

Strategi Komunikasi Visual Poster Dalam Edukasi Bahaya Daur Ulang Plastik Yang Tidak Tepat Pada Siswa SMK YKTB 2 Kota Bogor

¹Muhamad Askar Prayoga,²Taufan Amirullah Abiyoga,³Yolandita Angga Reza

¹²³Universitas Sains Indonesia, Bekasi

Email : askarprayoga2@gmail.com

Abstrak

Masalah lingkungan yang berasal dari pengelolaan sampah plastik yang tidak baik kini menjadi perhatian serius, terutama dalam hal metode daur ulang yang tidak tepat. Fenomena ini tidak hanya menimbulkan pencemaran lingkungan dan ancaman kesehatan, tetapi juga menciptakan distorsi pemahaman masyarakat terhadap konsep "daur ulang". Penelitian ini bertujuan merancang pendekatan komunikasi visual yang efektif guna meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap proses daur ulang plastik. Penelitian dilakukan di Kota Bogor dengan fokus pada media komunikasi visual edukatif serta perilaku masyarakat terhadap simbol-simbol lingkungan. Metodologi yang digunakan adalah *Research & Development (R&D)* dengan teknik pengumpulan data meliputi studi pustaka, observasi, wawancara, kuesioner, serta dokumentasi. Untuk memastikan keakuratan data, validitas penelitian diuji melalui triangulasi sumber dan validasi ahli di bidang desain grafis dan lingkungan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa elemen visual seperti warna, tipografi, ilustrasi, dan metode persuasi berdampak signifikan terhadap pemahaman audiens. Penggunaan warna hijau dan biru membangun citra positif, tetapi berisiko menyesatkan jika tidak diterapkan secara tepat. Dengan strategi visual yang terarah, pesan edukasi dapat disampaikan dengan lebih emosional dan mudah diingat. Hasil ini diharapkan menjadi acuan bagi desainer grafis dan aktivis lingkungan dalam mengembangkan media edukasi yang estetis sekaligus informatif.

Kata Kunci: Komunikasi visual, Daur ulang plastik, Desain grafis, Edukasi lingkungan, Strategi visual.

Abstract

Environmental issues stemming from improper plastic waste management are now a serious concern, particularly regarding inappropriate recycling methods. This phenomenon not only causes environmental pollution and health threats but also distorts public understanding of the concept of "recycling." This study aims to design an effective visual communication approach to improve public understanding of the plastic recycling process. The study was conducted in Bogor City, focusing on educational visual communication media and public behavior towards environmental symbols. The methodology used was Research & Development (R&D), with data collection techniques including literature studies, observation, interviews, questionnaires, and documentation. To ensure data accuracy, the validity of the study was tested through source triangulation and expert validation in the fields of graphic design and the environment. The results show that visual elements such as color, typography, illustrations, and persuasive methods have a significant impact on audience understanding. The use of green and blue colors builds a positive image, but risks being misleading if not implemented appropriately. With a targeted visual strategy, educational messages can be conveyed more emotionally and are easily remembered. These results are expected to serve as a reference for graphic designers and environmental activists in developing educational media that are both aesthetic and informative.

Keywords: Visual communication, Plastic recycling, Graphic design, Environmental education, Visual strategies.

Pendahuluan

Dalam era visual saat ini, komunikasi tidak lagi hanya mengandalkan kata-kata, Gambar, Warna, Ilustrasi, hingga tipografi memiliki kekuatan besar dalam menyampaikan pesan terutama jika pesan itu kompleks atau sensitif, seperti isu lingkungan. Namun dalam lima tahun terakhir, permasalahan limbah plastik

menjadi topik yang semakin sering diperbincangkan karena produksi yang terus meningkat dan konsekuensinya yang sangat merugikan bagi lingkungan. Temuan terbaru dari UN Environment Programme (2021) juga mendukung informasi ini. Mereka menyatakan bahwa produksi plastik di seluruh dunia telah melampaui 300 juta ton per tahun, dengan sebagian besar penggunaannya bersifat sekali pakai. Plastik sekali pakai ini, yang umum digunakan dalam kemasan pangan, minuman, serta produk rumah tangga, menjadi penyumbang utama pencemaran lingkungan, khususnya di lautan.

Mereka bahkan menambahkan bahwa tanpa adanya perubahan signifikan dalam sistem produksi dan konsumsi, jumlah limbah plastik diperkirakan bisa meningkat dua kali lipat pada tahun 2040. Bagi para desainer grafis, informasi ini sangat penting karena banyak produk plastik yang berakhir sebagai limbah berasal dari kemasan yang kita rancang. Hal ini memberi kesempatan bagi kita untuk merenungkan kembali tentang fungsi desain bukan hanya dari sisi estetika, tetapi juga tanggung jawab sosial dan lingkungan. Dengan menyadari seberapa serius masalah plastik ini, para desainer bisa mulai memikirkan solusi visual yang lebih berkelanjutan, misalnya dengan menciptakan kemasan yang ramah lingkungan, pendidikan visual melalui kampanye publik, atau eksplorasi terhadap bahan alternatif. Dengan kondisi seperti ini, peran desain grafis menjadi semakin penting, terutama dalam menciptakan media visual yang mampu membangun kesadaran publik. Dengan pendekatan visual yang kuat dan pesan yang jelas, para desainer bisa membantu menyampaikan keprihatinan terhadap krisis plastik secara emosional dan efektif.

Desain yang tepat bisa menjadi sarana untuk mengajak masyarakat merefleksikan penggunaan plastik dan beralih ke alternatif yang lebih ramah lingkungan. Ketidaktahuan masyarakat, Banyak masyarakat yang belum memahami pentingnya mengelompokkan sampah plastik sebelum didaur ulang, sehingga proses daur ulang seringkali tidak efektif. Seiring berkembangnya teknologi dan komunikasi, desain grafis muncul sebagai alat yang sangat efektif untuk menyampaikan informasi dan meningkatkan kesadaran masyarakat. Desain grafis memiliki kemampuan untuk menyederhanakan konsep yang kompleks menjadi gambar yang menarik dan mudah dipahami. Media-media tersebut dapat menjangkau berbagai lapisan masyarakat, baik melalui platform digital maupun media cetak.

Namun, Beberapa penelitian yang relevan untuk studi kasus yang terjadi di Indonesia. Bahwa penelitian ini mengembangkan media desain grafis berupa *leaflet* dan poster untuk meningkatkan pemahaman masyarakat tentang bahaya pengelolaan sampah plastik yang tidak benar. Studi ini menyoroti pentingnya penggunaan bahasa lokal dan visual sederhana untuk menjangkau masyarakat di daerah dengan tingkat literasi yang lebih rendah.

Pengolahan sampah plastik

Menurut Kurniawan & Sari (2020) dalam jurnal komunikasi dan desain menjesakan bahwa pengolahan sampah plastik secara benar harus dimulai dengan pemilahan di sumbernya, seperti di rumah, sekolah, atau kantor. Jikalau tidak ada pemilahan, maka proses daur ulang tidak akan efektif. Selain itu, teknologi mekanis daur ulang (menghancurkan, melelehkan, dan mencetak ulang) serta teknologi kimia daur ulang (menguraikan plastik menjadi bentuk monomer awalnya) bisa menjadi solusi. Menurut Geyer et al. (2020) menggunakan prinsip 3R adalah strategi utama dalam pengelolaan plastik dengan benar. *Reduce* berarti mengurangi penggunaan plastik yang digunakan sekali saja, *Reuse* berarti menggunakan kembali wadah atau produk plastik agar tidak cepat menjadi sampah, dan *Recycle* berarti mengubah plastik bekas menjadi bahan baru yang bisa dipakai lagi.

Dan berdasarkan penelitian di SMK Negeri 1 Meulaboh (Aceh) melalui program "Indonesia Bebas Sampah 2025" menunjukkan bahwa cara berkomunikasi yang meyakinkan, seperti menggabungkan informasi, membuat hubungan, memberi manfaat, serta membangkitkan rasa takut, cukup berhasil dalam meningkatkan pemahaman siswa SMK tentang cara mengelola sampah dan dampaknya. Lalu Program edukasi di SMAN 23 Jakarta yang menggabungkan sesi interaktif dan pembagian sedotan *stainless* terbukti mendorong perubahan perilaku banyak siswa beralih dari plastik ke gelas atau *tumbler*. Hal ini menunjukkan bahwa visualisasi produk nyata dan pendekatan interaktif dapat memperkuat pemahaman dan motivasi siswa dalam menerapkan solusi ramah lingkungan.

Komunikasi visual

Komunikasi visual adalah cara menyampaikan pesan melalui gambar atau media yang bisa dikenali dan dipahami oleh orang yang menerima. Fiske (2010) menyatakan bahwa komunikasi tidak hanya melalui kata atau suara, tetapi juga melalui tanda-tanda visual yang memiliki makna dalam budaya. Dalam dunia desain grafis, unsur-unsur seperti warna, bentuk, huruf, dan penataan komposisi digunakan sebagai alat untuk menyampaikan pesan secara lebih efektif. Desain visual yang baik bisa memperkuat pesan yang

ingin disampaikan dan membentuk penilaian tertentu pada audiens. Di sisi lain, McQuail (2011) menyebutkan bahwa media visual berperan penting dalam membentuk cara orang memandang sesuatu karena sifatnya yang cepat diketahui dan mudah diingat.

Gambar dianggap lebih efektif dalam menyampaikan pesan yang rumit, terutama dalam kampanye sosial atau isu lingkungan, karena bisa memicu perasaan dan mendorong seseorang untuk bertindak tanpa harus secara langsung memahami detailnya. Kasus ini merupakan masalah global yang telah menarik perhatian banyak peneliti dan organisasi lingkungan. Menurut Geyer, Jambeck, & Law (2017), setiap tahun lebih dari 8 juta ton plastik dibuang ke lautan, yang mengancam ekosistem laut dan kesehatan manusia. Sampah plastik yang tidak didaur ulang dengan benar mengandung bahan kimia berbahaya yang dapat mencemari tanah dan air, serta mengancam kehidupan biota laut. Daur ulang plastik adalah salah satu cara untuk mengurangi efek negatif dari limbah plastik, tetapi proses ini memerlukan pemahaman yang jelas tentang berbagai jenis plastik dan langkah-langkah yang benar. Liu et al. (2018) menjelaskan bahwa salah satu tantangan dalam daur ulang plastik adalah kurangnya pengetahuan masyarakat mengenai cara memilah dan mendaur ulang sampah plastik yang benar. Daur ulang yang tidak tepat, seperti mencampur jenis plastik yang tidak sesuai, justru dapat merusak proses daur ulang dan menghasilkan lebih banyak polusi.

Desain grafis merupakan sarana komunikasi visual yang mampu menyampaikan informasi yang rumit dengan cara yang menarik serta mudah diambil intinya. Tetapi menurut Lester (2013), Desain grafis adalah seni yang menggabungkan elemen-elemen visual untuk menyampaikan pesan atau informasi kepada audiens dengan cara yang lebih efektif daripada teks atau kata-kata saja. Oleh karena itu, desain grafis memiliki potensi besar untuk digunakan sebagai media edukasi, terutama dalam kampanye lingkungan. Schriver (1997) dalam bukunya "*Dynamics in Document Design*" menekankan pentingnya elemen visual seperti warna, tipografi, dan tata letak dalam menyampaikan pesan dengan jelas dan menarik. Desain grafis juga dapat memanfaatkan simbol, ilustrasi, dan infografis untuk menjelaskan isu-isu kompleks secara sederhana, yang membantu audiens memahami informasi lebih cepat. Hal ini sangat relevan dalam konteks edukasi mengenai daur ulang plastik yang memerlukan pemahaman tentang prosedur dan dampak lingkungan.

Untuk mengubah perilaku masyarakat, penting untuk memahami teori-teori perubahan perilaku. Ajzen (1991) dalam teori *Theory of Planned Behavior* menjelaskan bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku. Dalam konteks pengelolaan sampah plastik, untuk mengubah sikap masyarakat, pesan edukasi perlu mencakup informasi yang relevan mengenai bahaya sampah plastik, dampak negatif daur ulang yang salah, serta keuntungan yang didapatkan dengan pengelolaan sampah plastik yang benar. Selain itu, Kotler & Lee (2008) dalam buku *Social Marketing Influencing Behaviors for Good* menekankan pentingnya memanfaatkan media yang dapat menjangkau audiens secara luas, serta pesan yang mampu menggugah emosi dan mendorong tindakan nyata. Desain grafis adalah alat yang efektif untuk tujuan ini, karena dapat menyampaikan pesan secara visual dan emosional, memotivasi audiens untuk melakukan perubahan perilaku dalam pengelolaan sampah plastik.

Keberhasilan kampanye

Media visual seperti poster terbukti berhasil dalam menyampaikan informasi yang rumit dengan cara yang lebih mudah dimengerti oleh audiens. Ardianto, dan Budi (2021) menggunakan pendekatan ADDIE dalam mengembangkan kampanye poster tentang bahaya plastik di Solo hasilnya mendapatkan respons positif dari kalangan muda dan memicu gerakan komunitas lokal. Secara ilmiah, Multimodalitas visual (kombinasi teks dan gambar) meningkatkan pemahaman terhadap informasi lingkungan dan lebih efektif dibandingkan hanya menggunakan teks atau gambar secara terpisah. Media sosial memiliki kemampuan untuk memperkuat nilai-nilai sosial dan norma pro-lingkungan melalui bentuk komunikasi yang informal namun kuat. Penelitian menunjukkan media sosial efektif dalam membangun kesadaran dan perilaku daur ulang plastik, terutama bila kontennya bersifat *relatable* dan melibatkan komunitas secara aktif, Misalnya melalui tantangan, hashtag, atau kerjasama influencer.

Sampah plastik telah menjadi masalah global dengan dampak negatif terhadap lingkungan, ekosistem, dan kesehatan manusia. Daur ulang plastik yang tidak tepat atau pemrosesan yang salah dapat memperburuk dampak limbah plastik. Masyarakat seringkali tidak memahami pentingnya daur ulang plastik yang tepat, sehingga menyebabkan pemilahan dan daur ulang plastik yang salah. Kurangnya pendidikan tentang daur ulang plastik. Salah satu penyebab utama kurangnya pemahaman tentang cara mendaur ulang plastik dengan benar maka dibentuknya kerangka berpikir ini supaya mempermudah penelitian.

Metode Penelitian

Dalam studi ini, peneliti menggunakan *research* dan *development* karena tujuan utamanya tidak hanya untuk memahami suatu fenomena, tetapi juga untuk menghasilkan sebuah produk media komunikasi visual yang dapat digunakan sebagai alat edukasi. Dengan model ADDIE (*Analysis, Design, Development, Implementation, Evaluation*), Seperti yang disebutkan oleh Ardianto, dan Budi (2021) menggunakan pendekatan ADDIE yaitu tahap pertama *Analysis* melakukan observasi, wawancara, kuesioner, dan dokumentasi. Tahap kedua *Design* berfokus pada perancangan, Tahap ketiga *Development* melakukan pengembangan, Tahap keempat *Implementation* pada siswa SMK YKTB 2 kota Bogor, Dan tahap akhir *Evaluation* dengan memberikan *pre-test* dan *post-test* setelah siswa melihat dan memahami isi poster untuk mengetahui hasil akhirnya.

Penelitian ini akan dilaksanakan di SMK YKTB 2 Bogor yang terletak di jalan Dr. Sumeru no 42, Menteng, Kecamatan kota Bogor, Provinsi Jawa barat. Penelitian ini dilaksanakan kepada 8 remaja yang berusia 16-18 tahun, Lalu ahli desain grafis 1 orang. Penelitian akan berlangsung selama satu bulan, terhitung pada Agustus – Oktober 2025. Remaja dan kaum muda aktif di media sosial dan dapat bertindak sebagai katalisator perubahan dalam kampanye kesadaran. Sampel dipilih dari populasi tersebut dengan menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu pemilihan sampel berdasarkan kriteria tertentu, seperti: Memiliki dasar pengetahuan tentang desain atau media visual, Sering terpapar informasi kampanye lingkungan, Masih berada dalam usia remaja akhir (16–18 tahun). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh siswa Sekolah Menengah Kejuruan di lokasi sekolah yang relevan dengan tema lingkungan atau desain, Siswa dari kelas X, XI dan XII yang dinilai memiliki kemampuan memahami informasi visual serta memiliki potensi menjadi target edukasi kampanye lingkungan.

Hubungan antar variabel

Analisis dalam bab ini fokus pada respons audiens terhadap poster edukasi yang dikhususkan untuk menyampaikan dampak negatif dari daur ulang plastik yang tidak tepat. Data dianalisis secara menyeluruh dengan menggabungkan pendekatan *research* dan *development* berupa hasil dari kuesioner dan wawancara, sehingga tidak hanya dapat diketahui apa yang terjadi, tetapi juga mengapa hal tersebut terjadi dan bagaimana respons itu muncul. Bab ini juga menjelaskan hubungan antara berbagai elemen dalam komunikasi visual, seperti penggunaan warna, jenis ilustrasi, pengaturan hierarki informasi, dan gaya bahasa, dengan tingkat pemahaman, rasa tertarik, dan keterlibatan emosional siswa. Dengan analisis ini, diharapkan dapat diidentifikasi pola strategi desain yang paling efektif dalam menyampaikan pesan lingkungan kepada siswa. Hasilnya tidak hanya menjawab permasalahan yang diteliti, tetapi juga memberikan kontribusi nyata bagi dunia pendidikan serta bidang desain komunikasi visual, terutama dalam menciptakan konten pendidikan yang relevan, menarik, dan mudah dipahami oleh anak-anak muda.

Instrumen penelitian

Menurut Arikunto (2010) juga menjelaskan bahwa instrumen penelitian adalah alat yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data sesuai dengan variabel yang diteliti yaitu observasi, wawancara, kuesioner, dan dokumentasi. Tujuannya adalah agar data yang diperoleh benar-benar mencerminkan kondisi sebenarnya. Dalam penelitian ini, yaitu “Strategi Komunikasi Visual Poster dalam Edukasi Bahaya Daur Ulang Plastik yang Tidak Tepat pada Siswa SMK YKTB 2 kota Bogor”, instrumen yang digunakan adalah wawancara dan kuesioner. Wawancara kuesioner ini berisi beberapa pertanyaan yang berhubungan dengan pemahaman siswa mengenai bahaya daur ulang plastik yang tidak tepat sebelum dan setelah melihat poster. Dengan menggunakan instrumen ini, peneliti dapat melihat untuk menilai sejauh mana efektivitas poster yang dikembangkan.

Validitas data

Indikator keberhasilan kampanye adalah suatu target yang hendak dicapai dalam menentukan tindakan. Proses edukasi dikatakan berhasil jika masyarakat sudah mampu mengetahui dampak buruk pada sampah plastik yang dikelola secara tidak tepat. Kampanye dikatakan sudah berhasil dalam penelitian ini apabila hasil penilaian mencapai 50% dari sekian target observasi. Menurut pendapat Arikunto, S. (2013) memastikan data yang digunakan valid dan benar adalah hal penting agar produk media visual komunikasi yang dibuat benar-benar layak dan efektif digunakan dalam pembelajaran. Untuk memastikan data yang digunakan dalam penelitian berjudul “Strategi komunikasi visual poster dalam edukasi bahaya daur ulang plastik yang tidak tepat pada siswa SMK YKTB 2 Kota Bogor valid, peneliti menggunakan metode triangulasi. Triangulasi ini dilakukan dengan membandingkan informasi dari berbagai sumber, cara pengumpulan data, serta waktu pengumpulan. Dari sumber data, informasi diperoleh langsung dari siswa SMK YKTB 2 Bogor sebagai responden utama. Dari segi cara pengumpulan data, peneliti

menggabungkan hasil dari kuesioner terstruktur, wawancara mendalam, serta pengamatan langsung selama kegiatan kampanye visual berlangsung. Dari segi waktu, data dikumpulkan dalam dua tahap, yaitu wawancara sebelum kampanye dimulai dan kuesioner setelah kampanye selesai, sehingga dapat dilihat perubahan pemahaman siswa secara jelas. Dengan menerapkan triangulasi, hasil penelitian diharapkan lebih bisa dipercaya, objektif, dan memiliki tingkat keabsahan yang tinggi karena data yang diperoleh saling melengkapi dan memperkuat. Selain itu, triangulasi juga membantu peneliti mengurangi bias dan memastikan pesan edukasi yang disampaikan melalui poster benar-benar diadopsi dan dipahami oleh audiens.

Validasi ahli desain

Seluruh elemen visual yang diimplementasikan dalam rangkaian poster ini telah disusun berdasarkan prinsip-prinsip desain komunikasi visual yang komprehensif, mencakup keseimbangan, penekanan, dan kesatuan. Penggunaan gaya *flat design* yang dipadukan dengan tipografi bertujuan untuk mengoptimalkan keterbacaan serta daya tarik instan bagi audiens lintas generasi. Untuk memastikan kelayakan desain memenuhi standar maka diperlukan tinjauan kritis dari pakar.

Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini dilakukan di SMK YKTB 2 Kota Bogor yang melibatkan 8 orang siswa dari kelas sepuluh, sebelas, dan dua belas, serta satu orang sebagai ahli desain grafis guna memperkuat. Data dikumpulkan melalui kuesioner, serta wawancara semi-terstruktur, kemudian diuji responsnya terhadap poster edukasi yang telah dibuat oleh peneliti. Hasil penelitian disajikan dalam dua bagian utama, yaitu data kuantitatif dari kuesioner dan data kualitatif dari wawancara, yang kemudian digabungkan untuk menjawab permasalahan mengenai efektivitas penggunaan strategi komunikasi visual dalam edukasi bahaya daur ulang plastik yang kurang tepat.

1. Hasil rancangan

Perancangan desain poster ini menggunakan konsep yaitu santai, personal, provokatif positif, bukan formal dan juga pesan tidak boleh seperti menggurui harus disampaikan seolah-olah dari seorang teman. Pesan utama poster harus fokus pada dampak lokal dan langsung di lingkungan siswa, yaitu sekolah itu sendiri agar pesan ini terasa relevan. Berikut adalah poster kampanye lingkungan, poster ini memiliki tema untuk menjaga bumi dari sampah.

No.	Poster	Latar belakang	Visual utama
1.	Hijau toska 	Warna hijau toska yang lebih tenang namun tetap kontras, terdapat pola siluet sampah pada latar belakang.	Sebuah tangan memegang megafon (pengeras suara besar berwarna merah putih yang mengarah keatas.
2.	Merah	Warna merah menyala dengan siluet berbagai jenis sampah plastik dan botol, terlihat hamparan rumput hijau dipenuhi sampah berserakan.	Sebuah tangan besar yang menunjuk langsung ke arah pembaca dan terdapat simbol “urat marah” dikepala tangan memberikan kesan urgensi dan ketegasan.

			
3.	Oranye 	Warna oranye hangat, teks menggunakan istilah kekinian untuk menarik minat generasi muda.	Sebuah tangan yang menunjuk ke arah sampah yang berserakan di tanah.
4.	Kuning 	Warna kuning cerah yang melambangkan optimisme.	Tiga buah tempat sampah dengan warna berbeda (kuning untuk plastik, biru untuk kertas, merah untuk kaca) dan di atasnya terdapat tangan yang mencungkan jempol.

Ditinjau dari perspektif komunikasi visual, setiap poster membawa misi unik yang saling melengkapi dalam satu payung pesan yang besar. Keberanian dalam pemilihan kata kunci yang provokatif namun edukatif merupakan strategi untuk menarik perhatian di tengah banjir informasi digital saat ini. Namun, efektivitas sebuah kampanye lingkungan diukur dari sejauh mana pesan tersebut mampu menggerakkan tangan untuk bertindak. Oleh karena itu, kerangka visual ini kemudian dikembangkan menjadi sebuah program aksi yang terpadu. Berikut adalah paparan mengenai hasil pengembangan yang ingin dicapai di dunia nyata.

2. Hasil pengembangan

Pengembangan media poster ini menitikberatkan pada psikologi warna dan hierarki visual sebagai instrumen utama dalam menyampaikan pesan lingkungan. Dengan memanfaatkan kontras warna yang tinggi serta pola latar belakang yang konsisten. Setiap elemen, mulai dari ilustrasi tangan yang dinamis hingga pemilihan jenis huruf sans-serif, dirancang untuk memandu mata audiens secara terstruktur menuju

pesan kunci, selanjutnya menyajikan data teknis desain yang diajukan dalam proses validasi. Berikut adalah tanggapan ahli:

No.	Aspek yang dinilai	Tanggapan	Saran
1.	Warna dan kontras	Pengaplikasian warna pada media telah menunjukkan kontras yang memadai, serta penentuan hierarki visual telah selaras dengan bobot pesan yang disampaikan.	Melakukan penyesuaian logo <i>recycle</i> menjadi warna putih guna meningkatkan keterbacaan.
2.	Komposisi dan tata letak.	Penataan tata letak dan komposisi elemen grafis sudah proporsional serta memiliki karakter provokatif yang efektif dalam menstimulasi respons audiens.	Optimalisasi pada aspek kontras latar belakang serta penyesuaian <i>margin</i> .
3.	Kejelasan informasi.	Seluruh keseluruhan, informasi yang disajikan mudah dipahami oleh audiens dan menunjukkan konsistensi visual yang baik antar seri poster.	Sudah memenuhi standar, namun tetap memerlukan pemeliharaan ritme visual pada pengembangan media.
4.	Emosi visual.	Sebagian besar aset visual telah mampu merepresentasikan emosi yang relevan dengan tema kampanye.	Diperlukan penyempurnaan pada gestur ilustrasi pada poster supaya memperkuat ekspresi dan kedalaman emosional yang dibangun.
5.	Relevansi visual.	Instrumen visual yang digunakan memiliki keterkaitan fungsional yang relevan dengan pelestarian lingkungan.	Melakukan eksplorasi lebih lanjut pada variasi elemen sampah agar lebih dinamis.
6.	Pemahaman setelah melihat mengenai bahaya daur ulang plastik yang tidak tepat.	Efektivitas penerimaan pesan sangat bergantung pada tingkat literasi visual serta pemahaman personal setiap individu.	Penting untuk mengidentifikasi latar belakang demografis audiens.

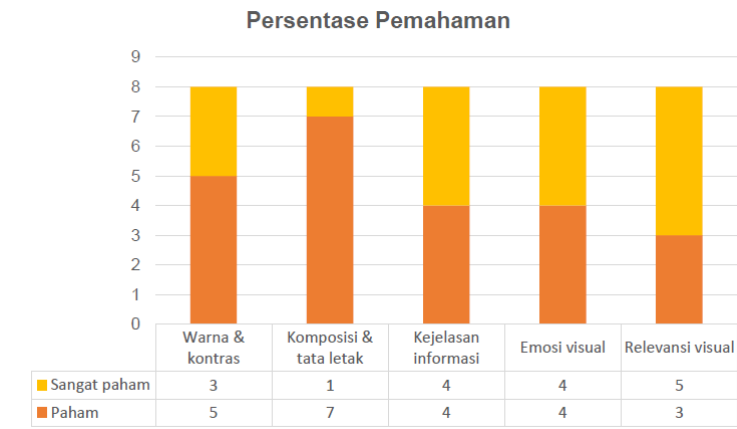
Revisi produk

No.	Warna	Kesan
1.	Hijau toska	Poster ini bersifat ajakan (persuasif) dan penuh semangat, Fokusnya adalah memulai aksi nyata sekarang juga.

		
2.	Merah 	Poster ini bersifat konfrontatif dan mengunggah tanggung jawab individu secara langsung.
3.	Oranye 	Poster ini menggunakan pendekatan humor dan emosional, mengaitkan kasih sayang pada pasangan dengan kasih sayang terhadap lingkungan agar terasa relevan.
4.	Kuning 	Poster ini berfungsi sebagai edukasi dan solusi, jika poster sebelumnya fokus pada permasalahan. Justru poster ini menunjukkan langkah konkret yang harus dilakukan.

3. Tahap uji coba

Tahap uji coba ini merupakan tindak lanjut dari hasil perbaikan desain ahli. Fokus utama pada fase ini adalah melakukan observasi terhadap interaksi audiens dengan media poster di lingkungan yang relevan. Adapun prosedur dan hasil dari pelaksanaan uji coba kepada 8 siswa SMK YKTB 2 Kota Bogor:



4. Hasil evaluasi

Data yang dihimpun selama tahap uji coba lapangan memberikan gambaran nyata mengenai interaksi antara audiens dengan media yang dikembangkan. Temuan-temuan tersebut, baik berupa apresiasi terhadap estetika visual maupun catatan mengenai kedalaman makna pesan menjadi landasan utama untuk memasuki tahap evaluasi. Pada tahap ini seluruh hasil dari validasi ahli dan responden akan digunakan untuk menilai sejauh mana produk ini memenuhi kriteria efektivitas sebagai media edukasi.

Saran dari audiens
“warna dan <i>font</i> dibuat lebih konsisten, teks diberi jarak agar lebih rapi dan urutan pesannya dibuat lebih mengalir agar terlihat menyatu dengan tema.”
“vektornya lebih konsisten”
“tambahkan dekorasi”
“untuk fontnya bisa diberi warna tegas agar lebih menonjol”
“tambahkan ajakan singkat agar lebih menarik”
“perbaiki untuk <i>marginnya</i> ”

Pembahasan

Hasil temuan yang menunjukkan tingginya apresiasi audiens terhadap aspek visual dan kedalaman makna pesan dalam poster kampanye ini memerlukan tinjauan lebih lanjut. Pada pembahasan ini, peneliti akan menganalisis proses transformasi ide dari sketsa awal hingga menjadi produk final yang dinyatakan valid dan efektif. Penelitian menunjukkan bahwa sebelum poster dipasang, pemahaman siswa tentang bahaya daur ulang plastik yang tidak tepat masih kurang, hanya sekitar 20% siswa yang tahu dampak negatif dari pengolahan plastik yang salah. Setelah poster dengan desain sederhana, warna kontras, dan tulisan yang mudah dibaca ditempatkan di area strategis sekolah, terjadi peningkatan pemahaman yang cukup besar. Dan peneliti berharap setelah pemasangan poster bisa membuat tingkat pemahaman minimal 50%, Siswa bisa menjelaskan bahaya daur ulang plastik yang salah, sedangkan 60% siswa mampu menyebutkan cara memproses plastik yang benar. Mayoritas siswa merasa positif terhadap poster, mereka menganggap poster menarik, mudah dipahami, dan membantu memperluas pengetahuan mereka. Namun, sebagian siswa merasa informasi yang diberikan terlalu singkat dan membutuhkan bantuan media lain seperti video.

Temuan ini membuktikan bahwa penggunaan poster sebagai media visual efektif dalam proses edukasi, sesuai dengan teori komunikasi visual yang menekankan pentingnya kombinasi warna, tulisan, dan gambar untuk memperkuat pesan. Meskipun efektif, poster juga memiliki keterbatasan karena hanya menyampaikan informasi secara singkat, sehingga diperlukan penggunaan media digital interaktif untuk memperkuat hasil kampanye edukasi terhadap siswa SMK YKTB 2 Kota Bogor. Hal ini sejalan dengan pendapat Kroeger (2018) yang menyatakan bahwa visual yang sederhana, kontras, dan relevan dengan

pengalaman audiens akan meningkatkan retensi informasi.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa penggunaan strategi komunikasi visual melalui media poster berhasil memberikan edukasi mengenai bahaya daur ulang plastik yang tidak tepat kepada siswa SMK YKTB 2 Kota Bogor. Poster yang digunakan memiliki desain visual menarik, teks yang jelas, warna yang kontras, serta ilustrasi yang relevan sehingga mampu menarik perhatian siswa dan mudah dipahami. Dari analisis data kuantitatif melalui perbandingan hasil uji coba awal (*pre-test*) dan uji coba akhir (*post-test*), terlihat adanya peningkatan signifikan dalam pengetahuan siswa setelah diberikan informasi melalui poster. Dengan demikian, penelitian ini menunjukkan bahwa media poster bukan hanya sebagai alat penyampaian informasi, tetapi juga bisa menjadi media pembelajaran alternatif yang efektif dalam meningkatkan kesadaran lingkungan bagi remaja, terutama siswa SMK.

Saran

Berdasarkan hasil dan batasan studi ini, terdapat beberapa pendapat diberikan. Pertama, peneliti seterusnya diharapkan mengembangkan penelitian dengan sampel yang lebih luas, seperti melibatkan siswa dari sekolah lain atau wilayah berbeda, sehingga hasil penelitian bisa lebih mewakili keadaan secara umum. Kedua, penelitian lanjutan perlu menambahkan pengukuran jangka panjang untuk mengetahui apakah peningkatan pengetahuan yang terjadi akibat penggunaan media poster benar-benar mampu mendorong perubahan perilaku nyata dalam pengelolaan sampah plastik. Ketiga, penggunaan media komunikasi visual sebaiknya dikembangkan lebih menarik, misalnya dengan menggabungkan poster dengan media digital interaktif, *motion graphic*, atau kampanye media sosial yang lebih sesuai dengan gaya hidup generasi milenial dan Gen Z. Selain itu, peran aktif dari pihak sekolah, guru, serta komunitas lingkungan juga perlu diperhatikan agar strategi komunikasi visual bukan hanya terbatas di tingkat penelitian, tetapi bisa terus diimplementasikan dalam program sekolah secara berkelanjutan.

Daftar Pustaka

- Aditya, B., & Wijaya, H. (2021). "Efektivitas Infografis dalam Kampanye Lingkungan di Media Sosial." *Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 10(2), 45-58.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). SAGE Publications.
- Damayanti, R. (2019). *Upaya Packaging And Recycling Association For Indonesia Sustainable Environment (Praise) dalam Mengatasi Permasalahan Sampah Plastik di Indonesia (2010-2019)*.
- Greenpeace Indonesia. (2021). "Kampanye Pengurangan Sampah Plastik di Indonesia: Peran Media dan Desain." Diakses dari: <https://www.greenpeace.org>
- Gumulya, D., Febriyanti, F., & Meilani, F. (2020). Mendaur ulang sampah kantong plastik Low Density Polyethylene menjadi produk fungsional. *Productum: Jurnal Desain Produk (Pengetahuan Dan Perancangan Produk)*. <https://doi.org/10.24821/productum.v3i7.3505>
- Ilmiah, J., Terpadu, M., Putri, D. R., Ferdinandus, N., Wafi, A., & Tarumanagara, U. (2024). Pembuangan Limbah Plastik di Indonesia yang Tidak Tekendali Mengapa Bisa Terjadi? Apa Dampaknya dan Bagaimana Cara Mengatasinya?. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Terpadu*,
- Lestari, P., & Mulyadi, T. (2019). Pemanfaatan desain grafis dalam edukasi bahaya sampah plastik bagi generasi muda. *Jurnal Pendidikan Seni dan Desain*, 4(3), 201–210.
- Mukharomah, E., Fadhilah, E. N., & Azwar Anas Harfian, B. (2018). Pemberdayaan Ibu Rumah Tangga di kelurahan 12 Ulu dalam Upaya Menjaga Kebersihan Lingkungan dengan Keterampilan Seni Daur Ulang Limbah Plastik. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 24(4), 918–922. <http://jurnal.unimed.ac.id/2012/index.php/jpkm/article/view/12974>
- Pradana, Y., & Hapsari, D. (2018). Kampanye lingkungan dengan pendekatan desain komunikasi visual. *Jurnal Desain dan Budaya Visual*, 6(1), 14–25
- Purwaningrum, P. (2016). Upaya Mengurangi Timbulan Sampah Plastik di Lingkungan. *Indonesian Journal of Urban and Environmental Technology*, 8(2), 141–147
- Putri, S. A., & Nugroho, R. (2021). Pengaruh kampanye visual terhadap perilaku ramah lingkungan siswa sekolah menengah kejuruan. *Jurnal Pendidikan Lingkungan dan Pembangunan Berkelanjutan*, 22(1), 33–42.
- Rahmawati, A., & Prasetyo, A. (2022). Efektivitas media infografis dalam meningkatkan kesadaran lingkungan siswa SMK. *Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 10(1), 4556. <https://doi.org/10.33333/jdkv.v10i1>.

-
- Suryani, D. (2022). “Peran Desain Visual dalam Kampanye Edukasi Lingkungan: Studi Kasus di Sekolah Menengah Kejuruan.” *Jurnal Pendidikan dan Komunikasi Visual*, 15(3), 78-92.
- Yulianti, D., & Saputra, H. (2020). Strategi komunikasi visual dalam kampanye pengurangan sampah plastik. *Jurnal Desain Komunikasi Visual Nusantara*, 5(1), 45–58.