

PERANCANGAN POSTER IKLAN LAYANAN MASYARAKAT PENCEGAHAN COVID 19 DI ERA NEW NORMAL BAGI WARGA KARANG REJO VII SURABAYA

Aditya Sukma Firmansyah¹, Marsudi²

¹Jurusan Desain, Universitas Negeri Surabaya
aditya.18106@mhs.unesa.ac.id

²Jurusan Desain, FBS, Universitas Negeri Surabaya
marsudi@unesa.ac.id

Abstrak

Memasuki era pembiasaan baru atau new normal pasca adanya pandemi Covid 19, masih banyak warga masyarakat yang tidak mematuhi protokol kesehatan seperti yang telah dianjurkan oleh pemerintah. Hal ini juga tampak pada warga Karang Rejo Kota Surabaya dalam aktivitas sehari-hari sebagian besar warga tidak mematuhi protokol kesehatan, seperti menggunakan masker, menghindari kerumunan dan mencuci tangan. Oleh karenanya perlu upaya untuk mengingatkan dan mempengaruhi mereka agar mau mematuhi protokol kesehatan, yaitu melalui perancangan Iklan Layanan Masyarakat yang relevan dengan kondisi masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan konsep poster sebagai media iklan layanan masyarakat tentang pencegahan covid 19, dan mendeskripsikan visualisasi poster sebagai media iklan layanan masyarakat tentang pencegahan covid 19. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, dengan pengumpulan data melalui wawancara, observasi. Analisis data penelitian ini menggunakan analisis 5W+1H. Hasil perancangan ini berupa poster ILM tentang pentingnya pencegahan covid 19 di era New Normal melalui penerapan protokol kesehatan.

Keywords: Covid, new normal, poster, ILM

Abstract

Entering a new era of habituation or new normal after the Covid 19 pandemic, there are still many people who do not comply with health protocols as recommended by the government. This can also be seen in the residents of Karang Rejo, Surabaya City, in their daily activities, most of the residents do not comply with health protocols, such as wearing masks, avoiding crowds and washing hands. Therefore, efforts are needed to remind and influence them to comply with health protocols, namely through the design of Public Service Advertisements that are relevant to the condition of the community. This study aims to describe the concept of posters as a medium for public service advertisements about the prevention of covid 19, and to describe the visualization of posters as a medium for public service advertisements about preventing covid 19. This study uses a qualitative method, with data collection through interviews and observations. The data analysis of this research used 5W+1H analysis. The results of this study are in the form of PSAs posters about the importance of preventing covid 19 in the New Normal era through the application of health protocols.

PENDAHULUAN

Covid-19 adalah keluarga besar virus yang menyebabkan penyakit mulai dari gejala ringan

sampai berat. Ada setidaknya dua jenis coronavirus yang diketahui menyebabkan penyakit yang dapat menimbulkan gejala berat

seperti Middle East Respiratory Syndrome (MERS) dan Severe Acute Respiratory Syndrome (SARS), (Banjarmasin, 2020).

Pandemi mengakibatkan semua negara melakukan kebijakan yang bertujuan untuk menanggulangi semua akibat covid 19. Pemerintah juga menerapkan pembatasan pergerakan dan aktivitas masyarakat. Peraturan Pemerintah Nomor 21 Tahun 2020 tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dalam rangka percepatan penanganan covid 19 telah menyatakan bahwa PSBB dilakukan salah satunya dengan meliburkan tempat kerja. Hal ini berdampak pada semua sektor, seperti sektor ekonomi, pendidikan, pariwisata, dan lain sebagainya.

Kebijakan yang diterapkan oleh pemerintah untuk mengurangi lonjakan kasus covid 19 adalah memberikan vaksin covid 19 kepada seluruh warga Indonesia. Pemberian vaksin bertujuan untuk memunculkan respon kekebalan tubuh seseorang terhadap serangan virus covid 19 sehingga, tubuh dapat melawan infeksi virus covid 19. Tentunya, sistem kekebalan tubuh terhadap covid 19 setelah divaksin tidak serta merta dapat terbentuk secara instan, protokol kesehatan 3M yang dicanangkan pemerintah haruslah tetap dilaksanakan untuk memberikan perlindungan maksimal terhadap serangan covid 19 (Kemenkes, 2021).

Masyarakat harus tetap melawan penyebaran virus itu sambil beraktivitas seperti sediakala. Tentu, aktivitas yang dilakukan bukan seperti sebelum adanya pandemi covid 19 ini. Aktivitas dilakukan harus tetap berpegang pada protokol kesehatan seperti menjaga jarak, memakai masker, menghindari kerumunan, dan kerap mencuci tangan. Pola kehidupan baru ini kemudian banyak yang menyebutnya sebagai *new normal*. Menurut Ketua Tim Pakar Gugus Tugas Percepatan Penanganan Covid-19 Wiku, yang dikutip dari laman Kompas (2020). *New normal* adalah perubahan perilaku untuk tetap menjalankan aktivitas normal, ditambah dengan penerapan protokol kesehatan guna mencegah terjadinya penularan Covid-19. *New normal* menjadi pilihan karena beberapa hal, diantaranya alasan penerapan PSBB pada tahap pertama menyebabkan menurunnya pendapatan negara dan meningkatkan angka kemiskinan.

Hal utama yang harus dilakukan adalah memberikan edukasi ke masyarakat, agar tetap mematuhi protokol kesehatan dan melakukan pembiasaan hidup sehat, edukasi terhadap masyarakat terutama di daerah pinggiran/pedesaan seperti di wilayah Karang Rejo. Wilayah Karang Rejo merupakan salah satu Wilayah yang berada di Kecamatan Wonokromo, kota Surabaya, Jawa Timur. Wilayah Karang Rejo berada di Provinsi Jawa timur, kota Surabaya tepatnya berada di Surabaya Selatan, Kecamatan Wonokromo Kelurahan Wonokromo. Daerah Karang Rejo dibagi menjadi 15 gang, dengan jumlah penduduk 625.560 Penduduk di Karang Rejo sangat padat dikarenakan letak daerahnya berdekatan dengan mall Royal Plaza, Universitas Negeri Surabaya, UNUSA, Universitas TELKOM sehingga banyak pendatang dari berbagai daerah untuk melanjutkan pendidikan ataupun bekerja. Banyak dari mereka memilih untuk tinggal sementara di Wilayah Karang Rejo dikarenakan letaknya yang dekat tempat kerja, pusat perbelanjaan, serta kampus.

Penelitian ini dilakukan di Karang Rejo Gang VII, RW 2 Surabaya dengan jumlah total ada 10 RT jumlah penduduk di wilayah Karang Rejo sendiri terdapat 6.080 jiwa dari 1.616 KK per bulan Maret 2022. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan Fatur wakil RT wilayah Karang Rejo VII, warga sering menerima penyuluhan ataupun edukasi tentang era *new normal* dari pengurus RT setempat. Penyuluhan diberikan melalui lisan dan dilakukan setiap sebulan 2x, selain itu pengurus RT juga menyediakan tempat cuci tangan dan sabun di berbagai titik seperti depan gang masuk kampung, pos RT dan mushola. Pengurus juga memberikan edukasi bagaimana cara membuat handsanitizer sendiri. Berdasarkan hasil observasi peneliti selama 1 bulan dengan menggunakan observasi bahwa masyarakat masih belum menyadari pentingnya edukasi tentang covid 19 yang diberikan pengurus RT setempat sehingga masih banyak yang belum menyadari pentingnya protokol kesehatan.

Permasalahan terbesar yang dihadapi desa Karang Rejo adalah banyaknya pendatang dari berbagai daerah menyebabkan penyuluhan yang

dilakukan secara verbal tidak merata, dikarenakan warga yang berkerja atau kuliah tidak sempat mengikuti penyuluhan tersebut. Karenanya minimnya informasi yang diterima, masih banyak warga atau pendatang yang mengabaikan protokol kesehatan yang sudah diterapkan. Padahal sesuai data sebelumnya saat terjadi pandemi, ada sekitar 1.824 orang yang terjangkit dan ada 182 meninggal akibat covid 19. Hal ini ternyata belum sepenuhnya mampu menjadi pembelajaran.

Berbagai upaya sudah dilakukan pengurus RT untuk mengantisipasi penyebaran covid di era *new normal*. Mulai dari sosialisasi secara verbal sampai pengurus RT Karang Rejo membuat tempat mencuci tangan dan memberikan sosialisasi tentang pentingnya 3M (mencuci tangan, memakai masker, menjaga jarak). Namun karena kurangnya media penyampaian pesan seperti poster atau surat yang berisikan himbauan membuat masyarakat kurang peduli apalagi banyak masyarakat yang sudah melakukan vaksin sehingga mereka meremehkan protokol kesehatan yang sudah ditetapkan. Masyarakat beranggapan bahwa era *new normal* seperti era ketika covid 19 belum muncul. Dari permasalahan tersebut, perlu adanya upaya lain dalam pencegahan penyebaran covid 19 ini yaitu melalui media Iklan Layanan Masyarakat berupa poster.

Peneliti menggunakan Iklan Layanan Masyarakat sebagai upaya memberikan penyuluhan tentang pencegahan penyebaran covid berupa poster cetak, karena agar mudah dijangkau oleh masyarakat. Poster ini nantinya akan ditempel di wilayah Karang Rejo, terutama di papan informasi/madding yang tersedia. Alasan menggunakan media mading sebagai media penempelan poster, dikarenakan mading ini masih digunakan pengurus RT untuk menyampaikan informasi selain itu pemilihan mading adalah supaya tidak merusak properti warga. Poster ini juga dapat disebarluaskan melalui media sosial maupun pesan berantai agar dapat diakses oleh masyarakat. Menurut Pujianto (2013), iklan layanan masyarakat (ILM) merupakan salah satu upaya untuk memengaruhi masyarakat dengan cara mengajak dan menghibau mereka untuk mengerti,

menyadari, turut memikirkan, serta menempatkan posisinya agar tidak larut dan terjerumus dengan permasalahan.

Alasan iklan layanan masyarakat adalah media yang dianggap efektif karena dapat menjangkau masyarakat secara luas, dan memiliki sifat persuasi atau mengajak masyarakat agar lebih perhatian terhadap situasi sekitar. ILM merupakan hal yang fleksibel dan dapat diletakkan hampir di seluruh media massa yang digunakan oleh masyarakat umum pada jaman ini (Santoso, 2015). Iklan Layanan Masyarakat harus memiliki target dan tepat sasaran karena dasarnya ILM bertujuan untuk menggugah kesadaran masyarakat akan suatu pemecahan masalah sosial yang aktual (Tinarbuko, 2007).

Media ILM yang digunakan peneliti untuk mengatasi permasalahan ini yaitu dengan menggunakan media cetak poster karena dapat dilihat sewaktu-waktu, bisa ditempel dimana saja, biaya pembuatan terbilang rendah, selain itu poster bertujuan untuk memotivasi, menyampaikan dan menyadarkan masyarakat terhadap permasalahan yang sedang terjadi di sekitar.

Menurut Arsyad (2011), media informasi poster sering digunakan sebagai media informasi atau pun iklan yang sering dipakai untuk menyampaikan pesan secara visual yang mudah dipahami oleh audiens yang membacanya.

Penelitian mengenai ILM juga pernah dilakukan oleh Dhiya Kemal Hannandito dari Universitas Negeri Surabaya (2020), membahas mengenai keadaan lingkungan di Kota Surabaya sekarang dan dampak membuang sampah sembarangan mengakibatkan pencemaran lingkungan. Menurut Dhiya, pencemaran lingkungan disebabkan karena kurangnya kesadaran diri masyarakat atas pencemaran lingkungan yang dapat merusak tatanan ekosistem di sekitar kita. Kajian ini dibahas dalam segi sisi kesehatan, dan dampak lingkungan sekitar. penelitian ini meneliti pasar yang mempunyai permasalahan terkait sampah yang tersebar di mana-mana dan bukan pada tempatnya. Peneliti menemukan penelitian ini

sangat relevan dengan hasil observasi dan wawancara yang telah dilaksanakan.

Peneliti menemukan bahwa masyarakat Surabaya yang masih membuang sampah sembarangan dapat dikatakan egois dan tidak mengerti soal pencemaran lingkungan. Sampah yang dibuang biasanya yaitu berupa sampah plastik. Serta semakin besar volume masyarakat membuang sampah di satu titik tersebut, semakin besar pula volume sampah yang keluar dari tempat tersebut, dan dapat yang dapat menimbulkan dampak yang buruk bagi kesehatan serta lingkungan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini difokuskan pada dua hal, yaitu (1) bagaimanakah konsep perancangan poster ILM Pencegahan covid 19 di era new normal bagi warga Karang Rejo VII, Surabaya, (2) bagaimanakah proses perancangan poster ILM Pencegahan covid 19 di era new normal bagi warga Karang Rejo VII, Surabaya

METODE PERANCANGAN

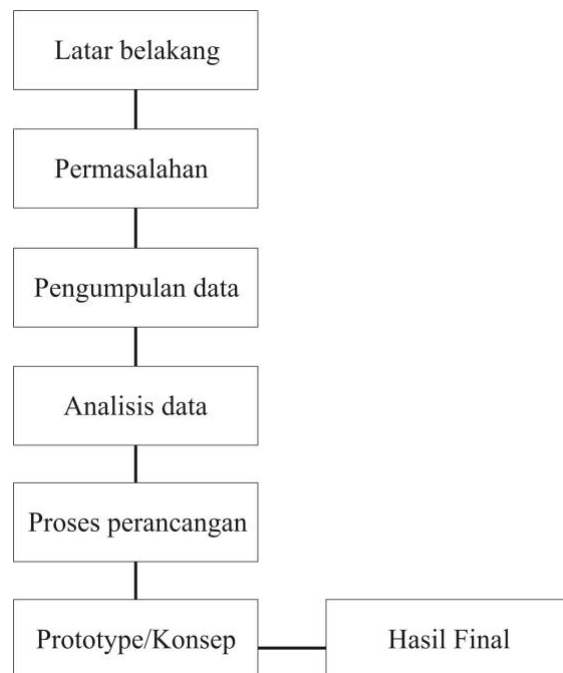
Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Data dalam penelitian ini dibagi menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer berupa informasi dari sumber utama, yaitu pejabat di lingkungan Karang Rejo VII, Wonokromo, Surabaya yaitu ketua RT Fathur. Sedangkan data sekunder berupa kondisi riil yang terjadi di wilayah Karang Rejo VII, Wonokromo, Surabaya.

Pengumpulan data primer dilakukan melalui wawancara dengan Fatur selaku ketua RT. Wawancara ini untuk menggali data terkait dampak yang diakibatkan covid 19 Sedangkan data sekunder dikumpulkan melalui kegiatan observasi di wilayah Karang Rejo VII, Wonokromo, Surabaya. Dalam observasi ini peneliti melakukan pengamatan langsung untuk mengetahui aktivitas warga serta kebiasaan warga terkait pencegahan penularan Covid dan kebiasaan warga untuk mematuhi protokol Kesehatan.

Analisis data penelitian ini menggunakan ~~metode analisis data yang digunakan yaitu~~ menggunakan metode 5W1H (*What, When, Who, Why, How*), yang bisa digunakan sebagai

pengumpulan data secara efektif. Menurut Effendy et al, (2020) dari segi jurnalistik, rumus 5W1H merupakan sebuah syarat *press-release*, yang harus mengandung jawaban dari pertanyaan; apa yang terjadi, siapa yang terlibat, dimana kejadian tersebut, kapan terjadi hal tersebut, mengapa terjadi hal tersebut, dan bagaimana terjadinya hal tersebut. Metode ini dianggap efektif karena data yang dikumpulkan harus berasal dari lapangan, yang berarti data tersebut adalah akurat dan sesuai fakta yang terjadi di sekitar masyarakat

Alur proses Perancangan



Bagan 1. Bagan alur prose perancangan

Proses desain dibuat oleh peneliti sebagai berikut;

Pertama, peneliti menggali data serta mencari informasi yang nantinya digunakan untuk menentukan latar belakang penelitian. Latar belakang ini merupakan aspek penting, dikarenakan untuk menentukan tindakan apa yang dilakukan berdasarkan latar belakang tersebut. Kedua, merumuskan permasalahan. Berdasarkan latar belakang yang telah dideskripsikan, selanjutnya peneliti merumuskan permasalahan yang akan dijawab dan ditemukan

jawabannya melalui metode penelitian. Ketiga, peneliti melakukan pengumpulan data melalui tahapan wawancara dan observasi untuk menentukan target audiens serta permasalahan yang terjadi dilapangan yang nantinya hasil dari proses pengumpulan data dapat digunakan untuk melanjutkan tahapan yang berikutnya. Keempat, peneliti melakukan proses perancangan yang dimana pada tahapan ini peneliti mulai untuk merancang poster ILM yang digunakan sebagai solusi terhadap permasalahan yang terjadi. Dalam proses ini memiliki beberapa tahap yaitu membuat konsep perancangan serta visualisasi perancangan. Kelima yaitu proses *prototype* yang merupakan proses uji coba sebelum di distibusiikan. Keenam merupakan proses finalisasi yang dimana merupakan proses final dari proses perancangan karya visual.

KERANGKA TEORETIK

Covid 19

Corona Virus Disease 2019 (Covid-19) adalah penyakit jenis baru yang belum pernah diidentifikasi sebelumnya pada manusia. Virus penyebab Covid-19 ini dinamakan SarsCoV-2 (Depkes, 2020). Covid 19 adalah keluarga besar virus yang menyebabkan penyakit mulai dari gejala ringan sampai berat. Berdasarkan data dari Kementerian Kesehatan Republik Indonesia (infeksiemerging.kemkes.go.id) pada tanggal 18 April 2021 total kasus konfirmasi covid 19 global adalah 140.363.081 kasus dengan 3.004.285 kematian (CFR 2,1%) di 222 Negara Terjangkit dan 190 Negara Transmisi *local*. Di Indonesia sendiri angka kasus positif virus covid 19 sudah mencapai 1.604.348 kasus dengan 43.424 kematian (CFR: 2,7%).

Dampak Covid 19

Pandemi covid 19 memiliki dampak yang serius bagi berbagai aspek seperti aspek kesehatan, ekonomi, dan kehidupan. Pada aspek kesehatan, dampak pandemi covid 19 adalah tingginya jumlah kasus positif dan kematian akibat covid 19. WHO menyatakan bahwa selama kurang lebih 17 bulan sejak kasus infeksi pertama di Wuhan, Cina, covid 19 sudah

menjadi wabah di lebih dari 220 negara dengan kasus positif berjumlah 160 juta jiwa dengan kematian mencapai 31 juta orang (Who, 2021). Tingginya jumlah kasus positif covid 19 membuat sumber daya yang dimiliki oleh pemerintah, baik pusat maupun daerah dikonsentrasikan untuk penanganan covid 19. Sebagai akibatnya, pelayanan kesehatan untuk selain covid 19 menjadi terhambat (Tiwari et al., 2021)

Selain berdampak pada segi kesehatan covid 19 juga berdampak pada sektor perekonomian. McKibbin & Fernando, (2020) menyatakan bahwa seluruh negara yang mengalami pandemi covid 19 akan mengalami penurunan pertumbuhan ekonomi dengan tingkat yang berbeda, bergantung pada kebijakan yang dijalankan dan jumlah penduduk. Perlambatan ekonomi pada masa pandemi covid 19 utamanya disebabkan oleh perubahan penyaluran dan permintaan akan barang dan jasa karena kebijakan pembatasan aktivitas yang dijalankan (Vitenu-Sackey & Barfi, 2021). Chaplyuk et al. (2019) menambahkan bahwa di tahun 2020, ekonomi global diprediksi akan terkoreksi hingga -3%, namun akan meningkat kembali sekitar 5,8% di tahun 2021. Selain itu, negara berkembang diperkirakan akan mengalami dampak ekonomi yang lebih nyata dibandingkan negara maju. Akibat melambatnya laju ekonomi mengakibatkan terjadinya peningkatan pengangguran serta kemiskinan. Coibion et al., (2020) menyatakan bahwa pandemi covid 19 menyebabkan banyak pekerja yang kehilangan pekerjaan, sementara angkatan kerja baru juga tidak berusaha mencari pekerjaan karena ketidaktersediaan lapangan kerja baru. Hal ini juga memberikan dampak bagi masyarakat Indonesia. Pandemi covid 19 menyebabkan pengangguran di Indonesia meningkat mencapai 7%, dan juga kemiskinan juga ikut meningkat sampai 9,77% (BPS, 2021).

New Normal dan kepatuhan masyarakat

Definisi *new normal* menurut Pemerintah Indonesia adalah tatanan baru untuk beradaptasi dengan covid 19. Menurut Achmad Yurianto juru bicara Pemerintahan untuk

penanganan covid 19, *new normal* adalah tatanan, kebiasaan dan perilaku yang baru berbasis pada adaptasi untuk membudayakan perilaku hidup bersih dan sehat. Menurut Ketua Tim Pakar Gugus Tugas Percepatan Penanganan covid 19 Wiku, *new normal* adalah perubahan perilaku untuk tetap menjalankan aktivitas normal, tapi ditambah dengan penerapan protokol kesehatan guna mencegah terjadinya penularan covid 19. Achmad Yurianto dalam keterangannya di Graha BNPB (2020) dalam (kompas, 2020). Berdasarkan informasi tersebut maka dalam era *new normal*, seharusnya masyarakat tetap waspada terhadap covid 19. Namun kenyataannya masyarakat masih banyak yang abai terhadap kemungkinan terdampak covid 19. Hal ini dapat menyebabkan ketidakstabilan

Pemerintah juga menerapkan protocol kesehatan bagi masyarakat di era *new normal* untuk pencegahan covid 19 meliputi

- a) Memastikan kondisi tubuh sehat sebelum berolahraga, jika ada keluhan demam, batuk, pilek, nyeri tenggorokan, dan/atau sesak nafas tetap tinggal di rumah dan olahraga dilakukan di dalam rumah.
- b) Menghindari olahraga yang membutuhkan kontak fisik.
- c) Menerapkan prinsip jaga jarak saat berolahraga.
- d) Menggunakan masker saat berolahraga. Olahraga yang menggunakan masker dilakukan dengan intensitas ringan sampai sedang (masih dapat berbicara ketika berolahraga).
- e) Jaga kebersihan tangan dengan mencuci tangan pakai sabun dengan air mengalir atau menggunakan handsanitizer sebelum dan sesudah olahraga.
- f) Hindari tangan menyentuh area wajah seperti mata, hidung, atau mulut
- g) Segera cuci tangan, mandi, dan berganti pakaian setelah berolahraga.
- h) Jika diperlukan setelah tiba di rumah, bersihkan alat olahraga, handphone, kacamata, tas dan barang lainnya dengan cairan desinfektan (Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia, 2020).

Iklan Layanan Masyarakat

Iklan layanan Masyarakat digunakan sebagai upaya untuk memberikan edukasi tentang pentingnya mematuhi *protokol* kesehatan yang berlaku. Iklan Layanan masyarakat (ILM) merupakan salah satu upaya untuk mempersuasi masyarakat dengan cara mengajak dan mengimbau mereka untuk mengerti, menyadari, turut memikirkan, serta menempatkan posisinya agar tidak larut dan terjerumus dengan permasalahan (Pujiyanto, 2013). Dapat disimpulkan melalui Iklan Layanan Masyarakat sebuah pengumuman yang tidak mengambil keuntungan dan mempromosikan program, kegiatan, atau pelayanan dari pemerintah pusat/lokal yang dilakukan oleh suatu organisasi maupun non-komersial maupun komersial.

Media penyampaian iklan layanan masyarakat memiliki beberapa macam antara lain, (1) poster merupakan media komunikasi visual yang di gunakan sebagai cara untuk melakukan promosi atau pun sebagai penyampaian informasi atau pengumuman poster termasuk dalam kategori media cetak Menurut Arsyad (2011). *Keunggulan media poster adalah sebagai berikut:* a) Dapat dipasang di mana saja, b) menggunakan bahasa yang simpel, padat, dan menarik, c) dapat disimpan dan digunakan lagi pada kesempatan lain. d) Dapat membantu daya ingat peserta didik. *Kelemahan media poster adalah sebagai berikut:* a) Diperlukan keahlian dalam bahasa dan ilustrasi dalam membuat poster, b) dapat menimbulkan salah tafsir dari kata-kata atau simbol yang singkat. (2) brosur yang bersifat informatif, membuat penyampaian pesan melalui media brosur efektif karena pesan yang ingin di sampaikan dalam brosur ini dapat detail (minim gambar) hanya berisi textual. (3) X-banner adalah media komunikasi grafis yang dibuat dari kertas atau dengan bahan lain dan dipasang dengan direntangkan dengan plastik atau logam yang berbentuk X sebagai penyangga. (4) Stiker merupakan media komunikasi grafis tentang produk, jasa ataupun identitas yang dapat ditempel pada berbagai tempat, umumnya berbahan kertas vinyl yang mengandung perekat (Musfiqon, 2012).

Tujuan

Tujuan dari Iklan Layanan Masyarakat adalah untuk mengajak atau membujuk audiens untuk mengikuti atau menerapkan ajakan atau pesan yang disampaikan di Iklan Layanan Masyarakat.

Keunggulan

Iklan Layanan Masyarakat harus memiliki target dan tepat sasaran karena dasarnya ILM bertujuan untuk menggugah kesadaran masyarakat akan suatu pemecahan masalah sosial yang aktual (Tinarbuko, 2007). Iklan Layanan Masyarakat unggul ketika desain dan penataan dianggap menarik serta pesan yang disampaikan tersampaikan dengan jelas tanpa ada kendala. Visualisasi yang menarik dan sehubungan dengan tema pesan juga mendukung keunggulan ILM. Selain itu, ILM merupakan hal yang fleksibel dan dapat diletakkan hampir di seluruh media massa.

Poster sebagai media Iklan Layanan Masyarakat

Menurut Wulandari (2017), Poster adalah media visual berupa gambar cetak yang dapat digantung atau ditempel di sebuah permukaan yang berfungsi untuk menyampaikan informasi tertentu dan merubah perilaku atau memotivasi tingkah laku audiens.

Ciri-ciri poster Menurut (Nursalam, 2017), poster memiliki ciri-ciri sebagai berikut: 1. Sederhana dan mudah dipahami. 2. Menyajikan satu ide dan untuk mencapai tujuan pokok yang sama. 3. Memiliki warna. 4. Memiliki slogan atau kata-kata. 5. Memiliki tulisan yang jelas dan dapat dibaca. 6. Memiliki motif atau desain yang menarik. Dapat dipahami dari ciri-ciri diatas bahwa poster merupakan suatu desain cipta karya yang terdiri dari beberapa unsur mendasar supaya dapat menarik minat audiens. Menurut Wulandari (2017), manfaat tersebut adalah sebagai berikut: 1. Untuk Memotivasi. Poster dapat digunakan sebagai pendorong atau memotivasi terhadap isi yang ada dalam poster tersebut. Dalam hal kebiasaan membuang sampah sembarangan, poster dapat memberikan

dorongan kepada audiens untuk membuang sampah pada tempatnya.

2. Sebagai upaya untuk Menyadarkan. Pesan melalui poster yang tepat dapat merubah kebiasaan dan tingkah laku audiens dalam kehidupan sehari-hari, sehingga lama kelamaan akan menjadi kebiasaan.

3. Pengalaman yang Kreatif. Sebagai sebuah wadah pembelajaran, poster dapat memberikan pembelajaran kreatif terhadap audiens. sembarangan.

Dari poin-poin dan penjelasan tentang poster diatas, dapat disimpulkan bahwa poster merupakan media yang tepat untuk iklan layanan masyarakat yang tujuan utamanya adalah untuk menyampaikan pesan dan menyadarkan audiens terhadap suatu permasalahan yang terjadi pada warga Karang Rejo.

Ilustrasi sebagai elemen visual ILM

Ilustrasi merupakan gambar yang digunakan sebagai untuk menjelaskan suatu kejadian atau peristiwa. Menurut (Soedarso, 1990) menyatakan bahwa ilustrasi adalah sebuah gambar yang melukiskan tujuan tertentu seperti contohnya pada cerpen. Ilustrasi ini dapat menjelaskan tentang makna dari sebuah tulisan sehingga membantu pembaca untuk memahami makna dari tulisan tersebut (Rohidi, 1984). Dalam hal ini ilustrasi juga memiliki peran dalam menyampaikan suatu pesan atau suatu peristiwa antara lain, ilustrasi ini digunakan untuk menarik audiens, memudahkan audiens dalam memahami suatu pesan atau peristiwa, dan juga ilustrasi dapat digunakan sebagai hiburan untuk audiens agar tidak bosan dalam membaca suatu tulisan.

Desain dalam ILM poster

Menurut Anindita & Riyanti (2016) desain adalah suatu perancangan yang melibatkan kreativitas manusia yang bertujuan membuat suatu benda, *system*, dan sejenisnya yang memiliki manfaat bagi umat manusia. Dalam desain terdapat banyak unsur yang dapat menunjang desain agar terlihat menarik dan komunikatif.

Layout

Menurut Hendratman (2009) layout menurut arti katanya adalah tata letak, me-layout adalah usaha menyusun, menata atau memadukan unsur-unsur komunikasi grafis (teks, gambar, tabel dan lain-lain) menjadi media komunikasi visual yang komunikatif, estetik, dan menarik. Prinsip dasar dari Layout adalah; Sequence, yaitu urutan urutan yang harus diperhatikan, *Layout Emphasis*, yaitu teknik memberikan penekanan tertentu dalam *Layout balance* yaitu teknik mengatur keseimbangan pada *Layout*, dan; *Unity*, yaitu teknik untuk menciptakan satu kesatuan secara keseluruhan dalam Layout (Aryanto & Abidin, 2018)

Dari penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa dalam perancangan iklan layanan masyarakat, layout dibutuhkan untuk menciptakan sebuah iklan yang dapat menarik minat masyarakat dan memberikan nilai estetika serta kemudahan untuk melihat dan membaca karya iklan layanan masyarakat tersebut.

Tipografi

Menurut (Rustan, 2013) tipografi adalah sebuah disiplin ilmu yang mempelajari dan berkenaan dengan huruf. Tipografi dalam desain komunikasi visual berperan mengolah huruf-huruf pada karya desain agar dapat membantu 13 memaksimalkan pemahaman pesan dan menjadi daya tarik dalam desain. Menurut (Ambrose & Harris, 2005) Tipografi dapat dibagi menjadi beberapa jenis, yaitu

1. *Block Type* merupakan jenis tipografi yang bentuknya berdasarkan tulisan pada jaman pertengahan, dan biasanya memberikan efek 'antik'. Contoh font adalah Old English Text.

2. *Roman Type* merupakan jenis tipografi yang memiliki jarak dan berkait. Jenis tipografi ini terinspirasi dari tulisan romawi, dan jenis ini merupakan jenis yang mudah dibaca. Contoh Font adalah Times New Roman.

3. *Gothic Type* atau juga bisa disebut San Serif adalah jenis tipografi yang tidak memiliki aksan dekoratif yang dimiliki oleh jenis Roman Jenis tipografi ini adalah yang paling sederhana dan tegas. Contoh font adalah Calibri.

4. *Script Type* atau Script adalah jenis tipografi yang meniru bentuk tulisan tangan dengan huruf latin atau huruf yang tergabung Contoh Font adalah Brush Script

Dari penjelasan diatas mengenai tipografi, dapat disimpulkan bahwa dalam perancangan iklan layanan masyarakat dibutuhkan pemilihan tipografi yang sesuai tema dan sesuai dengan penyampaian pesan supaya dapat menarik minat audiens serta memberikan kemudahan pembacaan pesan yang ingin disampaikan.

Warna

Menurut (Supriyono, 2010) warna merupakan salah satu elemen visual yang menarik perhatian pembaca. Namun, penggunaan warna yang salah dapat merusak gambar pada gambar, mengurangi skor keterbacaan, dan mengurangi kenikmatan membaca. Ketika digunakan dengan benar, itu menciptakan dan membangun suasana membaca. Secara visual, warna dapat dibagi menjadi dua kategori: warna dingin dan warna panas. Menurut (Ghozalli, 2020), warna juga dapat mempengaruhi mood dan emosi pembaca dalam membaca poster.

Penggunaan warna dingin biasanya cocok untuk suasana sedih, tetapi warna hangat paling cocok untuk suasana cerah, bahagia, dan bahagia. Kuning, penuh amarah, warna yang paling umum adalah hangat hingga merah. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan warna-warna yang cukup hangat seperti kuning, kuning-oranye, oranye, dan merah-oranye, namun pemilihan warna tetap menyesuaikan mood dan latar belakang pada poster.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Observasi

Sebelum proses perancangan dimulai peneliti menganalisis kebutuhan yang melatarbelakangi penelitian. Berdasarkan hasil observasi dilapangan dan wawancara dengan RT dan RW Karang Rejo disimpulkan bahwa diperlukan media edukasi tentang pencegahan penyebaran covid 19 di era *new normal* yang menarik agar dapat menekan jumlah korban

akibat covid 19 dengan cara memotivasi dengan tujuan agar warga Karang Rejo lebih perhatian tentang bahaya covid di era *new normal*.

Warga Karang Rejo masih ada yang kurang peduli tentang protokol kesehatan yang masih berlaku, Warga Karang Rejo tidak memahami mengenai dampak kesehatan mereka sendiri dan akibat dari tindakan mereka dapat mengakibatkan terinfeksi covid 19. Dampak yang diakibatkan kurang sadarnya warga Karang Rejo mengenai protokol kesehatan adalah sekitar 1.824 orang yang terjangkit dan ada 182 meninggal akibat covid 19.

Dapat disimpulkan, kurangnya kesadaran masyarakat mengenai protokol kesehatan mengakibatkan penyebaran covid di wilayah Karang Rejo jadi lebih beresiko. Karena wilayah Karang Rejo merupakan wilayah padat penduduk, kebanyakan masyarakat mempunyai kebiasaan buruk dan kurangnya perhatian dari pihak masyarakat sendiri maupun RT/RW Karang Rejo hal ini didapat dari hasil observasi.

Hasil Analisis Data

Pada tahapan berikut ini peneliti melakukan proses observasi lapangan dan wawancara menggunakan metode 5W1H. Berikut pertanyaan pertanyaan yang Peneliti lakukan:

Hasil wawancara yang dilakukan terhadap beberapa masyarakat di lokasi yang berbeda, dapat disimpulkan;

What (apa) :

Protokol kesehatan adalah salah satu tindakan pertama untuk mencegah tertularnya suatu penyakit yang dapat disebabkan oleh virus atau bakteri.

Tingkat penyebaran di Karang Rejo gang 7 bisa dibilang masih memungkinkan terjadi, karena masih banyaknya masyarakat yang kurang sadar dengan adanya protokol kesehatan.

Why (mengapa):

Karena masyarakat masih memiliki anggapan bahwa virus covid 19 ini tidak ada, dan banyaknya masyarakat yang menghiraukan tentang protokol kesehatan

Who (Siapa):

Dari semua kalangan masyarakat yang ada di Karang Rejo gang 7, baik pria wanita, anak-anak, mulai dari usia anak sampai orang tua.

Where (dimana):

Lokasi orang berkumpul biasanya terdapat di Pos kampung, Mushola, atau gang-gang yang ada di wilayah Karang Rejo gang 7

When (kapan):

Dimulai dari pagi hari hingga malam hari

How (bagaimana):

Dampak yang diakibatkan dari kurangnya kepedulian dari masyarakat yaitu banyak nya korban yang terinfeksi covid 19 bahkan sampai mengakibatkan kematian

Dapat disimpulkan bahwa masyarakat Karang Rejo gang 7, Wonokromo, Surabaya membutuhkan media yang digunakan untuk mengedukasi tentang dampak yang diakibatkan dari tidak mematuhi protokol kesehatan yang sudah ditetapkan sebagai upaya pencegahan. Dan Iklan Layanan Masyarakat (ILM) adalah media yang tepat digunakan sebagai upaya untuk mengedukasi masyarakat tentang bahaya dari covid 19, media ILM ini publikasikan dengan cara melalui media online dan cetak.

KONSEP PERANCANGAN

A. Karakteristik sasaran promosi

Target Audiens

1. Geografis

Yang menjadi target audiens adalah warga Karang Rejo gang 7, Wonokromo, Surabaya.
Luas Wilayah RW02; 12,48 Ha

2. Demografi

Usia : 17-50 tahun

Jenis kelamin :

Laki-laki : 2.989

Perempuan : 3.091

Total : 6080

Pendidikan SMA ke atas

Ekonomi : Menengah

3. Psikografis

Tidak taat protokol kesehatan yang berlaku seperti 3M (memakai masker, mencuci tangan, menjaga jarak)

4. Behavioral

Perilaku kurang sadar tentang bahaya virus covid 19, tidak menaati protokol kesehatan

B. Strategi Kreatif

Tema

Tema dalam perancangan ini yaitu menghadapi covid di era *New normal*, hal ini diterapkan pada media poster dalam pengaplikasiannya.

Alasan menggunakan tema “Menghadapi covid di era *new normal*” dipilih sebagai upaya untuk mengajak masyarakat Karang Rejo, Surabaya agar selalu menaati protokol kesehatan dalam kehidupan sehari-hari guna mencegah penyebaran covid 19.

VISUALISASI KARYA

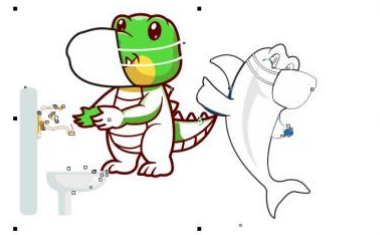
Element Visual

Element Visual Dalam karya perancangan poster ILM pencegahan covid 19 di era *new normal* ini akan banyak menggunakan elemen visual berupa gambar ilustrasi pada media poster ILM. Ilustrasi yang dibuat merupakan ikon dari kota Surabaya yaitu “Suro” dan “Boyo” yang memiliki arti sebagai ikan hiu dan buaya. Ilustrasi tersebut akan ada di setiap media poster ILM pencegahan covid era *new normal* ini. Ilustrasi digambar dengan melalui 2 tahapan, yaitu tahap *skectch/hand drawing coloring* melalui software komputer



Gambar 3. Sketsa ilustrasi karakter Suro dan Boyo.

Gambar diatas merupakan sketsa kasar dari ilustrasi karakter Suro dan Boyo yang merupakan icon dari kota Surabaya. Sketsa diatas menggunakan teknik manual, bahan yang dibutuhkan untuk membuat sketsa ilustrasi Suro dan Boyo yaitu sketch book, pensil 2B dan Penghapus.



Gambar 4. Tight tissue karakter Suro dan Boyo.

Tahapan selanjutnya yaitu proses tight tissue yaitu proses digital yang menggunakan software *Corel draw* dengan teknik vector dalam proses pembuatannya. Namun dalam tahap ini masih tahap setengah jadi, yang nantinya karya ilustrasi karakter Suro dan Boyo akan disempurnakan di tahap Finalisasi.



Gambar 5. Gambar final ilustrasi karakter Suro dan Boyo.

Setelah melalui proses tight tissue, tahapan selanjutnya yaitu proses final, yang dimana ilustrasi sudah melalui tahapan pewarnaan dan penyempurnaan ilustrasi karakter ilustrasi Suro dan Boyo. Ilustrasi tersebut akan diaplikasikan ke dalam poster ILM pencegahan covid 19 di era *new normal*.

2. Element teks

Pesan verbal dalam perancangan poster ILM ini yaitu tentang protokol kesehatan dan juga sebuah kalimat ajakan yang menggunakan bahasa Surabaya yaitu: “Ojok Sampek Lali Prokes yo Rek” kalimat ini digunakan sebagai *headline*, “Covid iku Jek onok” kalimat ini digunakan untuk *subheadline* Inti dari sebuah kalimat tersebut yaitu sebagai upaya untuk mengingatkan warga Karang Rejo agar selalu taat protokol kesehatan untuk menjaga agar wilayah Karang Rejo terbebas dari wilayah penyebaran covid 19. Penggunaan Bahasa daerah Surabaya dalam kalimat ini bertujuan sebagai bentuk upaya pendekatan kepada masyarakat Karang Rejo agar lebih tertarik dan juga mudah diingat dan dipahami.

Selain itu peneliti juga menambahkan kalimat “Barang wajib di era new normal” kalimat ini digunakan sebagai upaya agar masyarakat dapat membawa barang tersebut untuk digunakan sebagai upaya pencegahan terhadap diri sendiri agar tidak terinfeksi covid 19.

Jenis font yang digunakan oleh penulis yaitu menggunakan jenis sans serif, nama font yang digunakan yaitu “Made tommy soft” font berikut digunakan sebagai *Headline* dan *Sub headline* lalu “Poppin medium” digunakan sebagai penjelasan pada gambar ilustrasi. Peneliti menggunakan dua jenis font untuk diaplikasikan kedalam media perancangan poster ILM.

Alasan menggunakan jenis font Made tommy soft karena jenis font ini memiliki keterbacaan yang baik agar memudahkan audiens untuk membaca poster ILM pencegahan covid di era *new normal*, selain itu font ini memiliki karakter font yang tebal dan tegas jadi font ini cocok untuk diaplikasikan dalam poster dan dijadikan sebagai *headline* dan *subheadline*. Dan alasan font poppin karena font ini memiliki jangkauan keterbacaan yang luas jadi memudahkan untuk dibaca walaupun ukuran teksnya kecil, jadi font ini cocok digunakan untuk *body text* dalam perancangan poster ILM.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Gambar 6. Jenis font

4. Final Desain

Final desain Iklan Layanan Masyarakat

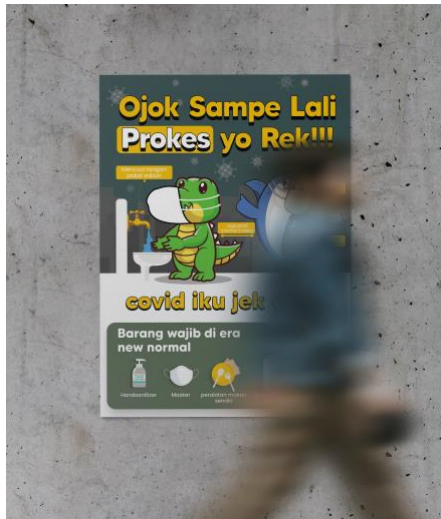


Gambar 8. Final desain Poster ILM pencegahan covid 19 di wilayah Karang Rejo gang 7

Final Poster pencegahan covid 19 di era *new normal* menggunakan gaya desain modern. Ornamen didalam poster terdapat virus covid 19 digunakan background yang dimaksud, covid 19 masih ada disekeliling kita dan juga silhouette kota Surabaya dimana penelitian ini dilakukan. Ilustrasi Suro dan Boyo mengilustrasikan tentang 3M yaitu mencuci tangan, memakai masker dan juga jaga jarak, dan jari ikan Hiu menunjukkan jari jempol yang memiliki maksud sebagai sip yang menunjukkan kita harus taat protocol kesehatan agar terhindar dari covid 19 dan untuk Ilustrasi tambahan terdapat Hansanitizer, masker, piring dan sendok pribadi, botol minum pribadi, tissue, yang dimana barang barang itu wajib di bawa jika keluar rumah supaya terhindar dari covid 19. Untuk layout poster ini menggunakan *balance* yang berarti

seimbang supaya lebih mudah dalam membaca dan memahami isi bacaan. Poster ILM pencegahan covid 19 ini nantinya akan dicetak dalam ukuran A3 dan nantinya diaplikasikan di mading-mading kampung dan juga disebarakan di media sosial whatsapp.

5. Mockup poster



Gambar 9. Mockup poster 1



Gambar 10. Mockup poster 2



Gambar 11. Mockup poster 3

SIMPULAN DAN SARAN

Hasil dari proses observasi dan analisis data, terbukti bahwa masyarakat Karang Rejo belum perhatian terhadap dampak yang ditimbulkan dari covid 19, akibatnya dari kurangnya kesadaran masyarakat di Karang Rejo gang 7, yaitu meningkatnya jumlah kematian dan angka pengangguran yang disebabkan oleh covid 19.

Maka dari hasil observasi yang peneliti lakukan, hal yang diperlukan untuk mengatasi permasalahan ini yaitu dibutuhkannya media edukasi, yang digunakan sebagai pengingat dan menyadarkan masyarakat Karang Rejo sendiri atas pentingnya menjaga kesehatan diri dan mematuhi protokol kesehatan yang berlaku.

Peneliti melakukan proses Perancangan Iklan Layanan masyarakat dalam bentuk grafis desain dengan melalui proses layouting agar tampilan dari desain terlihat runtut dan akan lebih mudah dalam memahami isi dari karya visual

Poster ILM ini berupa poster cetak dan juga poster digital. metode yang efektif untuk proses publikasi adalah melalui poster digital karena audiens dapat membaca dan melihat melalui smartphone mereka masing tanpa harus keluar rumah dahulu. Setelah poster ILM ini di dipasang di mading wilayah Karang Rejo, masyarakat menunjukkan perubahan perilaku seperti memakai masker ketika melakukan aktifitas diluar rumah dan sudah mulai tidak berkerumun. Namun perubahan ini masih belum dilakukan oleh seluruh masyarakat Karang Rejo VII, hanya sebagian yang masih melakukan.

Proses perancangan yang dilakukan peneliti dapat digunakan sebagai referensi penelitian selanjutnya yang melakukan proses penelitian di bidang Iklan Layanan Masyarakat dalam bidang virus covid 19 dengan cara memberikan sudut pandang yang berbeda dan juga mudah dipahami oleh masyarakat, atau dengan cara memberikan pesan yang berisikan nasihat agar digunakan sebagai renungan mengenai dampak yang diakibatkan, bahwa virus covid 19 memiliki dampak yang berbahaya bagi kesehatan dan bahkan sampai dapat menghilangkan nyawa manusia.

DAFTAR PUSTAKA

- Ambrose, G., & Harris, P. (2005). *Colour. Switzerland*. Ava Publishing SA.
- Anindita, M., & Riyanti, M. T. (2016). Tren flat design dalam desain komunikasi visual. *Jurnal Dimensi DKV Seni Rupa Dan Desain*, 1(1), 1–14.
- Arsyad, A. (2011). *Media pembelajaran*. Jakarta: PT Raja grafindo persada.
- Aryanto, H., & Abidin, M. R. (2018). Pelatihan Pembuatan Backdrop Kegiatan Kerohanian Islam Karang Taruna Garuda Muda Wonokromo Surabaya. *Aksiologi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 111–124.
- Banjarmasin, P. K. (2020). Laporan Upaya Pencegahan dan Pengendalian Covid-19 Poltekkes Kemenkes Banjarmasin. *Poltekkes Kemenkes Banjarmasin, Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, Badan Pengembangan Dan Pemberdayaan Sumber Daya Manusia Kesehatan*.
- Chaplyuk, V. Z., Alam, R. M. K., Abueva, M. M.-S., Hossain, M., & Humssi, A. S. Al. (2019). COVID-19 and its impacts on global economic spheres. *Institute of Scientific Communications Conference*, 824–833.
- Coibion, O., Gorodnichenko, Y., & Weber, M. (2020). *Labor markets during the COVID-19 crisis: A preliminary view*. National Bureau of economic research.
- Depkes, R. I. (2020). Pedoman Pencegahan dan Pengendalian Corona Virus Desease (COVID-19). *Jakarta: Kemenkes RI & Dirjen Pencegahan Dan Pengendalian Penyakit*.
- Effendy, M. M., Kuntjara, A. P., & Sutanto, R. P. (2020). PERANCANGAN KARYA SENI FOTOGRAFI KONSEPTUAL TENTANG SELAMATKAN BUMI DARI PLASTIK. *Jurnal DKV Adiwarna*, 1(16), 10.
- Ghozalli, E. (2020). *Panduan Mengilustrasi dan Mendesain Cerita Anak untuk Tenaga Profesional*. Jakarta: Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, Kementerian Pendidikan dan
- Hendratman, H. (2009). *Dasar-Dasar Keindahan Desain dalam Seni Rupa*. Denpasar: FSRD ISI Denpasar.
- Kasali, R. (1995). Manajemen Periklanan: Konsep dan Aplikasi di Indonesia. *Jakarta: Pustaka Utama Grafiti*.
- Kemenkes, R. I. (2021). Profil Kesehatan Indonesia 2020. *Kementrian Kesehatan Republik Indonesia*. <https://pusdatin.kemkes.go.id/resources/download/pusdatin/profil-kesehatan-indonesia/profil-kesehatan-indonesia-tahun-2020.pdf>.
- McKibbin, W. J., & Fernando, R. (2020). *Global macroeconomic scenarios of the COVID-19 pandemic*.
- Musfiqon, H. M. (2012). Pengembangan media dan sumber pembelajaran. *Jakarta: PT. Prestasi Pustakaraya*.
- Nursalam, M. (2017). Pengembangan Media Pembelajaran E-Poster Berbasis Website Untuk Meningkatkan Hasil Belajar IPA Materi Sumber Energi dan Kegunaannya Siswa Kelas III SD Islam Al Madina Semarang. *Universitas Negeri Semarang, Semarang*.
- Rohidi, T. R. (1984). *Lintasan peristiwa & tokoh seni rupa Indonesia baru*. IKIP Semarang Press.
- Rustan, S. (2013). *Font and tipografi*. Gramedia Pustaka Utama.
- Pujianto. 2013. Iklan Layanan Masyarakat. *Yogyakarta: C.V Andi Offset*
- Santoso, H. (2015). Upaya meningkatkan minat dan budaya membaca buku melalui iklan layanan masyarakat. *Universitas Negeri Malang*.
- Soedarso, S. P. (1990). Tinjauan seni. *Yogyakarta: Saku Dayar Sarana*, 1.
- Supriyono, R. (2010). Desain komunikasi visual teori dan aplikasi. *Yogyakarta: Andi*.
- Suryani, N., & Agung, L. (2012). Strategi Belajar Mengajar. *Yogyakarta. Penerit Ombak*.
- Tinarbuko, S. (2007). Eksekusi iklan televisi dengan pendekatan parodi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1).
- Tiwari, S., Ali, R., Ariadharma, E., Arsana, I.,

- Bennis, L., Beschoner, N., Marskell, J. D., Purnamasari, R. S., Ralston, L. R., & Al Rikabi, J. (2021). *Beyond Unicorns: Harnessing Digital Technologies for Inclusion in Indonesia*.
- Vitenu-Sackey, P. A., & Barfi, R. (2021). The impact of Covid-19 pandemic on the global economy: emphasis on poverty alleviation and economic growth. *The Economics and Finance Letters*, 8(1), 32–43.
- Who. (2021). WHO coronavirus (COVID-19) dashboard| WHO coronavirus (COVID-19) dashboard with vaccination data. *Who*, 1–5.
- Wulandari, R. (2017). Poster Sebagai Media Pendidikan Karakter. *Seminar Nasional Pendidikan, (UM: FIP, 2015), Hal, 375*.
- [https://www.google.com/search?q=\(infeksiemerging.kemkes.go.id\)&oq=\(infeksiemerging.kemkes.go.id\)&aqs=chrome..69i57j5i44l2.980j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8](https://www.google.com/search?q=(infeksiemerging.kemkes.go.id)&oq=(infeksiemerging.kemkes.go.id)&aqs=chrome..69i57j5i44l2.980j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8)
- BPS. (2021). Kemiskinan dan Ketimpangan. <https://www.bps.go.id/subject/23/kemiskinan>
<https://www.bps.go.id/subject/23/kemiskinan>
[danketimpangan.html#subjekViewTab3](https://www.bps.go.id/subject/23/kemiskinan).
- <https://www.kompas.com/tren/read/2020/07/21191500965/mengenal-wiku-adisasmito-jubir-satgas-penanganan-covid-19-pengganti-achmad?page=all>
- Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia (2020). *PROTOKOL KESEHATAN BAGI MASYARAKAT DI TEMPAT DAN FASILITAS UMUM DALAM RANGKA PENCEGAHAN DAN PENGENDALIAN CORONA VIRUS DISEASE 2019 (COVID-19)*.