

Penerimaan terhadap media komunikasi visual poster dalam penyampaian pesan tentang pentingnya gizi

Ivanina Zuhdi Pane*, Endang Roh Suciwati, Ummanah
Akmal Fadila, Elisabeth Gabryela Siahaan, Nisa Arianri
Universitas Esa Unggul, Jakarta

Article Info

Article history:

Received August 26, 2025

Accepted October 1, 2025

Published May 1, 2026

Kata Kunci:

Komunikasi visual;
Penerimaan pesan;
Penyuluhan;
Poster;
Gizi.

ABSTRAK

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk mengkaji penerimaan dan efektivitas media komunikasi visual berupa poster dalam menyampaikan pesan tentang pentingnya gizi kepada masyarakat. Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif dengan metode survei untuk memperoleh gambaran objektif mengenai tingkat penerimaan peserta terhadap media yang digunakan. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner setelah responden mengikuti kegiatan penyuluhan yang dirancang secara sistematis. Kegiatan dilaksanakan di Desa Palasari, Kecamatan Cijeruk, Kabupaten Bogor pada tanggal 25 Mei 2025, dengan sasaran peserta ibu-ibu rumah tangga dan kader posyandu sebagai kelompok yang berperan penting dalam pemenuhan gizi keluarga. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa mayoritas peserta menilai media poster sebagai medium yang efektif dalam menyampaikan pesan tentang pentingnya gizi, dengan persentase sebesar 66,7%. Peserta juga mampu memahami isi pesan yang disampaikan, khususnya terkait gizi untuk bayi (41,5%), batita (16,7%), anak balita (16,7%), serta ibu hamil (25%). Selain itu, penggunaan gawai turut mendukung penyampaian pesan secara lebih luas, mengingat seluruh peserta aktif menggunakan aplikasi WhatsApp. Kesimpulan kegiatan ini menunjukkan bahwa penggunaan teks yang singkat, visual yang menarik, serta distribusi poster dalam format digital dapat meningkatkan efektivitas penyuluhan gizi. Implikasi dari kegiatan ini adalah perlunya pembentukan komunitas penyuluh guna memperluas jangkauan edukasi gizi di masyarakat secara berkelanjutan.



Corresponding Author:

Ivanina Zuhdi Pane,
Faculty of Communication Science, Esa Unggul University
Jl Arjuna Utara No 9 Tomang Tol Jakarta, 11520, Indonesia
Email: *ivanina.zuhdi@esaunggul.ac.id

1. LATAR BELAKANG

Gizi yang baik merupakan fondasi utama bagi kesehatan individu dan kualitas hidup masyarakat. Di Indonesia, tantangan masalah gizi seperti *stunting*, anemia, dan kekurangan energi kronis masih menjadi isu kesehatan masyarakat yang signifikan. Kurangnya pengetahuan orang tua, khususnya ibu, mengenai gizi seimbang menjadi faktor utama yang memperburuk situasi. Sebuah penelitian di Kabupaten Bogor menunjukkan kurangnya pengetahuan orang tua tentang pentingnya gizi bagi anak-anak. Hasil edukasi pada penyuluhan menunjukkan mayoritas responden dinilai kurang mengetahui tentang makanan bergizi, sehingga perlunya peningkatan pengetahuan ibu tentang makanan bergizi pada anak. Masalah yang terkait kasus *stunting* sering tidak disadari dan tidak diketahui oleh masyarakat. Oleh sebab itu, diperlukannya edukasi dan peningkatan

keterampilan orangtua dalam memenuhi kebutuhan gizi seimbang guna mencegah terjadinya kurang gizi pada anak yang mengakibatkan kasus stunting[1]. Pengetahuan orang tua mengenai gizi seimbang dapat dikatakan baik, pengetahuan yang baik, akan mempengaruhi pemberian kuantitas dan kualitas makanan dan minuman yang dikonsumsi oleh anak serta akan mempengaruhi kesehatan individu (Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 41 Tahun 2014 Tentang Pedoman Gizi Seimbang, 2014). Salah satu kegiatan PKM juga menyoroti tentang stunting. Pelaksanaan PKM di Desa Rawapanjang, Kecamatan Bojonggede, Bogor pada tanggal 28 Oktober 2024 yang ditujukan kepada sasaran yaitu ibu dari balita yang mengalami *stunting*, terdapat 34 balita. Teknik pelaksanaan kegiatan yaitu survey permasalahan mitra, penyiapan bahan, proses pengerjaan dan hasil pelaksanaan kegiatan. Media penyuluhan menggunakan media Power Point (PPT), pemberian brosur dan booklet serta pemberian makanan tambahan. Penggunaan *leaflet* dan *booklet* dapat membantu bidan dan kader sebagai bahan penyuluhan dan edukasi kepada masyarakat. Peningkatan pengetahuan orang tua bertambah sebelum (*Pretest*) dan setelah (*Posttest*)[2].

Stunting adalah suatu persoalan yang kerap diangkat dalam dunia kesehatan di seluruh dunia termasuk di Indonesia. *Stunting* merupakan salah satu permasalahan tumbuh kembang anak di Indonesia. *Stunting* ditandai dengan tidak liniernya antara tinggi badan anak dengan usianya. Masalah gizi di Indonesia yang menjadi perhatian utama saat ini adalah kekurangan gizi pada anak yang termasuk dalam periode emas 1000 HPK (Hari Pertama Kehidupan), yang dimulai dari 270 hari selama kehamilan dan 730 hari pada kehidupan pertama bayi yang dilahirkan. Pada bayi dan balita yang mengalami gangguan gizi pada saat 1000 HPK sangat berpengaruh terhadap perkembangan fisik dan kognitif[3].

Salah satu pendekatan strategis dalam meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat terhadap pentingnya gizi adalah melalui media komunikasi visual, seperti poster dan brosur. Media ini dapat menyampaikan pesan-pesan kesehatan secara ringkas, menarik, dan mudah dipahami oleh berbagai kalangan. Namun, efektivitas media visual ini sangat dipengaruhi oleh kualitas desain, isi pesan yang mudah dipahami, serta konteks sosial budaya masyarakat yang menjadi sasaran komunikasi.

Oleh karena itu, penting dilakukan penyuluhan untuk mengedukasi tentang gizi. Media komunikasi visual telah terbukti dapat meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai pentingnya gizi. Kegiatan Pengabdian Masyarakat melalui penyuluhan tentang pentingnya gizi dilakukan pada tanggal 24 Mei 2025 di wilayah Desa Palasari, Kecamatan Cijeruk, Kabupaten Bogor, sebagai representasi wilayah dengan potensi masalah gizi dan tantangan komunikasi kesehatan. Dokumentasi kegiatan ditunjukkan pada [Gambar 1](#).



Gambar 1. Tim PKM UEU dan Unhan Berfoto Bersama Penyelenggara Kegiatan PKM

Penelitian tentang efektivitas Iklan Layanan Masyarakat menggunakan media Iklan Layanan Masyarakat yang digunakan peneliti untuk mengatasi permasalahan sosial yaitu dengan menggunakan media cetak poster karena dapat dilihat sewaktu-waktu, bisa ditempel dimana saja, biaya pembuatan rendah, juga poster bertujuan untuk memotivasi, menyampaikan dan menyadarkan masyarakat terhadap permasalahan yang sedang terjadi di sekitar[4]. Keberhasilan ini tidak dapat dilepaskan dari penggunaan kalimat efektif dan bernada persuasif dalam setiap poster yang dibuat.

Keberhasilan poster untuk mempengaruhi perilaku khalayak sangat ditentukan oleh seberapa baik kalimat persuasif yang digunakan.

Dalam salah satu penelitian yang menggunakan pendekatan kualitatif, hasil temuan menunjukkan bahwa dalam era digital pun poster relevan untuk digunakan selama poster tersebut didesain untuk menampilkan ketertarikan visual dan pesan yang mengena. Penelitian yang dilakukan telah membuktikan bahwa mayoritas poster yang diteliti yang jumlahnya ada 100, menggunakan kalimat persuasif. Dengan rincian kalimat persuasif bujukan sejumlah enam poster (6%), ajakan sebanyak 24 poster (24%), dan paling banyak ialah imbauan dengan total 70 poster (70%)^[5].

Pada penelitian lain mengenai penggunaan, salah satunya, poster, dalam penyampaian pesan tentang pengelolaan hipertensi, ditemukan adanya peningkatan pengetahuan dan sikap tentang penyakit hipertensi. Metode yang digunakan yaitu intervensi menggunakan 3M (Three Media), di mana materi terkait pencegahan dan pengelolaan hipertensi disajikan ke dalam tiga media berbeda, antara lain kalender, PowerPoint, dan poster. Perubahan pengetahuan dan sikap responden diukur melalui kuesioner *pretest* dan *posttest*. Terdapat peningkatan rata-rata peningkatan pengetahuan dan sikap responden mengenai penyakit hipertensi setelah diadakannya penyuluhan. Meskipun demikian, hasil uji Wilcoxon tidak semua signifikan, dimana tidak terdapat perbedaan yang signifikan untuk variabel pengetahuan dan terdapat perbedaan yang signifikan untuk variabel sikap sebelum dan sesudah pengisian pre dan post-test terkait penyakit hipertensi^[6].

Selanjutnya, salah satu penelitian kualitatif deskriptif dilakukan dengan menggunakan media poster untuk menjelaskan alur pembuatan dan pemanfaatan media poster untuk komunikasi visual di desa Wanasari Kecamatan Muara Wahau. Penyampaian isi pesan dalam poster tempel yang diamati adalah tentang imbauan membuang sampah pada tempatnya dan mencuci tangan sebelum dan sesudah beraktivitas. Diharapkan poster tersebut dapat mengedukasi masyarakat untuk membentuk karakter yang terbiasa menjaga kebersihan di desa Wanasari. Selain itu, poster tersebut digunakan sebagai bahan referensi oleh pengurus desa Wanasari dalam menginformasikan cara membiasakan hidup bersih serta diharapkan dapat membantu pemahaman tentang pentingnya kebiasaan hidup sehat di desa Wanasari. Program penempelan poster ini diharapkan dapat membentuk karakter masyarakat yang terbiasa menjaga kebersihan di desa Wanasari^[7].

Di berbagai wilayah di Indonesia, masih ada anggota masyarakat yang memiliki kesadaran rendah akan pentingnya gizi. Informasi tentang pentingnya gizi serta sumber-sumber gizi yang bervariasi perlu diperbanyak. Penyampaian informasi tentang gizi belum sepenuhnya dilakukan secara terintegrasi melalui saluran yang bervariasi dengan menggunakan media konvensional seperti media cetak, elektronik (radio), luar ruang (poster, *flyer*, brosur, spanduk, *baliho*) dan yang terkini melalui media digital.

Tujuan penyuluhan ini adalah melaksanakan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat. Universitas Esa Unggul bekerja sama dengan Universitas Pertahanan untuk melakukan serangkaian kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang salah satunya adalah penyuluhan tentang gizi kepada ibu-ibu penyuluh di desa Palasari Kecamatan Cijeruk, Kabupaten Bogor. Media komunikasi visual dapat diartikan sebagai alat, perangkat, saluran atau sarana komunikasi yang fokus pada tulisan atau gambar yang ditangkap menggunakan indra penglihatan. Dalam salah satu penelitian ditemukan bahwa penggunaan media visual, seperti video animasi dan poster, efektif dalam meningkatkan pengetahuan gizi:

- a) Video Animasi. Studi di Bengkulu menunjukkan bahwa edukasi melalui video animasi meningkatkan pengetahuan remaja tentang gizi seimbang secara signifikan dibandingkan metode ceramah tradisional. Dari hasil, terdapat perbedaan antara pengetahuan setelah diberikan edukasi dengan metode ceramah dan video animasi, pengetahuan sebelum dan setelah diberikan edukasi dengan metode ceramah dan pengetahuan sebelum dan setelah diberikan edukasi dengan metode video animasi^[8].
- b) Poster dan Video. Penelitian lain menemukan bahwa penggunaan video dalam edukasi gizi meningkatkan pemahaman remaja tentang anemia. Edukasi nutrisi memiliki efek pada pengetahuan tentang anemia pada gadis-gadis remaja, dan lebih efektif disampaikan melalui media video^[9].
- c) Penggunaan Media Visual dalam Edukasi.

Pemanfaatan alat bantu visual dapat meningkatkan pemahaman kader tentang materi gizi dan memudahkan mereka dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat. Edukasi dengan alat bantu visual direkomendasikan menjadi metode yang tepat untuk meningkatkan pengetahuan dan mengoptimalkan peran serta kader dalam deteksi dini stunting[10]. Desain grafis dalam media visual juga dapat menunjang tampilan pesan dalam poster, dimana desain dapat dibuat secara digital dan disampaikan melalui media sosial seperti TikTok, Instagram, maupun Facebook. Di TikTok, desain grafis juga berfungsi sebagai elemen yang memperindah tiap konten[11].

Dalam Komunikasi Kesehatan, perlu diperhatikan kualitas isi pesan, dalam Pengantar Komunikasi Kesehatan [12] menjelaskan bahwa hal-hal yang mesti diperhatikan pada kualitas isi pesan:

- a) Akurat: yaitu pesan yang diinformasikan dibutuhkan memiliki kelengkapan yang baik yang bila digunakan akan memungkinkan mempengaruhi pengambilan keputusan, pesan yang dibutuhkan memiliki kebenaran, dan pesan yang diinformasikan memiliki keamanan.
- b) Tepat waktu: pesan yang diterima tidak terlambat
- c) Relevan: yaitu pesan yang diinformasikan memberikan manfaat bagi si penerima pesan kesehatan.
- d) Ekonomis, yaitu pesan yang diterima mempunyai manfaat yang lebih besar dibandingkan dengan biaya mendapatkannya.
- e) Kemudahan: yaitu pesan yang diterima mudah dipahami dan diperoleh.

Dalam sebuah kajian literatur dengan judul Efektivitas Metode Promosi Kesehatan Dalam Penanganan Stunting dijelaskan beberapa metode yang dapat digunakan dalam edukasi kesehatan, mencakup: metode ceramah, demonstrasi, *peer education*, *simulation game* dan edukasi Kesehatan[13-15] Pemilihan cara dalam melaksanakan promosi kesehatan perlu dilakukan dengan hati-hati, dengan mempertimbangkan isi atau informasi yang akan disampaikan, kondisi audiens atau penerima (termasuk aspek sosial budaya), dan faktor lain yang berhubungan dengan lingkungan komunikasi seperti waktu dan tempat. Tiap metode memiliki kekuatan dan kelemahan masing-masing, untuk itu diperlukan kombinasi beberapa metode untuk mengoptimalkan hasil.

2. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini menggunakan metode deskriptif, dengan teknik pengumpulan data yaitu kuesioner kepada peserta penyuluhan. Pengumpulan data dengan kuesioner berisi pertanyaan tentang penerimaan peserta terhadap isi pesan dalam poster yang digunakan untuk memberikan informasi tentang gizi. Komunikator dalam kegiatan ini adalah dosen-dosen Universitas Esa Unggul yang dibantu oleh 3 orang mahasiswa. Metode Pelaksanaan Pengabdian pada Masyarakat ini meliputi beberapa elemen yaitu:

- a) Peserta: 12 orang terdiri dari ibu rumah tangga dan kader posyandu
- b) Sumber daya pemberi penyuluhan:
Sumber daya yang berperan sebagai penyuluh adalah dosen Universitas Esa Unggul yang bekerja sama dengan Universitas Pertahanan. Topik tentang penggunaan media visual poster diberikan oleh dosen-dosen dari Universitas Esa Unggul. Pemirsa adalah mereka yang menjadi khalayak sasaran dari pengabdian ini yaitu penyuluh dan ibu rumah tangga.
- c) Proses
 - i. Penyampaian materi gizi melalui media poster dalam penyuluhan bertema penggunaan media visual poster (dengan menunjukkan poster pada [Gambar 2](#) kemudian penyajian isi pesan melalui presentasi PowerPoint di [Gambar 3](#).
 - ii. Sesi tanya jawab. Setelah penyuluhan, maka dilakukan tanya jawab dengan peserta untuk mencek pemahaman secara spontan.
 - iii. Pengisian kuesioner oleh peserta untuk dilengkapi. Ada 12 peserta yang memberikan tanggapan lengkap tentang penerimaan informasi tentang gizi.
- d) Analisis Data

Pengolahan data kuesioner secara deskriptif dan disajikan dalam bentuk tabel serta persentase.

e) Evaluasi

Jumlah peserta yang kurang dan waktu pelaksanaan yang singkat menjadi keterbatasan kegiatan ini. Pelaksanaan penyuluhan dilakukan sewaktu (*post*) dan bersamaan pula dengan waktu pengisian kuesioner oleh peserta penyuluhan.



Gambar 2. Poster Hidup Sehat Gizi Seimbang dan Poster 4 Sehat 5 Sempurna



Gambar 3. Penyuluhan Tentang Pentingnya Gizi

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil kuesioner menunjukkan bahwa mayoritas peserta adalah kader posyandu (58,3%) dan berusia di atas 35 tahun (75%). Seluruh peserta aktif menggunakan WhatsApp (100%) sebagai media komunikasi. Sebagian besar responden menilai isi pesan pada poster jelas, terutama terkait gizi balita (41,7%). Pesan gizi dinilai lebih jelas jika disampaikan melalui gawai (50%), sementara media visual dominan dipilih (66,7%) karena mudah dipahami. Perluasan kegiatan dapat dilakukan dengan membentuk komunitas yang memiliki minat sama terhadap pentingnya gizi untuk selanjutnya diberi pelatihan membuat konten yang relevan. Diskusi menegaskan bahwa poster merupakan media efektif untuk edukasi gizi, terutama jika disajikan dalam bentuk digital yang dapat diakses melalui gawai. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan media visual efektif meningkatkan pemahaman gizi [8]. Dari hasil respon pada kuesioner dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat diketahui karakteristik peserta pada [Tabel 1](#), [Tabel 2](#), dan [Tabel 3](#).

Tabel 1. Karakteristik berdasarkan Pekerjaan

	Frekuensi	Persen (%)	Kumulatif (%)
Ibu Rumah Tangga	5	41,7	41,7
Kader Posyandu	7	58,3	100
TOTAL	12	100	

Mayoritas peserta adalah kader posyandu. Dalam pengisian kuesioner ada juga yang menjawab kader sekaligus ibu Rumah Tangga.

Tabel 2. Karakteristik berdasarkan Usia

	Frekuensi	Persen (%)	Kumulatif (%)
20-25 Tahun	1	8,3	8,3
25-30 Tahun	1	8,3	16,7
30-35 Tahun	1	8,3	25
>35 Tahun	9	75,0	100
TOTAL	12	100	

Tabel 3. Karakteristik berdasarkan Pengeluaran

	Frekuensi	Persen (%)	Kumulatif (%)
>5.000.000	5	41,7	41,7
5.000.000-6.000.000	5	41,7	83,4
6.000.000-7.000.000	1	8,3	91,7
7.000.000-8.000.000	1	8,3	100
TOTAL	12	100	

Mayoritas memiliki pengeluaran per bulan di kisaran di bawah Rp. 5.000.000,- sampai dengan Rp. 6.000.000,-. Hanya 2 responden yang memiliki pengeluaran di atas Rp. 6.000.000,-. Hingga Rp. 8.000.000,-.

Tabel 4. Pemanfaatan Waktu Luang

	Frekuensi	Persen (%)	Kumulatif (%)
Mengurus Keluarga	4	33,3	33,3
Beres-beres Rumah	3	25,0	58,3
Jalan Pagi	2	16,7	75,0
Membaca	1	8,3	83,3
Berbagi Ilmu	1	8,3	91,7
Pengajian	1	8,3	100
TOTAL	12	100	

Terbanyak peserta menyatakan mengurus keluarga dan beres-beres rumah dalam memanfaatkan waktu luangnya. Dari [Tabel 4](#), [Tabel 5](#) dan [Tabel 6](#), dapat dilihat bahwa responden menggunakan WhatsApp dan aktif membaca.

Tabel 5. Karakteristik berdasarkan Kebiasaan Menggunakan Media Sosial

	Frekuensi	Total	Valid (%)
WhatsApp	12	100	100

Tabel 6. Keaktifan Membaca

	Frekuensi	Persen	Valid Persen
Ya, aktif	12	100	100

Tabel 7. Penerimaan Pesan yang disampaikan dalam Poster

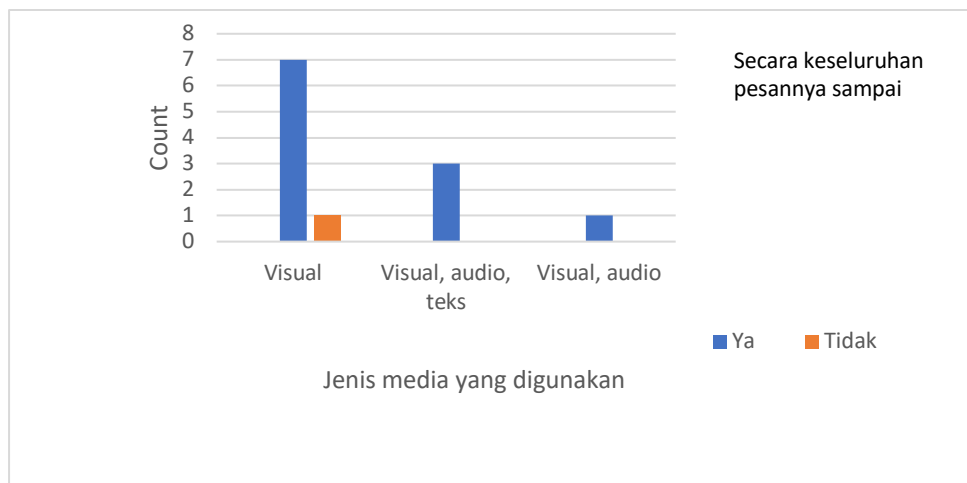
Pengetahuan	Ya, Jelas	Tidak Jelas	TOTAL	Persen (%)
Gizi Balita	5	0	5	41,7
Gizi Anak	1	1	2	16,7
Gizi Balita dan Anak-Anak	2	0	2	16,7
Gizi Balita, Anak dan Bumil	0	2	2	16,7
Gizi Anak dan Bumil	1	0	1	8,3
TOTAL	9	3	12	100

Hasil penelitian menunjukkan, terkait pesan dalam poster, responden yang mengetahui tentang gizi adalah mereka yang mengetahui gizi balita ($n=5$), lainnya tampak dalam data mereka yang mengetahui secara bervariasi tentang gizi balita, gizi anak dan bumil dapat dilihat pada [Tabel 7](#). Mereka yang menyatakan mengetahui tentang gizi balita adalah yang terbanyak menyatakan bahwa isi pesan dalam poster jelas. Gizi anak-anak maupun gizi bumil memerlukan isi pesan yang lebih eksplisit di poster.

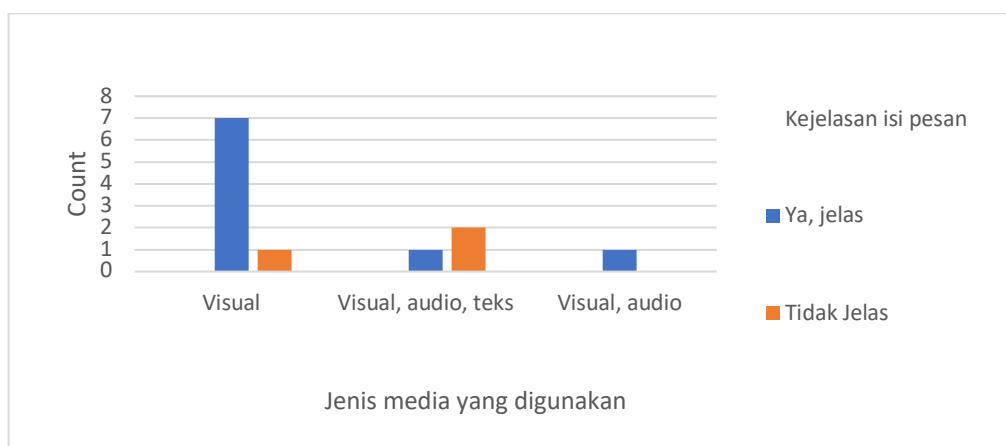
Tabel 8. Media penyampaian pesan tentang gizi dengan kejelasan isi pesan

Media	Ya, Jelas	Tidak Jelas	TOTAL	Persen (%)
Gadget	5	1	6	50,0
Lainnya (disebutkan)	2	0	2	16,7
Cetak dan gadget	1	2	3	25,0
Gadget dan lainnya	1	0	1	8,3
TOTAL	9	3	12	100

Terbanyak menyatakan untuk pesan tentang gizi, dapat disampaikan dengan jelas dengan menggunakan *gadget* (gawai) ($n=6$, 50%) dapat dilihat pada [Tabel 8](#). Hanya sedikit sekali yang berpendapat bahwa media cetak akan dapat menyampaikan pesan tentang gizi dengan jelas. Namun, jika dilihat dari [Tabel 5](#) maka tampak bahwa gawai memang mendominasi karena seluruhnya menggunakan media sosial WhatsApp dalam berkomunikasi (100%). Media visual poster yang disajikan dalam penyuluhan adalah berbentuk cetak, namun karena mayoritas responden menggunakan gawai (*gadget*) maka poster dapat dikonversi dalam bentuk digital atau *e-poster*. Demikian pula, kejelasan isi pesan dapat meningkat ketika penyampaian pesan dilakukan melalui gawai. Gawai saat ini menjadi alat komunikasi sehari-hari. Adapun jenis media yang digunakan lebih dominan pada media visual. Media visual, seperti pada penelitian-penelitian yang telah dijabarkan sebelumnya, lebih mudah diterima oleh khalayak dengan tingkat pendidikan yang rendah.



Gambar 4. Jenis Media & Pemahaman Isi Pesan



Gambar 5. Jenis Media & Kejelasan Isi Pesan

Dari grafik [Gambar 4](#) dan [Gambar 5](#) terlihat responden yang berkomunikasi dengan menggunakan media visual lebih banyak, dan menurut mereka pesan yang disampaikan dipahami (“pesannya sampai”) dan jelas. Pada tabel silang berikut, tampak bahwa media visual lebih mendominasi sebagai jenis media yang disetujui untuk digunakan. Visual dapat dikombinasikan dengan teks maupun audio. Namun jika disampaikan dengan visual saja, pesan akan diterima lebih jelas. Penerimaan secara visual lebih mudah dipahami seperti yang tampak pada [Tabel 9](#).

Tabel 9. Jenis Media yang Digunakan dengan Kejelasan Isi Pesan

Jenis Media yang Digunakan	Kejelasan Isi Pesan		Total	Persen (%)
	Ya, Jelas	Tidak Jelas		
Visual	7	1	8	66,7
Visual, audio, teks	1	2	3	25,0
Visual, Audio	1	0	1	8,3
TOTAL	9	3	12	100

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kegiatan PKM, strategi penyampaian pesan melalui media poster dapat ditingkatkan dengan mengoptimalkan penggunaan visual yang sederhana dan menarik, serta didukung oleh pemanfaatan media sosial seperti Facebook, Instagram, dan TikTok sebagai sarana distribusi pesan digital. Isi pesan perlu disusun secara ringkas dan mudah dipahami dengan

meminimalkan penggunaan teks agar tidak menimbulkan kerumitan dalam pemahaman. Selain itu, perluasan penyebaran materi melalui platform media sosial menjadi langkah strategis mengingat tingginya penggunaan gawai oleh peserta, sehingga edukasi, khususnya terkait pentingnya gizi, dapat menjangkau audiens yang lebih luas. Ke depan, kegiatan PKM disarankan untuk memperluas jangkauan melalui pembentukan komunitas yang melibatkan ibu rumah tangga dan penyuluh, serta mengembangkan program pelatihan pembuatan konten yang dilaksanakan secara daring maupun luring dengan biaya yang terjangkau.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] R. Munir et al., "Edukasi Mengenai Gizi Seimbang Anak Usia Dini," *KREASI J. Inov. dan Pengabd. Kpd. Masy.*, vol. 3, no. 1, pp. 85-95, 2023, doi: [10.58218/kreasi.v3i1.507](https://doi.org/10.58218/kreasi.v3i1.507)
- [2] Nina Herlina et al., "Edukasi Gizi Seimbang Sebagai Upaya Pencegahan Stunting Di Desa Rawapanjang Kecamatan Bojonggede Kabupaten Bogor," *Jurnal Abdi Masy. Multidisiplin*, vol. 3, no. 3, pp. 17-21, 2024, doi: [10.56127/jammu.v3i3.1781](https://doi.org/10.56127/jammu.v3i3.1781)
- [3] N. P. P. A. S. Dewi, "Komunikasi Informasi Edukasi Dan Demonstrasi Pemberian Makan Bayi Dan Anak Dalam Pencegahan Stunting," *JMM (Jurnal Masy. Mandiri)*, vol. 7, no. 2, p. 1372, 2023, doi: [10.31764/jmm.v7i2.13574](https://doi.org/10.31764/jmm.v7i2.13574)
- [4] M. Aditya Sukma Firmansyah, "Perancangan Poster Iklan Layanan Masyarakat Pencegahan Covid 19 Di Era New Normal Bagi Warga Karang Rejo Vii Surabaya," *J. Barik*, vol. 4, no. 2, pp. 146-159, 2022.
- [5] S. P. Collins et al., "No Title 濟無 No Title No Title No Title," vol. 9, no. 2, pp. 281-291, 2021.
- [6] H. H. D. Lasari, A. Amelia, C. Ramadhan, R. S. Jayanti, and R. M. Saragih, "Edukasi Pencegahan dan Pengelolaan Hipertensi melalui Penyuluhan 3M di Kelurahan Guntung Paikat," *To Maega J. Pengabd. Masy.*, vol. 5, no. 3, pp. 429-441, 2022, doi: [10.35914/tomaega.v5i3.1188](https://doi.org/10.35914/tomaega.v5i3.1188)
- [7] M. Rizal M, "Pemanfaatan Media Poster Tempel Untuk Komunikasi Visual Di Desa Wanasari Kecamatan Muara Wahau," *Al-Rabwah*, vol. 15, no. 01, pp. 36-41, 2021, doi: [10.55799/jalr.v15i01.76](https://doi.org/10.55799/jalr.v15i01.76)
- [8] M. Haya and T. Wahyu, "Effect of Education With the Method and Video Animation on Balanced Nutrition Knowledge for Prevention Anemia," *J. Vokasi Keperawatan*, vol. 4, no. 1, pp. 253-266, 2021, doi: [10.33369/jvk.v4i1.16162](https://doi.org/10.33369/jvk.v4i1.16162)
- [9] N. A. May Astuti and R. Kurniasari, "the Effect of Nutritional Education Through Poster Media and Video on the Improvement of Knowledge About Anemia in Adolescent Princess," *PLACENTUM J. Ilm. Kesehat. dan Apl.*, vol. 10, no. 2, p. 112, 2022, doi: [10.20961/placentum.v10i2.56226](https://doi.org/10.20961/placentum.v10i2.56226)
- [10] N. W. E. P. Darmayanti, "Pengaruh Pemberian Edukasi dengan Visual Aids Terhadap Tingkat Pengetahuan Kader Posyandu Balita Tentang Stunting Di Desa Singakerta," pp. 31-32, 2019.
- [11] Z. N. Putri, "Inovasi Desain Konten Tiktok Terhadap Penyebaran Informasi Komunikasi Di Masyarakat," *VCoDe Vis. Commun. Des. J.*, vol. 3, no. 1, p. 64, 2023, doi: [10.26887/vcode.v3i1.4015](https://doi.org/10.26887/vcode.v3i1.4015)
- [12] Yulia, S. K. M., and S. K. M, "Lailatul Qomariyah. Pengantar Komunikasi Kesehatan," *Publica Indonesia Utama*, 2024.
- [13] Muhamad Sahli, "Efektifitas Metode Promosi Kesehatan Dalam Penanganan Stunting: Literature Review," *J. Ilm. Kesehat. Masy. Dan Sos.*, vol. 3, no. 1, pp. 47-58, 2025, doi: [10.59024/jikas.v3i1.1161](https://doi.org/10.59024/jikas.v3i1.1161)
- [14] A. W. Utoyo, "Analisis Komunikasi Visual Pada Poster Sebagai Media Komunikasi Mendorong Jarak Sosial Di Jakarta Saat Epidem Covid 19," *LUGAS Jurnal Komunikasi*, vol. 4, no. 1, pp. 35-42, Jun. 2020, doi: [10.31334/lugas.v4i1.939](https://doi.org/10.31334/lugas.v4i1.939)
- [15] E. amanda, "Peranan komunikasi visual sebagai pendukung media promosi kesehatan," *Jan.* 2022, doi: <https://doi.org/10.31219/osf.io/5gpu3>

