

# ANALISIS VISUAL DESAIN POSTER EVENT LOKAL DI SUKABUMI DAN PENGARUHNYA TERHADAP MINAT HADIR

Ramiatul Kamila <sup>1)</sup>, Firman Mutaqin <sup>2)</sup>

<sup>1)</sup>Universitas Nusa Putra  
ramiatul.kamila\_dv21@nusaputra.ac.id

<sup>2)</sup>Universitas Nusa Putra  
firman.mutaqin@nusaputra.ac.id

## ABSTRAK

Poster merupakan media promosi yang efektif untuk menyampaikan informasi secara atraktif dan jelas kepada audiens. Melalui desain yang mencolok dan penyampaian yang singkat, poster mampu menarik perhatian serta memudahkan audiens untuk memahami informasi yang disampaikan. Namun, desain poster juga sering kali menghadapi tantangan seperti kurangnya daya tarik visual, penggunaan tipografi yang tidak sesuai, atau penyampaian pesan yang kurang jelas, sehingga dapat mengurangi efektivitas poster tersebut dalam menarik perhatian audiens dan memengaruhi keputusan mereka untuk berpartisipasi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis desain visual poster pada beberapa *event* lokal yang diadakan di Sukabumi serta pengaruhnya terhadap minat hadir audiens dengan berfokus pada elemen visual dan kejelasan informasi di dalamnya. Adapun elemen visual yang dianalisis meliputi warna, tipografi, tata letak, serta gambar atau ilustrasi. Metode penelitian yang digunakan yaitu analisis kuantitatif melalui survei yang melibatkan 36 responden dan analisis kualitatif melalui studi pustaka. Data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan kerangka *AIDA* (*Attention, Interest, Desire, Action*) dan analisis *copywriting*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa desain visual dan kejelasan informasi pada poster *event* memiliki pengaruh signifikan terhadap minat hadir audiens. Selain itu, faktor-faktor lain seperti jenis *event*, target audiens, dan daya tarik narasumber juga turut memengaruhi keputusan audiens sehingga dapat meningkatkan efektivitas poster sebagai media promosi.

**Kata Kunci:** Desain, Elemen Visual, Informasi, Minat Hadir, Poster *Event*.

## ABSTRACT

*Posters are an effective promotional media to convey information attractively and clearly to the audience. Through striking designs and concise delivery, posters are able to attract attention and make it easier for the audience to understand the information conveyed. However, poster design also often faces challenges such as lack of visual appeal, inappropriate use of typography, or unclear message delivery, which can reduce the effectiveness of the poster in attracting the audience's attention and influencing their decision to participate. This study aims to analyze the visual design of posters at several local events held in Sukabumi and their influence on the audience's interest in attending by focusing on visual elements and the clarity of the information in them. The visual elements analyzed include color, typography, layout, and images or illustrations. The research method used is quantitative analysis through a survey involving 36 respondents and qualitative analysis through literature studies. The data collected were then analyzed using the AIDA (Attention, Interest, Desire, Action) framework and copywriting analysis. The results of the study indicate that visual design and clarity of information on event posters have a significant influence on the audience's interest in attending. In addition, other factors such as the type of event, target audience, and attractiveness of the resource person also influence the audience's decision, thereby increasing the effectiveness of posters as a promotional medium.*

**Keywords:** Design, Visual Elements, Information, Attendance Interest, Event Poster.

## PENDAHULUAN

Poster merupakan salah satu media yang digunakan untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat melalui kombinasi tulisan, gambar, atau keduanya. Penggunaan poster sangat beragam dan terus berkembang seiring dengan kemajuan teknologi dan cara berkomunikasi. Saat ini, poster banyak digunakan untuk mempromosikan suatu produk atau jasa, alat bantu edukasi, menyebarkan informasi kampanye sosial kesehatan, serta mempromosikan beragam *event* seperti konser, pameran, seminar, dan kegiatan lainnya. Dalam poster *event*, informasi yang disampaikan biasanya mencakup nama *event*, tanggal, waktu, lokasi, dan detail penting lainnya yang tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi, tetapi juga sebagai media yang dapat memengaruhi keputusan audiens untuk ikut berpartisipasi di dalamnya.

Desain poster yang menarik dan informatif menjadi semakin penting karena dapat meningkatkan daya tarik audiens dan mempermudah penyampaian pesan secara efektif. Namun, saat ini masih banyak dijumpai beberapa kekurangan dalam kualitas desain poster, seperti kurangnya daya tarik visual, penyampaian informasi yang tidak jelas, atau ketidaksesuaian antara desain dan pesan yang ingin disampaikan. Banyak poster yang tidak memanfaatkan prinsip desain secara optimal sehingga pesan yang ingin disampaikan sering kali tidak dapat diterima dengan baik oleh audiens. Hal ini menjadi tantangan besar, terutama di lingkungan lokal seperti daerah Sukabumi dan sekitarnya, di mana banyak *event* diadakan dan saling bersaing untuk mendapatkan perhatian masyarakat. Oleh karena itu, diperlukan adanya pendekatan yang lebih kreatif dan strategis oleh pihak penyelenggara acara dalam membuat poster yang efektif agar lebih meningkatkan efektivitas promosi acara.

Sejumlah penelitian terdahulu telah banyak membahas mengenai analisis desain poster. Akan tetapi, masih terdapat kekurangan penelitian yang signifikan dan spesifik mengenai analisis visual desain poster *event* dan pengaruhnya terhadap minat hadir masyarakat terutama di daerah tertentu. Sebagian besar penelitian terdahulu bersifat umum dan kurang fokus pada konteks lokal, sehingga tidak mencerminkan kebutuhan dan preferensi audiens di wilayah tersebut. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi kekurangan tersebut melalui analisis elemen-elemen visual pada desain poster seperti warna, tipografi, tata letak, dan gambar/ilustrasi, serta mengukur dampaknya terhadap minat hadir audiens pada berbagai *event* yang diadakan di daerah Sukabumi. Melalui pendekatan yang lebih spesifik dan lokal, diharapkan penelitian ini dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam dan relevan mengenai bagaimana desain poster dapat memengaruhi keputusan masyarakat untuk berpartisipasi dalam berbagai *event* yang diadakan di daerah mereka. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi panduan bagi pihak penyelenggara acara dan para desainer untuk menciptakan poster yang lebih efektif dalam menarik perhatian audiens serta meningkatkan partisipasi masyarakat dalam kegiatan lokal.

## TINJAUAN PUSTAKA

Penelitian ini menganalisis temuan dari beberapa karya ilmiah terdahulu untuk menunjukkan keterkaitan dengan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Adapun karya ilmiah yang dimaksud adalah sebagai berikut:

Penelitian Kaylee S. White dari Utah State University yang berjudul "*Effective Poster Design*" membahas tentang prinsip-prinsip desain grafis yang efektif dalam pembuatan poster untuk menarik perhatian audiens. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa untuk menciptakan poster yang efektif, diperlukan proses desain yang sistematis dan memanfaatkan elemen-elemen desain dengan tepat. Selain itu, penerapan prinsip-prinsip desain seperti kontras, *grid*, keseimbangan, dan ritme juga sangat penting. Melalui penerapan prinsip-prinsip tersebut, poster yang dibuat tidak hanya mampu menarik perhatian, tetapi juga mampu menyampaikan pesan secara jelas dan memotivasi audiens untuk mengambil tindakan sesuai dengan tujuan desain yang telah ditetapkan. Oleh karena itu, penelitian ini sangat bermanfaat dalam memahami dasar-dasar desain grafis yang efektif dalam pembuatan poster.

Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Rafii Fediansyah R. dan Maya Purnama Sari dari Universitas Pendidikan Indonesia pada tahun 2021 dengan judul "*Pengaruh Fotografi Dalam Poster Film 5 Cm Terhadap Minat Penonton*" membahas bagaimana penggunaan fotografi dalam poster film

5 Cm dapat memengaruhi minat masyarakat untuk menonton film tersebut. Menggunakan metode survei dengan skala *Likert*, hasil penelitian menunjukkan bahwa fotografi yang digunakan dalam poster tersebut memiliki dampak positif bagi minat penonton. Dari 50 responden, 72% memberikan tanggapan positif terhadap elemen fotografi yang ada pada poster. Hal ini menunjukkan bahwa elemen visual seperti fotografi dapat memperkuat gambaran film dan meningkatkan rasa ingin tahu audiens, sehingga mendorong mereka untuk lebih tertarik dan terlibat dalam cerita yang disampaikan.

Penelitian yang dilakukan oleh Winda Nur Fadilah dan Ferdian Ardani Putra dari Universitas Islam Jember pada tahun 2023 yang berjudul "*Pengaruh Poster Film Gampang Cuan di Media Sosial terhadap Minat Nonton Mahasiswa Universitas Islam Jember*" menjelaskan hubungan antara poster film dengan minat menonton mahasiswa Universitas Islam Jember. Hasilnya menunjukkan bahwa poster film *Gampang Cuan* berpengaruh terhadap minat mahasiswa untuk menonton film tersebut. Berdasarkan uji regresi linear sederhana, diperoleh koefisien determinasi sebesar 34,1%, yang menunjukkan poster film ini menyumbang 34,1% terhadap minat mahasiswa untuk menonton, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti. Penelitian ini menegaskan pentingnya elemen visual poster dalam pemasaran film, khususnya dalam menarik perhatian audiens di kalangan mahasiswa.

### ***Desain Poster sebagai Media Komunikasi Visual***

Menurut John Gierla dalam Supriyono (2010: 128), "Perbedaan utama poster dibandingkan dengan media cetak lainnya adalah kemampuannya untuk menyampaikan informasi kepada pembaca yang sedang bergerak". Hal ini menunjukkan bahwa poster memiliki kemampuan unik untuk menjangkau audiens secara efektif, bahkan ketika mereka sedang bergerak atau tidak dapat memberi perhatian penuh. Karena kemampuannya untuk menyampaikan informasi secara singkat dan jelas, poster dapat menjangkau audiens dalam berbagai situasi, baik di ruang publik maupun melalui platform digital. Keunggulan ini menjadikan poster sebagai alat promosi yang sangat efektif, karena informasi yang disampaikan dapat mudah dipahami dan diingat oleh masyarakat luas.

### ***Prinsip-Prinsip Desain Poster***

Dalam merancang poster, terdapat enam prinsip desain yang penting untuk diperhatikan. Menurut DeBara (2018) dalam Utoyo (2020: 36), prinsip-prinsip tersebut meliputi:

- A. Font  
Pemilihan jenis *font* yang tepat memiliki peranan penting dalam menyampaikan pesan secara efektif kepada audiens. *Font* yang dipilih harus menarik perhatian, jelas, mudah dibaca, dan sesuai dengan tema *event*. Dengan demikian, poster tidak hanya terlihat menarik secara visual, tetapi juga memudahkan audiens untuk memahami informasi yang disampaikan di dalamnya.
- B. Warna  
Warna berperan besar dalam menarik perhatian dan menciptakan suasana. Kombinasi warna yang baik tidak hanya meningkatkan daya tarik visual pada poster, tetapi juga membantu menyampaikan emosi dan makna yang diinginkan.
- C. Judul  
Judul adalah elemen paling penting dalam sebuah poster karena berfungsi sebagai daya tarik utama yang mampu menarik perhatian audiens secara cepat. Judul yang ringkas, jelas, dan mencerminkan inti pesan poster akan memudahkan audiens memahami informasi yang ingin disampaikan bahkan dalam waktu singkat.
- D. Space  
Penggunaan *white space* (ruang kosong) yang tepat sangat penting untuk menciptakan keseimbangan antar elemen. *White space* ini berfungsi untuk mengarahkan perhatian audiens pada bagian-bagian penting, serta mencegah kesan berantakan yang bisa mengganggu pesan yang ingin disampaikan. Dengan memanfaatkan *white space* secara efektif, poster menjadi lebih rapi dan jelas, sehingga informasi yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh audiens.
- E. Ukuran  
Ukuran poster harus disesuaikan berdasarkan tujuan dan lokasi penempatannya. Menentukan ukuran yang tepat dalam desain poster sangat penting untuk menciptakan komunikasi visual yang

efektif. Hal ini memastikan informasi dapat terbaca dengan jelas, meskipun dilihat dari jarak jauh, serta membantu mengatur hierarki visual dan keseimbangan antar elemen dalam poster.

F. Grafik

Elemen grafis seperti gambar, ilustrasi, atau ikon sangat penting dalam desain poster karena dapat memperkuat pesan visual, menarik perhatian audiens, dan menciptakan kesan yang mendalam. Penggunaan elemen grafis yang tepat juga membantu menyampaikan informasi secara efektif dan memperjelas tema atau tujuan dari poster.

### ***Pengaruh Desain Poster terhadap Minat Hadir***

Desain poster memiliki peran penting dalam menarik perhatian dan memengaruhi minat audiens untuk hadir dalam suatu *event*, terutama melalui elemen-elemen visual seperti *layout* (tata letak), warna, tipografi, dan gambar. Desain yang menarik dan informatif dapat menciptakan daya tarik emosional serta membantu menyampaikan informasi acara dengan jelas sehingga meningkatkan kemungkinan partisipasi audiens. Selain aspek visual, informasi yang disampaikan juga harus jelas, padat, dan mudah dipahami, agar audiens dapat dengan cepat mengetahui detail acara seperti waktu, lokasi, dan kegiatan yang akan berlangsung. Penyusunan informasi tersebut perlu dilakukan secara terstruktur dan disesuaikan dengan tema *event* untuk menciptakan keselarasan antara pesan yang ingin disampaikan dan desain yang digunakan.

### ***Kerangka AIDA***

Kerangka *AIDA* adalah akronim dari *Attention*, *Interest*, *Desire*, dan *Action*, yang merupakan model klasik dalam pemasaran yang diciptakan oleh Elias St. Elmo Lewis pada tahun 1898 (Nugraha, 2020). Menurut Lewis, sebuah strategi pemasaran yang sukses harus mengikuti formula tertentu agar efektif dalam menarik perhatian audiens, membangkitkan minat, menciptakan keinginan, dan mendorong mereka untuk mengambil tindakan.

A. Attention (Perhatian)

Tujuan utama dari tahap *Attention* ini adalah menarik perhatian audiens. *Attention* pada poster dapat dicapai melalui penggunaan elemen visual yang mencolok seperti warna yang kontras, tipografi yang tepat, atau gambar yang relevan dan memikat. Menarik perhatian audiens adalah langkah awal untuk membangkitkan minat mereka dan memastikan informasi yang disampaikan dapat diterima dengan baik.

B. Interest (Minat)

Setelah berhasil menarik perhatian, langkah selanjutnya adalah mengembangkan minat audiens terhadap informasi yang disampaikan. Penataan tata letak yang terorganisasi dengan baik, didukung oleh penyampaian informasi yang relevan dan menarik, berperan penting dalam mempertahankan fokus audiens sekaligus meningkatkan keterlibatan mereka terhadap pesan yang ingin disampaikan.

C. Desire (Keinginan)

Tahap *Desire* bertujuan untuk menumbuhkan keinginan audiens agar terlibat lebih jauh dengan objek yang dipromosikan. Pada tahap ini, menonjolkan elemen-elemen seperti logo sponsor, manfaat yang akan diperoleh, serta testimoni dari peserta sebelumnya memiliki peranan yang signifikan. Penyampaian nilai tambah yang relevan dan sesuai dengan kebutuhan audiens tersebut bertujuan untuk mengubah minat menjadi keinginan kuat yang mendorong audiens untuk berpartisipasi atau melakukan tindakan lebih lanjut.

D. Action (Tindakan)

Tahap *Action* berfokus pada mendorong audiens untuk mengambil tindakan yang diinginkan, seperti mendaftar acara, membeli tiket, atau mengikuti program lain yang ditawarkan. Penyampaian informasi yang jelas, disertai ajakan yang persuasif, akan mempermudah audiens dalam mengambil keputusan untuk berpartisipasi. Dengan memberikan instruksi yang mudah diikuti serta menekankan urgensi atau manfaat dari tindakan tersebut, audiens akan lebih termotivasi untuk segera melakukan langkah yang diharapkan.

Dalam penelitian ini, *AIDA* digunakan sebagai kerangka untuk mengevaluasi bagaimana elemen-elemen desain poster dapat memengaruhi minat audiens untuk menghadiri berbagai *event* lokal di Sukabumi. kerangka ini digunakan untuk menilai sejauh mana elemen desain seperti warna, tipografi,

gambar, dan *layout* dapat menarik perhatian, membangkitkan minat, menumbuhkan keinginan, dan mendorong audiens untuk mengambil tindakan (*call to action*). Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya bertujuan untuk memahami pengaruh desain terhadap minat audiens, tetapi juga untuk memberikan rekomendasi dalam merancang poster yang lebih efektif agar meningkatkan partisipasi audiens pada *event* lokal lainnya di masa mendatang.

### **Copywriting**

Menurut Tom Albrighton (2013) dalam Jesslyn dan Agustiniingsih (Jesslyn and Agustiniingsih, 2021), *copywriting* merupakan penggunaan bahasa secara efektif untuk tujuan promosi atau persuasi. Dalam menyusun *copywriting*, seorang *copywriter* perlu memahami jenis kata dan gaya bahasa yang tepat untuk menyampaikan pesan. Kata-kata yang dipilih harus mampu menggambarkan hakikat produk dengan akurat, sehingga dapat menciptakan citra positif dan menyampaikan fakta-fakta yang relevan. *Copywriting* dalam desain poster memegang peran penting dalam menyampaikan pesan yang jelas dan persuasif kepada audiens. Pemilihan kata yang tepat dapat meningkatkan daya tarik poster, memperjelas informasi, serta membangun ketertarikan audiens terhadap isi poster. *Copywriting* yang efektif tidak hanya membantu menyampaikan pesan dengan baik, tetapi juga dapat memotivasi audiens untuk mengambil tindakan yang diharapkan, seperti mendaftar atau menghadiri kegiatan yang dipromosikan. Unsur-unsur dalam *copywriting*, seperti tipografi, *headline*, *sub-headline*, *bodycopy*, dan *closing word*, berperan penting dalam membentuk perilaku audiens dan membangkitkan emosi mereka untuk meningkatkan minat hadir di acara yang dipromosikan.

Berdasarkan pernyataan tersebut, analisis *copywriting* pada poster dapat difokuskan pada elemen-elemen berikut:

- A. **Headline**  
Menganalisis sejauh mana *headline* dapat menarik perhatian dan menyampaikan tema utama acara dengan jelas dan efektif.
- B. **Body Copy**  
Menilai kualitas *body copy* dalam memberikan informasi yang jelas dan mudah dipahami, serta memastikan apakah elemen naratif yang ada mampu membangun koneksi emosional dengan audiens.
- C. **Tipografi**  
Memperhatikan pemilihan jenis huruf dan gaya tipografi yang mendukung keterbacaan, sekaligus menekankan informasi penting dengan tepat.
- D. **Emosi dan Perilaku Audiens**  
Menilai kemampuan *copywriting* dalam membangkitkan emosi tertentu, serta dampak pesan dalam poster terhadap persepsi dan dorongan audiens untuk hadir pada acara yang dipromosikan.

### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode gabungan kuantitatif dan kualitatif untuk menganalisis efektivitas desain poster dalam menarik minat audiens. Metode kuantitatif dilakukan melalui survei menggunakan kuesioner yang dirancang untuk mengumpulkan data dari masyarakat Sukabumi dan sekitarnya. Kuesioner ini bertujuan untuk mengevaluasi minat publik setelah melihat beberapa desain poster *event* yang telah disiapkan, serta mengidentifikasi elemen-elemen desain yang dianggap menarik oleh audiens. Penilaian dilakukan menggunakan skala *Likert* dengan rentang 1 (sangat tidak setuju), 2 (tidak setuju), 3 (netral), 4 (setuju), hingga 5 (sangat setuju). Skala ini digunakan untuk mengukur persepsi audiens terkait daya tarik visual, kejelasan informasi, dan minat mereka untuk menghadiri *event*.

Sementara itu, data kualitatif diperoleh melalui studi literatur dari berbagai jurnal dan buku yang relevan guna memberikan konteks serta landasan teori yang mendalam untuk mendukung analisis dan hasil penelitian. Penelitian ini mengacu pada *AIDA* (*Attention, Interest, Desire, Action*) sebagai kerangka analisis untuk menilai efektivitas setiap poster yang diteliti. Selain itu, analisis *copywriting* diterapkan untuk mengkaji elemen-elemen tulisan dalam poster seperti *headline*, *body copy*, dan *call to action*, serta mengeksplorasi bagaimana elemen-elemen tersebut dapat membangun keterhubungan

emosional dengan audiens dan memotivasi mereka untuk mengambil tindakan. Pendekatan ini bertujuan untuk memberikan pemahaman lebih mendalam mengenai pengaruh desain poster terhadap minat audiens dan mengidentifikasi faktor-faktor lain yang memengaruhi keputusan mereka untuk hadir dalam sebuah *event*.

## PEMBAHASAN

### *Penyajian Data*

#### A. Data Responden

Kategori	Sub Kategori	Jumlah Responden	Persentase
Usia	<18 tahun	3	8,30%
	18-25 tahun	23	63,9%
	26-35 tahun	6	16,7%
	>35 tahun	4	11,1%
Jenis Kelamin	Laki-laki	18	50%
	Perempuan	18	50%
Frekuensi Menghadiri Event	Sering	6	16,70%
	Kadang	28	77,80%
	Tidak pernah	2	5,60%

**Tabel 1.** Data Responden  
Sumber: Dokumen Peneliti

Tabel di atas menyajikan data responden kuesioner yang mencakup informasi mengenai usia, jenis kelamin, dan frekuensi mengikuti *event*. Dari total 36 responden, diperoleh informasi sebagai berikut:

1. Mayoritas responden berada pada rentang usia 18-25 tahun, dengan jumlah 23 orang. Selain itu, terdapat 6 responden dalam rentang usia 26-35 tahun, 4 responden berusia lebih dari 35 tahun, dan 3 responden berusia di bawah 18 tahun.
2. Terdapat keseimbangan sempurna antara jumlah responden laki-laki dan perempuan, masing-masing berjumlah 18 orang.
3. Berdasarkan frekuensi kehadiran *event*, sebanyak 28 responden menyatakan bahwa mereka kadang-kadang menghadiri *event*, 6 responden menyatakan sering menghadiri *event*, dan 2 responden menyatakan tidak pernah menghadiri *event*.

Data ini memberikan wawasan penting mengenai profil audiens yang menjadi target poster, serta membantu dalam mengevaluasi sejauh mana desain poster berhasil menarik perhatian dan minat hadir dari berbagai kelompok demografis.

#### B. Gambar Poster Event



Poster A  
"Suara Kaum Pribumi"  
Talkshow Mahasiswa



Poster B  
"Run For Care"  
Event Lari



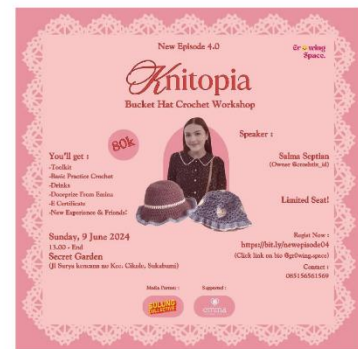
Poster C  
"Bintang"  
Stand Up Comedy



Poster D  
"Tepang Karya Vol. 3"  
Seminar dan Pameran



Poster E  
"Reflexion"  
Mirror Clay Workshop



Poster F  
"Knitopia"  
Bucket Hat Crochet Workshop

Gambar 1. Gamber Beberapa Poster Event  
Sumber: Dokumen Peneliti

### C. Hasil Kuesioner

Kategori Pertanyaan	Poster A	Poster B	Poster C	Poster D	Poster E	Poster F
Desain Visual Poster (1-5)	3,8	2,8	2,3	3,5	3,1	2,2
Kejelasan Informasi (1-5)	4	3,8	2,8	3,3	3,5	3,1
Minat Hadir (1-5)	3,5	3,5	3	3,4	3,4	3,1
Poster Paling Menarik (%)	44,40	16,70	8,30	16,70	13,90	0

Tabel 2. Hasil Kuesioner  
Sumber: Dokumen Peneliti

Tabel di atas menampilkan hasil kuesioner yang diisi oleh 36 responden terkait enam poster acara yang dianalisis (Poster A-F). Penilaian mencakup empat kategori, yaitu desain visual poster, kejelasan informasi, minat hadir audiens, dan poster yang dianggap paling menarik. Nilai-nilai yang tercantum dalam tabel merupakan hasil rata-rata skor, yang dihitung dengan menjumlahkan total skor yang diberikan oleh responden, kemudian membaginya dengan jumlah responden.

Rumus perhitungan rata-rata yang digunakan:

$$\text{Rata-rata} = \frac{\text{Total skor responden}}{\text{Jumlah responden}}$$

Kemudian berikut adalah penjelasan lebih lengkap dari tabel hasil kuesioner di atas:

1. **Poster A:** Memperoleh penilaian tertinggi di semua kategori, dengan total nilai 44,40%. Poster ini dianggap paling menarik oleh responden karena memiliki desain yang baik, informasi yang jelas, dan mampu meningkatkan minat hadir audiens terhadap acaranya. Inilah yang membuatnya menempati posisi pertama di antara semua poster yang dianalisis.
2. **Poster B:** Poster B menempati urutan kedua dalam menarik perhatian audiens. Meski berada di bawah Poster A, Poster B lebih unggul dibandingkan Poster D dalam hal kejelasan informasi dan minat hadir. Namun, dari segi desain, Poster B sedikit kalah dibandingkan Poster D, meskipun tetap dianggap cukup menarik secara keseluruhan.
3. **Poster D:** Sama seperti Poster B, Poster D juga menempati urutan kedua sebagai poster paling menarik. Dari segi desain, Poster D lebih unggul dibandingkan Poster B, namun dalam hal kejelasan informasi dan minat hadir, Poster B memperoleh nilai yang lebih baik.
4. **Poster E:** Berada di urutan keempat dalam menarik perhatian audiens. Desainnya dinilai cukup baik, namun masih kalah dibandingkan dengan Poster A, B, dan D. Meski begitu, informasi yang disampaikan cukup lengkap, dan minat hadir responden terhadap acara ini cukup tinggi.
5. **Poster C:** Menempati urutan kelima dalam menarik perhatian audiens. Meskipun desainnya menarik, Poster C dinilai kurang dalam aspek kejelasan informasi dan minat hadir dibandingkan dengan Poster B dan D.
6. **Poster F:** Menempati peringkat terakhir dalam menarik perhatian audiens. Secara keseluruhan, Poster F dianggap kurang menarik oleh responden. Namun, dalam hal kejelasan informasi dan minat hadir, Poster F masih lebih unggul dibandingkan Poster C.

#### D. Data Pengunjung Event

Poster	Jumlah Pengunjung Event
Poster A	124
Poster B	253
Poster C	120
Poster D	50
Poster E	25
Poster F	20

**Tabel 3.** Data Pengunjung Event  
Sumber: Dokumen Peneliti

Berdasarkan tabel data pengunjung di atas, *event* yang menggunakan poster B berhasil menarik jumlah pengunjung tertinggi, yaitu 253 pengunjung. Poster A mengikuti dengan 124 pengunjung, kemudian diikuti oleh Poster C dengan 120 pengunjung. Poster D menarik 50 pengunjung, sementara Poster E dan F masing-masing sebanyak 25 dan 20 pengunjung. Secara keseluruhan, Poster B berhasil menarik jumlah pengunjung terbanyak, sementara Poster E dan F mencatatkan jumlah pengunjung terendah.

### Analisis Hasil Data

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan terhadap 36 responden, ditemukan bahwa 44,4% responden memilih Poster A sebagai poster yang paling menarik secara visual, serta memperoleh skor tertinggi dalam segi desain. Berikut adalah hasil analisis Poster A menggunakan kerangka *AIDA* dan analisis *copywriting*.



Gambar 2. Analisis Elemen Poster A Menggunakan Metode AIDA  
Sumber: Dokumen Peneliti

Poster A berhasil menarik perhatian (*Attention*) audiens melalui penggunaan warna kontras dan mencolok, seperti hitam, putih, merah, kuning, dan navy, serta menggunakan *font* yang tegas dan jelas. Minat (*Interest*) audiens dipertahankan dengan tata letak yang teratur antara *headline*, *subheadline*, dan *body copy*, yang menyajikan detail *event* seperti tanggal dan lokasi secara singkat dan padat. Logo sponsor dan media partner yang ditampilkan juga menambah kredibilitas dan memperkuat keinginan (*Desire*) audiens untuk berpartisipasi dalam *event* tersebut. Namun, pada bagian tindakan (*Action*), poster ini kurang memberikan ajakan yang jelas, seperti perintah "Daftar Sekarang!" atau informasi kontak yang dapat memudahkan audiens untuk mendapatkan detail *event* lebih lanjut.

Berdasarkan analisis *copywriting*, pemilihan kata dalam poster sangat penting untuk menarik perhatian audiens. Judul "Suara Kaum Pribumi, Sudah Kita Merdeka Hari Ini?" pada poster ini bersifat menarik perhatian, relevan dengan tema *talkshow*, serta menciptakan kesan terbuka dan optimis. Detail informasi juga disajikan dengan jelas, singkat, dan efektif dalam menyampaikan esensi acara. Namun, kekurangannya terletak pada minimnya variasi jenis dan warna *font*, yang membuat tampilan poster terasa monoton. Padahal, variasi jenis dan warna *font* dapat meningkatkan daya tarik visual serta memperjelas pesan yang ingin disampaikan, sehingga dapat mendorong audiens untuk lebih tertarik dan ikut berpartisipasi.



**Gambar 3.** Analisis Elemen Poster B Menggunakan Metode AIDA  
 Sumber: Dokumen Peneliti

Untuk Poster B, meskipun desainnya tidak seatraktif Poster A, poster ini berhasil menyajikan informasi acara dengan jelas. Penggunaan warna kontras yang kuat efektif dalam menarik perhatian (*Attention*) audiens, sementara ukuran *font* yang besar pada judul memberikan dampak visual yang menonjol dan memudahkan pengunjung mengenali tema *event* dengan cepat. Kejelasan informasi dan format yang mudah dibaca menjadi faktor penting dalam mempertahankan minat (*Interest*) audiens. Dari segi keinginan (*Desire*), penyebutan sponsor dan hadiah *doorprize* menambah daya tarik bagi pengunjung. Namun, pada bagian tindakan (*Action*), poster ini kurang memberikan ajakan yang eksplisit, seperti mendorong audiens untuk segera mendaftar atau menyediakan kontak yang mudah diakses, meskipun informasi mengenai harga tiket sudah disertakan.

Dari analisis *copywriting*, pemilihan kata dalam poster ini cukup efektif, terutama pada judul “*Run for Care 5K*” yang secara langsung menggambarkan jenis *event* dan tujuannya. Rincian mengenai lokasi, waktu, harga tiket, dan *benefit*, disampaikan dengan singkat dan jelas sehingga memudahkan audiens memahami inti acara. Meskipun tipografi yang digunakan cukup mudah dibaca dan membedakan antara judul dan *body copy*, pemilihan *font* pada judul kurang memberikan kesan energik yang sesuai dengan tema acara lari. Penggunaan *font* yang lebih dinamis dan berani dapat meningkatkan daya tarik visual poster secara keseluruhan dan lebih mencerminkan semangat acara.



**Gambar 4.** Analisis Elemen Poster C Menggunakan Metode AIDA  
Sumber: Dokumen Peneliti

Poster C dinilai kurang efektif dalam menarik perhatian (*Attention*) karena penggunaan warna yang sederhana dan cenderung monoton, sehingga membuat audiens merasa kurang tertarik. Tipografi yang digunakan juga sedikit sulit dibaca, yang dapat menghambat pemahaman pesan dengan cepat oleh audiens. Ketiadaan elemen visual, seperti gambar atau foto, mengurangi daya tarik visual dan dampak informasi yang disampaikan. Meskipun demikian, struktur *layout* antara *headline*, *subheadline*, dan *body copy* pada poster ini cukup jelas, yang membantu menciptakan minat (*Interest*) di kalangan audiens. Penekanan pada logo sponsor dan media partner menambah kredibilitas acara dan memberikan efek positif pada keinginan (*Desire*) audiens, meskipun daya tariknya masih dapat ditingkatkan.

Dari segi *copywriting*, informasi dalam poster ini disampaikan dengan ringkas dan terstruktur, namun kurang memanfaatkan kekuatan kata yang dapat membangkitkan emosi audiens. Penggunaan bahasa yang lebih energik dan persuasif pada *headline* dan *body copy* dapat meningkatkan daya tarik dan minat audiens terhadap acara. Selain itu, poster ini tidak mencantumkan elemen tindakan (*Action*) yang efektif. Meskipun harga tiket sudah tertera, ketiadaan ajakan langsung atau informasi pendaftaran yang jelas mengurangi kemungkinan audiens untuk segera bertindak.

Setelah menganalisis poster dengan kerangka *AIDA* dan *copywriting*, dapat disimpulkan bahwa efektivitas desain poster sangat dipengaruhi oleh daya tarik visual dan kejelasan informasi, sehingga dapat menarik perhatian audiens. Selanjutnya, jika hasil tersebut dibandingkan dengan jumlah pengunjung saat pelaksanaan *event*, terlihat adanya korelasi antara efektivitas desain poster dengan tingkat partisipasi. Poster B, meskipun dari segi desain tidak begitu menarik, tetapi berhasil menarik pengunjung paling banyak (253 pengunjung). Hal ini dapat dijelaskan karena Poster B menyajikan informasi yang jelas dan mudah dipahami, serta mengangkat jenis *event* yang dapat menarik berbagai kalangan tanpa membatasi usia atau jenis kelamin. Dengan demikian, minat audiens untuk hadir pada *event* tersebut menjadi lebih tinggi.

Kemudian Poster A, meskipun berdasarkan hasil kuesioner mendapatkan penilaian terbaik dari segi desain dan kejelasan informasi, tetapi hanya berhasil mendatangkan 124 pengunjung. Hal ini dapat disebabkan oleh target audiensnya yang terbatas, yaitu pelajar dan mahasiswa saja. Meskipun desain visual memiliki peran yang sangat penting dalam menarik perhatian, relevansi acara dan pemilihan target audiens yang tepat juga sangat berpengaruh terhadap jumlah pengunjung yang hadir. Dengan desain yang menarik dan informasi yang jelas, Poster A mungkin belum mampu menjangkau audiens yang lebih luas, sehingga daya tariknya terbatas pada segmen pelajar dan mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa selain desain visual, faktor relevansi acara dan pemahaman audiens yang dituju juga perlu diperhatikan untuk meningkatkan efektivitas poster.

Poster C mampu menarik 120 pengunjung meskipun hasil survei menunjukkan desain posternya dinilai kurang menarik. Salah satu faktor yang berkontribusi terhadap tingginya jumlah pengunjung pada Poster C adalah kehadiran pengisi acara atau bintang tamu yang terkenal dan populer di kalangan masyarakat. Popularitas bintang tamu ini berhasil menarik perhatian audiens, yang pada akhirnya dapat meningkatkan partisipasi dalam acara meskipun desain posternya tidak optimal. Hal ini menunjukkan bahwa selain desain visual, faktor lain seperti keberadaan pengisi acara juga memainkan peran penting dalam menarik pengunjung dan menjadi elemen yang sangat mempengaruhi keberhasilan suatu *event*, meskipun desain posternya tidak sebaik yang diharapkan.

Poster D, E, dan F juga memiliki karakteristik yang memengaruhi jumlah pengunjungnya. Poster D yang menargetkan audiens spesifik yaitu mahasiswa seni, berhasil menarik 50 pengunjung. Meskipun desain pada Poster D cukup informatif, audiens yang terbatas pada kalangan tertentu memengaruhi tingkat partisipasi yang tercatat. Sementara itu, Poster E dan F masing-masing mencatat 25 dan 20 pengunjung. Sebagian besar pengunjungnya terdiri dari perempuan, mengingat tema *event* pada poster ini bernuansa feminin. Selain itu, jenis acara *workshop* seringkali membutuhkan suasana yang lebih kondusif dan intim, sehingga jumlah peserta yang dibutuhkan juga cenderung lebih sedikit agar kegiatan dapat berjalan dengan lancar.

Secara keseluruhan, hasil analisis dari penelitian ini menunjukkan bahwa meskipun desain visual poster memegang peran penting dalam menarik perhatian audiens, terdapat faktor-faktor lain yang juga memiliki pengaruh besar terhadap efektivitas promosi dan tingkat kehadiran pengunjung pada suatu *event*. Faktor-faktor tersebut antara lain jenis *event*, target audiens, serta daya tarik pengisi acara atau bintang tamu yang turut berperan penting dalam menarik minat audiens. Oleh karena itu, kesuksesan suatu *event* tidak hanya ditentukan oleh desain visual yang menarik, tetapi juga oleh elemen-elemen pendukung lainnya yang dapat memperkuat relevansi acara dan menarik partisipasi audiens yang tepat.

## **PENUTUP**

### ***Kesimpulan***

Berikut adalah kesimpulan dari hasil penelitian ini:

1. Desain visual poster memegang peranan penting dalam menarik perhatian audiens. Poster dengan kombinasi warna yang menarik, tipografi yang mudah dibaca, ilustrasi atau gambar yang relevan, serta tata letak yang terstruktur dengan baik, dapat menarik perhatian audiens secara visual sekaligus menyampaikan informasi dengan efektif. Elemen-elemen visual ini membantu audiens untuk memahami isi poster dengan cepat, menumbuhkan minat awal terhadap acara, dan mendorong mereka untuk mencari informasi lebih lanjut. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kualitas desain visual poster memiliki pengaruh yang signifikan terhadap efektivitas promosi dan keberhasilan suatu acara.
2. Kejelasan informasi pada poster memudahkan audiens dalam memahami detail acara secara keseluruhan. Poster yang menyajikan informasi penting seperti jadwal, lokasi, harga tiket, dan kontak pendaftaran dengan cara yang jelas dan ringkas akan membantu audiens membuat keputusan dengan cepat dan tepat. Tata letak yang rapi serta terstruktur dapat meningkatkan minat audiens untuk berpartisipasi. Selain itu, pemilihan bahasa yang tepat memiliki peran penting dalam menarik perhatian audiens. Penggunaan kata-kata yang singkat, padat, dan mudah dipahami akan memperjelas pesan yang ingin disampaikan. Sementara itu, kalimat persuasif yang relevan dengan tema *event* dapat menciptakan kesan urgensi, sehingga audiens merasa terdorong untuk segera mendaftar atau hadir dalam *event* tersebut.
3. Selain desain visual poster dan kejelasan informasi, terdapat beberapa faktor lain yang turut memengaruhi efektivitas promosi dan kehadiran audiens pada suatu *event*. Faktor-faktor tersebut meliputi jenis *event* yang diselenggarakan, karakteristik target audiens, serta kualitas pengisi acara atau bintang tamu yang dihadirkan. *Event* yang bersifat umum, seperti olahraga atau hiburan, cenderung menarik lebih banyak pengunjung karena jangkauannya yang lebih luas. Karakteristik audiens, seperti usia dan jenis kelamin, juga berperan penting dalam menentukan minat audiens untuk hadir. Selain itu, daya tarik dari pengisi acara yang terkenal atau berpengaruh juga dapat meningkatkan antusiasme audiens untuk ikut berpartisipasi.

### ***Saran***

Dalam pembuatan desain poster, terutama poster *event*, baik penyelenggara acara maupun desainer perlu memperhatikan beberapa aspek penting agar poster dapat menarik perhatian audiens secara efektif. Aspek-aspek tersebut meliputi elemen visual seperti pemilihan warna, tipografi, pengaturan tata letak (*layout*), dan penambahan gambar atau ilustrasi pendukung. Penggunaan elemen visual yang tepat akan membantu poster menyampaikan pesan secara lebih menarik dan mudah dipahami oleh audiens. Selain itu, kejelasan dan kelengkapan informasi yang disampaikan juga sangat penting. Informasi seperti judul acara, waktu, tempat, harga tiket, dan detail lainnya perlu disampaikan dengan singkat, padat, dan jelas, sehingga audiens dapat memahami pesan yang ingin disampaikan meskipun hanya melihat poster dalam waktu singkat. Penggunaan bahasa yang sesuai dengan karakteristik target audiens sangat penting untuk meningkatkan efektivitas pesan. Pemilihan kata-kata yang menarik dan relevan akan membantu poster membangkitkan rasa penasaran dan menciptakan urgensi bagi audiens untuk segera berpartisipasi dalam acara tersebut.

Kemudian, penambahan ajakan bertindak (*call to action*) yang jelas pada poster juga sangat diperlukan. Kalimat seperti "Daftar Sekarang" atau "Jangan Sampai Ketinggalan" dapat mendorong audiens untuk segera mengambil tindakan dan mendaftar untuk *event* tersebut. Selain itu, menonjolkan narasumber, pengisi acara, atau sponsor dalam poster dapat memberikan daya tarik lebih bagi audiens, sehingga minat mereka untuk berpartisipasi semakin besar. Terakhir, pastikan desain poster mencerminkan jenis *event* yang diselenggarakan. Misalnya, poster untuk seminar sebaiknya memiliki tampilan yang lebih profesional dan formal, sementara poster untuk *event* hiburan dapat menggunakan desain yang lebih ekspresif, berwarna, dan dinamis. Dengan mempertimbangkan elemen-elemen ini, desain poster dapat menjadi lebih efektif dalam menarik perhatian audiens serta meningkatkan jumlah partisipan.

## REFERENSI

- Nugraha, D., 2020. *Mengenal AIDA, Rahasia Sukses Untuk Pemasaran Yang Efektif*. PAPER.
- Fadilah, W.N. and Putra, F.A., 2023. Jurnal Paradigma Madani: Ilmu Sosial, Politik dan Agama Pengaruh Poster Film Gampang Cuan di Media Sosial terhadap Minat Nonton Mahasiswa Universitas Islam Jember. [online] 10(2), pp.129–141. Available at: <<https://ejournal.uij.ac.id/index.php/PAR/index>>.
- R, M.R.F. and Sari, M.P., 2021. Pengaruh Fotografi Dalam Poster Film 5 CM Terhadap Minat Penonton. 5(1), pp.75–82. <https://doi.org/10.4324/9780080494012/basic>.
- Jesslyn and Agustiningsih, G., 2021. *Application of Copywriting Elements in Social Media Advertising Drinking Products Now in Creating Consumer Interest*.
- Supriyono, R., 2010. Desain Komunikasi Visual Teori dan Aplikasi. Yogyakarta: Andi Offset. *Jurnal Pendidikan Seni Rupa*.
- Utoyo, A.W., 2020. Analisis Komunikasi Visual Pada Poster Sebagai Media Komunikasi Mendorong Jarak Sosial Di Jakarta Saat Epidem Covid 19. [online] 4(1), pp.35–42. Available at: <<http://ojs.stiami.ac.id>>.
- White, K.S., 2012. *Effective Poster Design*. [online] Salt Lake City, Utah. Available at: <<https://digitalcommons.usu.edu/honors>>.