

# Perancangan Desain Infografis Dan Kampanye Tentang Bahaya Rokok Bagi Pelajar Tingkat Menengah Di Indonesia

Ahmad Wahid<sup>1</sup>  
Danar Wikan Setyanto<sup>2\*</sup>

<sup>1,2</sup> Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Dian Nuswantoro, Jl. Imam Bonjol No.207, Semarang, 50131, Indonesia

<sup>1</sup>114202103843@mhs.dinus.ac.id, <sup>2</sup>daniarwikan@dsn.dinus.ac.id

## Penulis Korespondensi:

Danar Wikan Setyanto  
daniarwikan@dsn.dinus.ac.id

### Abstrak

Prevalensi merokok di kalangan remaja Indonesia terus meningkat, menjadi masalah kesehatan serius. Data dari Survei Kesehatan Indonesia dan Global Youth Tobacco Survey menunjukkan bahwa 7,4% remaja usia 10-18 tahun adalah perokok aktif, dengan tren kenaikan pada rokok elektronik. Faktor sosial, paparan iklan, serta kurangnya edukasi yang menarik berkontribusi terhadap perilaku ini, sehingga diperlukan strategi komunikasi yang lebih efektif. Penelitian ini bertujuan untuk merancang infografis dan kampanye digital yang efektif dalam menyampaikan bahaya merokok bagi pelajar tingkat menengah. Infografis berfungsi sebagai media komunikasi visual yang menarik dan mudah dipahami, dengan harapan dapat meningkatkan kesadaran serta mengubah persepsi mereka terhadap merokok. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik studi literatur dan analisis framing untuk mengidentifikasi strategi desain yang berdampak bagi pelajar. Hasil perancangan menunjukkan bahwa infografis berbasis ilustrasi sederhana, dan warna kontras meningkatkan pemahaman serta keterlibatan pelajar dalam kampanye anti-rokok. Kampanye ini diharapkan dapat mendorong perubahan perilaku positif, mengurangi prevalensi merokok, serta mendukung upaya menciptakan lingkungan bebas rokok.

**Kata Kunci:** Bahaya Merokok; Infografis; Kampanye; Kesadaran Kesehatan; Pelajar

### Abstract

The prevalence of smoking among Indonesian teenagers continues to rise, posing a serious public health issue. Data from the Indonesian Health Survey and the Global Youth Tobacco Survey indicate that 7.4% of adolescents aged 10-18 are active smokers, with an increasing trend in electronic cigarette use. Social influences, advertising exposure, and a lack of engaging educational content contribute to this behavior, highlighting the need for a more effective communication strategy. This study aims to design effective infographics and a digital campaign to raise awareness of the dangers of smoking among secondary school students. The infographics serve as engaging and easily understood visual communication tools, intended to enhance awareness and shift students' perceptions of smoking. A qualitative research approach was used, employing literature studies and framing analysis to identify impactful visual communication strategies for students. The design results show that infographics featuring simple illustrations, and contrasting colors enhance students' understanding and engagement in the anti-smoking campaign. This campaign is expected to encourage positive behavioral changes, reduce smoking prevalence among students, and support efforts to create a smoke-free environment.

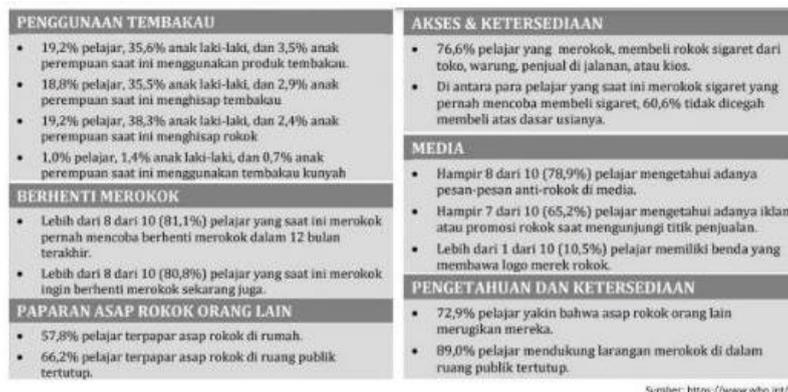
**Keywords:** Campaign; Dangers of Smoking; Health Awareness; Infographics; Students

## 1. Pendahuluan

Peningkatan prevalensi merokok pada kalangan anak muda Indonesia menjadi fenomena yang serius. Tren penggunaan rokok di kalangan remaja terus meningkat, mencapai prevalensi 3% pada tahun 2021 dan terus bertambah pada tahun-tahun berikutnya. Perkembangan ini menandakan kebutuhan mendesak akan kampanye yang lebih efektif dan relevan bagi generasi muda. Data dari *Global Youth Tobacco Survey* (GYTS) dan SKI 2023 menunjukkan bahwa

kelompok usia 15-19 tahun mencatat prevalensi perokok tertinggi sebesar 56,5%, dengan peningkatan prevalensi perokok di usia 10-14 tahun sebesar 18,4% [1].

Merokok merupakan salah satu aktivitas yang merugikan kesehatan dan telah diakui oleh sebagian besar masyarakat sebagai bagian dari gaya hidup yang merugikan. Berdasarkan data dari Survei Kesehatan Indonesia [2], jumlah perokok aktif di Indonesia diperkirakan telah mencapai 70 juta orang, dengan 7,4% di antaranya merupakan anak-anak dan remaja berusia 10-18 tahun [1]. Kelompok usia muda ini adalah yang paling rentan terhadap peningkatan prevalensi merokok, mengingat mereka lebih mudah terpengaruh oleh lingkungan sosial dan pemasaran produk tembakau.



Gambar 1. Data Pengguna Roko Indonesia (Sumber : Global Youth Tobacco Survey tahun 2023)

Bahaya merokok bukan hanya mengancam kesehatan perokok aktif, tetapi juga berdampak serius pada perokok pasif. Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) mencatat bahwa paparan asap rokok meningkatkan risiko gangguan kesehatan, termasuk pada anak-anak yang dapat mengalami risiko *Sudden Infant Death Syndrome* (SIDS), gangguan fungsi paru, kanker, dan penyakit pernapasan [4]. Selain itu, pembelian rokok oleh orang tua juga sering kali mengalihkan alokasi nutrisi yang seharusnya diberikan kepada anak-anak mereka, yang berkontribusi pada masalah stunting di Indonesia [5]. Strategi pemasaran agresif yang dilakukan oleh industri tembakau, terutama melalui media sosial, telah memperparah situasi. Dengan memanfaatkan influencer, konten yang sedang tren, dan produk seperti rokok elektrik dengan berbagai rasa, perusahaan tembakau berhasil menargetkan remaja sebagai konsumen potensial [6]. Upaya pemasaran ini membuat anak-anak dan remaja lebih mudah tergoda untuk mencoba dan akhirnya kecanduan rokok.



Gambar 2. Data Perokok Usia 10-18 tahun di Indonesia (Sumber : Survei Kesehatan Indonesia 2023)

Sementara berbagai kampanye anti-rokok telah dilakukan, sebagian besar masih menggunakan pendekatan konvensional seperti informasi berbasis teks yang kurang diminati oleh pelajar,

karena kurang menarik perhatian. Penelitian menunjukkan bahwa media visual, seperti infografis, memiliki efektivitas yang lebih tinggi dalam menyampaikan pesan kesehatan. Penelitian Tirta Pratama, menunjukkan bahwa kampanye anti-merokok berbasis media visual dapat secara efektif meningkatkan kesadaran Masyarakat [7]. Dalam studi tersebut, penggunaan media visual seperti poster, infografis, dan video pendek terbukti mampu menarik perhatian audiens muda, khususnya remaja, sehingga pesan dapat tersampaikan dengan lebih baik. Penelitian lain oleh Septinandri, menyoroti pentingnya elemen desain yang ramah dan menarik dalam meningkatkan pemahaman masyarakat tentang dampak buruk merokok terhadap anak-anak [8].

Hal ini menjadi alasan utama penggunaan infografis sebagai media utama dalam kampanye "Bahaya Rokok bagi Pelajar Tingkat Menengah." Infografis sebagai media visual mampu menyederhanakan data yang kompleks menjadi elemen visual yang menarik dan mudah dipahami. Dalam kampanye ini, data dari Kemenkes dan GYTS digunakan untuk merancang visualisasi proses pemulihan tubuh setelah berhenti merokok, yang ditampilkan secara bertahap untuk memberikan pemahaman mendalam kepada pelajar. Melalui kombinasi data yang kuat, strategi visual yang efektif, dan pendekatan yang interaktif, kampanye ini diharapkan dapat mendorong kesadaran dan perubahan perilaku di kalangan pelajar. Langkah ini menjadi bagian penting dalam menciptakan lingkungan yang lebih sehat dan bebas rokok untuk generasi mendatang. Dengan pendekatan yang informatif, edukatif, dan persuasif, kampanye ini diharapkan dapat menciptakan perubahan positif dalam pola pikir dan perilaku pelajar terkait bahaya merokok [9]. Data yang digunakan dalam perancangan kampanye mendukung strategi komunikasi visual yang relevan dan berdaya guna. Oleh karena itu, infografis yang dirancang bukan hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai bentuk intervensi untuk melindungi generasi muda dari dampak buruk rokok.

Rumusan masalah dalam perancangan ini berfokus pada bagaimana merancang desain infografis dan kampanye yang efektif untuk menyampaikan pesan tentang bahaya merokok bagi pelajar tingkat menengah di Indonesia. Tujuannya untuk meningkatkan kesadaran pelajar mengenai risiko kesehatan akibat merokok, baik konvensional maupun elektronik. Selain itu, manfaat perancangan ini untuk memberikan informasi yang jelas dan menarik, yang diharapkan dapat mendorong perubahan perilaku positif di kalangan pelajar. Selain itu, perancangan ini bertujuan untuk mengedukasi pelajar mengenai dampak negatif merokok, serta mendorong perubahan perilaku, baik dengan mencegah pelajar untuk mulai merokok, maupun membantu mereka yang sudah merokok untuk berhenti. Menciptakan lingkungan yang lebih peduli terhadap kesehatan generasi muda, serta memperkuat upaya pencegahan dini terhadap kebiasaan merokok di kalangan anak-anak dan remaja. Fokus perancangan ini adalah mendesain infografis dan kampanye visual tentang bahaya merokok bagi pelajar dengan pendekatan yang edukatif, persuasif, dan menarik melalui media sosial untuk meningkatkan kesadaran serta mendorong perubahan perilaku positif.

## 2. Metode Penelitian

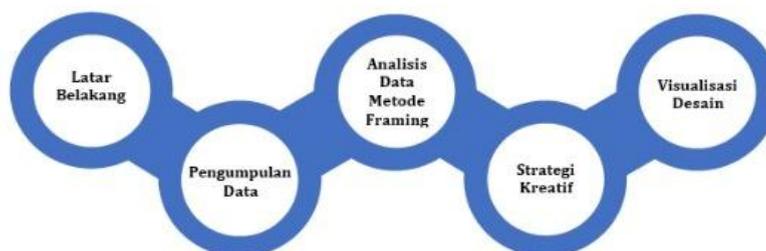
Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang bertujuan untuk memahami fenomena kebiasaan merokok di kalangan pelajar tingkat menengah di Indonesia. Pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti untuk menggali faktor-faktor yang mendorong perilaku merokok pada remaja secara mendalam dan kontekstual, sehingga mendukung perancangan desain infografis dan kampanye yang efektif. Sejalan dengan pendapat Moleong, penelitian kualitatif ideal untuk mempelajari fenomena kompleks yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari, termasuk di kalangan remaja [10].

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini melibatkan dokumentasi dari literatur jurnal ilmiah serta laporan penelitian dari sumber yang kredibel. Sumber data utama meliputi laporan kesehatan, survei nasional seperti Survei Kesehatan Indonesia (SKI) dan *Global Youth Tobacco Survey* (GYTS), serta publikasi dari lembaga kesehatan nasional dan internasional. Proses

dokumentasi data mencakup tidak hanya pengumpulan informasi mengenai prevalensi merokok, tetapi juga contoh kampanye anti-rokok dalam bentuk infografis dan visual digital yang relevan. Data yang telah terkumpul diperiksa validitasnya dengan langkah-langkah berikut: melakukan triangulasi sumber data dengan membandingkan berbagai laporan dari instansi terpercaya seperti Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, WHO, dan publikasi akademik. Mengecek konsistensi informasi antar laporan, serta memastikan bahwa data yang digunakan relevan dengan kebutuhan kampanye yang dirancang. [11]

Metode framing dipilih karena kemampuannya dalam mengidentifikasi bagaimana suatu informasi dikonstruksi dan dipersepsikan oleh audiens. Menurut Kress dan van Leeuwen, framing dapat membantu peneliti memahami elemen visual yang mampu membingkai pesan dengan efektif [12]. Dalam konteks kampanye bahaya merokok, metode ini digunakan untuk memastikan bahwa visualisasi yang diterapkan mampu menarik perhatian target audiens dan menyampaikan pesan bahaya rokok dengan jelas dan persuasif. Dengan metode framing, peneliti dapat menganalisis elemen visual dan pesan yang terdapat dalam kampanye infografis untuk memastikan bahwa pesan yang disampaikan mampu menarik perhatian dan mengubah persepsi audiens. Framing juga memungkinkan evaluasi apakah elemen visual tersebut telah sesuai dengan tujuan kampanye yang dirancang untuk meningkatkan kesadaran dan memotivasi pelajar untuk tidak merokok.

Alur perancangan ini dimulai dengan penentuan latar belakang permasalahan, kemudian dilanjutkan dengan mengumpulkan data-data yang berkaitan dengan permasalahan merokok di kalangan pelajar tingkat menengah. Data-data ini kemudian dianalisis menggunakan metode framing untuk mengidentifikasi narasi yang mendominasi dan pola komunikasi yang efektif dalam kampanye visual. Hasil dari analisis ini menjadi dasar untuk merumuskan strategi perancangan, yang kemudian akan divisualisasikan dan diterapkan pada media yang telah ditentukan.



**Gambar 3.** Alur penelitian

### 3. Hasil

Setelah data terkait permasalahan penelitian dikumpulkan menggunakan metode kualitatif dari studi literatur dan dokumentasi internet, langkah berikutnya adalah melakukan analisis menggunakan metode framing. Metode ini dilakukan dengan mengidentifikasi dan mengelompokkan data-data yang diperoleh berdasarkan kategori tertentu, seperti realitas yang ada dan ideal yang diharapkan. Analisis framing ini membantu mengungkapkan perbedaan antara kondisi saat ini dan kondisi yang seharusnya terjadi dalam masyarakat terkait permasalahan bahaya merokok bagi anak-anak usia 10-14 tahun di Indonesia. Dengan pendekatan ini, penulis dapat menunjukkan poin-poin utama yang memerlukan perhatian lebih dalam merancang iklan layanan masyarakat mengenai bahaya merokok. Berikut adalah hasil analisis menggunakan metode framing. [13]

**Table 1.** Hasil analisis dengan metode framing

MASALAH				
Fenomena Rokok dikalangan Pelajar				
Realita	Ideal	Penyebab	Statement	Info
Prevalensi perokok remaja di Indonesia sangat tinggi (7,4%) dengan peningkatan signifikan pada usia 10-18 tahun.	Penurunan prevalensi perokok remaja dengan target signifikan pada kelompok usia muda.	Minimnya edukasi tentang bahaya merokok.	Merokok di kalangan pelajar masih tinggi akibat kurangnya edukasi dan regulasi yang ketat terhadap promosi rokok di kalangan remaja.	WHO mencatat bahwa paparan asap rokok meningkatkan risiko gangguan paru-paru, kanker, dan penyakit pernapasan.
Remaja mudah terpapar pengaruh teman sebaya dan iklan di media sosial.	Meningkatkan kesadaran akan dampak negatif rokok dan membatasi pengaruh lingkungan sosial yang mendukung perilaku merokok.	Tekanan sosial dari lingkungan dan pergaulan di sekolah.	Remaja mudah terpengaruh lingkungan dan iklan yang menggambarkan rokok sebagai simbol pergaulan.	Data menunjukkan bahwa lingkungan sosial yang mendukung perilaku merokok meningkatkan risiko kecanduan di usia muda.
Iklan rokok memengaruhi persepsi remaja tentang merokok.	Membatasi paparan media dan iklan yang mempromosikan produk tembakau kepada remaja.	Paparan iklan rokok di media sosial yang memberikan persepsi positif atau glamorisasi merokok.	Remaja yang sering melihat iklan rokok cenderung lebih tertarik untuk mencoba merokok.	Kampanye anti-rokok berbasis media sosial lebih efektif dalam mengurangi minat remaja terhadap rokok.
Minimnya dukungan dari sekolah dan keluarga dalam menangani masalah merokok.	Meningkatnya perhatian dan dukungan keluarga serta sekolah untuk menciptakan lingkungan bebas rokok bagi pelajar.	Keluarga yang merokok tidak memberikan pemahaman tentang bahaya merokok.	Tanpa edukasi dan dukungan yang kuat, remaja cenderung mengadopsi kebiasaan merokok dari orang tua atau lingkungan sekitar.	Studi menunjukkan bahwa peran keluarga sangat penting dalam mencegah anak-anak mulai merokok.

Berdasarkan analisis framing data yang telah dilakukan, Prevalensi merokok di kalangan remaja Indonesia masih tinggi dan semakin diperburuk dengan meningkatnya penggunaan rokok elektronik. Faktor utama penyebabnya adalah lingkungan sosial, pengaruh teman sebaya, iklan rokok di media sosial, serta minimnya edukasi mengenai bahaya rokok. Untuk mengatasi masalah ini, diperlukan pendekatan komprehensif yang mencakup edukasi, regulasi, dan pembentukan lingkungan sehat. Sekolah dapat mengintegrasikan edukasi tentang bahaya rokok dalam kurikulum, sementara pemerintah perlu memperketat regulasi iklan rokok yang menasar remaja. Selain itu, keluarga harus berperan aktif dalam menciptakan lingkungan bebas rokok. Kampanye berbasis media sosial menjadi strategi yang efektif untuk meningkatkan kesadaran dan mendorong perubahan perilaku. Dengan kolaborasi antara pemerintah, sekolah, keluarga, dan komunitas, diharapkan dapat tercipta generasi muda yang lebih sehat dan bebas dari pengaruh rokok.

### Target audiens

Target audiens utama kampanye ini adalah pelajar sekolah menengah, yang rentan terhadap pengaruh lingkungan sosial dalam membentuk perilaku, termasuk merokok. Berdasarkan teori belajar sosial Bandura, remaja cenderung meniru perilaku orang di sekitar mereka, terutama dari teman sebaya dan anggota keluarga [14]. Karena itu, peran orang tua, wali murid, dan tenaga pendidik sangat penting dalam memberikan edukasi kesehatan dan menciptakan lingkungan yang mendukung pola hidup sehat. Selain pelajar, kampanye ini juga menargetkan masyarakat umum dan aktivis kesehatan, yang dapat menyebarkan informasi melalui media sosial

### Konsep kreatif

Dalam kampanye anti-rokok ini, konsep kreatif didasarkan pada pemahaman bahwa infografis harus memberikan informasi yang jelas, ringkas, dan menarik secara visual untuk menyampaikan pesan kepada khalayak dengan efektif. Infografis ini dirancang untuk menyoroti manfaat yang terjadi pada tubuh setelah seseorang berhenti merokok. Setiap tahap pemulihan tubuh dari efek rokok, mulai dari 20 menit hingga 10 tahun setelah berhenti, disajikan secara visual dalam bentuk rokok yang perlahan-lahan "habis terbakar." Konsep kreatif untuk desain infografis juga harus memperhatikan dua aspek penting: "*what to say*" (apa yang disampaikan) dan "*how to say*" (bagaimana cara menyampaikannya).

*What to Say* : Dalam infografis "Sudahi Merokok, Mulai Penyembuhan," pesan utama yang disampaikan adalah dampak negatif merokok bagi kesehatan, khususnya pada anak-anak usia 10-14 tahun di Indonesia. Infografis ini dirancang untuk meningkatkan kesadaran akan bahaya merokok, mengingat banyak masyarakat yang belum memahami betapa seriusnya dampak dari kebiasaan ini. Pesan yang disampaikan mencakup fakta-fakta terkait bahaya merokok, mulai dari dampaknya pada kesehatan jantung, paru-paru, hingga potensi risiko kematian. Selain itu, infografis ini menekankan pentingnya menghentikan kebiasaan merokok untuk memulai proses pemulihan tubuh dan menyoroti berbagai keuntungan kesehatan yang dapat diperoleh pada setiap tahap waktu setelah berhenti merokok. Dengan demikian, infografis ini bertujuan untuk memberikan pemahaman mendalam bahwa menghentikan merokok adalah langkah penting dalam menjaga kesehatan individu dan orang di sekitar mereka.

*How to say*: Untuk menyampaikan pesan tersebut dengan efektif kepada target audiens, infografis ini disajikan secara kreatif dan visual menarik. Gaya visual mencakup ilustrasi yang menunjukkan proses pembakaran rokok yang semakin pendek, simbolisasi dari manfaat pemulihan tubuh setelah berhenti merokok. Setiap fase pemulihan waktu ditandai dengan ikon sederhana, seperti ikon detak jantung dan paru-paru, yang memperkuat pesan secara visual dan membuatnya lebih mudah dipahami tanpa perlu teks yang berlebihan. Selain itu, infografis ini memanfaatkan warna kontras antara latar belakang ungu dan detail oranye untuk menciptakan fokus visual yang menarik. Dengan penyajian yang ringkas namun informatif, infografis ini dapat diunggah di berbagai media sosial, khususnya Instagram feeds dan stories, untuk menjangkau audiens yang lebih luas serta membangun kesadaran tentang bahaya merokok secara efektif.

### 4. Pembahasan

Media sosial adalah platform digital yang memungkinkan individu dan kelompok untuk berkumpul, berbagi informasi, berkomunikasi, serta berkolaborasi dalam berbagai bentuk, seperti teks, gambar, dan video. Boyd dalam Nasrullah menjelaskan bahwa kekuatan utama media sosial terletak pada konten yang dihasilkan oleh pengguna, atau *User-Generated Content* (UGC), yang membedakannya dari model media massa tradisional yang dikendalikan oleh editor. Van Dijk dalam Nasrullah menambahkan bahwa media sosial berfungsi sebagai platform yang memusatkan perhatian pada pengguna, memfasilitasi aktivitas kolaborasi, dan memperkuat interaksi serta ikatan sosial antar pengguna [15]. Menurut Puntodi, media sosial memungkinkan interaksi dua arah yang aktif melalui pertukaran dan kolaborasi, di mana individu dapat berkomunikasi melalui tulisan, gambar, serta konten audiovisual [15]. [16] Dengan konsep dasar *Sharing*, *Collaborating*, dan *Connecting*, media sosial berkembang menjadi alat komunikasi yang sangat berpengaruh dalam masyarakat modern, terutama di kalangan generasi muda yang menggunakannya sebagai bagian dari kehidupan sehari-hari.

Sebagai salah satu platform media sosial terpopuler, Instagram memanfaatkan pendekatan visual dan beragam fitur interaktif yang memungkinkan penyampaian pesan secara cepat dan efektif, terutama dalam kampanye yang menasar anak-anak dan remaja. Instagram, platform media sosial berbasis visual, menawarkan fitur seperti Stories, IGTV, Live, dan Reels yang mendukung kampanye kesehatan, termasuk bahaya merokok. Sebagai aplikasi yang banyak diakses, terutama

oleh remaja, Instagram memungkinkan penyebaran pesan lebih luas melalui konten visual yang menarik, meningkatkan kesadaran, menggalang dukungan, dan mendorong perubahan perilaku. Dibandingkan platform lain, Instagram lebih efektif karena memiliki jumlah pengguna aktif yang tinggi dan berfokus pada interaksi visual, sehingga kampanye dapat lebih mudah menjangkau dan melibatkan audiens muda.

### Studi Warna

Warna dalam desain visual berperan dalam menciptakan kesan emosional serta menarik perhatian audiens terhadap informasi utama. Dalam kampanye ini, pemilihan warna didasarkan pada psikologi warna untuk meningkatkan efektivitas komunikasi. Kombinasi warna ini membantu menciptakan kontras visual yang menarik dan memastikan bahwa elemen-elemen utama infografis mudah dikenali serta dipahami oleh audiens muda :

- Ungu: Melambangkan kedalaman, kebijaksanaan, dan spiritualitas. Warna ungu sering dikaitkan dengan kebijaksanaan dalam pengambilan keputusan. Penggunaan ungu menggambarkan pentingnya pengambilan keputusan yang bijaksana, terutama bagi remaja dalam memilih untuk tidak merokok.
- Biru: Mewakili ketenangan, kepercayaan, dan kesadaran. Warna biru cenderung menimbulkan perasaan tenang dan rasa percaya diri. Penggunaan biru menekankan pentingnya memiliki kesadaran akan dampak negatif merokok dan menunjukkan bahwa tanpa merokok, seseorang dapat merasa lebih tenang dan percaya diri.
- Kuning: Mewakili keceriaan, kehangatan, dan kebahagiaan. Warna kuning dapat menarik perhatian dan memberikan kesan yang cerah. Kuning dapat digunakan untuk menunjukkan bahwa kehidupan tanpa rokok dapat memberikan keceriaan, kehangatan, serta kebahagiaan yang sebenarnya kepada individu.
- Merah: Melambangkan keberanian, vitalitas, dan peringatan. Merah adalah warna yang kuat dan menonjol yang sering dikaitkan dengan keberanian dan vitalitas. dapat memberikan peringatan yang kuat akan bahaya merokok serta mendorong individu untuk bertindak.



Gambar 4. Studi warna

### Studi Ikon

Ikon dalam desain infografis berfungsi sebagai alat bantu visual yang menyederhanakan informasi kompleks agar lebih mudah dipahami dan diingat. Dalam kampanye ini, ikon digunakan untuk merepresentasikan tahapan pemulihan tubuh setelah berhenti merokok. Menurut penelitian oleh Galmarini, ikon sederhana dan informatif mampu mempercepat pemahaman dan meningkatkan daya ingat audiens terhadap informasi yang disampaikan [17]. Dengan demikian, penggunaan ikon dalam kampanye ini memperkuat keterhubungan antara informasi dan pemahaman audiens secara efektif.

- Ikon detak jantung dan paru-paru digunakan untuk menunjukkan peningkatan kesehatan jantung dan perbaikan fungsi paru-paru setelah berhenti merokok.
- Ikon waktu untuk mengilustrasikan tahapan waktu dalam proses pemulihan tubuh.
- Ikon larangan merokok digunakan sebagai simbol universal untuk mempertegas pesan kampanye agar lebih mudah dikenali oleh audiens.

- Ikon pernapasan bersih menggambarkan peningkatan kualitas pernapasan setelah berhenti merokok, memberikan gambaran visual yang jelas tentang manfaat kesehatan.

### Studi Tipografi

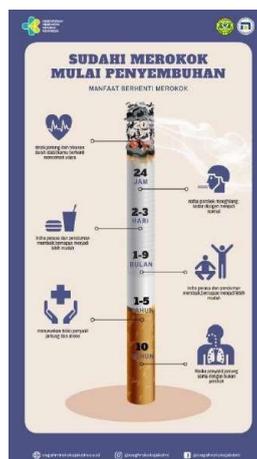
Pemilihan font dalam desain infografis bertujuan untuk menciptakan keseimbangan antara keterbacaan, estetika, dan dampak emosional pesan yang disampaikan. Kombinasi tipografi ini memberikan keseimbangan antara kreativitas, keterbacaan, dan kekuatan komunikasi, sehingga memperkuat efektivitas penyampaian pesan dalam kampanye ini. Beberapa jenis font yang digunakan dalam kampanye ini antara lain:

- *Chewy* adalah font yang memberikan kesan ramah dan santai. Penggunaannya dapat menciptakan suasana yang bersahabat dan tidak terlalu serius. Chewy dapat memberikan pesan bahwa informasi yang disampaikan bersifat mengajak dan mendukung.
- *Bobby Jones Soft* memberikan kesan yang lebih elegan dan lembut. Font ini dapat memberikan sentuhan keanggunan pada iklan tanpa kehilangan keterbacaan. Penggunaannya dapat menciptakan kesan bahwa bahaya merokok perlu ditangani dengan serius.
- *Tc October* memiliki ciri khas yang unik dan modern. Font ini dapat memberikan kesan yang kreatif dan inovatif pada iklan. Dalam konteks layanan masyarakat, hal ini dapat menciptakan daya tarik untuk menarik perhatian dan mempertahankan minat audiens.
- *DM Sans* adalah *font sans-serif* yang bersih dan mudah dibaca. Penggunaannya dapat memberikan kesan profesional dan modern. Font ini dapat digunakan untuk menyampaikan informasi dengan jelas dan tegas, menciptakan kesan bahwa pesan yang disampaikan berdasarkan fakta yang kuat.



Gambar 5. Font style

### Visualisasi



Gambar 6. Final desain infografis



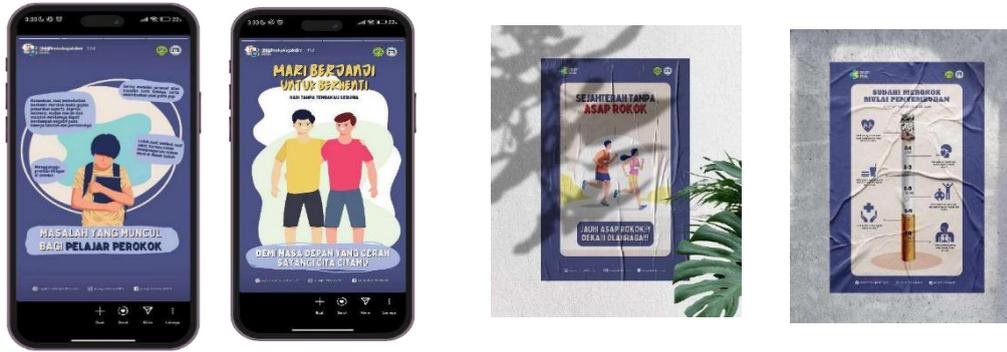
Gambar 7. Final desain kampanye poster



Gambar 8. Final desain kampanye feed instagram



Gambar 9. Mockup infografis dan kampanye di instagram



Gambar 10. Mockup infografis dan kampanye poster

### Uji Coba Kampanye

Evaluasi efektivitas kampanye "Bahaya Rokok bagi Pelajar Tingkat Menengah di Indonesia" bertujuan memahami dampaknya terhadap pemahaman, sikap, dan persepsi pelajar mengenai merokok. Kampanye ini diharapkan tidak hanya meningkatkan kesadaran tetapi juga mempengaruhi pola pikir pelajar. Metode evaluasi yang digunakan adalah pendekatan kualitatif melalui wawancara mendalam dengan pelajar tingkat menengah yang dipilih secara purposif. Pengujian dilakukan terhadap 30 pelajar dari tiga sekolah menengah. Mereka diberikan pemaparan infografis kampanye, kemudian mengikuti diskusi kelompok untuk mengeksplorasi pemahaman dan dampaknya terhadap persepsi mereka. Wawancara mendalam juga dilakukan terhadap pelajar yang memiliki pengalaman dengan rokok, baik sebagai perokok aktif maupun individu yang terpapar lingkungan perokok. Diskusi kelompok berfokus pada pemahaman, keterlibatan emosional, serta potensi perubahan sikap dan perilaku.

Hasil evaluasi menunjukkan kampanye ini meningkatkan pemahaman tentang bahaya merokok. Sebelumnya, banyak pelajar mengira dampak negatif rokok hanya terjadi dalam jangka panjang, tetapi setelah melihat infografis, mereka menyadari bahwa efeknya bisa langsung dirasakan, seperti gangguan pernapasan dan penurunan stamina. Kampanye ini juga memberikan dampak emosional, membuat pelajar lebih waspada, berpikir ulang sebelum merokok, dan mendiskusikan risiko serta cara menghindari lingkungan perokok. Namun, perubahan perilaku tetap menjadi tantangan. Beberapa pelajar yang sudah terbiasa merokok mengaku sulit berhenti karena pengaruh teman sebaya. Salah satu peserta menyatakan bahwa meskipun ia sadar akan bahaya rokok, ia takut terasing dari teman-temannya. Ini menunjukkan bahwa kampanye visual efektif dalam membangun kesadaran, tetapi perubahan perilaku membutuhkan dukungan tambahan, seperti intervensi keluarga dan sekolah. Kesimpulannya, kampanye infografis ini berhasil meningkatkan pemahaman dan kesadaran emosional pelajar terhadap bahaya rokok. Namun, untuk mencapai perubahan perilaku yang lebih signifikan, kampanye perlu dikombinasikan dengan edukasi berkelanjutan, regulasi ketat terhadap iklan rokok, serta dukungan sosial dari keluarga dan lingkungan sekolah.

### 5. Penutup

Penelitian ini menyimpulkan bahwa perancangan infografis dan kampanye "Bahaya Rokok bagi Pelajar Tingkat Menengah di Indonesia" berperan penting dalam meningkatkan kesadaran dan mendorong perubahan perilaku yang lebih sehat di kalangan pelajar. Dengan menggunakan media sosial, terutama Instagram, sebagai platform penyampaian pesan, kampanye ini mampu memanfaatkan kekuatan visual dan interaktif untuk menarik perhatian generasi muda. Desain infografis yang berfokus pada ikon kesehatan, tipografi yang jelas, serta penggunaan warna kontras membuktikan bahwa pendekatan visual yang efektif dapat meningkatkan keterlibatan audiens dalam kampanye sosial. Secara teoretis, temuan ini mendukung pandangan bahwa penggunaan media visual dan media sosial dalam kampanye kesehatan publik memiliki pengaruh

signifikan dalam membangun kesadaran dan perubahan perilaku. Dari segi praktis, kampanye ini menunjukkan efektivitas elemen visual dalam menarik minat dan menyampaikan informasi secara cepat dan jelas. Meski demikian, penelitian ini memiliki keterbatasan, di antaranya adalah ruang lingkup audiens yang terbatas pada pengguna media sosial dan keterbatasan dalam mengevaluasi perubahan jangka panjang perilaku pelajar.

Untuk pengembangan di masa depan, disarankan agar penelitian ini diperluas dengan melibatkan platform digital lainnya, seperti YouTube atau TikTok, untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Kolaborasi dengan lembaga pendidikan dan organisasi kesehatan juga dapat memperkuat dampak kampanye ini dan memberikan hasil yang lebih komprehensif. Studi lebih lanjut dapat mengeksplorasi dampak kampanye terhadap perubahan perilaku jangka panjang di kalangan remaja, sehingga dapat memperkaya teori dan praktik dalam bidang kampanye kesehatan masyarakat. Kampanye anti-rokok juga akan lebih efektif apabila regulasi ketat terhadap iklan rokok diperkuat, terutama di ruang-ruang yang sering diakses oleh remaja. Selain itu, peningkatan edukasi di sekolah tentang bahaya merokok juga harus menjadi prioritas, dengan penekanan pada dampak kesehatan jangka panjang yang disebabkan oleh rokok. Dengan upaya yang terkoordinasi dari semua pihak, diharapkan angka prevalensi perokok remaja dapat berkurang secara signifikan, dan kesadaran akan bahaya merokok bisa ditanamkan sejak dini di kalangan remaja.

## Referensi

- [1] Kemenkes, "Perokok Aktif di Indonesia Tembus 70 Juta Orang, Mayoritas Anak Muda," Sehat Negeriku.
- [2] Kementerian Kesehatan, "Suvei Kesehatan Indonesia (SKI)," *Laporan Tematik SKI 2023*, p. 965, 2023.
- [3] WHO, "Tubuh Tembakau," *World Health Organization*, vol. 53, no. 207, pp. 243–243, 2019.
- [4] Rokom, "Pajanan Rokok Sebabkan Anak jadi Stunting," Sehat Negeriku.
- [5] P. Data, S. Global, P. Tembakau, and P. Masyarakat, "Temuan Survei GATS : Perokok Dewasa di Indonesia Naik 10 Tahun Terakhir," Dinkes Aceh.
- [6] B. T. Pratama, I. Wirasari, and S. Nurbani, "Perancangan Kampanye Sosial Tentang Bahaya Merokok Ketika Berkendara Di Kota Bandung," *eProceedings of Art & Design*, vol. 8, no. 2, 2021.
- [7] A. R. Septinandri, S. Sarjono, and M. Wibawa, "Perancangan Poster Infografis Sebagai Sarana Kampanye Bahaya Merokok di Sekitar Anak," *VCoDe: Visual Communication Design Journal*, vol. 2, no. 1, pp. 123–132, 2023.
- [8] S. Dayana and D. W. Setyanto, "Perancangan Iklan Layanan Masyarakat Bahaya Merokok bagi Anak Usia 10-14 Tahun di Indonesia," *MAVIS: Jurnal Desain Komunikasi Visual*, vol. 6, no. 02, pp. 100–111, 2024.
- [9] L. J. Moleong, "Metodologi penelitian kualitatif (Revisi)," *Bandung: PT remaja rosdakarya*, pp. 102–107, 2017.
- [10] R. N. Y. Sari and D. W. Setyanto, "PERANCANGAN ILM BAHAYA KONSUMSI ROKOK AKIBAT INTERGENERATIONAL TOXIC MASCULINITY," *Pixel: Jurnal Ilmiah Komputer Grafis*, vol. 17, no. 2, pp. 77–88, 2024.
- [11] G. Kress and T. Van Leeuwen, *Reading Images: The Grammar of Visual Design*. Routledge, 2021.
- [12] L. D. S. Kinasih and D. W. Setyanto, "Perancangan Infografis Tentang Bahaya HIV/AIDS untuk Mahasiswa di Wilayah Kota Semarang," *MAVIS: Jurnal Desain Komunikasi Visual*, vol. 6, no. 01, pp. 39–51, 2024.
- [13] Albert Bandura, "Social cognitive theory," *Consumer Behavior Models*, vol. 6, pp. 139–151, 1989, doi: 10.1002/9781394260355.ch8.
- [14] D. N. Sari and A. Basit, "Media sosial Instagram sebagai media informasi edukasi," *Persepsi: Communication Journal*, vol. 3, no. 1, pp. 23–36, 2020.

- [15] S. Katijah, "Efektifitas Program Sosialisasi Bahaya Narkoba Dalam Mencegah Penyalahgunaan Narkoba Terhadap Remaja Di Kota Banda Aceh (Studi Penelitian pada Badan Narkotika Nasional Provinsi Aceh)," 2018, *UIN AR-RANIRY*.
- [16] E. Galmarini, L. Marciano, and P. J. Schulz, "The effectiveness of visual-based interventions on health literacy in health care: a systematic review and meta-analysis," *BMC Health Services Research*, vol. 24, no. 1, p. 718, Jun. 2024, doi: 10.1186/s12913-024-11138-1.