

Perancangan Media Informasi Mengenai Manfaat Ekstrak Daging Buah Lerak

Sheila Pratiwi^{1*}, Aryoni Ananta², Aryadwipa A. Faradhiga³

^{1,2} Program Studi Desain Komunikasi Visual, Institut Seni Indonesia Padangpanjang

^{1*}sheilaprtw2@gmail.com, ²aryoniananta15@gmail.com, ³faradhigaarya@gmail.com

Abstrak

Lerak (*Sapindus rarak* DC.) merupakan tanaman endemik Indonesia yang mengandung saponin, alkaloid, tanin, flavonoid, polifenol, dan minyak atsiri sehingga berpotensi dimanfaatkan sebagai bahan baku alternatif pengganti surfaktan sintesis yang kurang ramah lingkungan. Namun, pengetahuan audiens dewasa awal usia 18-25 tahun mengenai kandungan, manfaat, dan pemanfaatan ekstrak daging buah lerak masih tergolong rendah. Perancangan ini bertujuan menghasilkan media informasi yang efektif dan informatif untuk meningkatkan pemahaman audiens mengenai manfaat ekstrak daging buah lerak sebagai bahan baku alternatif yang aman bagi kulit dan ramah lingkungan. Metode perancangan dilakukan melalui observasi, wawancara, kuesioner, dan studi pustaka yang kemudian dianalisis untuk merumuskan konsep verbal dan visual. Media utama yang dirancang berupa video informasi audio visual berdurasi 1 menit 38 detik yang menggabungkan teknik video konvensional, mix-media animation, dan motion graphic dengan struktur naratif Hook, Problem, Insight, Solution, dan Call to Action. Media utama didukung oleh media sekunder berupa zine, media sosial, poster, infografis, media pajang, dan merchandise. Hasil perancangan menunjukkan bahwa pendekatan visual yang memadukan unsur modern dan tradisional serta bahasa yang sederhana mampu menyampaikan informasi ilmiah mengenai lerak secara efektif tanpa mengurangi akurasi pesan, sekaligus meningkatkan kesadaran audiens terhadap potensi lerak sebagai sumber daya lokal yang berkelanjutan.

Kata Kunci: lerak, media informasi, audio visual, desain komunikasi visual, berkelanjutan.

PENDAHULUAN

Indonesia sebagai negara tropis memiliki kekayaan flora yang melimpah, salah satunya pohon lerak (*Sapindus rarak* DC.) dari famili Sapindaceae yang tumbuh subur di dataran menengah hingga tinggi Pulau Jawa dan Sumatra (Fatmawati, 2013). Keunggulan utama buah lerak terletak pada kandungan senyawa aktifnya seperti saponin, alkaloid, tanin, flavonoid, polifenol, dan minyak atsiri, yang menjadikannya berpotensi tinggi sebagai bahan baku alternatif industri (Putri et al., 2023). Kandungan saponin yang tinggi menjadikan lerak sebagai pengganti Sodium Lauryl Sulfate (SLS) dan Sodium Laureth Sulfate (SLES) yang lebih ramah lingkungan, karena berperan sebagai surfaktan alami sekaligus memiliki aktivitas antimikroba dan antibakteri (Ariawa et al., 2024), dengan efek samping relatif rendah bagi lingkungan (Christin et al., 2020).

Pemanfaatan lerak sebagai solusi berkelanjutan telah berakar dalam tradisi lokal, mulai dari perawatan batik dan pusaka keraton (Piputri & Lutfiati, 2014) hingga pembersih benda logam karena sifatnya yang tidak korosif (Fatmawati, 2013). Penelitian terbaru turut memperluas potensi lerak, misalnya sebagai pestisida nabati untuk keong mas (Linda, 2016) serta bahan dasar produk kebersihan dan perawatan tubuh yang lebih aman seperti hand sanitizer dan alternatif foaming agent (Christin et al., 2020). Peluang pasar produk berbahan lerak pun mulai terbuka dengan hadirnya sejumlah UMKM bersertifikat BPOM, meskipun masyarakat masih cenderung memilih surfaktan sintesis karena faktor ekonomis dan kemudahan akses.

Kesadaran terhadap dampak lingkungan sejalan dengan gaya hidup modern turut mendorong minat generasi muda terhadap produk berkelanjutan. Data survei minat konsumen terhadap produk ramah lingkungan periode 2022-2025 memperlihatkan dinamika ketertarikan tersebut sebagaimana disajikan pada Tabel 1.

Tahun	Persentase Minat
2022	56% - 66%
2023	75%
2024	84%
2025	61%

Tabel 1. Persentase Minat Konsumen Dewasa Awal Terhadap Produk Keberlanjutan 2022-2025

Data tersebut menunjukkan minat generasi dewasa awal terhadap produk ramah lingkungan cenderung meningkat, namun keputusan penggunaan masih dipengaruhi faktor praktis seperti harga dan ketersediaan produk (Indonesian Consumers' Interest Toward Sustainable Products, 2024). Urgensi peralihan ke bahan alami semakin nyata mengingat surfaktan sintetis terbukti memberikan dampak ekologis signifikan terhadap kualitas air, termasuk menghambat penetrasi oksigen dan mengganggu ekosistem perairan (Nurhaliza & Sunarti, 2020; Reiner et al., 2023). Meskipun potensi ekstrak daging buah lerak sebagai bahan baku alternatif industri sangat besar, pengetahuan audiens mengenai manfaat klinis, ekologi, dan kandungan saponinnya masih tergolong rendah, sementara informasi yang tersedia cenderung terpisah-pisah dan belum dikemas secara komunikatif maupun visual.

Tinjauan terhadap karya sejenis dilakukan sebagai langkah analisis awal. Video Mixed Media Animation Olivia Rodrigo menjadi rujukan gaya visual yang memadukan footage nyata dengan elemen digital sehingga menghasilkan ciri khas yang menonjol dan meningkatkan engagement audiens. Buku panduan "TOGA - Tanaman Obat Keluarga" menjadi rujukan penyajian informasi tanaman lokal melalui ilustrasi semi-realistis dan tipografi yang ramah dibaca. Sementara itu, gaya vlogging Casey Neistat pada "Do Hard Things" menjadi rujukan teknik narasi jujur yang mampu membuat konten edukatif terasa dinamis dan kredibel. Ketiga karya pembanding ini memperlihatkan gap bahwa media informasi mengenai lerak yang telah ada sebelumnya masih lemah dari sisi kebaruan visual dan kedalaman narasi ilmiah, sehingga membuka ruang bagi pengembangan media yang lebih informatif dan menarik.

Berdasarkan uraian tersebut, dirumuskan permasalahan perancangan yaitu bagaimana merancang media informasi yang efektif dan informatif mengenai manfaat ekstrak daging buah lerak. Perancangan ini bertujuan untuk (1) merancang media informasi mengenai manfaat ekstrak daging buah lerak, (2) meningkatkan pengetahuan audiens dewasa awal usia 18-25 tahun, (3) menyajikan informasi melalui media yang sesuai dengan preferensi konsumsi media audiens seperti video pendek dan media digital, serta (4) menumbuhkan minat penggunaan produk yang lebih aman bagi kesehatan dan lingkungan.

METODE

Tahapan Penelitian

Perancangan dimulai dengan mengeksplorasi data melalui observasi langsung, wawancara, kuesioner, dan studi pustaka yang menjadi basis pengembangan media informasi audio visual beserta media pendukungnya. Observasi lapangan dilakukan pada Oktober 2025 di Pasar Umum Padang Panjang terhadap toko produk rumah tangga dan toko bahan kering, dan mengonfirmasi bahwa buah lerak belum dikenal maupun tersedia di jalur distribusi pasar tradisional. Wawancara semi-terstruktur dilakukan secara purposive terhadap narasumber ahli, di antaranya dokter umum dan ahli botani, guna memperoleh informasi mengenai keamanan penggunaan produk pembersih serta potensi ekstrak daging buah lerak. Kuesioner daring disebarikan kepada responden usia 18-25 tahun untuk mengukur tingkat pengetahuan awal audiens terhadap kandungan dan manfaat lerak, yang hasilnya dianalisis lebih lanjut pada bagian Hasil dan Pembahasan.

Konsep dan Proses Perancangan

Tahap perancangan diawali dengan brainstorming untuk merumuskan strategi kreatif dari aspek verbal maupun visual, menghasilkan tiga kata kunci utama yaitu Fun, Nature, dan Gentle yang merepresentasikan karakter lerak sebagai tanaman alami. Konsep verbal media utama bersifat informatif-persuasif dengan struktur pesan Hook - Problem - Insight - Solution - Call to Action, menggunakan gaya bahasa semi formal dan diksi yang menghindari istilah saintifik yang terlalu teknis. Konsep visual video mengusung gaya vlog yang dipadukan dengan scrapbook, kolase digital, dan motion graphic edukatif, dengan dominasi warna cokelat dan hijau untuk memperkuat kesan alami dan ramah lingkungan, dipadukan tipografi serif Bogimber dan American Scribe untuk judul serta sans-serif Rubik untuk isi teks. Rangkaian konsep tersebut kemudian dituangkan ke dalam storyline dan storyboard sebagaimana disajikan pada Tabel 2, sebelum memasuki tahap produksi.

Tahap	Pendekatan Visual	Fungsi Narasi
Hook	Close up talent di tengah pepohonan lerak, live action	Menangkap perhatian melalui pertanyaan reflektif
Problem	Close up tangan kering, air busa mengalir ke selokan	Menjelaskan dampak personal dan lingkungan dari pembersih kimia
Insight	Stop motion buah lerak dan motion graphic data saponin	Mengubah persepsi lerak melalui data kandungan aktif
Solution	Motion graphic manfaat lerak dalam kehidupan sehari-hari	Menjelaskan pemanfaatan lerak sebagai solusi berkelanjutan
Call to Action	Talent berjalan, penanaman sisa buah lerak, GIF zine digital	Mengajak audiens memulai gaya hidup berkelanjutan

Tabel 2. Struktur Naratif Hook-Problem-Insight-Solution-Call to Action Video Informasi

Proses produksi dilaksanakan setelah storyboard disepakati, diawali dengan shooting pada 28 April 2026 yang mengikuti pembagian scene untuk menjaga konsistensi visual dan pencahayaan. Pengeditan video dilakukan menggunakan CapCut Premium Pro, meliputi pemilihan gambar, pewarnaan, serta penataan musik dan suara. Logo dirancang menggunakan Figma berdasarkan penyederhanaan bentuk buah lerak, sedangkan media pendukung berupa zine, konten media sosial, poster, infografis, dan media pajang dirancang untuk memperluas jangkauan audiens serta memperkuat konsistensi identitas visual secara terintegrasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil kuesioner terhadap responden usia 18-25 tahun menunjukkan tingkat pengetahuan awal yang rendah terhadap lerak: 82,4% responden menyatakan sangat tidak setuju mengetahui pemanfaatan lerak sebagai bahan pembersih alami, 84,8% belum mengetahui kandungan saponin di dalamnya, 84,6% belum memahami fungsi saponin sebagai surfaktan alami, dan 84% belum memahami manfaatnya bagi kesehatan dan lingkungan. Temuan ini memperkuat urgensi perancangan media informasi yang komunikatif dan visual untuk menjembatani kesenjangan pengetahuan tersebut.

Media utama yang dihasilkan berupa video informasi berdurasi 1 menit 38 detik dalam format MP4 Full HD (1080p), yang menggabungkan 11 potongan video dengan pendekatan vlog, stop motion, dan motion graphic kolase. Struktur naratif Hook-Problem-Insight-Solution-Call to Action diterapkan agar informasi ilmiah dapat diterima secara menarik tanpa mengurangi akurasi pesan, didukung prinsip desain kesatuan melalui palet warna cokelat, krem, hijau, dan abu-abu yang konsisten sepanjang video, serta hierarki visual pada motion graphic agar audiens dapat mengikuti alur pesan secara bertahap, sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 1.



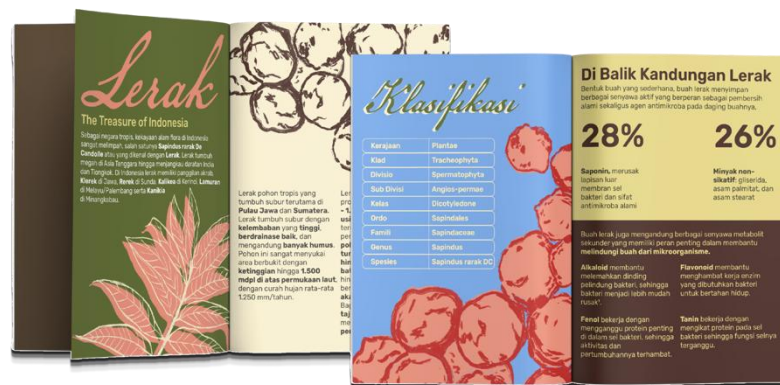
Gambar 1. Cuplikan Adegan Video Informasi "Bukan Sulap Cuma Buah, Biji Hitam Ini Alternatifnya!" (Sumber: Sheila Pratiwi, 2026)

Logo media informasi menggunakan penyederhanaan bentuk buah lerak dipadukan font serif Bogimber dan warna coklat-hijau kekuningan untuk menegaskan karakter alami buah lerak, sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 2. Identitas visual ini kemudian diimplementasikan secara konsisten pada seluruh media pendukung dengan rincian sebagai berikut:



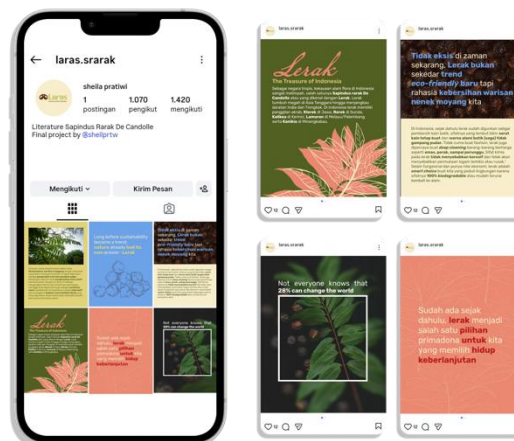
Gambar 2. Logo Media Informasi LARAS (Literatur Rarak Sapindus) (Sumber: Sheila Pratiwi, 2026)

- a. **Zine.** disusun sistematis dari pengenalan lerak, karakteristik fisik, klasifikasi ilmiah, kandungan senyawa, manfaat, hingga cara pengolahan menjadi sabun alami, dengan gaya visual yang memadukan fotografi, ilustrasi botani, dan tipografi script-sans-serif untuk membangun hierarki informasi yang jelas.



Gambar 3. Zine Informasi Lengkap Sapindus Rarak DC (Sumber: Sheila Pratiwi, 2026)

- b. **Media sosial LARAS.** menghadirkan 9 unggahan yang memadukan headline, body copy, dan caption dengan pendekatan teaser copywriting untuk membangun rasa ingin tahu audiens sesuai tahapan Attention dan Interest pada model AISAS.



Gambar 4. Media Sosial Instagram @laras.sarak (Sumber: Sheila Pratiwi, 2026)

- c. **Poster dan infografis.** dirancang dengan konsep visual minimalis yang memadukan estetika modern dan esensi tradisional, memanfaatkan white space serta tipografi sans-serif tegas pada kata kunci "nature" dan "sustainability" untuk membangun citra lerak sebagai solusi lokal yang berkelanjutan.



Gambar 5. Poster dan Infografis (Sumber: Sheila Pratiwi, 2026)

- d. **Media pajang dan publikasi.** menampilkan seluruh elemen perancangan secara terpadu dan dipublikasikan melalui pameran tugas akhir serta akun Instagram dan YouTube @laras.sarak agar dapat diakses secara luas.

Secara keseluruhan, pendekatan visual yang memadukan unsur modern dan tradisional, didukung bahasa yang sederhana dan komunikatif, terbukti mampu menyampaikan informasi ilmiah mengenai lerak secara efektif tanpa mengurangi akurasi pesan. Strategi bauran media antara video utama dan media sekunder ini selaras dengan karakteristik audiens dewasa awal yang memiliki mobilitas digital tinggi dan cenderung responsif terhadap konten visual-naratif.

KESIMPULAN

Perancangan media informasi mengenai manfaat ekstrak daging buah lerak ini diinisiasi oleh minimnya pemahaman publik, khususnya kelompok dewasa awal usia 18-25 tahun, terkait kandungan biologis, khasiat, serta potensi lerak sebagai material alternatif industri yang ekologis. Data yang dihimpun melalui wawancara dan kuesioner menegaskan bahwa mayoritas responden belum familier dengan tanaman lerak, namun menunjukkan preferensi tinggi terhadap media edukasi yang dikemas secara visual, komunikatif, dan aplikatif. Guna mengatasi kesenjangan tersebut, dirancang media informasi audio visual berupa video berdurasi 1 menit 38 detik yang mengintegrasikan teknik video konvensional, stop-motion, mix-media animation, dan motion graphic, dengan pesan yang disusun melalui struktur naratif Hook, Problem, Insight, Solution, dan Call to Action agar data ilmiah dapat diterima secara persuasif dan mudah dicerna oleh generasi muda. Video utama ditopang oleh media sekunder terintegrasi berupa media sosial, zine, poster, infografis, media pajang, dan merchandise untuk memperluas penetrasi informasi. Melalui perancangan ini, edukasi mengenai potensi lerak sebagai alternatif bahan baku industri yang aman bagi kulit, ramah lingkungan, serta penunjang gaya hidup berkelanjutan berhasil diwujudkan dalam format komunikasi visual yang efektif dan terukur, sekaligus dapat menjadi referensi bagi pengembangan media komunikasi visual bertema lingkungan dan sumber daya alam selanjutnya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Bapak Aryoni Ananta, S.Ds., M.Sn. selaku pembimbing, Bapak Aryadwipa A. Faradhiga atas arahan selama proses perancangan, kepada seluruh narasumber wawancara dan responden kuesioner atas kontribusi data, serta kepada Program Studi Desain Komunikasi Visual, Institut Seni Indonesia Padangpanjang atas dukungan yang diberikan selama penelitian ini berlangsung.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariawa, D. C., Suradnyana, I. G. M., & Suena, N. M. D. S. (2024). Formulation of lerak liquid extract (Sapindus rarak DC.) as a biosurfactant for facial soap. *Jurnal Kefarmasian Indonesia*, 14(1), 1-11. <https://doi.org/10.22435/jki.v14i1.6614>
- Christin, D., Putri, A., Putu, N., Putri, A., & Listyawati, M. B. (2020). Potensi pengembangan lerak (Sapindus rarak) sebagai bahan bermanfaat di bidang farmasi. *Jurnal Farmasi Galenika*, 10(2).
- Fatmawati, I. (2013). Lerak sebagai bahan pembersih logam perak, perunggu, dan besi. 24-31.
- Gunawan, A. P. (2021). Proses komunikasi melalui media visual fotografi sebagai ilustrasi. *Journal of Business and Communication Studies*, 3(2), 69-77. <https://doi.org/10.21512/becossjournal.v3i2.7411>
- Hanif, M. (2020). The development and effectiveness of motion graphic animation videos to improve primary school students' sciences learning outcomes. 13(3), 247-266.
- Harahap, T. R., Nasution, B., Nasution, F., & Nilasari, A. (2024). Digital narratives: The evolution of storytelling techniques in the age of social media. *International Journal of Educational Review*, 3(2), 738-745. <https://doi.org/10.55299/ijere.v3i2.1004>
- Hawa, L. C., Nada, U. Q., & Sumarlan, S. H. (2023). Karakteristik sifat fisikokimia sabun cuci cair menggunakan sari lerak sebagai surfaktan alami. *Agrointek: Jurnal Teknologi Industri Pertanian*, 17(1), 213-223. <https://doi.org/10.21107/agrointek.v17i1.10696>
- Indonesia Gen Z Report 2022. (2022). IDN Media.
- Indonesian Consumers' Interest Toward Sustainable Products: Part 1. (2024). Snapcart. <https://snapcart.global/indonesian-consumers-interest-toward/>
- Krisnaldy, Fajry, A. T., Akmal, A., & Fajriant, N. (2025). Memaksimalkan strategi pemasaran dengan copywriting yang tepat sasaran: Struktur yang efektif AIDA di SMK Telekom Pamulang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4.
- Laba Udarno, B. (2009). Lerak (Sapindus rarak) tanaman industri pengganti sabun. 15, 1-32.
- Maulida, F., Sutiadi, A., Fathaddin, M. T., Mardiana, D. A., & Setiati, R. (2024). The characteristics of Sapindus rarak green surfactant injection to enhance oil recovery. 47(3), 277-289.
- Mulya, A., Muttaqin, N., Baskara, D. S., & Purwodani, D. L. (2025). Comparative effectiveness of narrative and informational content for audience engagement in educational social media: A systematic literature review. *Jurnal Mukasi*, 4(3), 823-838. <https://doi.org/10.54259/mukasi.v4i3.4862>
- Nurhaliza, I., & Sunarti, R. N. (2020). Analisa residu detergen pada sampel air sungai di Provinsi Sumatera Selatan secara MBAS menggunakan spektrofotometri. 3(1), 455-464.
- Piputri, R. A., & Lutfiati, D. (2014). Pemanfaatan lerak sebagai bahan perawatan kain batik. *Jurnal Tata Busana*.
- Putri, A. et al. (2023). Kandungan senyawa aktif buah lerak dan potensi pemanfaatannya. *Jurnal Ilmu Pertanian*.
- Reiner, J. et al. (2023). Persistensi surfaktan sintetis terhadap ekosistem perairan. *Environmental Science Journal*.