HJK HOLISTIK JURNAL KESEHATAN
ISSN 1978-3337 (Print)
ISSN 2620-7478 (Online)
DOI: 10.33024

sinta 3 Terakreditasi
Nomor: 79/E/KPT/2023

INFORMASI ARTIKEL
Received: November, 29, 2025
Revised: March, 01, 2026
Available online: March, 02, 2026
at: https://e-jurnal.iphorr.com/index.php/hjk

# Kelayakan desain dan daya tarik media poster promosi cek kesehatan gratis pada pengemudi becak

**Alya Anugrahayu Brilianti[1], Dwi Linna Suswardany[2]***

[1]Kesehatan Masyarakat, Fakultas Ilmu Kesehatan, Universitas Muhammadiyah Surakarta
[2]Pusat Studi Penyakit Kronis, Universitas Muhammadiyah Surakarta
Korespondensi penulis: Dwi Linna Suswardany. *Email: d.linna.suswardany@ums.ac.id

**Abstract**

**Background:** Low participation in the free health checkup (CKG) program among pedicab drivers is a significant public health challenge. Preliminary data indicates a gap: 60% of drivers are aware of the program, but only 20% participate. This gap is caused by limited access to schedule information and low digital literacy. Health promotion through appropriate visual media is crucial to bridge this information barrier.
**Purpose:** Develop and evaluate the design feasibility and appeal of posters promoting free health checkups for pedicab drivers.
**Method:** Research and development (R&D) used a formative evaluation approach to produce effective promotional media. Data were collected from 30 pedicab drivers in the Surakarta City Hall area through a survey of driving and inhibiting factors (n=15) and a media evaluation questionnaire (n=30). The evaluation covered aspects of visual appeal, message clarity, and persuasiveness using a 4-point Likert scale.
**Results:** Scores were very high across all categories, with an average above 3.70, including visual appeal (3.73), message clarity (3.83), and persuasiveness (3.73). The majority of respondents (46.7%) rated the image as the most appealing element. Integrating simple visual media with community-based distribution channels through base coordinators was the most effective strategy.
**Conclusion:** The developed poster proved highly appropriate and engaging for elderly pedicab drivers. Conventional, non-digital visual media remains the most effective instrument for increasing health awareness and participation among populations with limited access to technology.

**Keywords: Elderly; Free Health Checkup; Pedicab Drivers; Poster.**

**Pendahuluan:** Rendahnya partisipasi dalam program cek kesehatan gratis (CKG) di kalangan pengemudi becak merupakan tantangan kesehatan masyarakat yang signifikan. Data awal menunjukkan adanya kesenjangan, sebanyak 60% pengemudi mengetahui program tersebut, namun hanya 20% yang berpartisipasi. Hal ini disebabkan oleh kurangnya akses informasi jadwal dan rendahnya literasi digital. Promosi kesehatan melalui media visual yang tepat sangat krusial untuk menjembatani hambatan informasi tersebut.
**Tujuan:** Untuk mengembangkan dan mengevaluasi kelayakan desain dan daya tarik media poster promosi cek kesehatan gratis pada pengemudi becak.
**Metode:** *Research and development* (R&D) dengan pendekatan evaluasi formatif untuk menghasilkan media promosi yang efektif. Data dikumpulkan dari 30 pengemudi becak di wilayah Balai Kota Surakarta melalui survei faktor pendorong dan penghambat dengan (n=15) dan kuesioner evaluasi media (n=30). Evaluasi mencakup aspek daya tarik visual, kejelasan pesan, dan daya persuasif menggunakan skala Likert 4 poin.
**Hasil:** Skor yang sangat tinggi pada seluruh kategori dengan rata-rata di atas 3.70, meliputi daya tarik visual (3.73), kejelasan pesan (3.83), dan daya persuasif (3.73). Mayoritas responden (46.7%) menilai gambar sebagai elemen

DOI: https://doi.org/10.33024/hjk.v19i12.2686

yang paling menarik. Integrasi media visual sederhana dengan jalur distribusi berbasis komunitas melalui koordinator pangkalan menjadi strategi yang paling efektif.
**Simpulan:** Poster yang dikembangkan dinyatakan sangat layak dan menarik bagi pengemudi becak lansia. Media visual konvensional non-digital terbukti tetap menjadi instrumen paling efektif untuk meningkatkan kesadaran dan partisipasi kesehatan pada populasi dengan akses teknologi terbatas.

**Kata Kunci: Cek Kesehatan Gratis; Lansia; Pengemudi Becak; Poster.**

## PENDAHULUAN

Implementasi program cek kesehatan gratis (CKG) merupakan kebijakan promotif dan preventif pemerintah untuk meningkatkan derajat kesehatan masyarakat, secara legal didasarkan pada SE Mendagri No. 400.5.2/290/SJ, SK Walikota Surakarta No. KS.00/741/I/2025, serta Permenkes No. 42 Tahun 2022. Secara preventif, program ini bertujuan mendeteksi dini risiko penyakit tidak menular (PTM) guna mencegah kondisi serius, sekaligus berfungsi sebagai upaya promotif dalam memfasilitasi transfer informasi untuk meningkatkan pemberdayaan individu dalam mengadopsi perilaku hidup sehat (Nuraini, Sulaeman, Nugraha, & Zannah, 2024; Jatmika & Maulana, 2019).

Meskipun didukung regulasi yang kuat, terdapat diskrepansi data yang signifikan dalam pelaksanaannya di Surakarta. Secara sistemik, capaian CKG di Surakarta tercatat sangat tinggi yakni 97.3% secara agregat, namun partisipasi nyata pada kelompok lansia baru mencapai 32% (Dinas Kesehatan Kota Surakarta, 2025). Kesenjangan ini mengonfirmasi bahwa tingginya capaian administratif tidak serta-merta mencerminkan kehadiran aktual kelompok rentan. Bagi pengemudi becak lansia, pemahaman risiko kesehatan sering kali kalah prioritas dibandingkan kebutuhan kerja harian. Tanpa pemantauan fisik rutin, kelompok ini berisiko mengalami penurunan fungsi tubuh hingga kematian dini yang dapat melumpuhkan ekonomi keluarga (Giyarsih, 2021). Hal ini menegaskan bahwa rendahnya deteksi dini berisiko meningkatkan keparahan penyakit tidak menular (PTM) yang saat ini mendominasi kasus baru di wilayah tersebut (Dinas Kesehatan Kota Surakarta, 2023).

Dalam upaya meningkatkan literasi tersebut, penggunaan poster dinilai strategis karena studi terdahulu menunjukkan pengaruh signifikan terhadap peningkatan pengetahuan (Rahayu & Kurniasari, 2022; Kanchan & Gaidhane, 2024). Kelompok lanjut usia membutuhkan edukasi melalui informasi yang mudah dicerna dan visual yang menarik untuk menstimulasi minat baca di tengah keterbatasan akses teknologi digital (Indraswari, 2019; Thomas, Peterson, Walker, Christenson, Cowley, Kosari, & Naunton, 2018). Namun, strategi promosi CKG saat ini masih bersifat umum dan belum berbasis kebutuhan spesifik sasaran, terutama pada pekerja informal.

Meskipun berbagai studi telah membuktikan efektivitas poster dalam meningkatkan pengetahuan kesehatan, masih terdapat celah penelitian yang cukup signifikan terkait pemetaan hambatan informasi pada pekerja informal lansia. Saat ini, literatur masih jarang mengeksplorasi kendala jadwal dan kanal komunikasi nyata yang dihadapi kelompok tersebut untuk kemudian diterjemahkan menjadi spesifikasi desain poster dan strategi distribusi berbasis komunitas. Minimnya kajian mengenai kelayakan desain dan daya tarik visual yang spesifik bagi pengemudi becak menyebabkan pesan kesehatan sering kali tidak tersampaikan secara efektif. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor pendorong dan penghambat partisipasi pengemudi becak, sekaligus menetapkan strategi komunikasi yang tepat. Lebih lanjut, penelitian ini diarahkan untuk menilai kelayakan desain dan daya tarik poster promosi CKG guna memastikan informasi tersebut mampu menstimulasi minat serta meningkatkan kehadiran sasaran dalam program tersebut.

## METODE

Penelitian pengembangan atau *Research and Development* (R&D) dengan pendekatan evaluasi formatif untuk menghasilkan media promosi yang efektif. Penelitian dilaksanakan pada Januari-Februari 2026 di wilayah Balai Kota Surakarta. Subjek penelitian adalah pengemudi becak yang beroperasi di wilayah tersebut. Penelitian ini telah mendapatkan

**Alya Anugrahayu Brilianti[1], Dwi Linna Suswardany[2]***

[1]Kesehatan Masyarakat, Fakultas Ilmu Kesehatan, Universitas Muhammadiyah Surakarta
[2]Pusat Studi Penyakit Kronis, Universitas Muhammadiyah Surakarta
Korespondensi penulis: Dwi Linna Suswardany. *Email: d.linna.suswardany@ums.ac.id

DOI: https://doi.org/10.33024/hjk.v19i12.2686

persetujuan etik dengan nomor No. 1865/KEPK-FIK/XII/2025.

Pengambilan data dilakukan dalam dua tahap untuk memastikan media yang dikembangkan benar-benar sesuai dengan kebutuhan di lapangan. Pertama, studi analisis kebutuhan melibatkan 15 responden untuk memetakan hambatan informasi dan preferensi komunikasi. Kedua, evaluasi poster melibatkan 30 responden untuk menguji kelayakan dan daya tarik draf final media. Sampel dalam penelitian ini seluruhnya berjenis kelamin laki-laki.

Tahapan penelitian dilaksanakan melalui empat fase utama: 1) analisis situasi dan kebutuhan: tahap ini melibatkan survei langsung melalui kuesioner dan observasi untuk mengidentifikasi faktor pendorong dan penghambat keikutsertaan dalam CKG kepada 15 responden. Temuan menunjukkan adanya hambatan berupa jadwal kerja yang bentrok serta fakta bahwa mayoritas responden tidak memiliki ponsel; 2) perancangan media poster: berdasarkan hasil analisis kebutuhan, draf poster disusun menggunakan analogi "servis rutin tubuh" untuk menjelaskan konsep CKG agar lebih mudah dipahami oleh pengemudi becak; 3) revisi media: draf poster melalui proses peninjauan oleh tiga orang ahli yang terdiri dari satu dosen pembimbing dan dua praktisi promosi kesehatan dari Dinas Kesehatan Kota Surakarta. Praktisi promkes memvalidasi aspek akurasi konten medis (pengertian dan manfaat CKG), judul, pemilihan warna, serta slogan. Sementara itu, dosen pembimbing memberikan arahan teknis untuk mengoptimalkan keterbacaan lansia, seperti penggunaan warna dasar cerah dengan teks gelap (kontras tinggi), penggunaan huruf *sans-serif* dengan ukuran minimal 16–18 pt, serta penggunaan ikon visual; dan 4) evaluasi kelayakan dan daya tarik: tahap akhir penelitian dilakukan dengan menguji draf final poster kepada 30 responden untuk menilai daya tarik visual, kejelasan tipografi, serta kemudahan pemahaman kalimat ajakan (*call to action*).

Instrumen penelitian yang digunakan adalah kuesioner terstruktur yang dikembangkan merujuk pada metodologi *Research and Development* (R&D) Level 3 untuk menguji dan mengembangkan produk yang telah ada agar lebih efektif (Jatmika & Maulana, 2019). Sesuai dengan tujuan evaluasi media, kuesioner ini dirancang sebagai instrumen bukan tes yang berfungsi untuk mengukur sikap, persepsi, dan penilaian subjektif responden terhadap kualitas media, sehingga pilihan jawaban tidak bersifat benar atau salah. Kuesioner dirancang untuk mengukur kelayakan media melalui beberapa indikator utama, yaitu daya tarik visual, keterbacaan, kejelasan pesan, serta efek psikologis media terhadap sasaran.

Dalam aspek visual dan keterbacaan, instrumen menilai penggunaan kombinasi warna kontras tinggi serta ukuran huruf yang ramah bagi penglihatan lansia sesuai arahan dosen pembimbing. Selain itu, instrumen mengevaluasi pemahaman responden terhadap judul, slogan, dan efektivitas penggunaan ikon visual sebagai pengganti teks yang padat. Aspek psikologis juga diukur untuk melihat sejauh mana kalimat ajakan dapat mengurangi kekhawatiran responden terhadap hasil pemeriksaan. Validitas isi instrumen dipastikan melalui proses peninjauan internal (*expert judgment*) dan revisi oleh dosen pembimbing guna menjamin kesesuaian butir pertanyaan sebelum digunakan dalam survei utama. Data dianalisis menggunakan teknik analisis deskriptif untuk melihat distribusi frekuensi, sedangkan masukan kualitatif diolah melalui *content analysis* untuk menyempurnakan produk akhir.

**Alya Anugrahayu Brilianti[1], Dwi Linna Suswardany[2]***

[1]Kesehatan Masyarakat, Fakultas Ilmu Kesehatan, Universitas Muhammadiyah Surakarta
[2]Pusat Studi Penyakit Kronis, Universitas Muhammadiyah Surakarta
Korespondensi penulis: Dwi Linna Suswardany. *Email: d.linna.suswardany@ums.ac.id

DOI: https://doi.org/10.33024/hjk.v19i12.2686

## HASIL

**Tabel 1. Distribusi Karakteristik Responden (n=30)**

| Variabel | Hasil |
|---|---|
| **Umur (n/%) (Mean±SD)(Rentang)(Tahun)** | (58.05±0.53)(36-65) |
| 36 - 45 | 3/10.0 |
| 46 – 55 | 3/10.0 |
| 56 – 65 | 12/40.0 |
| >65 | 12/40.0 |
| **Lama Mengemudi (n/%)** | |
| 1-3 | 1/3.3 |
| >4 | 29/96.7 |
| **Umpan Balik (n/%)** | |
| Masalah pengetahuan/penerimaan | 25/83.0 |
| Efektivitas komunikasi informasi | 2/7.0 |
| Masalah psikologis/daya tarik | 2/7.0 |
| Masalah praktis/teknis | 1/3.0 |

Berdasarkan Tabel 1. hasil pengolahan data terhadap 30 responden, usia responden didominasi secara seimbang oleh kelompok masa lansia awal (46–55 tahun) dan masa lansia akhir (56–65 tahun) dengan persentase masing-masing sebesar 40%. Lama mengemudi mayoritas lebih dari 4 tahun sebanyak 29 respoonden (96.7%). Hasil analisis terhadap umpan balik menunjukkan tingkat penerimaan yang sangat tinggi, di mana mayoritas responden (83%) menyatakan kualitas media saat ini sudah baik dan mencukupi. Sebanyak 7% responden merasa pesan telah diterima dengan sangat jelas. Namun, terdapat catatan evaluasi terkait aspek estetika dari 7% responden yang menilai tampilan visual perlu ditingkatkan kecerahannya, serta usulan teknis dari 3% responden untuk menggunakan skema warna dominan merah guna mengoptimalkan daya tarik visual poster.

**Tabel 2. Pertanyaan Kuesioner (N=30)**

| Pertanyaan | Mean | Std. Deviation |
|---|---|---|
| Tampilan Poster | 3.7000 | .46609 |
| Kombinasi Warna | 3.6333 | .46609 |
| Ukuran dan Jenis Huruf | 3.7000 | .46609 |
| Judul Poster | 3.6667 | .54667 |
| Pesan Utama | 3.8333 | .37905 |
| Poster Meyakinkan | 3.7333 | .52083 |
| Informasi Sesuai | 3.7333 | .44978 |
| Informasi Jadwal | 3.7333 | .44978 |
| Poster Mengikuti CKG | 3.7000 | .46609 |

Berdasarkan Tabel 2. olah data terhadap 30 responden menunjukkan, bahwa media poster CKG mendapatkan penilaian yang tinggi pada seluruh indikator evaluasi. Penentuan kategori hasil didasarkan pada perhitungan rentang skala, di mana nilai rata-rata (*mean*) 3.26–4.00 ditetapkan sebagai kategori "Sangat Baik". Seluruh indikator dalam penelitian ini berada pada rentang *mean* 3.63-3.83.

Aspek visual yang meliputi Tampilan Poster dan Ukuran/Jenis Huruf memperoleh nilai rata-rata tinggi sebesar

**Alya Anugrahayu Brilianti[1], Dwi Linna Suswardany[2]***

[1]Kesehatan Masyarakat, Fakultas Ilmu Kesehatan, Universitas Muhammadiyah Surakarta
[2]Pusat Studi Penyakit Kronis, Universitas Muhammadiyah Surakarta
Korespondensi penulis: Dwi Linna Suswardany. *Email: d.linna.suswardany@ums.ac.id

DOI: https://doi.org/10.33024/hjk.v19i12.2686

3.70. Meskipun Kombinasi Warna memiliki rata-rata terendah (3.63), angka tersebut tetap dikategorikan sangat baik, namun memberikan indikasi diperlukannya optimasi pada kecerahan warna sesuai saran responden.

Pesan Utama menjadi indikator dengan skor tertinggi (3.83) dan standar deviasi terkecil (0.379), yang membuktikan bahwa substansi poster tersampaikan secara konsisten dan sangat efektif. Selain itu, aspek Kesesuaian Informasi dan Kejelasan Jadwal memiliki nilai rata-rata 3.73, menunjukkan bahwa konten poster relevan dan mudah dipahami oleh pengemudi.

Poster ini dinilai memiliki kredibilitas yang kuat dalam mengajak responden, terlihat dari nilai poster meyakinkan sebesar 3.73. Tingginya nilai pada indikator poster mengikuti CKG (3.70) mengonfirmasi bahwa media ini berhasil mendorong minat pengemudi untuk berpartisipasi dalam program kesehatan tersebut.

**Tabel 3. Analisis Elemen Gambar**

| Kategori | Persentase |
|---|---|
| Gambar dan Informasi | 6.7 |
| Warna | 13.3 |
| Gambar | 46.7 |
| Informasi | 10.0 |
| Judul, Warna, dan Gambar | 3.3 |
| Judul dan Gambar | 6.7 |
| Warna dan Gambar | 10.0 |
| Judul dan Gambar | 3.3 |

Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 3. elemen gambar merupakan daya tarik utama yang paling dominan, dipilih secara tunggal oleh 46.7% responden. Kekuatan visual ilustrasi muncul di hampir seluruh pilihan responden, yang menegaskan bahwa gambar adalah kunci penarik perhatian utama. Aspek lain yang dinilai menarik secara mandiri adalah warna (13.3%) dan informasi (10.0%). Hal ini menunjukkan bahwa komposisi poster yang menitikberatkan pada aspek visual terbukti lebih efektif menarik minat audiens dibandingkan elemen teks semata.

**Tabel 4. Analisis Faktor Pendorong dan Penghambat (N=15)**

| Pertanyaan | Hasil |
|---|---|
| **Memiliki HP (n/%)** | |
| Iya | 6/40 |
| Tidak | 9/60 |
| **Menerima Pesan, gambar, video (n/%)** | |
| Iya | 5/50 |
| Tidak | 10/67 |
| **Pengetahuan CKG (n/%)** | |
| Iya | 9/60 |
| Tidak | 6/40 |
| **Menghadiri CKG (n/%)** | |
| Iya | 3/20 |
| Tidak | 12/80 |
| **Alasan tidak hadir (n/%)** | |

**Alya Anugrahayu Brilianti[1], Dwi Linna Suswardany[2]***

[1]Kesehatan Masyarakat, Fakultas Ilmu Kesehatan, Universitas Muhammadiyah Surakarta
[2]Pusat Studi Penyakit Kronis, Universitas Muhammadiyah Surakarta
Korespondensi penulis: Dwi Linna Suswardany. *Email: d.linna.suswardany@ums.ac.id

DOI: https://doi.org/10.33024/hjk.v19i12.2686

| | |
|---|---|
| Tidak tahu info CKG | 6/40 |
| hadir | 3/20 |
| merasa sehat tidak perlu periksa | 1/7 |
| takut dengan hasil | 1/7 |
| waktunya tidak cocok | 1/7 |
| ada kegiatan lain | 1/7 |
| tidak mendapat undangan | 2/20 |
| **Kesan saat hadir (n/%)** | |
| Tidak hadir | 12/80 |
| Ingin tahu kondisi kesehatan | 3/20 |
| **Sumber Informasi CKG (n/%)** | |
| Tidak tahu | 7/46 |
| Ketua pangkalan/koordinator komunitas | 4/27 |
| Teman sesama pengemudi | 4/27 |
| **Seberapa penting CKG (n/%)** | |
| Cukup penting | 1/7 |
| Sangat penting | 10/67 |
| Penting | 3/20 |
| Tidak penting sama sekali | 1/7 |
| **Ketertarikan CKG (n/%)** | |
| Ingin tahu kondisi badan | 11/74 |
| Ada hadiah | 1/7 |
| Waktu kegiatan tidak menganggu jam narik | 1/7 |
| informasinya jelas dan menarik | 1/7 |
| lokasi dekat | 1/7 |
| **Cara mengajak/menginformasikan CKG (n/%)** | |
| Pertemuan langsung/sosialisasi | 1/7 |
| Spanduk/banner di pangkalan | 3/20 |
| Undangan dari ketua pangkalan | 6/40 |
| Diberitahu langsung oleh petugas | 2/13 |
| Obrolan dengan teman sesama pengemudi | 2/13 |
| HP | 1/7 |
| **Media yang paling sering digunakan (n/%)** | |
| Televisi | 4/27 |
| Radio | 1/7 |
| Spanduk/papan pengumuman | 2/13 |
| Handphone | 4/27 |
| Obrolan dengan teman/tetangga | 4/27 |
| **Media yang paling efektif (n/%)** | |
| Gambar/video pendek di HP | 3/20 |
| Brosur | 2/13 |
| Undangan resmi dari ketua pangkalan | 3/20 |

**Alya Anugrahayu Brilianti[1], Dwi Linna Suswardany[2]***

[1]Kesehatan Masyarakat, Fakultas Ilmu Kesehatan, Universitas Muhammadiyah Surakarta
[2]Pusat Studi Penyakit Kronis, Universitas Muhammadiyah Surakarta
Korespondensi penulis: Dwi Linna Suswardany. *Email: d.linna.suswardany@ums.ac.id

DOI: https://doi.org/10.33024/hjk.v19i12.2686

| | |
|---|---|
| Whatsapp (PC/Grup) | 4/27 |
| Percakapan dengan teman/sesama pengemudi | 1/7 |
| Pertemuan langsung | 2/13 |
| | |
| **Isi media promosi (n/%)** | |
| Singkat langsung inti | 9/60 |
| Disertai contoh nyata/sehari-hari | 1/7 |
| Panjang penjelasan lengkap | 2/13 |
| Disertai gambar/ilustrasi | 1/7 |
| Singkat inti/disertai gambar | 1/7 |
| Panjang lengkap/disertai gambar | 1/7 |
| | |
| **Bahasa yang mudah dipahami (n/%)** | |
| Campuran Indonesia Jawa | 5/33 |
| Bahasa Indonesia sehari-hari | 7/47 |
| Bahasa Jawa ngoko | 2/13 |
| Bahasa Indonesia formal | 1/7 |
| | |
| **Yang paling berpengaruh (n/%)** | |
| Ketua pangkalan/Koordinator komunitas | 4/27 |
| Diri sendiri | 3/20 |
| Teman sesama pengemudi | 3/20 |
| petugas kesehatan | 2/13 |
| Tokoh masyarakat/sesepuh | 2/13 |
| Semua jawaban | 1/7 |
| | |
| **Kalimat ajakan (n/%)** | |
| Langsung menwarkan manfaat kesehatan | 6/40 |
| Menggunakan bahasa santai dan lucu | 3/20 |
| Kalimat yang enak di dengar | 1/7 |
| Menyebut ada hadiah | 2/13 |
| Dibacakan langsung oleh orang yang dikenal | 2/13 |
| Menyebut ada tokoh yang ikut | 1/7 |

Berdasarkan Tabel 4. survei terhadap 15 pengemudi becak, menunjukkan rendahnya aksesibilitas media digital, di mana hanya 40% responden yang memiliki ponsel dan 33% yang mampu mengoperasikan fitur pesan visual. Hal ini mengindikasikan ketidakefektifan promosi melalui media digital seperti WhatsApp, meskipun sebagian kecil responden (27%) menganggapnya efektif. Terdapat kesenjangan (*gap*) partisipasi yang signifikan: 60% responden mengetahui program CKG, namun hanya 20% yang hadir. Hambatan utama kehadiran adalah ketidaktahuan informasi jadwal (40%) dan tidak adanya undangan fisik (20%). Meskipun partisipasi rendah, motivasi internal responden sangat kuat, dengan 87% menganggap CKG penting dan 73% tertarik hadir untuk mengetahui kondisi kesehatan mereka. Jalur komunikasi interpersonal terbukti paling efektif, di mana informasi dominan bersumber dari ketua pangkalan (27%) dan rekan sejawat (27%). Terkait preferensi media, responden lebih menyukai konten yang singkat dan lugas (60%) dengan penggunaan bahasa sehari-hari atau campuran Indonesia-Jawa (80%). Undangan langsung dari ketua pangkalan (40%) serta kalimat ajakan yang menawarkan manfaat kesehatan konkret (40%) diidentifikasi sebagai strategi promosi yang paling persuasif.

**Alya Anugrahayu Brilianti[1], Dwi Linna Suswardany[2]***

[1]Kesehatan Masyarakat, Fakultas Ilmu Kesehatan, Universitas Muhammadiyah Surakarta
[2]Pusat Studi Penyakit Kronis, Universitas Muhammadiyah Surakarta
Korespondensi penulis: Dwi Linna Suswardany. *Email: d.linna.suswardany@ums.ac.id

DOI: https://doi.org/10.33024/hjk.v19i12.2686

**Tabel 5. Hambatan (N=15)**

| Kategori | Jenis | Hasil |
|---|---|---|
| Tidak tahu informasi | Masalah pengetahuan | 2/13 |
| Merasa canggung/takut | Masalah Psikologis | 3/20 |
| Waktu dan kesempatan | Masalah praktis | 4/27 |
| Tidak merasa perlu/tidak ragu | Masalah persepsi diri | 6/40 |
| | | |
| Informasi dan pengetahuan | Masalah pengetahuan | 5/33 |
| Promosi dan komunikasi | Masalah pemasaran | 3/20 |
| Praktis dan logistik | Masalah operasional | 4/27 |
| Kualitas pelayanan | Masalah pelayanan | 3/20 |
| | | |
| Media komunikasi langsung dan tradisional | Media | 10/67 |
| Aspek komunikasi dan kualitas informasi | Komunikasi informasi | 3/20 |
| Respon negatif/netral | Respon | 2/13 |

Berdasarkan Tabel 5. Jenis masalah paling banyak adalah tidak merasa perlu/tidak ragu (40%), informasi dan pengetahuan juga menjadi jenis masalah terbanyak (33%), serta media komunikasi langsung dan tradisional (67%).




**Gambar Poster Promosi Kesehatan**

Berdasarkan hasil analisis kebutuhan dan karakteristik responden yang telah dipaparkan sebelumnya, disusunlah rancangan media promosi kesehatan berupa poster fisik. Visualisasi akhir dari media ini dirancang dengan mengintegrasikan elemen desain ramah lansia dan penyederhanaan pesan teknis guna meminimalisasi hambatan kognitif bagi pengemudi becak, sebagaimana disajikan pada gambar di atas.

## PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan adanya kesenjangan (*gap*) yang signifikan antara tingkat pengetahuan dan partisipasi aktual pengemudi becak dalam program CKG. Meskipun mayoritas responden (60%) mengetahui

**Alya Anugrahayu Brilianti[1], Dwi Linna Suswardany[2]***

[1]Kesehatan Masyarakat, Fakultas Ilmu Kesehatan, Universitas Muhammadiyah Surakarta
[2]Pusat Studi Penyakit Kronis, Universitas Muhammadiyah Surakarta
Korespondensi penulis: Dwi Linna Suswardany. *Email: d.linna.suswardany@ums.ac.id

DOI: https://doi.org/10.33024/hjk.v19i12.2686

adanya program tersebut, tingkat kehadiran nyata hanya mencapai 20%. Temuan ini mengindikasikan adanya gap pengetahuan tindakan, yaitu situasi ketika informasi sudah diketahui tetapi belum cukup untuk memicu perilaku hadir memanfaatkan layanan kesehatan. Pada kelompok pekerja informal lansia, hambatan yang paling menonjol bersifat operasional dan sangat teknis, terutama ketidakjelasan jadwal layanan (40%) serta ketiadaan undangan fisik sebagai pengingat dan pemicu tindakan (20%). Pola ini sejalan dengan temuan dalam konteks skrining kesehatan populasi, di mana desain undangan dan pemberitahuan awal yang jelas, ringkas, dan mudah ditindaklanjuti berperan penting dalam meningkatkan partisipasi, bukan sekadar meningkatkan *awareness* (Collins, Ireland, Anderson, Wilson, Taylor, Viljoen, & Goodwin, 2025). Oleh karena itu, rendahnya partisipasi pengemudi becak pada CKG dalam penelitian ini lebih tepat dipahami sebagai persoalan friksi akses informasi terkait jadwal dan mekanisme ajakan, bukan semata-mata karena kurangnya pengetahuan tentang CKG.

Keterbatasan aksesibilitas media digital semakin memperumit kondisi ini, mengingat hanya 33% responden yang memiliki kemampuan mengoperasikan fitur pesan visual pada ponsel, sehingga penyebaran informasi berbasis gawai tidak selalu dapat diterima dan ditindaklanjuti secara merata. Variasi kemampuan tersebut merupakan isu inklusivitas yang krusial karena literasi digital serta *eHealth literacy* pada kelompok lansia bersifat tidak homogen dan sering kali menjadi penghalang dalam mengakses informasi kesehatan (Zhang, Mohamad, Azlan, Wu, Ma, & Qi, 2025). Sejalan dengan hal itu, literasi digital juga dilaporkan memiliki keterkaitan dengan dukungan sosial dan berbagai *outcome* kesehatan pada populasi lansia, yang berarti hambatan akses digital berisiko memperlebar kesenjangan dalam pemanfaatan layanan kesehatan (Yang, Xu, & Chen, 2025). Oleh karena itu, strategi promosi kesehatan bagi pengemudi becak lansia harus menitikberatkan pada penggunaan kanal komunikasi yang paling mudah dijangkaudan diakses oleh kelompok sasaran tersebut.

Penggunaan media poster dipilih sebagai solusi strategis karena keunggulannya bersifat sederhana, tidak memerlukan peralatan khusus, dan mudah ditempatkan pada titik aktivitas sasaran (Sumartono & Astuti, 2018). Dalam konteks ini, poster menjadi media yang relatif lebih inklusif bagi responden dengan keterbatasan teknologi. Pemilihan media statis berupa poster juga relevan bila dibandingkan dengan media audiovisual yang dikembangkan oleh penelitian sebelumnya (Kusumaningrum, Inayati, Asyanti, Umaroh, Livia, Laili, & Arifah, 2025). Meskipun media audiovisual unggul dalam narasi bergerak dan daya tarik audio-visual, pada kelompok lansia dengan literasi digital rendah, poster fisik menawarkan akses berkelanjutan tanpa ketergantungan pada perangkat, kuota, atau keterampilan membuka konten digital, sehingga peluang keterpaparan pesan menjadi lebih konsisten.

Meningkatnya antusiasme pengemudi becak untuk berpartisipasi dalam program CKG setelah terpapar media poster dapat dianalisis melalui kerangka *Health Belief Model* (HBM), di mana keputusan individu dalam mengakses layanan kesehatan sangat dipengaruhi oleh persepsi terhadap kerentanan, keseriusan gangguan kesehatan, serta evaluasi atas manfaat dan hambatan (*perceived benefits* dan *perceived barriers*). Selaras dengan temuan terdahulu, seseorang cenderung mengadopsi tindakan preventif apabila keuntungan yang dirasakan melampaui kendala yang dihadapi (Kusumaningrum & Sari, 2019).

Dalam penelitian ini, poster berfungsi sebagai *cue to action* yang menjembatani intensi menjadi perilaku nyata dengan cara meminimalisasi hambatan informasi seperti ketidakjelasan jadwal atau prosedur sekaligus memperkuat pemahaman mengenai urgensi pemeriksaan rutin demi kesejahteraan. Selain itu, penerimaan pengemudi becak lansia didukung oleh desain media yang adaptif, yakni penggunaan tipografi besar, visual yang lugas, dan pesan ringkas yang mampu mereduksi beban kognitif serta mempertajam hierarki informasi untuk memudahkan pemrosesan cepat. Sebagaimana dijelaskan pada studi sebelumnya, strategi *framing* komunikasi dan metode penyajian pesan secara signifikan menentukan efektivitas materi kesehatan bagi lansia dalam menumbuhkan dorongan bertindak. Dengan demikian, poster tidak sekadar menjadi kanal informasi, tetapi juga mengoptimalkan mekanisme pemrosesan pesan sehingga hambatan psikologis maupun informatif berkurang, yang pada akhirnya meningkatkan minat kehadiran dalam program CKG (Sivakumar, Coundouris, Grainger, & Henry, 2025).

Berdasarkan hasil evaluasi media, poster yang

**Alya Anugrahayu Brilianti[1], Dwi Linna Suswardany[2]***

[1]Kesehatan Masyarakat, Fakultas Ilmu Kesehatan, Universitas Muhammadiyah Surakarta
[2]Pusat Studi Penyakit Kronis, Universitas Muhammadiyah Surakarta
Korespondensi penulis: Dwi Linna Suswardany. *Email: d.linna.suswardany@ums.ac.id

DOI: https://doi.org/10.33024/hjk.v19i12.2686

dikembangkan mendapatkan penilaian sangat positif pada seluruh aspek kualitatif. Penelitian sebelumnya menyatakan, bahwa penggunaan huruf berukuran besar dan gambar yang jelas pada poster dapat menarik minat serta memudahkan pemahaman informasi (Yulianis, Fauziah, & Kusumawati, 2020). Temuan ini sangat relevan dengan hasil survei awal penelitian ini, di mana responden cenderung menyukai konten yang singkat dan langsung ke inti pesan. Visualisasi gambar terbukti menjadi daya tarik utama bagi 46.7% responden, menunjukkan bahwa pada kelompok lansia, ilustrasi visual jauh lebih efektif dalam mentransfer informasi dibandingkan teks yang padat. Pencapaian skor 3.83 pada aspek efektivitas pesan menunjukkan bahwa poster mampu mentransformasi informasi kesehatan menjadi bentuk yang mudah dicerna. Keunggulan media visual terletak pada kemampuannya mengoptimalisasi indra penglihatan hingga 30% dalam penyerapan materi. Dengan menyajikan intisari pesan melalui kalimat yang efisien, poster meminimalisir hambatan kognitif bagi pembaca, khususnya pengemudi becak lansia, sehingga poin-poin krusial dalam program CKG dapat dipahami secara instan dan akurat (Nurcahyani, 2021). Selain dua aspek tersebut, pesan psikologis dalam poster mendapatkan respon yang kuat dengan skor rata-rata 3.73. Poster ini berhasil meyakinkan responden bahwa kesehatan harus "dipastikan" melalui cek rutin, bukan sekadar "dirasakan". Peran poster dalam penyampaian informasi sangat besar karena mempermudah sasaran memahami materi, sehingga tujuan perubahan perilaku dapat tercapai.

Poin krusial yang menjadi pembeda penelitian ini dengan strategi promosi sebelumnya adalah integrasi antara media fisik dengan pendekatan berbasis komunitas. Penggunaan jalur komunikasi interpersonal melalui ketua pangkalan (40%) terbukti menjadi strategi paling persuasif untuk mengajak responden hadir. Hal ini mengindikasikan bahwa tokoh masyarakat berperan sebagai *trusted messenger* yang mempervalidasi pesan sekaligus meningkatkan kredibilitas informasi, sehingga paparan poster tidak sekadar berhenti sebagai transmisi data, namun bertransformasi menjadi *cue to action* yang memicu keputusan untuk hadir. Sebagaimana ditekankan dalam literatur kesehatan masyarakat, fungsi *trusted messengers* sangat krusial dalam membangun kepercayaan, menyelaraskan pesan dengan konteks lokal, serta menjembatani kesenjangan antara penyedia layanan kesehatan dan kelompok sasaran, terutama pada populasi yang memerlukan pendekatan relasional yang persuasif (Stiehl, Borg, Cullen, Mendiola, Dominguez, Pester, & Kim, 2025). Mekanisme tersebut juga dapat dipahami sebagai bentuk *social proof,* sekaligus upaya reduksi friksi; ketika ajakan diartikulasikan oleh figur yang dihormati dalam jaringan sosial, berbagai hambatan praktis, seperti keraguan, kelalaian jadwal, atau ketidakpastian prosedur menjadi lebih mudah teratasi berkat adanya legitimasi sosial dan bantuan penjelasan yang bersifat segera.

Aktor komunitas yang terintegrasi dalam struktur sosial memiliki posisi strategis untuk menjangkau kelompok rentan, menyederhanakan informasi, serta mendukung keterlibatan dalam layanan kesehatan melalui edukasi yang relevan secara budaya (Wolfe, Diaz, Do-Golden, Karpilow, Rubio-Diaz, & Kipke, 2025). Dengan demikian, keberhasilan promosi kesehatan pada pekerja informal lansia dalam studi ini dipahami sebagai sinergi antara keberterimaan pesan melalui media poster dan daya dorong interpersonal yang diperkuat oleh tokoh kunci komunitas (Paramasari & Nugroho, 2021).

## SIMPULAN

Pengembangan media poster untuk program CKG bagi pengemudi becak, menunjukkan potensi untuk merespons tantangan rendahnya partisipasi kelompok pekerja informal lansia melalui pendekatan visual yang inklusif. Temuan penelitian ini menyintesiskan bahwa strategi komunikasi kesehatan pada kelompok dengan keterbatasan literasi digital sangat bergantung pada penyederhanaan pesan psikologis dan teknis, sebagaimana tercermin dari penilaian tinggi terhadap kejelasan pesan dengan skor sebesar 3.83.

Kontribusi penting dalam penelitian ini mengungkapkan fakta bahwa media konvensional yang bersifat statis dan fisik memiliki aksesibilitas yang lebih sesuai bagi lansia dalam konteks literasi digital yang rendah, terutama ketika dirancang untuk menurunkan hambatan kognitif melalui visualisasi dominan. Simpulan ini menegaskan bahwa optimalisasi promosi kesehatan tidak hanya ditentukan oleh kecanggihan media, tetapi oleh ketepatan pemilihan instrumen yang mampu menjembatani kesenjangan informasi melalui integrasi media fisik dan dukungan komunikasi

**Alya Anugrahayu Brilianti[1], Dwi Linna Suswardany[2]***

[1]Kesehatan Masyarakat, Fakultas Ilmu Kesehatan, Universitas Muhammadiyah Surakarta
[2]Pusat Studi Penyakit Kronis, Universitas Muhammadiyah Surakarta
Korespondensi penulis: Dwi Linna Suswardany. *Email: d.linna.suswardany@ums.ac.id

DOI: https://doi.org/10.33024/hjk.v19i12.2686

interpersonal dari tokoh kunci di lingkungan komunitas.

## SARAN

Penelitian selanjutnya, perlu diarahkan untuk mengukur durasi retensi memori dan konsistensi perubahan perilaku melalui desain studi longitudinal, baik menggunakan metode *pre-post test* maupun komparatif kelompok, guna memantau *outcome* riil berupa angka kehadiran pada program CKG dalam jangka waktu yang lebih panjang. Riset lanjutan juga disarankan untuk mengeksplorasi penggunaan elemen bahasa lokal atau dialek daerah dalam naskah poster guna menguji dampaknya terhadap peningkatan kedekatan emosional serta daya persuasif yang dipersepsikan oleh subjek lansia di berbagai wilayah budaya. Mengingat keterbatasan jangkauan subjek pada satu kelompok pekerja informal, terbuka peluang bagi penelitian masa depan untuk melakukan uji coba komparatif pada berbagai profesi sektor informal lainnya guna menyusun standarisasi desain media promosi kesehatan berbasis karakteristik sosiodemografi yang lebih luas.

Selain itu, untuk implementasi di lapangan, disarankan agar promosi program CKG mengombinasikan penggunaan media fisik dengan pemberian undangan fisik berisi jadwal ringkas yang dapat disimpan oleh sasaran. Penempatan poster juga sebaiknya dioptimalkan pada titik-titik tunggu strategis pengemudi becak, serta memperkuat jalur distribusi informasi melalui keterlibatan aktif ketua pangkalan atau tokoh kunci di lingkungan komunitas guna menjamin pesan tersampaikan secara tepat sasaran.

## DAFTAR PUSTAKA

Collins, K., Ireland, M., Anderson, L., Wilson, C., Taylor, N., Viljoen, B., & Goodwin, B. (2025). Optimising invitation and advance notification letters to increase bowel cancer screening participation: A qualitative analysis. *Patient Education and Counseling*, *135*, 108729.

Dinas Kesehatan Kota Surakarta. (2023). Profil Kesehatan Kota Surakarta. Diakses dari: https://www.scribd.com/document/724486028/SoloData-Dinkes-2023

Dinas Kesehatan Kota Surakarta. (2025). *Data Sasaran Cek Kesehatan Gratis (CKG) 2025*. Diakses dari: https://dinkes.surakarta.go.id/

Giyarsih, S. R. (2021). Faktor-faktor yang Memengaruhi Kepemilikan Jaminan Kesehatan Pekerja Sektor Informal di Indonesia.

Indraswari, S. H. (2019). Pengaruh pendidikan gizi dengan poster dan kartu gizi terhadap peningkatan pengetahuan dan sikap anak tentang gizi seimbang di SDN Ploso I-172 surabaya. *The Indonesian Journal of Public Health*, *14*(2), 210.

Jatmika, S. E. D., & Maulana, M. (2019). *Pengembangan Media Promosi Kesehatan.* Diakses dari: https://eprints.ukh.ac.id/id/eprint/852/1/6_PERENCANAAN%20MEDIA%20PROMOSI%20KESEHATAN_1.pdf

Kanchan, S., & Gaidhane, A. (2024). Print media role and its impact on public health: a narrative review. *Cureus*, *16*(5), e59574.

Kusumaningrum, T. A. I., & Sari, N. K. (2019). Aplikasi health belief model pada perilaku mahasiswi kesehatan masyarakat dalam pemeriksaan payudara sendiri (sadarI). *J Kesehat*, *11*(2), 1-11.

Kusumaningrum, T. A. I., Inayati, N. L., Asyanti, S., Umaroh, A. K., Livia, W., Laili, R. N., & Arifah, I. (2025). Development of Audiovisual Media for Reproductive Health Education for Parents of Adolescents. *Kesmas*, *20*(2), 165-173.

Nuraini, I., Sulaeman, Y., Nugraha, R. A., & Zannah, R. (2024). Pelayanan kesehatan gratis lansia dan edukasi untuk menciptakan masyarakat yang peka terhadap kesehatan di Desa Karya Utama Kecamatan Cikedal Kabupaten Pandeglang. *Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, *4*(1), 1-8.

Nurcahyani, W. F. (2021). Pemberdayaan masyarakat kelurahan sonorejo dalam rangka meningkatkan pengetahuan mengenai hipertensi dengan media poster. *Warta LPM*, *24*(4), 656-666.

**Alya Anugrahayu Brilianti[1], Dwi Linna Suswardany[2]***

[1]Kesehatan Masyarakat, Fakultas Ilmu Kesehatan, Universitas Muhammadiyah Surakarta
[2]Pusat Studi Penyakit Kronis, Universitas Muhammadiyah Surakarta
Korespondensi penulis: Dwi Linna Suswardany. *Email: d.linna.suswardany@ums.ac.id

DOI: https://doi.org/10.33024/hjk.v19i12.2686

Paramasari, S. N., & Nugroho, A. (2021). Strategi komunikasi kesehatan dalam upaya membangun partisipasi publik pada masa pandemi Covid-19. *Jurnal lensa mutiara komunikasi*, *5*(1), 123-132.

Rahayu, F. S., & Kurniasari, R. (2022). Efektivitas media poster dan media video animasi terhadap tingkat pengetahuan remaja mengenai hipertensi. *Jurnal Kesehatan*, *11*(1), 53-58.

Sivakumar, M., Coundouris, S. P., Grainger, S. A., & Henry, J. D. (2025). Perceived efficacy of healthcare materials for older adults in the United Kingdom: The role of ageism and communication framing. *Educational Gerontology*, 1-13.

Stiehl, E., Borg, A., Cullen, J. P., Mendiola, A., Dominguez, O., Pester, D., & Kim, S. (2025). Engaging trusted messengers in public health response: Key strategies to building community trust among CDC'S prevention research center's vaccine confidence network. *Vaccine*, *60*, 127474.

Sumartono, S., & Astuti, H. (2018). Penggunaan poster sebagai media komunikasi kesehatan. *Komunikologi: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, *15*(1).

Thomas, J., Peterson, G. M., Walker, E., Christenson, J. K., Cowley, M., Kosari, S., & Naunton, M. (2018). Fake news: Medicines misinformation by the media. *Clinical Pharmacology & Therapeutics*, *104*(6).

Wolfe, N., Diaz, A., Do-Golden, B., Karpilow, E., Rubio-Diaz, M., & Kipke, M. D. (2025). The fundamentals of Health Research training for community health workers: a mixed-methods study. *Frontiers in Public Health*, *13*, 1610413.

Yang, S., Xu, W., & Chen, K. (2025). Digital literacy and its effects on older adults' health: exploring mechanisms and outcomes. *Frontiers in Public Health*, *13*, 1669425.

Yulianis, Y., Fauziah, A. U., & Kusumawati, D. (2020). Informasi Kesehatan melalui Penyuluhan, Poster dan Leaflet di Dusun Talang Parit Desa Kemingking Dalam Kecamatan Taman Rajo Provinsi Jambi. *Jurnal Abdimas Kesehatan (JAK)*, *2*(2), 157-162.

Zhang, C., Mohamad, E., Azlan, A. A., Wu, A., Ma, Y., & Qi, Y. (2025). Social media and eHealth literacy among older adults: systematic literature review. *Journal of medical Internet research*, *27*, e66058.

**Alya Anugrahayu Brilianti[1], Dwi Linna Suswardany[2]***

[1]Kesehatan Masyarakat, Fakultas Ilmu Kesehatan, Universitas Muhammadiyah Surakarta
[2]Pusat Studi Penyakit Kronis, Universitas Muhammadiyah Surakarta
Korespondensi penulis: Dwi Linna Suswardany. *Email: d.linna.suswardany@ums.ac.id

DOI: https://doi.org/10.33024/hjk.v19i12.2686