

## Edukasi Pentingnya Akses Sanitasi Jamban yang Layak untuk Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Kabupaten Kendal melalui Iklan Layanan Masyarakat

Rayhan Yoga Pratama<sup>1\*</sup>, Abi Senoprabowo<sup>2\*</sup>

<sup>1,2</sup> Universitas Dian Nuswantoro, Indonesia

Alamat: Jl. Imam Bonjol No.207, Kota Semarang, Jawa Tengah, Indonesia

Korespondensi penulis: [abiseno.p@gmail.com](mailto:abiseno.p@gmail.com)

**Abstract.** *This study examines the importance of educating the community about access to proper sanitation facilities, especially toilets, in Kendal Regency. This study explores the effectiveness of public service advertisements (PSAs), especially posters, in raising awareness about sanitation. Using a qualitative research approach, this study combines data collection methods such as interviews, observations, and literature studies to design this PSA campaign. The analysis was conducted using Robin Landa's design process approach with the stages of orientation, analysis, concept, design, and implementation. This study emphasizes the importance of an educational approach that is tailored to local social and cultural conditions to address sanitation problems. The findings of the study indicate that public service advertisements through posters are an effective tool for changing community behavior and creating a healthier environment by promoting good sanitation habits. This study concludes that continued efforts are needed to strengthen the reach and impact of sanitation awareness campaigns, by involving relevant parties, such as local governments, health facilities, and community leaders, to ensure widespread adoption of better sanitation practices. This study contributes to efforts to improve sanitation in rural areas by proposing practical solutions for effective public education campaigns.*

**Keywords:** *education, health, Kendal, sanitation*

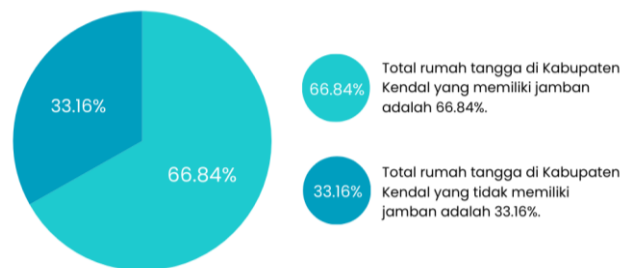
**Abstrak.** Penelitian ini mengkaji pentingnya edukasi kepada masyarakat tentang akses terhadap fasilitas sanitasi yang layak, khususnya jamban, di wilayah Kabupaten Kendal. Penelitian ini mengeksplorasi efektivitas iklan layanan masyarakat (ILM), khususnya poster, dalam meningkatkan kesadaran mengenai sanitasi. Dengan menggunakan pendekatan penelitian kualitatif, studi ini menggabungkan metode pengumpulan data seperti wawancara, observasi, dan studi pustaka untuk merancang kampanye ILM ini. Analisis yang dilakukan dengan pendekatan proses desain Robin Landa dengan tahapan orientasi, analisis, konsep, desain, dan implementasi. Penelitian ini menekankan pentingnya pendekatan edukasi yang disesuaikan dengan kondisi sosial dan budaya lokal untuk mengatasi masalah sanitasi. Temuan penelitian menunjukkan bahwa iklan layanan masyarakat melalui poster adalah alat yang efektif untuk mengubah perilaku masyarakat dan menciptakan lingkungan yang lebih sehat dengan mempromosikan kebiasaan sanitasi yang baik. Penelitian ini menyimpulkan bahwa upaya yang berkelanjutan diperlukan untuk memperkuat jangkauan dan dampak kampanye kesadaran sanitasi, dengan melibatkan pihak-pihak terkait, seperti pemerintah daerah, fasilitas kesehatan, dan tokoh masyarakat, guna memastikan adopsi praktik sanitasi yang lebih baik secara luas. Penelitian ini memberikan kontribusi pada upaya peningkatan sanitasi di daerah pedesaan dengan mengusulkan solusi praktis untuk kampanye edukasi masyarakat yang efektif.

**Kata kunci:** education, health, Kendal, sanitation

### 1. LATAR BELAKANG

Sanitasi lingkungan merupakan suatu usaha untuk mencapai lingkungan sehat melalui pengendalian faktor lingkungan fisik, khususnya hal-hal yang memiliki dampak merusak perkembangan fisik kesehatan dan kelangsungan hidup manusia (Zahra, Islam, Ahmad, & Ashari, 2024). Sanitasi lingkungan mempunyai kedudukan yang paling penting dalam kehidupan sehari-hari, karena berpengaruh terhadap kesehatan seseorang dan Masyarakat, sanitasi lingkungan dapat mencerminkan tata cara hidup dari masyarakat

tersebut (Sa'ban, Sadat, & Nazar, 2021). Pentingnya akses sanitasi yang layak merupakan isu krusial dalam pembangunan global yang berdampak signifikan terhadap kesehatan masyarakat, lingkungan, dan kesejahteraan sosial ekonomi (Fatristya, Saimah, Hadi, & Aryanti, 2025). Sanitasi yang buruk menjadi penyebab utama berbagai penyakit menular, stunting pada anak, serta pencemaran lingkungan yang merugikan. Di berbagai belahan dunia, terutama di negara berkembang, jutaan orang masih kekurangan akses terhadap fasilitas sanitasi dasar seperti toilet yang bersih dan sistem pengelolaan limbah yang aman (Ruslan, Firdaus, & Hidayatullah, 2024).



**Gambar 1.** Jumlah Rumah Tangga Memiliki dan Tidak Memiliki Jamban di Kendal  
(Sumber : Rencana pembangunan jangka menengah daerah kabupaten Kendal 2020-2024)

Hal ini masih menjadi prioritas bagi Dinas Pembangunan Umum dan Perumahan Rakyat Kabupaten Kendal, dikarenakan belum rata-nya akses sanitasi di beberapa wilayah Kabupaten Kendal. Dengan ini perlu adanya edukasi untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang sanitasi, melindungi kesehatan masyarakat dengan mencegah penyakit, menjaga lingkungan dari pencemaran air dan tanah, mendukung pembangunan berkelanjutan dengan menghemat sumber daya air, memenuhi regulasi, dan masalah drainase di Kabupaten Kendal. Salah satu cara edukasi yang dapat digunakan adalah dengan Iklan Layanan Masyarakat, Iklan layanan masyarakat adalah pesan persuasif yang bertujuan untuk membangun kesadaran dan mengubah perilaku masyarakat terhadap isu-isu sosial. Iklan jenis ini biasanya disiarkan secara gratis oleh berbagai media massa seperti televisi, radio, surat kabar, atau media sosial. Berbeda dengan iklan komersial yang bertujuan untuk menjual produk atau jasa, iklan layanan masyarakat lebih fokus pada kepentingan umum (Santoso, 2015).

Sementara itu media yang dirasa efektif adalah poster, karena kemampuannya dalam menyampaikan pesan secara visual dan ringkas. Daya tarik visualnya, melalui kombinasi gambar dan warna, mampu menarik perhatian audiens secara cepat. Pesannya yang singkat dan padat memudahkan pemahaman dalam waktu singkat, ideal untuk

khalayak dengan mobilitas tinggi. Penempatannya di lokasi strategis memungkinkan jangkauan publik yang luas, menjadikannya sarana efektif untuk informasi dan edukasi. Selain itu, poster juga memberikan ruang bagi ekspresi kreatif desainer, sehingga pesan dapat disampaikan dengan cara yang unik dan berkesan.

Terdapat beberapa penelitian terkait edukasi tentang akses sanitasi, seperti penelitian oleh Mayasari (2019), yang membahas tentang clustering akses akses air bersih dan sanitasi layak atau penelitian oleh Erna dkk. (2021) tentang analisis perilaku masyarakat dalam penggunaan jamban. Selain itu juga ada penelitian dari Silva Liem dkk. (2019) tentang analisis secara kritis perilaku sanitasi, konteks, narasi, gambar, percakapan yang disajikan dalam ILM, serta keterkaitannya dengan latar belakang sosial budaya masyarakat pedesaan. Meskipun penelitian-penelitian memberikan wawasan atau edukasi tentang sanitasi dan jamban, namun belum ada penelitian yang secara spesifik membahas tentang edukasi akses sanitasi jamban yang layak, khususnya di wilayah Kabupaten Kendal. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan menerapkan metode Robin Landa, yang mencakup tahapan *orientation, analysis, concepts, design, dan implementation*.

## 2. KAJIAN TEORITIS

### **Sanitasi dan Kesehatan Masyarakat**

Sanitasi yang layak adalah salah satu komponen penting dalam menjaga kesehatan masyarakat. Akses terhadap sanitasi yang baik mengurangi risiko penyebaran penyakit yang dapat mengancam kesehatan manusia. WHO (2024) menyatakan bahwa sanitasi yang buruk berkontribusi terhadap tingginya angka penyakit berbasis lingkungan seperti diare, yang masih menjadi masalah utama di negara berkembang. Di Indonesia, terutama di daerah pedesaan seperti Kabupaten Kendal, masih banyak masyarakat yang belum sepenuhnya memiliki akses ke fasilitas sanitasi yang layak (WHO & UNICEF, 2021). Oleh karena itu, edukasi mengenai pentingnya sanitasi yang layak menjadi krusial untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat.

### **Iklan Layanan Masyarakat dalam Meningkatkan Kesadaran**

Iklan layanan masyarakat (ILM) merupakan salah satu media komunikasi yang efektif untuk menyebarkan informasi terkait masalah sosial, termasuk sanitasi. ILM dirancang untuk mengedukasi audiens mengenai isu-isu sosial, dengan tujuan akhir untuk mempengaruhi perubahan perilaku (Nwokeocha, 2023). Menurut penelitian oleh Venkat & Janakiram (2021), penggunaan media massa seperti ILM dapat meningkatkan kesadaran

masyarakat terhadap masalah kesehatan, termasuk pentingnya sanitasi yang layak. Pesan-pesan yang disampaikan dalam ILM harus bersifat edukatif, menarik, dan relevan dengan kebutuhan audiens untuk mencapai dampak yang signifikan (Sinaga & Senoprabowo, 2023).

### **Pengaruh Komunikasi Massa dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat**

Menurut teori komunikasi sosial, pesan yang disampaikan melalui media massa seperti ILM dapat mempengaruhi perubahan sikap dan perilaku masyarakat. Teori difusi inovasi (Rogers, Singhal, & Quinlan, 2014) menjelaskan bagaimana ide-ide baru, seperti perubahan kebiasaan terkait sanitasi, dapat diterima oleh masyarakat melalui komunikasi massa yang efektif. Sebuah studi oleh Islam dkk. (2021) menunjukkan bahwa kampanye media yang melibatkan media visual dan audio dapat mempercepat perubahan perilaku dalam masyarakat, termasuk kebiasaan menjaga kebersihan sanitasi.

### **Tantangan dalam Implementasi Kampanye Sanitasi**

Salah satu tantangan utama kampanye sanitasi di Kabupaten Kendal adalah rendahnya tingkat pemahaman masyarakat terkait manfaat sanitasi yang layak (Musyarofah, 2022). Selain itu, akses informasi yang terbatas di daerah pedesaan sering kali menghambat efektivitas kampanye edukasi yang dilakukan melalui media massa. Oleh karena itu, penting untuk merancang kampanye yang sesuai dengan karakteristik lokal dan mengintegrasikan berbagai platform media untuk mencapai audiens yang lebih luas.

## **3. METODE PENELITIAN**

Pada perancangan iklan layanan masyarakat ini akan menggunakan metode kualitatif yang didapatkan dari pengumpulan data, Metode kualitatif adalah metode penelitian yang menggunakan metode, langkah-langkah, dan proses yang berkaitan dengan data dan informasi yang diperoleh dari responden. Data yang diperoleh akan diperkuat dengan observasi, agar mendapat gambaran visual yang sesuai. Metode kualitatif lebih menekankan pada pemaknaan dan penafsiran data yang diperoleh sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih rinci dan mendalam mengenai suatu fenomena sosial (Rukhmana dkk., 2022). Metode pengumpulan data yang akan digunakan adalah metode wawancara, studi pustaka, dan observasi.

Terdapat beberapa pendekatan dalam memproses desain. Salah satunya adalah proses desain yang dipaparkan oleh Robin Landa. Dalam bukunya berjudul “Graphic Design Solution” (Landa, 2018), Robin Landa memaparkan 5 fase dalam proses desain.

Fase tersebut adalah *orientation, analysis, concepts, design*, dan *implementation*. Kelima tahapan ini merupakan tahapan berjenjang dan bertingkat. Sehingga masing-masing tahapan harus dilalui untuk mendapatkan hasil yang sesuai.

a. *Orientation* (orientasi)

Pada tahap ini penulis melakukan riset menggunakan metode kualitatif, yaitu wawancara dan observasi di Dinas Pembangunan Umum dan Perumahan Rakyat Kabupaten Kendal. Tahapan ini dilakukan untuk mendapatkan informasi tentang keadaan dan kondisi akses sanitasi Kabupaten Kendal.

b. *Analysis* (analisis)

Pada tahap ini penulis menganalisis data yang telah didapatkan untuk menentukan kesimpulan dan solusi dengan menggunakan analisis framing. Analisis framing adalah pendekatan dalam kajian media dan komunikasi yang digunakan untuk memahami bagaimana media menyusun, menyajikan, dan menginterpretasi suatu isu atau peristiwa. Istilah "framing" merujuk pada cara media memilih, menyoroti, dan mengorganisasi informasi untuk mempengaruhi cara pandang audiens terhadap suatu topik atau kejadian.

c. *Concepts* (konsep)

Pada tahap ini penulis mulai merancang konsep yang paling sesuai berdasarkan data yang telah didapatkan untuk perancangan iklan yang berisi : What To Say, How To Say, copywriting, dan konsep media yang akan digunakan.

1) What To Say?

Ini merujuk pada isi pesan atau informasi utama yang ingin disampaikan kepada audiens. Dalam iklan layanan masyarakat, "what to say" berkaitan dengan hal-hal penting yang perlu diinformasikan kepada masyarakat, seperti fakta, data, atau ajakan untuk bertindak.

2) How To Say?

Ini berkaitan dengan gaya penyampaian, pendekatan komunikasi, dan strategi kreatif yang digunakan untuk menyampaikan pesan tersebut. Dalam hal ini, "how to say" mencakup elemen-elemen seperti pemilihan kata, gambar, emosi yang ingin dibangkitkan, serta media yang digunakan.

3) Copywriting

Copywriting adalah seni dan teknik menulis teks atau konten dengan tujuan untuk mempengaruhi pembaca, mendorong tindakan, atau mengkomunikasikan pesan tertentu, terutama dalam konteks pemasaran dan periklanan.

d. *Design* (desain)

Pada tahap ini penulis mulai membuat karya berupa poster yang nantinya akan di visualisasikan berdasarkan data yang telah didapatkan. Dimulai dari sketsa berupa gambar kasar atau ide awal tentang layout, elemen visual, dan komposisi yang akan digunakan dalam desain akhir. Kemudian pengembangan desain lebih lanjut menggunakan software desain seperti Adobe Illustrator, Photoshop, atau alat desain lainnya. Pada tahap ini, elemen desain yang lebih rinci mulai ditambahkan, seperti warna, tipografi, grafik, dan gambar. Dan diakhiri *final design* dengan memastikan bahwa desain telah selesai dan siap untuk diproduksi atau diterbitkan. Pada tahap ini, desain diperiksa kembali untuk kesalahan kecil, seperti kesalahan ketik, kesalahan warna, atau elemen yang tidak sesuai.

e. *Implementation* (implementasi)

Pada tahap Implementasi dalam proses pembuatan karya iklan layanan masyarakat merujuk pada tahap terakhir di mana desain atau konsep iklan yang telah dibuat, diuji, dan disetujui, akhirnya diterapkan atau diluncurkan untuk disebarkan kepada audiens target. Tahap ini adalah langkah untuk mewujudkan hasil desain ke dalam bentuk nyata yang dapat dilihat, didengar, atau diakses oleh masyarakat.

#### **4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

***Orientation* (orientasi)**

Berdasarkan data yang didapatkan di Dinas Pembangunan Umum dan Perumahan Rakyat Kabupaten Kendal, dapat disimpulkan bahwa masih banyak rumah tangga di Kabupaten Kendal yang tidak memiliki jamban. Dapat dilihat dari persentase diatas, data tersebut didapat dari Laporan Akhir Inventarisasi SPALD Dinas Pembangunan Umum dan Perumahan Rakyat Kabupaten Kendal Tahun 2024.

**Tabel 1** Jumlah Jamban Rumah Tangga di Kabupaten Kendal Tahun 2020

| <b>Nama Kecamatan</b> | <b>Jamban Sendiri</b> | <b>Jamban Bersama/Umum</b> | <b>Tidak Ada</b> | <b>% Rumah Tangga Tidak Memiliki Jamban</b> |
|-----------------------|-----------------------|----------------------------|------------------|---------------------------------------------|
| Plantungan            | 2,731                 | 727                        | 1,614            | 31,82%                                      |
| Sukorejo              | 3,939                 | 1,779                      | 745              | 11,49%                                      |
| Pageruyung            | 2,303                 | 473                        | 2,049            | 42,47%                                      |
| Patean                | 2,951                 | 1,059                      | 1,222            | 23,36%                                      |
| Singorojo             | 3,877                 | 945                        | 1,303            | 21,23%                                      |
| Limbangan             | 2,716                 | 441                        | 606              | 16,10%                                      |
| Boja                  | 4,118                 | 845                        | 1,121            | 19,42%                                      |
| Kaliwungu             | 2,856                 | 945                        | 823              | 19,42%                                      |
| Kaliwungu Selatan     | 2,840                 | 625                        | 1,035            | 27,70%                                      |
| Brangsong             | 2,662                 | 915                        | 1,105            | 29,34%                                      |
| Pegandon              | 1,697                 | 570                        | 1,576            | 41,01%                                      |
| Ngampel               | 1,509                 | 513                        | 1,356            | 45,84%                                      |
| Gemuh                 | 2,250                 | 872                        | 1,148            | 33,10%                                      |
| Ringinarum            | 1,410                 | 850                        | 2,400            | 51,50%                                      |
| Weleri                | 2,392                 | 1,094                      | 808              | 18,17%                                      |
| Rowosari              | 1,907                 | 468                        | 1,393            | 36,57%                                      |
| Kangkung              | 2,206                 | 808                        | 1,586            | 41,80%                                      |
| Cepiring              | 1,771                 | 875                        | 1,817            | 41,63%                                      |
| Patebon               | 2,479                 | 621                        | 1,851            | 33,35%                                      |
| Kota Kendal           | 1,590                 | 228                        | 1,312            | 33,16%                                      |
| <b>TOTAL</b>          | <b>49,824</b>         | <b>15,388</b>              | <b>32,359</b>    | <b>33,16%</b>                               |

(Sumber: Rencana pembangunan jangka menengah daerah kabupaten Kendal 2020-2024)

Presentase penduduk yang terlayani sistem air limbah yang memadai di Kabupaten Kendal mengalami peningkatan. Tahun 2011 persentase penduduk yang terlayani sebesar 40%, tahun 2015 meningkat menjadi 58%. Persentase rumah tangga yang tidak memiliki jamban berdasarkan data PBDT 2015 paling banyak adalah Kecamatan Rowosari (56,17%), kemudian Kecamatan Ringinarum (51,5%). Adapun kecamatan yang rumah tangganya tidak memiliki jamban paling rendah adalah Kecamatan Sukorejo (11,49%). Total rumah tangga di Kabupaten Kendal yang tidak memiliki jamban adalah 33, 16%. Oleh karena itu edukasi tentang sanitasi jamban yang layak bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya kebersihan dan kesehatan lingkungan.

Hasil dari wawancara yang dilakukan secara garis besar menggambarkan situasi dan rencana terkait sanitasi di Kabupaten Kendal. Saat ini, akses sanitasi dianggap cukup, meskipun masih ada tantangan untuk memberikan akses yang sama kepada semua orang, terutama bagi kelompok masyarakat yang rentan dan di daerah terpencil. Infrastruktur terus dibangun, dengan fokus pada peningkatan pengelolaan air limbah dan fasilitas sanitasi

umum dan pribadi. Untuk menjaga keberlanjutan sistem sanitasi, masyarakat harus terlibat dengan meningkatkan kesadaran dan mendorong perubahan perilaku. Tantangan utama meliputi keterbatasan pendanaan, kendala geografis, dan perlunya koordinasi yang lebih baik antar pemangku kepentingan.

### **Analysis (analisis)**

Berikut analisis Framing dari data permasalahan mengenai kurangnya kesadaran dan edukasi pentingnya akses sanitasi jamban yang layak di Kabupaten Kendal.

**Tabel 2.** Analisis Framing

| <b>No</b> | <b>Realita</b>                                                                                                            | <b>Ideal</b>                                                                                                     | <b>Penyebab</b>                                                                                                    | <b>Statement</b>                                                                                                                              | <b>Info</b>                                                                                                            |
|-----------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>1.</b> | Masih banyak masyarakat yang sudah memiliki kamar mandi tapi masih memilih untuk buang air besar di sungai.               | Melibatkan tokoh masyarakat, untuk menyampaikan pesan-pesan edukasi dengan cara yang sesuai dengan budaya lokal. | Kebiasaan dan budaya dari lingkungan tempat tinggal.                                                               | Masalah sanitasi dan perilaku masyarakat terkait buang air besar di sungai adalah masalah kompleks yang membutuhkan pendekatan multidisiplin. | Upaya untuk mengatasi masalah ini harus melibatkan semua pihak, termasuk masyarakat, pemerintah, dan tokoh masyarakat. |
| <b>2.</b> | Sungai yang digunakan untuk buang air besar masih digunakan untuk mencuci pakaian.                                        | Kampanye penyuluhan kesehatan tentang pentingnya sanitasi jamban yang bersih dan layak.                          | Banyak orang tidak sepenuhnya memahami dampak negatif dari buang air besar di sungai.                              | Masalah perilaku masyarakat terkait buang air besar di sungai adalah masalah kompleks yang membutuhkan pendekatan multidisiplin.              | Air sungai yang tercemar feces dapat menyebabkan infeksi kulit, diare, dan penyakit lainnya.                           |
| <b>3.</b> | Belum meratanya akses sanitasi dari pemerintah setempat, dan juga banyak fasilitas sanitasi yang rusak dan tidak terawat. | Berikan pelatihan kepada masyarakat tentang pengelolaan sanitasi dan cara memelihara fasilitas sanitasi.         | Pemerintah setempat mungkin tidak memiliki sumber daya atau prioritas untuk membangun dan memelihara infrastruktur | Pemerintah memiliki peran penting dalam menyediakan akses sanitasi yang layak dan terawat.                                                    | Peraturan Pemerintah Nomor 66 Tahun 2014.                                                                              |

|  |  |  |                        |  |  |
|--|--|--|------------------------|--|--|
|  |  |  | sanitasi yang memadai. |  |  |
|--|--|--|------------------------|--|--|

Kesimpulan analisis dalam iklan layanan masyarakat yang akan penulis buat dengan topik edukasi pentingnya akses sanitasi jamban yang layak, penulis ingin memberitahu masyarakat, mulai dari penduduk sekitar bantaran sungai, hingga pemerintah daerah, untuk bersama-sama menggunakan jamban yang bersih dan layak. Meningkatkan kesadaran masyarakat betapa pentingnya akses sanitasi jamban yang layak, dengan media poster, diharapkan Masyarakat akan lebih sadar dan beralih ke jamban yang layak, demi kehidupan yang lebih sehat kedepannya.

### **Concepts (konsep)**

Pada Iklan Layanan Masyarakat (ILM) ini menggunakan pendekatan Rasional, yakni pendekatan yang isi pesannya menampilkan fakta-fakta, logika dan biasanya bersifat informatif. Pada ILM ini menggunakan pendekatan rasional dengan memberikan informasi mengenai ciri-ciri dan pentingnya jamban yang layak. *What To Say?* (Apa yang disampaikan) dalam poster ini penulis ingin memberi informasi tentang ciri ciri dan jenis jamban yang layak. *How To Say?* (Bagaimana cara menyampaikannya) Penulis menyampaikannya dengan cara memanfaatkan visual yang kuat dan menarik untuk memperkuat pesan, dengan ilustrasi yang menjabarkan jenis dan ciri jamban yang tidak layak. Dengan ilustrasi dan layout jamban yang layak.

Sementara itu konsep media yang digunakan adalah media cetak berupa poster iklan layanan masyarakat (ILM) yang dicetak dalam ukuran A2 (42x59.4cm) menggunakan bahan *Art Carton* dengan laminasi doff dan diletakan di beberapa fasilitas kesehatan, seperti Rumah Sakit, Klinik, dan Puskesmas, dengan tujuan untuk mendidik, menginformasikan, atau mengajak audiens untuk melakukan suatu tindakan positif terkait isu-isu sosial, kesehatan, lingkungan, dan sebagainya. Untuk *copywriting* pada poster terdiri dari *Headline*, *Subheadline*, dan *Bodycopy* sebagai berikut, *Headline* bertuliskan “Sanitasi OKE, Penyakit NO!” dengan menggunakan font telegraf berukuran besar untuk mempertegas pesan yang ingin disampaikan, untuk *Subheadline* bertuliskan “Kenali jenis jamban yang sehat dan aman untuk keluarga anda.” Diletakkan pada bagian bawah poster dan *Bodycopy* bertuliskan “Tidak berbau, tidak mencemari air, tidak mencemari tanah, bebas dari serangga.” yang menyebutkan ciri-ciri dan jenis jamban yang layak berada dibagian tengah poster.

### **Design (desain)**

#### **a. Gaya Visual**

Poster ini mengusung gaya visual yang sederhana namun efektif dalam menyampaikan pesan tentang pentingnya sanitasi yang layak. Gaya visual ini menggunakan elemen-elemen yang mudah dipahami untuk menyampaikan informasi dengan cara yang langsung dan menarik, menjadikannya alat yang efektif dalam kampanye kesehatan masyarakat.

#### **b. Ilustrasi**

Poster ini menggunakan ikon-ikon yang mudah dipahami untuk menyampaikan pesan, seperti tetesan air, tanah, lalat, dan bentuk toilet. Ikon-ikon ini dibuat dengan gaya yang sederhana dan kartun, sehingga mudah dicerna oleh audiens.

#### **c. Warna**

Poster sanitasi ini menggunakan warna putih sebagai dasar untuk menekankan kebersihan, dengan aksen biru pada ikon air untuk menyoroti pentingnya air bersih, coklat pada ikon tanah untuk mengaitkan dengan alam, hijau pada ikon bau yang tidak sedap, dan hitam pada ikon serangga sebagai peringatan visual, serta merah pada kata "NO!!" untuk menekankan bahaya penyakit jika kelayakan akses sanitasi diabaikan, secara keseluruhan penulis ingin menciptakan pesan yang kuat tentang pentingnya sanitasi yang baik untuk kesehatan keluarga.

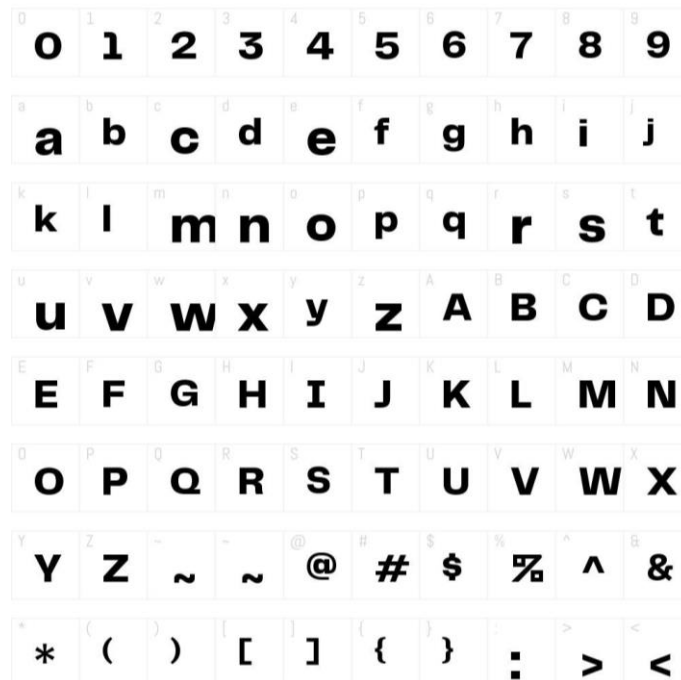


**Gambar 2.** Kode warna yang digunakan dalam poster

#### **d. Tipografi**

Poster ini menggunakan *font* Telegraf yang tegas dan mudah dibaca untuk menyampaikan pesan penting tentang sanitasi jamban, dengan latar belakang hijau cerah yang menarik perhatian dan menonjolkan ikon-ikon simbolis seperti tetesan air biru, tanah coklat, bau yang tidak sedap hijau, dan serangga hitam untuk mengilustrasikan ciri-ciri dan jenis sanitasi yang baik, diawali dengan seruan "SANITASI OKE PENYAKIT NO!!" yang ditekankan dengan warna merah pada kata

“NO!!” untuk menarik perhatian dan menekankan pentingnya menjaga kebersihan jamban demi kesehatan keluarga.

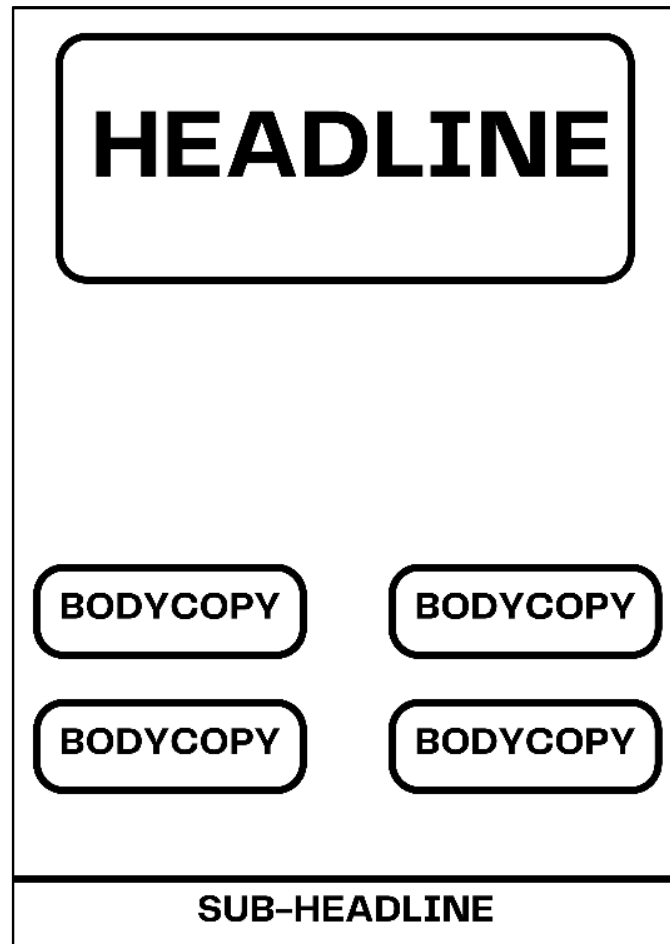


**Gambar 3.** Bentuk Font Telegraf

(Sumber: [onlinewebfonts.com](http://onlinewebfonts.com))

e. Layout

Layout poster ini dirancang dengan struktur yang jelas dan hierarki visual yang kuat, menampilkan judul utama ("HEADLINE") di bagian atas untuk menarik perhatian, diikuti oleh badan teks ("BODYCOPY") yang terbagi dalam empat kotak terpisah untuk memudahkan pembaca mencerna informasi, dan diakhiri dengan sub-judul ("SUB-HEADLINE") di bagian bawah untuk memberikan penutup atau ajakan tindakan, semuanya disusun secara simetris dengan ruang kosong yang cukup untuk menciptakan tampilan yang seimbang, rapi, dan mudah dibaca.



**Gambar 4** Gambaran layout poster yang akan dibuat

f. Sketsa

Sketsa poster ini menampilkan desain yang lebih sederhana dan minimalis dibandingkan dengan poster sebelumnya, dengan menggunakan gambar dan teks dalam warna hitam dan putih. Teks utama, "SANITASI OKE PENYAKIT NO!" ditulis dengan huruf besar yang mencolok, memberikan kesan tegas dan memikat perhatian. Gambar jamban di tengah poster dikelilingi oleh ikon-ikon yang menggambarkan manfaat sanitasi yang benar, seperti tidak mencemari air, tidak mencemari tanah, dan manfaat bagi kesehatan. Pesan edukatif di bagian bawah poster mengajak masyarakat untuk mengenali jenis jamban yang aman dan sehat untuk keluarga. Secara keseluruhan, desain ini mengedepankan kesederhanaan visual yang mudah dipahami namun tetap efektif dalam menyampaikan pesan penting mengenai sanitasi yang layak.



**Gambar 5.** Gambaran sketsa komprehensif poster yang akan dibuat

g. Final Desain

Poster ini dirancang dengan tata letak yang bersih dan minimalis, menampilkan kloset putih sebagai fokus utama untuk memvisualisasikan sanitasi yang layak, diapit oleh judul "SANITASI OKE PENYAKIT NO!!" dengan font telegraf yang tegas dan ikon-ikon simbolis yang mengilustrasikan manfaat sanitasi yang baik seperti air dan tanah yang tidak tercemar, tidak berbau, dan bebas serangga, serta diakhiri dengan ajakan untuk mengenali jenis jamban yang sehat dan aman bagi keluarga, semuanya bertujuan untuk menyampaikan pesan penting tentang menjaga kebersihan jamban demi kesehatan keluarga.



**Gambar 6.** Final desain poster ILM

### ***Implementation (implementasi)***

Desain poster yang telah dibuat diimplementasikan dengan cermat di berbagai lokasi di fasilitas kesehatan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya sanitasi yang layak. Poster ini akan dicetak dalam ukuran A3 dengan menggunakan kertas Ivory. Dalam ruang klinik, poster dipasang di dinding dekat meja layanan, memungkinkan pengunjung untuk melihat dan memproses informasi saat mereka mengurus administrasi atau menunggu. Di ruang tunggu rumah sakit, poster diletakkan di tempat yang strategis agar pasien dan keluarga mereka yang sedang menunggu giliran dapat menerima pesan edukasi tentang sanitasi yang benar. Poster ini juga dipasang di kamar rumah sakit, di mana pasien dapat melihatnya saat beristirahat atau menjalani perawatan, memperkuat kesadaran akan pentingnya sanitasi dalam mendukung pemulihan dan mencegah penyebaran penyakit. Selain itu, poster ditempatkan di papan pengumuman di ruang yang digunakan untuk pertemuan atau edukasi, memberi kesempatan bagi pengunjung untuk memperoleh informasi lebih lanjut mengenai kebersihan dan sanitasi. Secara keseluruhan, penempatan

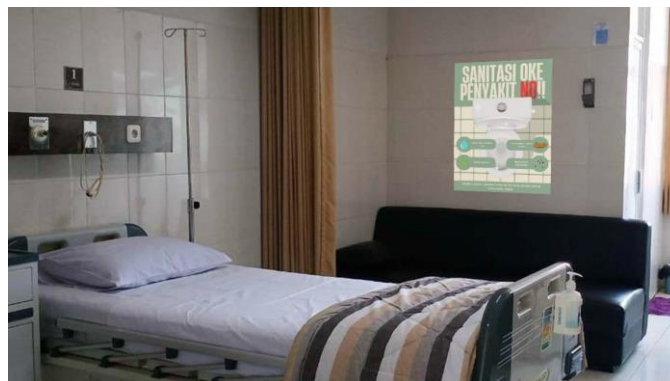
poster ini di berbagai titik strategis memastikan bahwa berbagai audiens—termasuk pengunjung, pasien, dan staf—dapat terpapar informasi penting tentang sanitasi yang layak, mendorong perubahan perilaku menuju lingkungan yang lebih sehat.



**Gambar 7.** Implementasi Poster di Ruang Klinik



**Gambar 8.** Implementasi Poster di Ruang Tunggu



**Gambar 9.** Implementasi Poster di Ruang Perawatan



**Gambar 10.** Implementasi Poster di Mading layanan kesehatan

## **5. KESIMPULAN DAN SARAN**

Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan kesadaran masyarakat Kabupaten Kendal tentang pentingnya akses sanitasi yang layak dapat dilakukan melalui kampanye iklan layanan masyarakat yang efektif. Berdasarkan analisis dan implementasi desain iklan berupa poster, diharapkan masyarakat akan lebih memahami manfaat sanitasi yang baik dan memotivasi mereka untuk beralih ke penggunaan jamban yang sehat dan aman. Penempatan poster di berbagai fasilitas kesehatan, seperti rumah sakit, klinik, dan puskesmas, akan memperluas jangkauan edukasi sanitasi. Meskipun terdapat tantangan dalam hal pemahaman masyarakat yang rendah tentang sanitasi yang layak dan keterbatasan akses informasi, pendekatan visual yang sederhana dan informatif melalui media poster terbukti efektif untuk menyampaikan pesan tersebut. Oleh karena itu, disarankan agar kampanye edukasi sanitasi ini terus diperkuat, dengan memperhatikan kondisi lokal dan melibatkan semua pihak, termasuk pemerintah dan masyarakat setempat, untuk mencapai perubahan perilaku yang berkelanjutan dalam meningkatkan kualitas sanitasi di Kabupaten Kendal.

## **DAFTAR REFERENSI**

- Erna, E., Yusuf, A., & Azis, R. (2021). Analisis perilaku masyarakat dalam penggunaan jamban. *Jurnal Ilmiah Kesehatan Sandi Husada*, 10(2), 440–446. <https://doi.org/10.35816/jiskh.v10i2.629>
- Fatristya, L. G. I., Saimah, W., Hadi, I., & Aryanti, E. (2025). Peran air bersih dan sanitasi dalam meningkatkan kualitas hidup: Tinjauan literatur terhadap pencapaian tujuan SDGs 2030. *Jurnal Pendidikan, Sains, Geologi, dan Geofisika (GeoScienceEd Journal)*, 6(1), 596–602.
- Islam, M., Benjamin-Chung, J., Sultana, S., Unicomb, L., Alam, M., Rahman, M., ... Luby, S. P. (2021). Effectiveness of mass media campaigns to improve handwashing-related

behavior, knowledge, and practices in rural Bangladesh. *The American Journal of Tropical Medicine and Hygiene*, 104(4), 1546–1553. <https://doi.org/10.4269/ajtmh.20-1154>

- Landa, R. (2018). *Graphic design solutions*. [https://books.google.co.id/books?id=\\_8UIzgEACAAJ](https://books.google.co.id/books?id=_8UIzgEACAAJ)
- Liem, S., Marta, R. F., & Panggabean, H. (2019). Sanitation behavior and risk of stunting: Understanding the discourse of a public service announcement. *Jurnal The Messenger*, 11(2), 168–181.
- Mayasari, T. R. (2019). Clustering akses air bersih dan sanitasi layak kabupaten/kota di Provinsi Lampung. *Seminar Nasional Official Statistics*, 2019(1), 563–572.
- Musyarofah, S. (2022). Studi kualitatif determinan balita stunting di Kelurahan Bandengan Kecamatan Kota Kendal. *JKM (Jurnal Kesehatan Masyarakat) Cendekia Utama*, 10(1), 98–109.
- Nwokeocha, I. M. (2023). Effectiveness of public service announcements in promoting social causes. *Social Sciences Journal*, 91–110.
- Rogers, E. M., Singhal, A., & Quinlan, M. M. (2014). Diffusion of innovations. In *An integrated approach to communication theory and research* (pp. 432–448). Routledge.
- Rukhmana, T., Darwis, D., IP, S., Alatas, A. R., Tarigan, W. J., Mufidah, Z. R., ... ST, S. (2022). *Metode penelitian kualitatif*. CV Rey Media Grafika.
- Ruslan, A., Firdaus, P. A., & Hidayatullah, M. H. (2024). *Inovasi dan strategi dalam pengelolaan kekayaan sumber daya*. Uwais Inspirasi Indonesia.
- Sa'ban, L. M. A., Sadat, A., & Nazar, A. (2021). Jurnal PKM meningkatkan pengetahuan masyarakat dalam perbaikan sanitasi lingkungan. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1).
- Santoso, H. (2015). *Upaya meningkatkan minat dan budaya membaca buku melalui iklan layanan masyarakat*. Universitas Negeri Malang.
- Sinaga, M. R. B., & Senoprabowo, A. (2023). Perancangan iklan layanan masyarakat pekerja anak di bawah umur Provinsi Riau untuk mengurangi peningkatan pekerja anak di Provinsi Riau. *CITRAKARA*, 5(2), 176–195.
- Venkat, M., & Janakiram, C. (2021). Mass media coverage in health & oral health-related advertisements: A content analysis in Kerala, India. *Journal of Oral Biology and Craniofacial Research*, 11(3), 451–456.
- WHO, & UNICEF. (2021). *Progress on household drinking water, sanitation and hygiene 2000–2020: Five years into the SDGs*. World Health Organization.
- WHO. (2024). *Water and sanitation*.
- Zahra, A. S., Islam, F., Ahmad, H., & Ashari, A. E. (2024). [No title]. *Jurnal Kesehatan Lingkungan Mapaccing*, 2(1), 15. <https://doi.org/10.33490/mpc.v2i1.1155>