

MEDIA INTERAKTIF MANFAAT KESEHATAN

BUAH MENGGUDU PADA USIA 18-29

TAHUN DI KOTA PALEMBANG

**Nanda Rahmadhna¹, Mukhsin Patriansah²,
dan Bobby Halim³**

^{1, 2, 3} *Desain Komunikasi Visual, Fakultas Ilmu Pemerintahan & Budaya, Universitas Indo Global Mandiri Palembang, Jl. Jend. Sudirman Km.4 No. 62, 20 Ilir D. IV, Kec. Ilir Tim. I, Kota Palembang, Sumatera Selatan 30129*

Email Korespondensi : Nandaerah10@gmail.com¹

Received: 4 November 2024

Revised: 25 November 2024

Accepted: 16 Desember 2025

Abstrak : Buah mengkudu di kenal memiliki berbagai manfaat kesehatan yang penting, namun yang menjadi masalah utama dalam perancangan ini adalah kurangnya pengetahuan, pemahaman dan penerimaan Masyarakat terhadap buah mengkudu masih sangat rendah, terutama di kalangan generasi Z. Perancangan ini mengadopsi metode *design thinking* dalam mengembangkan media yang dapat menarik perhatian, meningkatkan minat, dan mendorong tindakan serta pencarian informasi lebih lanjut tentang buah mengkudu. Tujuan utama perancangan ini adalah menginformasikan generasi muda usia 18-29 tahun di kota Palembang mengenai manfaat buah mengkudu bagi kesehatan melalui aplikasi sebagai media utama yang interaktif. Media utama yang digunakan adalah media interaktif berupa aplikasi khusus untuk memperkenalkan berbagai macam manfaat buah mengkudu kepada masyarakat Kota Palembang, Aplikasi ini akan dirancang dengan menggunakan pendekatan yang menarik dan mudah dipahami oleh generasi muda khususnya Gen-Z, yang berisi informasi lengkap tentang manfaat kesehatan buah mengkudu yang bisa di akses atau di instal melalui *QR Code*, dengan menampilkan ilustrasi dari karakter mengkudu serta menampilkan fitur-fitur aplikasi seperti, kudu reminder, kudu kepo, kandungan mengkudu, kudu paham dan ada fitur-fitur lainnya yang di jelaskan di bagian visualisasi desain. Dengan demikian, diharapkan membantu memberikan ketertarikan generasi Z untuk mencoba olahan buah mengkudu di kota Palembang.

Kata kunci: Buah mengkudu, Media Interaktif, Kesehatan, Generasi Z

Abstract : *Noni fruit is known to have various important health benefits, but the main problem in this design is the lack of knowledge, understanding and public acceptance of noni fruit is still very low, especially among generation Z. This design adopts the design thinking method in developing media that can attract attention, increase interest, and encourage action and search for further information about noni fruit. The main objective of this design is to inform the young generation aged 18-29 years in the city of Palembang about the health benefits of noni fruit through an application as the main interactive media. The main media used is interactive media in the form of a special application to introduce the various benefits of noni fruit to the people of Palembang City. This application will be designed using an approach that is attractive and easy to understand by the younger generation, especially Gen-Z, which contains complete information about the health benefits of the fruit. noni which can be accessed or installed*

via a QR Code, by displaying illustrations of noni characters and displaying application features such as, kudu reminder, kudu kepo, noni content, kudu understand and there are other features which are explained in the design visualization section . In this way, it is hoped that it will help attract generation Z to try processed noni fruit in the city of Palembang.

Keywords: *Noni fruit, Interactive Media, Health, Generation Z*

PENDAHULUAN

Buah Mengkudu atau noni (*Morinda citrifolia*), adalah buah yang tumbuh di daerah tropis seperti Asia, Australia, dan Polinesia. Mengkudu tumbuh di dataran rendah hingga pada ketinggian 1500 m, buah mengkudu berbentuk bulat hingga oval, dengan ukuran sekitar 4 hingga 7 cm. Rasa buah mengkudu sangat pahit namun menjadi sedikit terasa manis dan asam ketika sudah matang, batang buah mengkudu berbentuk bulat dan berkayu dengan permukaan kasar berwarna coklat keabu-abuan, sedangkan akarnya tumbuh merambat atau menjalar dengan warna coklat kehitaman dengan tekstur kasar, serta berisi getah putih susu jika di iris. Daun mengkudu ini memiliki warna hijau tua dengan bentuk lonjong dan tumbuh sekitar 12 *inci*. bunga mengkudu muncul di awal sebelum terbentuknya buah.

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Sumatera Selatan (BPS) Sumsel, pada *website* nya menyebutkan Jumlah kasus penyakit di daerah Sumatra Selatan untuk kasus tertinggi pada tahun 2022, Hipertensi dengan 1.497.736, Diare dengan 86.008 kasus, dan Jantung koroner memiliki 11.125 kasus. (Sumber: Dinas Kesehatan Propinsi Sumatra Selatan.2022) , dan juga melihat dari laporan Risesdas 2018 hingga 2023, jumlah kasus penyakit jantung pada usia muda mengalami kenaikan, Pada tahun 2018, prevalensi penyakit jantung pada kelompok usia 18-29 tahun adalah 0,7% dengan jumlah penduduk tertimbang sebanyak 348.982 orang (gabungan dari kelompok usia 15-24 tahun dan 25-34 tahun). Pada tahun 2023, prevalensi ini meningkat menjadi 1,05%, dengan jumlah penduduk tertimbang sebanyak 356.000 orang. Peningkatan ini menunjukkan peningkatan prevalensi sebesar 0,35% selama lima tahun (Risesdas 2018 Dalam Angka, Indonesia Ii, n.d.).

Selain itu, dari *Databoks. id* menyebutkan menurut Survei terhadap 487 responden dari kalangan gen-Z lebih dari setengahnya atau 58,5% merasakan

keluhan kesehatan berupa pegal-pegal, kemudian 46,6 % memiliki keluhan mudah lelah, 37% nya mudah masuk angin, 36% nya sering pusing dan 30%nya mengeluh sakit punggung atau pinggang. Dengan memanfaatkan khasiat yang ada pada buah mengkudu, pencegahan dan pengobatan bisa kita lakukan agar bisa mengatasi masalah masalah tersebut.

Masalah utama dari tulisan ini adalah buah mengkudu kerap kali dipandang negatif oleh kalangan anak muda, yang menyebabkan pemanfaatannya menjadi kurang optimal. Persepsi umum di antara mereka adalah bahwa buah mengkudu memiliki aroma dan rasa yang tidak sedap serta rasa yang pahit. Akibatnya, banyak anak muda enggan untuk mengonsumsinya. Namun perlu di perhatikan juga Menurut hasil wawancara bersama ibu febrica widyadari, M.Si, Selain memiliki banyak manfaat buah mengkudu juga memiliki berbagai macam efek samping untuk sebgaiian orang, karena apabila mengkudu dikonsumsi dalam jumlah yang banyak pada orang yang di anjurkan untuk tidak mengkonsumsi seperti, orang yang memiliki gangguan ginjal, penderita hipertensi, orang yang sedang hamil, alergi dan bisa mempengaruhi efektivitas obat bila tidak dengan anjuran atau resep dokter.

Berlandaskan data wikipedia generasi z atau yang biasa di kenal dengan nama Gen-Z adalah mereka yang lahir pada tahun 1997-2012, generasi ini adalah generasi pertama yang tumbuh dengan akses internet dan teknologi digital sejak usia muda. Melihat dari permasalahan-permasalahan tersebut, perancang menyimpulkan bahwa Komunikasi visual sangat penting dalam perancangan ini karena menjadi sarana utama dalam upaya mengajak generasi muda untuk mencoba olahan buah mengkudu, untuk mewujudkan kampanye ini dilakukan, perancang mengajak dan memberikan edukasi mengenai manfaat kesehatan buah mengkudu kepada generasi muda.

Rencana pemecahan masalah yang dilakukan adalah dengan menggunakan salah satu media utama yang telah ditentukan adalah aplikasi yang di desain khusus. Aplikasi ini akan dirancang dengan menggunakan pendekatan yang menarik dan mudah dipahami oleh generasi muda khususnya Gen-Z, yang berisi informasi lengkap tentang manfaat kesehatan buah mengkudu yang bisa di akses atau di instal melalui QR Code, dengan menampilkan ilustrasi dari karakter mengkudu serta menampilkan fitur-fitur

aplikasi seperti, kudu reminder, kudu kepo, kandungan mengkudu, kudu paham dan ada fitur-fitur lainnya yang di jelaskan di bagian visualisasi desain. Dengan demikian, diharapkan membantu memberikan ketertarikan generasi muda untuk mencoba olahan buah mengkudu di kota Palembang. Tujuan dan manfaat dari perancangan ini diharapkan menjadi suatu media yang mampu menyampaikan pesan edukatif untuk menarik perhatian masyarakat luas dalam mengkonsumsi buah mengkudu yang banyak mengandung manfaat bagi kesehatan tubuh, khususnya bagi generasi muda dengan rentang usia 18-29 tahun di kota Palembang.

METODE PENELITIAN

Salah satu hal yang terpenting dalam proses merancang adalah dengan melakukan pengumpulan data melalui tahapan *design thinking*. *Design thinking* merupakan metodologi penelitian yang memberikan pendekatan berbasis Solusi untuk memecahkan masalah. dengan melalui *design thinking* perancang akan memahami kebutuhan target untuk memberikan Solusi dalam pemecahan masalah yang sedang terjadi. Pada perancangan ini perancang menggunakan alur perancangan *design thinking* 5 Stage Model yang dikembangkan oleh The *Stanford University- Hasso Plattner Institute of Design* (2010) yang menggunakan 5 tahapan yaitu; *Empathize, Define, Ideate, Prototype, dan Test*.

Bagian ini menjelaskan pendekatan penelitian yang dilakukan, fokus penelitian, profil responden/ kasus studi, ukuran dan penentuan sampel, cara pengumpulan data dan cara analisis data. Metode penelitian harus memuat cukup detail untuk memungkinkan pembaca mengevaluasi kesesuaian metode serta keandalan dan validitas temuan Anda. Selain itu, informasi tersebut harus memungkinkan peneliti lain untuk mereplikasi penelitian Anda (American Psychological Association, 2001: 17).

1. *Empathize*

Pada tahapan awal perancang melalui proses *empathize* yang dimana perancang melakukan observasi ke dinas kesehatan dan juga wawancara bersama para ahli herbal. *Emphatize* dilakukan untuk mengetahui kondisi dan

permasalahan yang dihadapi, perancang diharapkan memahami cara pandang target sasaran dengan melalui proses mengamati, melibatkan dan terlibat, mencermati objek kajian, dan mengkaji secara detail.

2. *Define*

Define Merupakan Informasi yang telah dikumpulkan selama tahap *empathize*, yang dianalisis dan disintensis untuk menentukan masalah inti yang akan diidentifikasi. Pada tahap *define* ini akan sangat membantu dalam menyelesaikan masalah karena telah dilakukan penetapan masalah. Metode Analisis Data 5W+1H yaitu *what, why, who, where, when dan how*. dan juga AISAS.

3. *Ideate*

Dalam tahap ini merupakan tahap untuk menghasilkan ide. Semua ide-ide akan ditampung untuk penyelesaian masalah yang telah ditetapkan pada tahap *define*. Untuk tahap akhir ialah penyelidikan dan pengujian ide-ide untuk menemukan cara terbaik untuk memecahkan masalah elemen yang diperlukan untuk menghindari masalah-masalah yang nantinya terjadi.

4. *Prototype*

- a. *Layout* gagasan/ide (*idea layout/thumbnail*), menentukan tataletak, ide-ide, gagasan dan konsep visual dari suatu desain yang akan di terapkan pada perancangan.
- b. *Layout* kasar (*roughlayout/tightissue*), penerapan elemen-elemen desain yang akan di gunakan dalam perancangan media Komunikasi Visual dengan membuat berbagai alternatif sketsa *layout* desain.
- c. *Final Design*, penerapan final design yang memperlihatkan hasil dari desain jadi yang kemudian akan dipamerkan.
- d. *Typografi*, menentukan *typografi* yang akan digunakan dan menyesuaikan final desain yang dipilih, menggunakan typografi yang simple dan elegan sesuai target pasar
- e. *Warna*, Tentukan palet warna yang akan digunakan dalam desain yang sesuai dengan target pasar dan hasil kuesioner. Ini termasuk pemilihan warna *primer*, sekunder, dan aksen yang akan membentuk identitas visual desain. Penggunaan warna di seluruh desain, ini termasuk

penggunaan warna untuk elemen-elemen seperti latar belakang, teks, tombol, dan elemen desain lainnya.

- f. *Typografi*, pilih *font* atau jenis huruf yang akan digunakan dalam desain yang sesuai dengan target pasar yaitu menggunakan beberapa jenis huruf untuk judul, teks utama, dan teks tambahan.
- g. Desain Keseluruhan (*Overall Design*), dalam tahap ini harus selaras dalam semua elemen, termasuk warna, tipografi, tata letak, dan elemen desain lainnya.

5. *Test*

Pada tahapan ini, perancang melakukan pengujian dan persiapan kepada masyarakat dan hasilnya kemudian akan dilakukan penyempurnaan dan juga perubahan untuk solusi masalah yang didapatkan. serta mendapatkan pemahaman tentang media tersebut. Pada test ini, perancang diuji melalui sidang TA.

HASIL PEMBAHASAN

Dalam mengolah data menjadi suatu ide kretaif kemudian menjadi sebuah media, akan penulis uraikan seperti berikut:

A. Gagasan Kreatif (*Big Idea*)



Gambar 1. Buah Mengkudu
Sumber: Nanda Rahmadhani S,2024

Dalam perancangan Komunikasi visual manfaat kesehatan buah mengkudu kepada usia 18-29 tahun di kota Palembang, Gagasan ini diambil dari tujuan perancangan yaitu untuk menginformasikan kepada masyarakat manfaat buah mengkudu bagi kesehatan melalui media interaktif, mampu menyampaikan pesan secara jelas dan efektif kepada masyarakat. *Big idea* pada perancangan ini yaitu buah mengkudu dan daun mengkudu.

B. Tujuan kreatif

Tujuan kreatif pada perancangan ini adalah sebagai media yang edukatif, interaktif dan efektif untuk masyarakat dengan maksud mengajak masyarakat untuk mengkonsumsi buah mengkudu, media yang dirancang berdasarkan target sasaran dengan mempertimbangkan berbagai aspek.

C. Pesan Verbal

Pesan verbal tujuannya untuk memperjelas tema pokok dari perancangan komunikasi visual media interaktif manfaat kesehatan buah mengkudu pada usia 18-29 tahun di kota Palembang. pesan-pesan ini berisikan *headline*, *subheadline*, dan *body copy*.

D. Pesan Visual

Perancang menentukan strategi kreatif dalam pembuatan pesan visual. Tujuan pesan visual pada perancangan ini adalah untuk menyampaikan informasi tentang manfaat kesehatan buah mengkudu secara menarik dan mudah dipahami oleh target audiens, yaitu usia 18-29 tahun di Kota Palembang. Pesan visual harus mampu mengkomunikasikan keunggulan buah mengkudu dalam menjaga kesehatan dan meningkatkan kualitas hidup, serta memotivasi masyarakat untuk mengintegrasikan buah mengkudu ke dalam gaya hidup sehari-hari mereka.

1. Objek

Objek yang perancang gunakan pada perancangan ini adalah Buah mengkudu, objek buah mengkudu ini digunakan sebagai objek utama dalam perancangan ini, karena ini merupakan topik utama dalam perancangan ini. Untuk lebih jelas Lihat gambar 2.



Gambar 2. Buah Mengkudu
Sumber: Nanda Rahmadhani S, 2024

2. Warna

Pada bagian warna, perancang mengambil 2 warna, yaitu warna utama dan warna pendukung yang sesuai dengan karakteristik target *audience*. Warna utama terdiri warna hijau, hijau muda, dan *cream*. Selanjutnya, warna pendukung yakni warna abu-abu, coklat dan orange. Untuk lebih jelas lihat gambar 1 terkait warna yang digunakan dalam perancangan ini



Gambar 3. Warna
Sumber: Nanda Rahmadhani. S,2024

3. Tipografi

Tipografi dalam perancangan ini menyesuaikan dengan konsep yang telah perancang pilih. Jenis *font* yang digunakan dalam logo yaitu *font* berjenis serif, dan untuk *subheadline* nya perancang juga menggunakan jenis *font* sans serif. adapun *font* yang perancang pilih

yaitu *Berlin Sans FB*, untuk *headline*, *Glacial indifferents* untuk *tagline* dan *body copy* dan untuk aplikasi perancang menggunakan *font poppins* karena memiliki tingkat keterbacaan yang baik. hal ini dapat menginformasikan pesan secara efektif kepada target *audience*.



Gambar 4. Tipografi

Sumber: Nanda Rahmadhani. S, 2024

4. Gaya Desain

Gaya desain yang perancang gunakan pada perancangan komunikasi visual media interaktif manfaat kesehatan buah mengkudu pada usia 18-29 tahun di kota Palembang ini menggunakan Flat desain yang ditandai dengan penggunaan elemen-elemen sederhana, dua dimensi, dan minimalis. Desain ini menghindari penggunaan efek tiga dimensi, bayangan, dan gradien yang rumit, sebaliknya lebih fokus pada warna-warna solid, ikonografi jelas, dan tipografi yang bersih.



Gambar 5 Gaya desain

Sumber: Nanda Rahmadhani. S,2024

E. Visualisasi Desain

1. Logo

Pada perancangan awal dalam mendesain logo, perancang membuat beberapa ide layout atau konsep yang akan dibuat. Hal ini bertujuan untuk mengeksplorasi ide-ide, sehingga mendapatkan ide yang sesuai dan tepat.



Gambar 6. Logo
Sumber: Nanda Rahmadhani. S,2024

2. Aplikasi

Aplikasi Mengkudu adalah media utama dari perancangan ini, Aplikasi mengkudu bertujuan untuk memperkenalkan dan mempromosikan manfaat buah mengkudu bagi kesehatan. Aplikasi ini dirancang untuk pengguna berusia 18-29 tahun di kota Palembang, dengan pendekatan interaktif yang memudahkan pengguna dalam memahami berbagai informasi tentang buah mengkudu secara menyeluruh. Pada aplikasi mengkudu, perancang menambahkan fitur kudu kepo, kudu paham, kudu *story*, kudu, kudu *reminder*, resep kudu, kudu *ekspor*, dan kudu kuis.



Gambar 7. Mengkudu Apps
Sumber: Nanda Rahmadhani. S, 2024



Gambar 8. Mengkudu Apps
Sumber: Nanda Rahmadhani. S,2024

3. Karakter Kudu

Karakter "Kudu" dalam aplikasi Mengkudu adalah maskot yang ramah dan edukatif, dirancang untuk memandu pengguna dalam mengeksplorasi manfaat buah mengkudu. Kudu berperan sebagai pemandu interaktif yang memberikan tips kesehatan, informasi menarik, dan pengingat harian, dengan cara yang menyenangkan dan mudah dipahami.



Gambar 9. karakter Mengkudu
Sumber: Nanda Rahmadhani. S,2024

4. Poster

Pada perancangan ini, perancang menggunakan 4 poster, setiap poster menyampaikan pesan-pesan utama, yang diantaranya ada main poster yang bertujuan untuk memperkenalkan aplikasi mengkudu kepada *audience*, selanjutnya ada 2 poster infografis yang dimana membahas tentang kandungan dan efek samping dari penggunaan atau mengonsumsi buah mengkudu secara berlebihan, dan terakhir perancang membuat poster *brand identity* kampanye perancangan ini



Gambar 10. Poster
Sumber: Nanda Rahmadhani. S,2024

5. *Feed* instagram

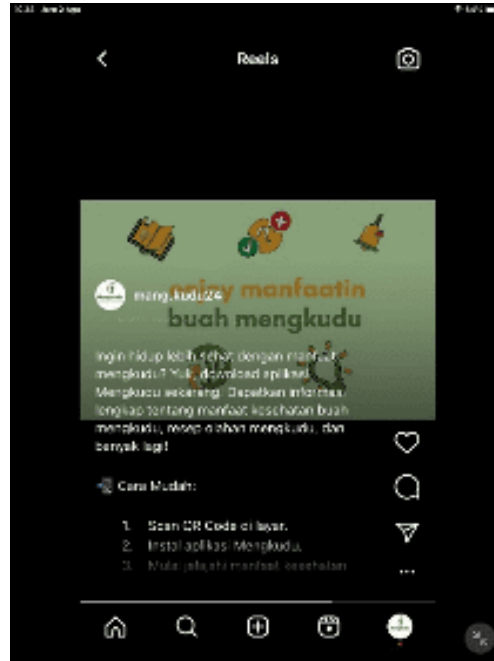
Perancang juga menambahkan *feed* instagram pada *follow-up* media, *feed* insagram ini berisi 6 *feed* yang berisikan penjealsan tentang buah mengkudu, karakteristik buah mengkudu, pengenalan tentang olahan buah mengkudu, pengenalan karakter kudu sebagai maskot perancangan ini, info tentang sejarahpenyebaran mengkudu, dan memperkenalkan aplikasi mengkudu kepada *audience* .



Gambar 11. Feed insatgram
Sumber: Nanda Rahmadhani. S,2024

6. Video Motion

Pada *pre-media* berikutnya, perancang akan menggunakan video *motion* di *feed* Instagram untuk memperkenalkan aplikasi Mengkudu. Video ini akan menyoroti fitur-fitur utama aplikasi, seperti pengingat kesehatan harian dan informasi seputar buah mengkudu, disajikan dengan animasi yang menarik untuk menarik minat dan memudahkan pengguna dalam memahami manfaat aplikasi tersebut.



Gambar 12. Motion video
Sumber: Nanda Rahmadhani. S,2024

7. Mug

Desain *mug* ini mengintegrasikan elemen visual yang khas dari buah mengkudu, dengan pola heksagonal yang menyerupai permukaan buah tersebut. Desain ini bertujuan untuk menarik perhatian generasi muda di Kota Palembang. Mug ini tidak hanya berfungsi sebagai alat sehari-hari tetapi juga sebagai alat edukasi dan kampanye pada perancangan ini.



Gambar 13. Desain Mug
Sumber: Nanda Rahmadhani. S,2024

8. X-Banner

X-banner yang digunakan dalam perancangan ini menampilkan personal *brand* dari perancang, Selain itu, x-banner ini juga mempromosikan aplikasi Mengkudu dengan informasi singkat tentang fitur-fitur utamanya. Untuk mempermudah audiens, terdapat kode QR (*barcode*) yang dapat di-scan, sehingga mereka bisa langsung mengakses aplikasi atau informasi lebih lanjut dengan cepat dan praktis.



Gambar 14. X- Banner

Sumber: Nanda Rahmadhani. S,2024

9. T-Shirt atau Baju Kaos

Desain kaos yang merupakan bagian dari kampanye kesehatan buah mengkudu. Desain kaos hadir dalam dua warna, putih dan hijau, yang melambangkan kesegaran dan naturalitas buah mengkudu. Di bagian depan kaos terdapat ilustrasi buah mengkudu beserta tulisan "MENGKUDU - Kunci Kesehatan Generasi Muda".



Gambar 15. *T-Shirt*
Sumber: Nanda Rahmadhani. S,2024

10. Mini bag

Tas ini memiliki kombinasi warna putih dan hijau dengan gambar buah mengkudu di bagian depan, dilengkapi dengan gantungan berbentuk buah mengkudu yang memberikan kesan unik dan menarik. Desain ini tidak hanya berfungsi sebagai tas yang fungsional tetapi juga sebagai elemen visual yang memperkuat identitas kampanye.



Gambar 16. *Mini Bag*
Sumber: Nanda Rahmadhani. S,2024

11. Packaging Teh Mengkudu

Teh Celup Mengkudu ini adalah produk herbal yang diformulasikan untuk memberikan manfaat kesehatan dari buah mengkudu. Dikemas dalam kotak dan sachet yang menarik, desain kemasannya menonjolkan kesan alami dan menekankan bahwa produk ini 100% herbal. Warna hijau yang dominan pada kemasan memperkuat citra alami dan sehat,

sementara ilustrasi buah mengkudu dan cangkir teh menegaskan identitas produk sebagai minuman herbal yang mudah diseduh.



Gambar 17. *Packaging* Teh Mengkudu
Sumber: Nanda Rahmadhani. S,2024

12. Packaging keripik

Kemasan ini menggunakan wadah transparan yang memungkinkan konsumen melihat langsung isi produk, yaitu keripik mengkudu yang renyah. Pada bagian luar kemasan, terdapat tulisan "Mengkudu - Kunci Kesehatan Generasi Muda" serta "Keripik Mengkudu" yang dicetak dengan jelas dan menarik. Desain ini bertujuan untuk menciptakan daya tarik visual sekaligus menyampaikan pesan bahwa keripik ini merupakan pilihan camilan sehat yang sesuai dengan tujuan kampanye untuk meningkatkan kesadaran akan manfaat kesehatan buah mengkudu di kalangan generasi muda.



Gambar 18. *Packaging* Keripik Mengkudu
Sumber: Nanda Rahmadhani. S,2024

13. Totebag

Tas ini dihiasi dengan ilustrasi buah mengkudu yang ceria dan penuh warna, disertai dengan tulisan "MENGKUDU, Kunci Kesehatan Generasi Muda". Motif dan warna yang digunakan menciptakan kesan segar dan menyenangkan, yang bertujuan untuk menarik minat generasi muda. Tas tote ini tidak hanya berfungsi sebagai alat untuk membawa barang, tetapi juga sebagai media berjalan yang menyebarkan pesan kampanye tentang manfaat kesehatan buah mengkudu. Dengan menggunakan tas ini, pengguna turut berpartisipasi dalam kampanye edukasi yang dirancang untuk meningkatkan kesadaran tentang pentingnya mengonsumsi buah mengkudu bagi kesehatan.



Gambar 19. *Totebag*
Sumber: Nanda Rahmadhani. S,2024

14. Stand Foto Booth



Gambar 20. Stand Foto Booth
Sumber: Nanda Rahmadhani. S,2024

15. Tumbler, Kartu Nama, dan Katalog



Gambar 21. Tumbler, Kartu nama, dan Katalog
Sumber: Nanda Rahmadhani. S,2024

KESIMPULAN

Kesimpulan dari perancangan komunikasi visual media interaktif tentang manfaat kesehatan buah mengkudu bagi usia 18-29 tahun di Kota Palembang mencakup beberapa aspek kunci. Memahami karakteristik dan kebutuhan target pasar sangat krusial karena usia 18-29 tahun merupakan segmen yang aktif, dinamis, dan lebih reseptif terhadap media yang interaktif dan inovatif. Teori desain seperti teori warna dan semiotika memiliki peran signifikan dalam menciptakan pesan visual yang efektif; warna yang tepat dapat memperkuat penyampaian pesan dengan menimbulkan respons emosional yang diharapkan dari audiens, sementara semiotika membantu menyampaikan makna melalui simbol atau tanda-tanda visual yang mudah dipahami.

Penggunaan berbagai media promosi, baik iklan layanan masyarakat, media cetak, maupun digital, sangat penting untuk memastikan kampanye dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan meningkatkan efektivitas penyampaian pesan. Melalui berbagai saluran komunikasi, pesan kampanye memiliki peluang lebih besar untuk menarik perhatian dan membangun kesadaran di kalangan generasi muda.

Penelitian yang dilakukan selama proses perancangan memainkan peran penting dalam memastikan strategi komunikasi yang dipilih efektif. Ini mencakup identifikasi data dan analisis mendalam terhadap target audiens, serta sintesis informasi untuk menghasilkan kesimpulan yang tepat terkait efektivitas media dan pendekatan yang digunakan dalam kampanye. Dengan demikian, setiap elemen dari perancangan komunikasi visual dioptimalkan untuk mencapai tujuan kampanye, yaitu meningkatkan kesadaran dan penerimaan terhadap manfaat kesehatan buah mengkudu di kalangan generasi muda di Kota Palembang.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, K., Ridwan, R., Halim, B., & Mubarat, D. H. (n.d.). *VisART Jurnal Seni Rupa & Desain BUKU INTERAKTIF SEBAGAI MEDIA KAMPANYE MANFAAT BROTOWALI BAGI KESEHATAN MASYARAKAT DI KOTA PALEMBANG*. <https://ejournal.lapad.id/index.php/visart>
- Desain, J., & Visual, K. (2013). *TEORI WARNA: Penerapan Lingkaran Warna dalam Berbusana Meilani* (Vol. 4, Issue 1).
- Djauhariya, E., Rahardjo, M., Ma'mun, D., Penelitian, B., Obat, T., & Aromatik, D. (2006). Karakterisasi Morfologi dan Mutu Buah Mengkudu. In *Buletin Plasma Nutfah* (Vol. 12).
- Fariyanto, F., & Ulum, F. (2021). PERANCANGAN APLIKASI PEMILIHAN KEPALA DESA DENGAN METODE UX DESIGN THINKING (STUDI KASUS: KAMPUNG KURIPAN). *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi (JTISI)*, 2(2), 52–60. <http://jim.teknokrat.ac.id/index.php/JTISI>
- Forcepta, C., & Nisa, K. (n.d.). Manfaat Buah Mengkudu (*Morinda citrifolia*) dalam Menurunkan Kadar Kolesterol Total dan LDL pada Penyakit Dislipidemia The Effect of Noni (*Morinda citrifolia*) Fruit Giving Against Dyslipidemia. In *Dian Isti A | Pengaruh Pemberian Buah Mengkudu (Morinda citrifolia) Terhadap Penyakit Dislipidemia Medula* | (Vol. 11).
- Hasian, I., & Rinaldo, B. (2019). *Analisis Media Kampanye Branding Augmented Reality di Museum Menggunakan Teori Desain Komunikasi Visual (Studi Kasus: Museum Perumusan Naskah Proklamasi) Program Studi Desain*

Komunikasi Visual 1) 2) Sekolah Tinggi Media Komunikasi Trisakti Jakarta (Vol. 3, Issue 01).

- Hotmatua Paralihan, Nisrina Ardra Hafizha, Afrini Yuninda Silitonga, Elisa Damayanti, Dwi Arlintang, Susan Ramadhani, & Irhamna. (2024). Karakteristik Teori Komunikasi dalam Penyiaran TVRI Medan untuk Membangun dan Menjaga Budaya di Sumatra Utara. *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 4(2), 905–919. <https://doi.org/10.47467/dawatuna.v4i2.1562>
- Krishnakumar, N. M., Latha, P. G., & Suja, S. R. (2017). Effect of *Morinda umbellata* Linn. (Rubiaceae) Leaf Extracts on Antigen Induced Mast Cell Degranulation and Active Paw Anaphylaxis in Wistar rats. *Journal of Pharmacy Research*, 11(3), 228–234. <http://jprsolutions.info>
- Lawal, H. O., Etatuvie, S. O., & Fawehinmi, A. B. (2012). Ethnomedicinal and Pharmacological properties of *Morinda lucida*. In *Journal of Natural Products* (Vol. 5). www.JournalofNaturalProducts.com
- Mayaserli, D. P., & Shinta, D. Y. (2021). Uji Daya Hambat Dan Daya Bunuh Ekstrak Buah Mengkudu (*Morinda Citrifolia* Linn) Terhadap Pertumbuhan Bakteri *Staphylococcus Aureus*. *JURNAL KESEHATAN PERINTIS (Perintis's Health Journal)*, 8(1), 67–74. <https://doi.org/10.33653/jkp.v8i1.622>
- Novita, V., Okmayura, F., Aditya, R., Endah Rizka Latifa, S., Safitri, R., Fauzan, H., & of Muhammadiyah Riau, U. (2024). PERANCANGAN UI/UX PADA APLIKASI JASA RENTAK MOTOR (SAREMO) MENGGUNAKAN METODE DESIGN THINKING. *Journal of Information Systems Management and Digital Business (JISMDB)*, 1(123).
- Pangestu, R. (2019). Penerapan Kampanye Sosial dalam Desain Komunikasi Visual. *Besaung: Jurnal Seni Desain Dan Budaya*, 4(2), 159–165. <https://doi.org/10.36982/jsdb.v4i4.796>
- Pengetahuan, J. I., & Seni, K. (n.d.). *JURNAL EKSPRESI SENI. PENGGUNAAN EKSTRAK BUAH MENKUDU (Morindra citrifolia) SECARA RENDAMAN TERHADAP IKAN PATIN (Pangasius sp.) YANG TERINFEKSI BAKTERI Aeromonas hydrophila.* (n.d.).
- Qomariyah, N., & Hadiyatul Maula, D. (n.d.). *IMPLEMENTING DESIGN THINKING METHODE IN DIGITAL-BASED LEARNING INNOVATION TO FACE THE ERA OF SOCIETY 5.0.*
- Riskesdas 2018 dalam angka, Indonesia ii.* (n.d.).
- Sivakumar, T., Sivamaruthi, B. S., Priya, K. L., Kesika, P., & Chaiyasut, C. (2018). Evaluation of bioactivities of *morinda tinctoria* leaves extract for pharmacological applications. *Asian Journal of Pharmaceutical and Clinical Research*, 11(2), 100–105. <https://doi.org/10.22159/ajpcr.2018.v11i2.21583>
- Sogandi, S., & Nilasari, P. (2019). Identifikasi Senyawa Aktif Ekstrak Buah Mengkudu (*Morinda citrifolia* L.) dan Potensinya sebagai Inhibitor Karies Gigi. *Jurnal Kefarmasian Indonesia*, 22(5), 73–81. <https://doi.org/10.22435/jki.v9i2.1289>

- Sogandi, S., & Rabima, R. (2019). Identification of Active Compound Extracts from Noni Fruit (*Morinda citrifolia* L.) and Its Potential as Antioxidants. *Jurnal Kimia Sains Dan Aplikasi*, 22(5), 206–212. <https://doi.org/10.14710/jksa.22.5.206-212>
- Solehan, J. R., Damayanti, M. N., & Jacky, C. (2015). Perancangan Kampanye Sosial Pengenalan Tanaman Obat Keluarga (TOGA), Manfaat dan Potensinya Kepada Anak Usia SMP. *Jurnal DKV Adiwarna*, Vol 1 (2015): creative and original, 14. <http://studentjournal.petra.ac.id/index.php/dkv/article/view/3247>
<https://indiabiodiversity.org/species/show/31573>
<https://www.natureindianursery.com/product/morinda-coreia/>