteristik audiens merupakan salah satu faktor penting dalam menentukan efektivitas penyampaian pesan edukasi melalui media visual.

2. METODE

2.1 Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk memperoleh gambaran mengenai tingkat pengetahuan siswa SMP dan SMA/K tentang Penyakit Menular Seksual (PMS) serta preferensi mereka terhadap media kampanye visual. Pendekatan ini dipilih karena penelitian berfokus pada pemilihan dan deskripsi hasil tanggapan responden terhadap media kampanye visual sebagai sarana edukasi kesehatan reproduksi.

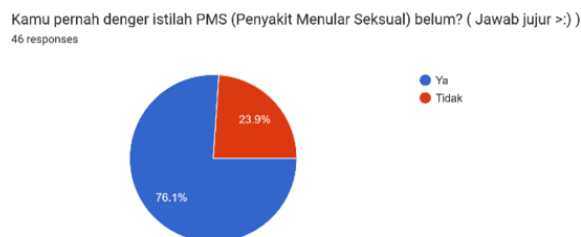
2.2 Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Analisis didasarkan pada dua indikator utama, yaitu pengetahuan responden mengenai Penyakit Menular Seksual (PMS) dan preferensi responden terhadap media kampanye visual. Kedua indikator tersebut menjadi acuan dalam penyusunan kuesioner, pengelompokan data, dan proses analisis untuk memperoleh gambaran mengenai tingkat pengetahuan responden tentang PMS serta preferensi mereka terhadap media kampanye visual.

Data disajikan dalam bentuk uraian deskriptif yang didukung oleh diagram persentase untuk mempermudah identifikasi pola jawaban responden. Selanjutnya, penarikan kesimpulan dilakukan berdasarkan hasil analisis terhadap masing-masing indikator penelitian.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

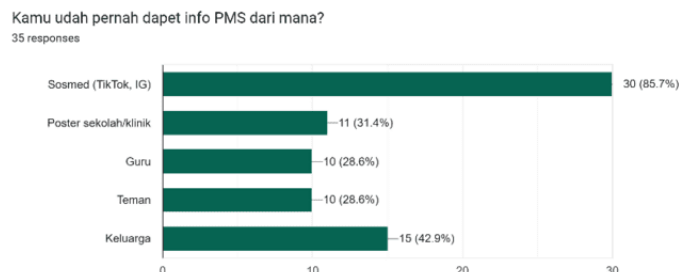
Penelitian ini melibatkan 43 responden yang terdiri atas siswa SMP, SMA/MA, dan SMK di Kota Bandung. Responden terdiri atas 21 siswa SMP (48,8%), 14 siswa SMA/MA (32,6%), dan 8 siswa SMK (18,6%). Pemilihan responden dari berbagai jenjang pendidikan dilakukan untuk memperoleh gambaran mengenai tingkat pengetahuan remaja tentang Penyakit Menular Seksual (PMS) serta preferensi mereka terhadap media kampanye visual sebagai sarana edukasi kesehatan reproduksi.



Gambar 1. Diagram Pengetahuan Mengenai PMS

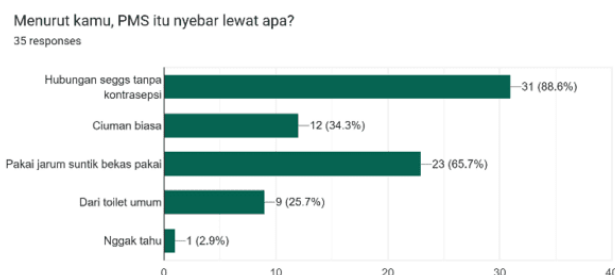
Berdasarkan hasil kuesioner, sebanyak 35 responden (76,1%) menyatakan telah mengenal istilah Penyakit Menular Seksual (PMS), sedangkan 11 responden (23,9%) menyatakan belum pernah mendengar istilah tersebut. Berdasarkan jenjang pendidikan, responden yang belum mengenal istilah PMS paling banyak berasal dari tingkat SMP. Meskipun jumlah responden dari jenjang SMK relatif sedikit, seluruh responden menyatakan telah mengenal istilah PMS. Sementara itu, sebagian besar responden SMA/MA telah mengetahui istilah PMS, meskipun masih terdapat sebagian kecil responden yang menyatakan belum pernah mendengar istilah tersebut. Hasil ini menunjukkan bahwa

tingkat pengetahuan awal mengenai istilah PMS belum merata pada setiap jenjang pendidikan, sehingga penyampaian informasi mengenai kesehatan reproduksi masih perlu ditingkatkan.



Gambar 2. Diagram batang Section “Ya” Mengetahui istilah PMS

Berdasarkan hasil kuesioner, media sosial seperti TikTok dan Instagram menjadi sumber informasi yang paling banyak dipilih, yaitu oleh 30 responden (83,3%). Selanjutnya, poster di sekolah atau klinik dipilih oleh 11 responden (31,4%), keluarga dipilih oleh 15 responden (42,9%), sedangkan guru dan teman masing-masing dipilih oleh 10 responden (28,6%). Jika dilihat berdasarkan jenjang pendidikan, responden dari SMP, SMA/MA, maupun SMK sama-sama menjadikan media sosial sebagai sumber utama untuk memperoleh informasi mengenai Penyakit Menular Seksual (PMS).

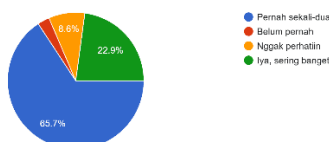


Gambar 3. Diagram batang Section “Ya” Penyebaran PMS

Pemahaman yang benar mengenai penularan PMS melalui hubungan seksual tanpa penggunaan kontrasepsi paling banyak ditemukan pada responden SMA/MA, yaitu 13 dari 14 responden. Pada jenjang SMP, sebanyak 10 dari 12 responden memiliki pemahaman yang benar, sedangkan pada jenjang SMK sebanyak 8 dari 9 responden. Meskipun demikian, kesalahpahaman mengenai cara penularan PMS masih ditemukan pada setiap jenjang pendidikan. Salah satu contohnya adalah anggapan bahwa PMS dapat menular melalui penggunaan toilet umum. Temuan ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden telah memiliki pemahaman dasar mengenai cara penularan PMS, meskipun masih terdapat kesalahpahaman mengenai beberapa cara penularannya.

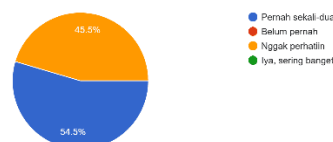
Berapa kali kamu liat konten informasi kesehatan di sosmed?

35 responses



Berapa kali kamu liat konten informasi kesehatan di sosmed?

11 responses



Jundy Nisrina Ruhiyat, Rosa Karnita*Tinjauan Media Kampanye Visual Dalam Meningkatkan Kesadaran Terhadap Bahaya Penyakit Menular Seksual*

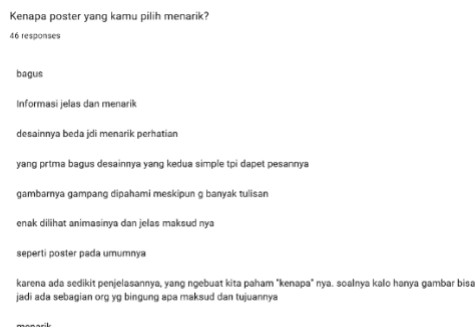
Gambar 4. Diagram batang Section “Ya” Melihat konten informasi kesehatan
 Gambar 5. Diagram batang section “Tidak” Melihat konten informasi kesehatan.

Gambar 4 menunjukkan frekuensi responden yang telah mengenal istilah PMS dalam melihat konten informasi kesehatan di media sosial. Dari 35 responden, sebanyak 23 responden (65,7%) mengaku pernah melihat konten kesehatan sebanyak satu hingga dua kali, sedangkan 8 responden (22,9%) menyatakan sering melihat konten kesehatan di media sosial. Kategori “pernah melihat satu hingga dua kali” paling banyak dipilih oleh responden SMA/MA, kemudian SMP, dan SMK. Selanjutnya, Gambar 5 menunjukkan bahwa sebanyak 6 responden menyatakan pernah melihat konten kesehatan sebanyak satu hingga dua kali, sedangkan 5 responden menyatakan tidak memperhatikan konten kesehatan di media sosial.



Gambar 6. Diagram batang section “Ya” Melihat konten informasi kesehatan
 Gambar 7. Diagram batang section “Tidak” Melihat poster kesehatan

Gambar 6 menunjukkan bahwa sebanyak 21 responden (60%) mengaku pernah melihat poster kesehatan sebanyak satu hingga dua kali, sedangkan 9 responden (25,7%) menyatakan tidak memperhatikan poster tersebut. Sementara itu, 5 responden (14,3%) mengaku belum pernah melihat poster kesehatan di sekolah. Jika dilihat berdasarkan jenjang pendidikan, kategori “pernah melihat satu hingga dua kali” paling banyak dipilih oleh responden SMA/MA. Gambar 7 menunjukkan bahwa sebanyak 7 responden (63,6%) menyatakan tidak memperhatikan poster kesehatan di sekolah, sedangkan 4 responden (36,4%) mengaku pernah melihat poster tersebut sebanyak satu hingga dua kali.



Gambar 8. Diagram batang pemilihan poster yang menarik

Gambar 9. Alasan responden memilih poster yang tersedia

Gambar 8 menunjukkan preferensi responden terhadap poster kampanye mengenai Penyakit Menular Seksual (PMS). Sebanyak 17 responden (37%) memilih poster 'James Victore – *Use a Condom*', 16 responden (34,8%) memilih poster 'Angelo Pejoro – AIDS Poster', dan 15 responden (32,6%) memilih poster infografis 'AIDS Sex Ed Poster'. Hasil ini menunjukkan bahwa responden cenderung tertarik pada poster yang mampu menyampaikan pesan secara sederhana, menarik, dan mudah dipahami.



Gambar 10. Poster James Victore *USE A CONDOM / Bunnies*
(Sumber: (James Victore, 1997))

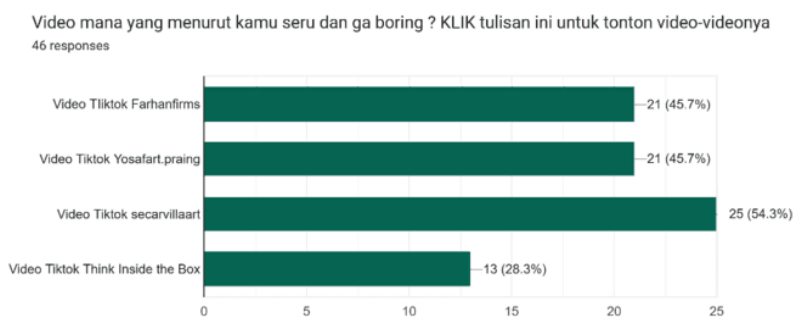


Gambar 11. Poster Angelo Pejoro HIV *Keep It Wrapped Avoide The Trap*
(Sumber: Angelo Pejoro)

Jundy Nisrina Ruhiyat, Rosa Karnita

Tinjauan Media Kampanye Visual Dalam Meningkatkan Kesadaran Terhadap Bahaya Penyakit Menular Seksual

Gambar 12. Poster *Let's Talk About STI TESTING* *Avoding Shame And Stigma*
(Sumber: (mykathechatbot, 2023))



Gambar 13. Diagram batang pemilihan poster yang menarik

Kenapa video yang kamu pilih seru dan ga boring?
46 responses

cinematik
Penyampaian jelas
animasi nya ga bosenin
bagus editing nya ga boring
animasi bagus
seru untuk didengar dan ditonton
editing sama nunjukkin foto yang sesuai dpt menarik perhatian
karena menurut aku dari cara penjelasannya dan kualitas vidio mereka yang bikin penonton betah
editingnya bagus

Gambar 14. Alasan responden memilih poster yang tersedia

Preferensi responden terhadap beberapa video kampanye menunjukkan pilihan yang beragam terhadap contoh video yang digunakan sebagai referensi gaya visual. Keempat video tersebut dipilih karena mewakili pendekatan penyampaian yang berbeda, yaitu video edukasi oleh tenaga kesehatan dengan gaya bahasa formal yang dekat dengan remaja (FarhanFirms), video edukasi dengan teknik penyuntingan yang dinamis (Yosafart.praing), video animasi (Secarviaart), serta video sinematik berformat TikTok (Think Inside the Box).

Dari 46 responden, video 'Secarviaart' menjadi video yang paling banyak dipilih, yaitu oleh 25 responden (54,3%), diikuti oleh 'FarhanFirms' dan 'Yosafart.praing', yang masing-masing dipilih oleh 21 responden (45,7%). Sementara itu, video 'Think Inside the Box' dipilih oleh 13 responden (28,3%). Hasil ini menunjukkan bahwa remaja cenderung lebih tertarik pada video yang memadukan penyampaian informasi yang jelas dengan gaya visual yang menarik dan mudah diikuti.

Jundy Nisrina Ruhiyat, Rosa Karnita*Tinjauan Media Kampanye Visual Dalam Meningkatkan Kesadaran Terhadap Bahaya Penyakit Menular Seksual*

Gambar 15. Video Konten Edukasi PMS FarhanFirms dan konten video Yosafart.praing



Gambar 16. Video Konten animasi secarviaart dan konten videoi Think inside the Box

3.1. Kampanye

Dalam pelaksanaan kampanye, terdapat tujuan yang menjadi dasar dilakukannya suatu kegiatan kampanye. Tujuan kampanye adalah mengajak masyarakat untuk melakukan atau melaksanakan tindakan yang menjadi fokus kampanye yang disampaikan oleh pihak atau kelompok tertentu. Kampanye juga dapat memuat berbagai bentuk anjuran yang bersifat persuasif. Anjuran dalam kampanye umumnya bertujuan mendorong masyarakat untuk melakukan tindakan yang positif, seperti anjuran dari tenaga kesehatan untuk menjaga kesehatan organ reproduksi agar masyarakat senantiasa menerapkan pola hidup sehat dan terhindar dari penyakit menular seksual (Bagus et al., 2021).

Poster kampanye sosial merupakan salah satu media yang efektif untuk memengaruhi opini publik, mendorong perubahan perilaku, dan menyampaikan pesan dalam bidang desain komunikasi visual (Gusti Agung Rangga Lawe et al., 2025). Poster kampanye umumnya digunakan untuk berbagai kepentingan, termasuk kepentingan politik. Namun, poster

Jundy Nisrina Ruhiyat, Rosa Karnita*Tinjauan Media Kampanye Visual Dalam Meningkatkan Kesadaran Terhadap Bahaya Penyakit Menular Seksual*

kampanye juga sering digunakan untuk menyampaikan pesan mengenai isu lingkungan, seperti pemanasan global (Wawi & Kurniawan, 2025).

Poster-poster yang dipilih dalam penelitian ini mewakili berbagai pendekatan desain visual, seperti infografik, ilustrasi, simbolik, ilustrasi kartun, dan ilustrasi digital. Penelitian ini menggunakan kombinasi poster lokal dan internasional untuk memperoleh variasi gaya visual yang lebih beragam, sehingga preferensi remaja terhadap berbagai karakteristik visual dalam media kampanye kesehatan dapat diidentifikasi secara lebih luas.

Meskipun beberapa poster menggunakan bahasa Inggris, penelitian ini tidak berfokus pada pemahaman terhadap isi bahasa, melainkan pada penilaian responden terhadap unsur-unsur visual, seperti ilustrasi, warna, tipografi, tata letak, dan cara penyampaian pesan. Selain itu, perkembangan media sosial memungkinkan remaja mengakses dan terpapar berbagai konten visual dari dalam maupun luar negeri.



Gambar 17. Poster Let's Talk About STI TESTING Avoing Shame And Stigma dan Poster Angelo Pejoro HIV Keep It Wrapped Avoide The Trap
(Sumber:Angelo Pejoro)
[Sumber: (mykathechatbot, 2023)]



Gambar 18. Poster James Victore USE A CONDOM / Bunnies Keith Haring Stop AIDS

(Sumber: (Keith Harin, 1989)
(Sumber: (James Victore, 1997)



Gambar 19. Poster Infografik ANTARA.news Mencegah Penularan Penyakit Seksual
[Sumber: (ANTARA.news, 2023)]

3.2. Konten Video

Mengingat media sosial telah menjadi salah satu sumber informasi utama bagi remaja, berbagai gaya penyampaian konten tersebut dipilih sebagai referensi untuk mengetahui pendekatan visual yang dinilai paling menarik dan mudah dipahami oleh responden.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah pola komunikasi masyarakat. Internet dan media digital kini menjadi ruang utama dalam penyebaran informasi dan interaksi sosial. Oleh karena itu, komunikasi digital dimanfaatkan oleh berbagai sektor, termasuk lembaga publik, untuk menyampaikan informasi secara lebih cepat dan luas (Purnamasari et al., 2025). Tingginya penggunaan internet di Indonesia turut mendorong peningkatan pemanfaatan media sosial sebagai sarana komunikasi dan distribusi informasi digital.

Salah satu kelompok yang paling aktif menggunakan media sosial adalah Generasi Z. Generasi ini cenderung menyukai konten yang bersifat visual, singkat, dan interaktif, sehingga strategi komunikasi digital perlu disesuaikan dengan karakteristik audiens tersebut (Komunikasi et al., 2025). Keberhasilan komunikasi digital tidak hanya ditentukan oleh penggunaan media sosial, tetapi juga oleh proses produksi konten yang meliputi perencanaan ide, penyusunan konsep visual, pengemasan pesan, hingga proses penyuntingan sebelum publikasi. Konten yang kreatif dan informatif dinilai mampu meningkatkan perhatian audiens sekaligus memperkuat efektivitas penyampaian pesan (Nanda et al., 2025).

3.3. Analisis Permasalahan

Berdasarkan hasil kuesioner, sebagian besar responden telah mengenal istilah Penyakit Menular Seksual (PMS). Namun, masih terdapat beberapa responden yang belum mengenal istilah tersebut dan menunjukkan pemahaman yang belum menyeluruh mengenai cara penularannya. Media sosial menjadi sumber informasi utama mengenai PMS, sedangkan media edukasi di sekolah, seperti poster kesehatan, masih kurang menarik perhatian responden. Selain itu, hasil survei menunjukkan bahwa remaja lebih menyukai media yang memiliki visual menarik, penyampaian informasi yang ringkas, serta didukung oleh ilustrasi, warna, dan teknik penyajian yang mudah dipahami. Oleh karena itu, diperlukan perancangan media kampanye yang menyesuaikan karakteristik visual dan kebiasaan remaja dalam mengakses informasi agar pesan mengenai PMS dapat disampaikan secara lebih efektif.

3.4. Pembahasan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 35 dari 46 responden (76,1%) telah mengenal istilah Penyakit Menular Seksual (PMS), sedangkan 11 responden (23,9%) menyatakan belum pernah mendengar istilah tersebut. Responden yang belum mengenal istilah PMS lebih banyak berasal dari jenjang SMP. Temuan ini menunjukkan bahwa pengetahuan awal mengenai PMS masih perlu ditingkatkan, terutama pada jenjang pendidikan yang lebih rendah.

Berdasarkan preferensi terhadap media visual, terdapat kecenderungan yang berbeda pada setiap jenjang pendidikan. Responden SMP cenderung lebih tertarik pada media yang menggunakan ilustrasi dan warna yang menarik serta menyampaikan informasi secara sederhana sehingga mudah dipahami. Responden SMA/MA lebih menyukai media yang memadukan visual yang menarik dengan informasi yang jelas dan gaya penyampaian yang dekat dengan kehidupan remaja. Sementara itu, responden SMK menunjukkan ketertarikan terhadap media yang menyampaikan informasi secara ringkas dengan penyajian visual yang dinamis.

Meskipun terdapat perbedaan preferensi pada setiap jenjang pendidikan, seluruh responden memiliki kecenderungan yang sama, yaitu lebih memilih media yang mampu menyampaikan informasi secara jelas, didukung oleh visual yang menarik, serta mudah dipahami. Penelitian ini menunjukkan bahwa efektivitas media kampanye tidak hanya ditentukan oleh isi informasi, tetapi juga oleh cara penyampaian visual yang disesuaikan dengan karakteristik target audiens.

PENUTUP

3.5. Kesimpulan

Penelitian ini melibatkan 46 responden yang terdiri atas 21 siswa SMP (45,7%), 16 siswa SMA/MA (34,8%), dan 9 siswa SMK (19,6%) di Kota Bandung untuk mengidentifikasi preferensi terhadap media kampanye visual mengenai Penyakit Menular Seksual (PMS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa 35 responden (76,1%) telah mengenal istilah PMS, sedangkan 11 responden (23,9%) menyatakan belum pernah mendengar istilah tersebut. Responden yang belum mengenal istilah PMS lebih banyak berasal dari jenjang SMP, sedangkan pada jenjang SMA/MA dan SMK, sebagian besar responden telah memiliki pengetahuan awal mengenai istilah tersebut.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa media sosial menjadi sumber informasi yang paling banyak dimanfaatkan oleh responden untuk memperoleh informasi mengenai PMS.

Selain itu, responden dari ketiga jenjang pendidikan cenderung memilih media kampanye visual yang memiliki tampilan sederhana, ilustrasi yang jelas, penggunaan warna yang menarik, tata letak yang rapi, serta penyampaian informasi yang singkat dan mudah dipahami. Pada media video, responden juga lebih menyukai penyajian yang didukung oleh animasi, teknik penyuntingan yang menarik, dan gaya komunikasi yang dekat dengan kehidupan sehari-hari remaja.

3.6. Saran

Penelitian selanjutnya dapat dikembangkan dengan melibatkan jumlah responden yang lebih banyak dan cakupan wilayah penelitian yang lebih luas, sehingga hasil yang diperoleh dapat menggambarkan karakteristik responden yang lebih beragam. Hal ini penting untuk memperoleh temuan yang lebih representatif, terutama karena penelitian ini melibatkan responden dari beberapa jenjang pendidikan. Penelitian selanjutnya juga dapat menerapkan metode **eye-tracking** untuk menganalisis perhatian responden terhadap berbagai elemen visual, sehingga efektivitas media kampanye dapat dievaluasi secara lebih mendalam.

Hasil penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi desainer dalam merancang media kampanye yang lebih sesuai dengan karakteristik remaja. Media yang dirancang sebaiknya menampilkan visual yang menarik, informasi yang ringkas dan jelas, serta gaya komunikasi yang dekat dengan kehidupan dan kebiasaan remaja.

DAFTAR PUSTAKA

Anggraini, A. V. T., & Boyoh, D. Y. (2025). Edukasi Kesehatan Reproduksi Dan Seksualitas Terhadap Pengetahuan Remaja Di SMA Advent Naripan Bandung. *Nutrix Journal*, 9(2), 300–309. <https://doi.org/10.37771/NJ.V9I2.1397>

ANTARA.news. (23 C.E., May 12). *Mencegah Penularan Penyakit Seksual*. <https://www.antaraneews.com/infografik/3534849/mencegah-penularan-penyakit-seksual>

Bagus, A. A., Putra, A. K., Swandi, W., Ketut, N., Sarjani, P., Komunikasi, D., Rupa, S., & Desain, D. (2021). Perancangan Media Kampanye Menanggulangi Resiko Infeksi Menular Seksual Pada LGBT Oleh Yayasan Gaya Dewata Di Denpasar. *AMARASI: JURNAL DESAIN KOMUNIKASI VISUAL*, 2(02), 152–163. <https://doi.org/10.59997/AMARASI.V2I02.313>

Fatimah, A., Rostarina, N., Eka Ramadhan, G., Pendidikan Kesehatan dengan Metode Ceramah, P., & Tinggi Ilmu Kesehatan Pertamedika, S. (2024). Pengaruh Pendidikan Kesehatan dengan Metode Ceramah Terhadap Tingkat Pengetahuan Remaja Tentang Penyakit Menular Seksual di Fase-E SMA Cahaya Sakti The Influence of Health Education Using Lecture Method on the Level of Adolescent Knowledge About Sexually Transmitted Diseases in Phase-E SMA Cahaya Sakti. In *260 JURNAL KESEHATAN* (Vol. 13, Number 2).

Gusti Agung Rangga Lawe, I., Telekomunikasi No, J., Terusan Buahbatu -Bojongsoang, B., Dayeuhkolot, K., Bandung, K., & Barat, J. (2025). Pengaruh Elemen Visual terhadap Respon dan Keterlibatan Emosional dalam Desain Poster Kampanye Sosial. *Jurnal Riset Rumpun Seni, Desain Dan Media*, 4(2), 114–132. <https://doi.org/10.55606/JURRSENDEM.V4I2.6291>

- Imeldasari, I., Salentina, T. U., & Yani, F. (2025). Pemanfaatan Media Visual Dlaam Meningkatkan Motivasi Belajar Peserta Didik Di Sekolah Dasar. *JURNAL ILMIAH PENELITIAN MAHASISWA*, 3(6), 108–116. <https://doi.org/10.61722/JIPM.V3I6.1573>
- James Victore. (1997). *Use a Condom/Bunnies* .
<https://www.moma.org/collection/works/120970>
- Klohn, S., & Black, A. (2018). Informative and decorative pictures in health and safety posters for children. *Visible Language*, 52(3).
<https://journals.uc.edu/index.php/vl/article/view/4639>
- Komunikasi, K., Aldy, G. Z., & Kholil, S. (2025). Stimulus Kultivasi pada Media Sosial dalam Mempengaruhi Kecenderungan Komunikasi Generasi Z. *Jurnal Indonesia : Manajemen Informatika Dan Komunikasi*, 6(1), 719–728. <https://doi.org/10.35870/JIMIK.V6I1.1307>
- Maharani, C., Damayanti, I. P., Marlina, H., Yulviana, R., Liva Maita, B., Studi, M. P., Kebidanan, S., Program, D., Kebidanan, S., Profesi, D., Fakultas, B., Universitas, K., Pekanbaru, H. T., Corresponding, I., & Maharani, C. (2025). Hubungan Tingkat Pengetahuan dan Sikap Remaja Terhadap Penyakit Menular Seksual (PMS) di SMPN 21 Pekanbaru Tahun 2025. *Journal of Innovative and Creativity*, 5(2), 14739–14753. <https://doi.org/10.31004/JOECY.V5I2.2350>
- Maratus Sholikhah. (2025, September 8). *Epidemi Sunyi: Lonjakan Infeksi Menular Seksual di Kalangan Gen Z dan Tantangan Kesehatan Reproduksi Remaja - Warung Sains Teknologi*. <https://warstek.com/epidemi-sunyi/>
- mykathechatbot. (2023, December 6). *Let's Talk About STI Testing Avoiding Shame and Stigma*.
https://www.instagram.com/p/C0hNhi9MwRZ/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFiZA%3D%3D
- Nanda, V., Asih, S., & Walyono, W. (2025). Dualitas Digital: Mengungkap Fenomena “Finsta” dan Strategi Komunikasi Gen Z pada Second Account di Media Instagram. *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(3), 582–594. <https://doi.org/10.54259/MUKASI.V4I3.4503>
- Purnamasari, Y., Setyadji, V., & Oppier, N. M. (2025). Penguatan Literasi Digital Generasi Z: Analisis Dampak Media Sosial terhadap Kesehatan Mental. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia Maju*, 6(02), 57–63. <https://doi.org/10.33221/JPMIM.V6I02.4138>
- Stop AIDS (1989) by Keith Haring – Artchive*. (n.d.). Retrieved January 5, 2026, from <https://www.artchive.com/artwork/stop-aids-keith-haring-1989/>
- Wawi, Y., & Kurniawan, R. (2025). PELATIHAN KREATIVITAS VISUAL POSTER KAMPANYE PRAKTIK BAIK SDGs OSIS SMA N 1 TERNATE. *Makkareso: Riset Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 55–63.
<https://doi.org/10.35905/MAKKARESO.V3I2.15440>