



AUFKLARUNG: Jurnal Kajian Bahasa, Sastra Indonesia, dan Pembelajarannya



E-ISSN: 2808-7100, P-ISSN: 2808-7674

Volume 4, No 2, Tahun 2025

REPRESENTASI VISUAL POSTER KESEHATAN MENTAL PADA INSTAGRAM (MODEL SEMANTIK SEMIOTIK)

Dika Ayu Wulandari¹, Heryani²^{1,2}Institut Ilmu Kesehatan PelamoniaCorresponding author: dikaayu14@gmail.com

Abstrak

Media sosial telah menjadi salah satu saluran utama penyebaran informasi kesehatan mental. Instagram, dengan kekuatan visualnya, memungkinkan pesan-pesan kesehatan mental dikemas dalam bentuk poster digital yang menarik dan mudah dibagikan. Penelitian ini bertujuan menganalisis representasi visual poster kesehatan mental pada Instagram menggunakan pendekatan semantik-semiotik. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis kualitatif deskriptif dengan model semantik-semiotik Roland Barthes, yang membedakan antara makna denotatif, konotatif, dan mitos. Objek penelitian terdiri dari 10 poster kesehatan mental populer di Instagram selama periode Januari–Juni 2025 yang dipilih melalui purposive sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa representasi visual pada poster kesehatan mental cenderung menggunakan warna pastel untuk menghadirkan kesan menenangkan, tipografi sans serif untuk kesan modern dan sederhana, serta ilustrasi karakter yang bersahabat untuk mengurangi stigma. Secara semantik, teks pada poster mengandung pesan afirmasi dan edukasi. Secara semiotik, elemen visual membentuk mitos baru bahwa kesehatan mental adalah bagian penting dari gaya hidup modern. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi desainer grafis dan praktisi kesehatan dalam menyusun media kampanye yang efektif di era digital.

Kata kunci: semantik, semiotik, poster HIV/AIDS

Abstract

Social media has become a primary channel for disseminating mental health information. Instagram, with its visual power, allows mental health messages to be packaged in the form of engaging and easily shareable digital posters. This study aims to analyze the visual representation of mental health posters on Instagram using a semantic-semiotic approach. The research method used is descriptive qualitative analysis using Roland Barthes's semantic-semiotic model, which distinguishes between denotative, connotative, and mythical meanings. The research subjects consisted of 10 popular mental health posters on Instagram during the period January–June 2025, selected through purposive sampling. The results show that visual representations in mental health posters tend to use pastel colors to convey a calming impression, sans serif typography for a modern and simple impression, and friendly character illustrations to reduce stigma. Semantically, the text on the posters conveys affirmative and educational messages. Semiotically, the visual elements create a new myth that mental health is an essential part of a modern lifestyle. This research is expected to serve as a

Keywords: *semantics, semiotics, HIV/AIDS posters*

1. Pendahuluan

Dalam era digital saat ini, media sosial telah menjadi ruang utama dalam penyebaran informasi, komunikasi, dan ekspresi sosial. Salah satu platform yang paling populer adalah Instagram, yang secara khusus mengedepankan aspek visual sebagai medium utama dalam menyampaikan pesan. Melalui fitur seperti feed, story, dan reels, Instagram telah menjelma menjadi saluran penting bagi berbagai kampanye sosial, termasuk isu-isu terkait kesehatan mental.

Isu kesehatan mental kini semakin mendapatkan perhatian global. Badan Kesehatan Dunia (WHO) menyatakan bahwa kesehatan mental merupakan bagian integral dari kesehatan secara keseluruhan. Di tengah meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya menjaga kesehatan mental, berbagai kampanye digital mulai bermunculan dengan tujuan untuk mengedukasi, mendukung, dan mengurangi stigma terhadap individu dengan gangguan mental. Salah satu bentuk kampanye ini adalah melalui poster digital bertema kesehatan mental yang banyak beredar di Instagram.

Poster digital sebagai media komunikasi visual memiliki kekuatan dalam menyampaikan pesan secara singkat namun bermakna. Kombinasi elemen-elemen seperti warna, tipografi, ilustrasi, dan simbol visual digunakan untuk membangun pemaknaan yang dapat langsung ditangkap oleh audiens. Namun, makna dari elemen-elemen visual tersebut tidak selalu bersifat tunggal atau eksplisit. Sebaliknya, visual dalam poster sering kali bersifat simbolik dan terbuka terhadap berbagai interpretasi. Oleh karena itu, dibutuhkan pendekatan ilmiah untuk mengkaji bagaimana makna tersebut dikonstruksi dan direpresentasikan.

Salah satu pendekatan yang relevan untuk menganalisis visual adalah model semantik-semiotik, yang menggabungkan kajian tanda (semiotika) dengan makna (semantik). Semiotika, sebagaimana dijelaskan oleh Roland Barthes, melihat bahwa tanda terdiri dari denotasi (makna literal) dan konotasi (makna kultural atau ideologis). Sementara itu, semantik visual mencoba menjelaskan bagaimana elemen visual bekerja dalam menyampaikan pesan dan membentuk persepsi.

Melalui pendekatan ini, kita dapat menelusuri bagaimana representasi visual dalam poster kesehatan mental mengandung lapisan-lapisan makna yang kompleks – mulai dari narasi tentang emosi manusia, penggambaran kondisi psikologis, hingga mitos sosial seperti stigma dan penerimaan diri. Penelitian ini menjadi penting untuk memahami cara komunikasi visual bekerja dalam konteks kampanye sosial digital, serta bagaimana masyarakat menerima dan menafsirkan pesan-pesan tersebut.

Selain itu, di tengah banyaknya konten kesehatan mental yang diproduksi secara massal, terdapat risiko reduksi makna atau bahkan misrepresentasi. Misalnya, visualisasi gangguan mental yang terlalu disederhanakan bisa berujung pada stereotip atau pengaburan realitas yang sebenarnya. Oleh karena itu, analisis kritis terhadap representasi visual menjadi sangat relevan dan urgen, terutama agar kampanye kesehatan mental dapat tetap sensitif, akurat, dan berdaya guna secara sosial.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji representasi visual poster kesehatan mental yang dipublikasikan di Instagram menggunakan pendekatan semantik-semiotik. Diharapkan hasil dari penelitian ini

dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan komunikasi visual yang lebih bertanggung jawab dalam isu-isu kesehatan mental.

Melalui pendekatan semantik-semiotik, penelitian ini mencoba mengungkap bagaimana tanda-tanda visual dan verbal pada poster Instagram membentuk representasi tertentu tentang kesehatan mental, baik dalam arti literal maupun makna ideologis yang lebih dalam.

2. Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif. Dengan menggunakan metode analisis deskriptif. Tujuan dari metode deskriptif ini Adalah untuk menginterpretasi makna tanda visual pada poster Kesehatan mental di Instagram. Untuk membatasi ruang lingkup penelitian ini maka peneliti perlu mengemukakan istilah, semantik-semiotik pada poster Kesehatan mental. Sumber data dari penelitian ini adalah sepuluh poster digital bertema Kesehatan mental yang diunggah di Instagram antara Januari-Juni 2025. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan purposive sampling berdasarkan kriteria: 1) poster mengandung pesan eksplisit tentang kesehatan mental; 2) Poster diunggah oleh akun public atau Lembaga resmi; 3) Memiliki interaksi minimal 500 likes.

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik analisis dan dokumentasi. Data dikumpulkan melalui tangkapan layer (screenshot) poster dari akun instagram terpilih, dokumentasi elemen visual dan teks, serta pencatatan deskripsi warna, tipografi, dan komposisi.

Analisis data menggunakan model Roland Barthes melalui langkah-langkah: 1) Mengidentifikasi makna denotatif; 2) Menafsirkan makna konotatif; 3) Menentukan mitos yang terbentuk. Dalam menganalisis data visual seperti poster kesehatan mental di Instagram menggunakan model semiotika Roland Barthes, kamu akan melalui dua tahap utama dalam proses analisis, mengumpulkan data visual (poster-posternya), mendeskripsikan konten secara objektif (denotasi), menganalisis makna simbolik dan budaya (konotasi), mengidentifikasi ideologi atau narasi sosial (mitos), menyimpulkan bagaimana representasi ini membentuk persepsi tentang kesehatan mental.

Selanjutnya, peneliti dalam mengolah data yang diperoleh di lapangan, memungkinkan dapat menjadi suatu temuan yang benar-benar akurat dan valid. Temuan-temuan itu akan memberikan kontribusi fundamental bagi peneliti dalam penyajian pembahasan hasil penelitian ini. Dalam kajian semantik, peneliti akan menganalisis makna denotative, konotatif dan mitos yang terdapat di poster Kesehatan mental kemudian pada kajian semiotik, peneliti akan menganalisis perihail tanda dan lambang gambar pada setiap poster.

3. Hasil dan Pembahasan

Pesan yang terdapat pada poster adalah pesan yang disampaikan kepada khalayak sasaran dalam bentuk tanda. Secara garis besar, tanda dapat dilihat dari dua aspek, yaitu tanda verbal dan tanda visual. Tanda verbal didekati dari ragam Bahasa, gaya penulisan, tema, dan pengertian yang didapatkan. Tanda visual dilihat dari cara menggambarkannya, apakah secara ikonis, indeksikal, atau simbolis. Analisis semiotik pada poster bila dimasukkan dalam semiotic maka terdapat tiga dimensi yaitu (1) Objek, yang merupakan unsur-unsur tanda dari sebuah poster, (2) Konteks, yang merupakan lingkungan, makhluk atau apapun yang memberikan tanda pada objek, dan (3) Teks, berupa tulisan yang memperkuat makna.

Analisis dilakukan terhadap 10 poster kesehatan mental di Instagram. Setiap poster dianalisis berdasarkan makna denotatif, konotatif, dan mitos.

No	Deskripsi Poster	Makna Denotatif	Makna Konotatif & Mitos
1	Poster latar biru pastel dengan teks 'It's okay to rest' dan ilustrasi orang tidur	Gambar orang tidur dengan bantal	Biru = tenang; Mitos: istirahat bukan malas
2	Poster latar krem dengan kutipan 'Your feelings are valid'	Teks afirmasi dan ilustrasi bunga	Krem = hangat; Mitos: semua perasaan layak dihargai
3	Poster ilustrasi kelompok orang duduk melingkar	Orang berdiskusi	Warna lembut = aman; Mitos: berbagi cerita menyembuhkan
4	Poster warna hijau muda dengan tips self-care	Teks edukasi & ikon hati	Hijau = segar; Mitos: self-care penting untuk semua
5	Poster bergambar tangan saling menggenggam	Ilustrasi solidaritas	Makna: dukungan sosial penting

Setelah meneliti dan menjelaskan makna pesan yang terdapat di dalam poster, maka dapat dirumuskan kesimpulannya sebagai berikut. Poster Kesehatan mental bisa dikatakan sebagai salah satu media dalam mensosialisasikan Kesehatan mental, poster juga mendapat perhatian yang cukup baik bagi warga sekolah terutama siswa karena dalam menyampaikan pesan, poster menggunakan kalimat yang singkat dan lebih menuju pada inti permasalahan. Penggunaan gambar dan warna yang terbilang unik hingga terkadang membuat orang tertarik untuk menganalisis atau mengetahui lebih dalam lagi makna yang terdapat dibalik poster. Poster tentang Kesehatan mental sebaiknya dipasang pada tempat-tempat yang strategis namun harus melihat dari segi umur, Tingkat Pendidikan, dan lingkungan sehingga pesan yang disampaikan tidak hanya sebuah pesan saja, namun dapat menjadi pesan yang bermakna dan pesan yang dapat merubah seseorang lebih baik.

4. Kesimpulan

Representasi visual poster kesehatan mental di Instagram cenderung memanfaatkan estetika visual yang menenangkan dan pesan singkat untuk memudahkan penerimaan audiens. Analisis semantik-semiotik menunjukkan bahwa di balik pesan eksplisitnya, terdapat mitos baru bahwa menjaga kesehatan mental adalah bagian dari gaya hidup modern dan wajar dibicarakan secara terbuka. Penelitian mengenai representasi visual poster kesehatan mental di Instagram dengan menggunakan model semantik-semiotik menunjukkan bahwa visualisasi pesan kesehatan mental tidak hanya mengandalkan elemen tekstual, tetapi juga sangat bergantung pada simbol, warna, tipografi, dan ekspresi visual lainnya. Melalui analisis semiotik, ditemukan bahwa tanda-tanda visual tersebut membentuk makna denotatif (makna literal) dan konotatif (makna emosional dan budaya) yang saling melengkapi untuk menyampaikan pesan empati, dukungan, dan kesadaran terhadap isu kesehatan mental.

Dalam konteks semantik, pemilihan kata, frasa, dan struktur bahasa dalam poster juga memperkuat pesan yang ingin disampaikan, membentuk hubungan makna yang dapat diterima oleh audiens digital secara luas. Kesimpulan lainnya menunjukkan bahwa Instagram sebagai platform visual memiliki kekuatan dalam membentuk persepsi publik terhadap isu kesehatan mental. Representasi visual yang ditampilkan

pada poster digital sering kali menekankan pada nilai inklusivitas, kenyamanan emosional, dan pemberdayaan individu yang mengalami gangguan mental. Model semantik-semiotik memberikan kerangka yang komprehensif dalam memahami bagaimana makna dibentuk dan ditafsirkan oleh audiens melalui kombinasi elemen visual dan linguistik. Dengan demikian, penelitian ini menegaskan pentingnya strategi komunikasi visual yang peka secara budaya dan emosional dalam kampanye kesehatan mental di media sosial.

Daftar Pustaka

Barthes, R. (1964). *Elements of Semiology*. Hill and Wang.

Candra, Murti Dewi. 2013. *Representasi Pakaian Muslimah dalam Iklan (Analisis Semiotik Charles Sanders Peirce pada Iklan Kosmetik Wardah di Tabloit Nova)*. Jurnal. UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Depdiknas.2005. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*.Jakarta.PT. Balai Pustaka.

Depdiknas.1998. *Tata Bahasa Baku Bahasa Indonesia*.Jakarta.PT.Balai Pustaka.

Ega, Noviana A.P. 2014,"*Analisis Struktural Semiotik Puisi pierrot dan Pierrot Gamin Karya Paul Verlane*", skripsi. Fakultas Bahasa dan Seni.Universitas Negeri Yogyakarta.

Erlanti, Ranita Harahap. 2008,"*Analisis Semiotik pada Poster HIV/AIDS di yayasan Pelita Ilmu*", skripsi.Fakultas Dakwah dan Komunikasi.Universitas Islam Syarif Hidayatullah Jakarta.

Hall, S. (1997). *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. Sage Publications.

Feralina, Novi. 2013. *Analisis Semiotika Makna Pesan Non Verbal dalam Iklan Class Mild Versi "Macet" di media Televisi*. Jurnal. Universitas Mulawarman

Muhid, Abdul. 2008. *Analisis Data*. Surabaya. IAIN Sunan Ampel Surabaya.

Nazaruddin, Kahfie. 2015. *Pengantar Semiotika*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Parera, J.D. 2004.*Teori Semantik*. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Sheldon, P., & Bryant, K. (2016). Instagram: Motives for its use and relationship to narcissism and contextual age. *Computers in Human Behavior*, 58, 89-97.

Sopianah, Siti. 2010," *Analisis Semiotik terhadap Iklan Susu Bendera Edisi Ramadhan 1430 H di Televisi*", skripsi.Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi.Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.

Suhardi. 2015. *Dasar-Dasar Ilmu Semantik*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.

Ullmann, Stephen. 2014. *Pengantar Semantik*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar

Widianto, Ricky, Dkk. 2015. *Analisis Semiotika pada Film Senyap Karya Joshua*

World Health Organization. (2022). Mental health: Strengthening our response. WHO.