

**PERANCANGAN KAMPANYE KEWASPADAAN BAHAYA  
KANKER PAYUDARA PADA REMAJA PUTRI  
DALAM MEDIA *MOTION GRAPHIC***

**JURNAL**

*Diajukan Kepada Universitas Negeri Padang untuk Memenuhi  
Salah Satu Persyaratan dalam Menyelesaikan Program  
Sarjana Desain Komunikasi Visual*



**Oleh:**

**ZULFA JUM'AINI**  
**NIM. 1301241/2013**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL  
JURUSAN SENI RUPA  
FAKULTAS BAHASA DAN SENI  
UNIVERSITAS NEGERI PADANG  
Wisuda Periode Maret 2018**

**HALAMAN PERSETUJUAN**  
**JURNAL**  
**“PERANCANGAN KAMPANYE KEWASPADAAN BAHAYA**  
**KANKER PAYUDARA PADA REMAJA PUTRI**  
**DALAM MEDIA *MOTION GRAPHIC*”**

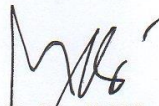
**Zulfa Jum'aini**

*Artikel ini disusun berdasarkan karya akhir Zulfa Jum'aini “Perancangan Kampanye Kewaspadaan Bahaya Kanker Payudara Pada Remaja Putri dalam Media Motion Graphic” untuk persyaratan wisuda periode Maret 2018 dan telah diperiksa/disetujui oleh kedua pembimbing.*

Padang, 06 Februari 2018

Disetujui dan Disahkan oleh:

Dosen Pembimbing I,



**Dr. Syafwandi, M.Sn.**  
NIP. 19600624.198602.1.003

Dosen Pembimbing II,



**Dini Faisal, S.Ds. M.Ds.**  
NIP. 19840909.201404.2.003

Mengetahui:  
Ketua Jurusan Seni Rupa,



**Drs. Syafwan, M.Si.**  
NIP.19570101.198103.1.010

## ABSTRAK

Kanker payudara adalah salah satu penyebab kematian pada wanita, kebanyakan disebabkan karena penderita datang pada stadium lanjut, dan gejala yang dirasakan tidak di anggap sebagai suatu kegawatan. Perancangan kampanye kewaspadaan bahaya kanker payudara pada remaja putri dalam media *motion graphic* ini, bertujuan untuk meningkatkan kewaspadaan remaja putri terhadap kanker payudara yang dilengkapi dengan ilustrasi, teks, warna, dan audio. Tujuan perancangan kampanye sosial ini diharapkan mampu membuat remaja putri peka dan memperhatikan gejala kanker payudara dari dini.

Adapun metode perancangan yang digunakan oleh penulis adalah dimulai dari pengumpulan data melalui wawancara dan studi *literature*. Metodologi perancangan dalam kampanye kewaspadaan bahaya kanker payudara pada remaja putri ini menggunakan analisis SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunity, Treatment*). Penyampaian informasi dan pesan dalam *motion graphic* ini disajikan dalam bentuk yang menarik. Penggunaan *motion graphic* mengandung audio dan visual yang bergerak sehingga menghilangkan kejenuhan audien ketika menyimak informasi pada kampanye sosial yang ditayangkan.

Kata Kunci : *Motion graphic*, Bahaya kanker payudara, Remaja putri.

## ABSTRACT

Breast cancer is one of the causes of death in women, mostly because the patient comes at an advanced stage, and the symptoms are not perceived as a grave. The design of breast cancer risk awareness campaigns in adolescent girls in motion graphic media, aims to increase the awareness of young women against breast cancer is equipped with illustrations, text, colors, and audio. The purpose of designing this social campaign is expected to make young women sensitive and attention to the symptoms of breast cancer from an early age.

The design method used by the author is started from data collection through interview and literature study. The design methodology in breast cancer awareness campaigns for young women uses SWOT analysis (*Strength, Weakness, Opportunity, Treatment*). The delivery of information and messages in motion graphics is presented in an interesting form. The use of motion graphics contains moving audio and visuals that eliminate audience saturation when listening to information on the social campaigns that are aired.

Keywords: *Motion graphic*, Danger of breast cancer, Young women.

## DESIGNING OF BREAST CANCER AWARENESS CAMPAIGNS IN YOUNG WOMEN IN MOTION GRAPHIC MEDIA

**Zulfa Jum'aini<sup>1</sup>, Syafwandi<sup>2</sup>, Dini Faisal<sup>3</sup>**

Program Studi Desain Komunikasi Visual

Fakultas Bahasa dan Seni

Universitas Negeri Padang

Email: Oppa.zulfa@gmail.com

### ABSTRACT

Breast cancer is one of the causes of death in women, mostly because the patient comes at an advanced stage, and the symptoms are not perceived as a grave. The design of breast cancer risk awareness campaigns in adolescent girls in motion graphic media, aims to increase the awareness of young women against breast cancer is equipped with illustrations, text, colors, and audio. The purpose of designing this social campaign is expected to make young women sensitive and attention to the symptoms of breast cancer from an early age.

The design method used by the author is started from data collection through interview and literature study. The design methodology in breast cancer awareness campaigns for young women uses SWOT analysis (Strength, Weakness, Opportunity, Treatment). The delivery of information and messages in motion graphics is presented in an interesting form. The use of motion graphics contains moving audio and visuals that eliminate audience saturation when listening to information on the social campaigns that are aired.

Keywords: Motion graphic, Danger of breast cancer, Young women.

---

<sup>1</sup>Mahasiswa penulis Karya Akhir Prodi Desain Komunikasi Visual untuk wisuda periode Maret 2018

<sup>2</sup>Pembimbing I, dosen FBS, Universitas Negeri Padang.

<sup>3</sup> Pembimbing II, dosen FBS, Universitas Negeri Padang.

## A. PENDAHULUAN

Iklan layanan masyarakat adalah sebuah pesan yang digunakan sebagai ajakan atau himbauan kepada masyarakat. Menurut Lee dan Johnson (2011) mengatakan “Iklan layanan masyarakat berguna untuk kepentingan sosial dan untuk menciptakan kesejahteraan di masyarakat”. Menurut Pujiyanto (2013) mengatakan “Tujuan dari iklan layanan masyarakat adalah mengajak masyarakat untuk melakukan perubahan tindakan atau kebiasaan dari yang tidak baik menjadi lebih baik”

Menurut Organisasi Kesehatan Dunia (WHO), kanker merupakan salah satu dari 10 penyebab kematian terbanyak di Indonesia. Kebanyakan penderita datang dalam kondisi yang sudah lanjut karena keluhan yang muncul tidak dirasakan sebagai suatu kegawatan (Nisman,2015). Di Indonesia kanker payudara merupakan salah satu kanker tersering pada perempuan yang menyebabkan kematian (Nisman, 2015).

Berdasarkan wawancara dengan penderita kanker payudara, dan beberapa orang remaja putri yang dilakukan pada bulan februari 2017, perancang mendapatkan hasil data bahwa, mereka mengetahui tentang kanker payudara, namun mereka bersikap cuek akan bahaya kanker payudara. Hal ini menyebabkan remaja putri tidak mengetahui faktor-faktor resiko terjadinya kanker payudara. Selain itu, sikap cuek ini juga menjadikan remaja putri tidak peduli akan kesehatan payudaranya. Kurangnya perhatian dan kurangnya kepedulian akan kanker payudara menyebabkan remaja putri tidak berinisiatif untuk melakukan pemeriksaan payudara sendiri guna mendeteksi kanker

payudara secara dini. Sehingga gejala awal yang terjadi tidak dianggap sebagai suatu kegawatan.

Berdasarkan tinjauan yang dilakukan perancang melalui *searching* internet, dan observasi langsung pada bulan Maret 2017, kurangnya kampanye sosial tentang kanker payudara juga menjadi salah satu penyebab remaja putri menjadi kurang peduli terhadap kanker payudara. Salah satu kampanye sosial tentang kanker payudara yang ditemukan perancang adalah dalam bentuk media cetak. Informasi yang disampaikan dalam media ini kurang efektif, karena remaja putri merasa malas untuk membaca isi dari informasi yang disampaikan dalam media tersebut. Oleh karena itu perancang mencoba merancang kampanye sosial dalam bentuk yang berbeda.

*Motion graphic* dipilih sebagai media utama dalam perancangan kampanye sosial kewaspadaan bahaya kanker payudara. *Motion graphic* dapat dikatakan sebagai proses penciptaan efek gerak atau efek perubahan bentuk yang terjadi selama beberapa waktu. Menurut Krasner dalam Somantri (2016) mengatakan bahwa “*Motion* adalah pemilihan beberapa metode untuk melakukan pergerakan pada sebuah elemen desain, *motion graphic* membantu penyederhanaan sebuah pesan atau informasi yang ingin disampaikan, dengan penyajian yang menarik dan sederhana”.

Pemilihan *motion graphic* sebagai media utama dari perancangan kampanye ini karena, gambar objek *motion graphic* lebih dinamis, *motion graphic* juga lebih menarik dan komunikatif. Alasan lain dipilihnya *motion*

*graphic*, karena remaja putri lebih tertarik untuk melihat tayangan berupa animasi.

Perancangan *motion graphic* juga membutuhkan ilustrasi. Menurut Kusrianto (2007:14) mengatakan bahwa “Ilustrasi berfungsi untuk menjelaskan maksud atau tujuan dari sebuah informasi secara visual”

Gaya ilustrasi yang dipakai dalam perancangan *motion graphic* ini adalah *flat design*. Menurut Anindita (2016) mengatakan “*Flat design* berarti desain yang datar, *flat design* memiliki prinsip minimalis, menyederhanakan bentuk aslinya. *Flat design* focus pada *solid colour*, tipografi dan elemen-elemen yang sederhana”

Perancangan *motion graphic* juga tidak terlepas dari tipografi. Pemilihan tipografi juga memberikan pengaruh pada *motion graphic*. Menurut Supriyono (2010) menyebutkan bahwa “dalam tipografi ada dua aspek penilaian yang harus diperhatikan sebagai penyampaian pesan yaitu, kejelasan bentuk huruf (*legibility*) dan keterbacaan (*readability*).

Selain tipografi warna juga berperan penting dalam *motion graphic*. Menurut Kusrianto (2007:46) menyebutkan bahwa “Warna merupakan perwakilan dari suasana kejiwaan dari desainer dalam menyampaikan informasi. Warna juga ditujukan untuk merangsang agar terciptanya rasa haru, gembira, sedih, dan lain-lain dari target audien terhadap pesan yang disampaikan.

Sudah saatnya remaja putri peka dan mulai memperhatikan organ payudara secara khusus. Hal ini dilakukan agar kemungkinan kanker

payudara dapat dikurangi, melakukan Pemeriksaan Payudara Sendiri (SADARI) yang sudah menjadi andalan dari program pemerintah menjadi salah satu yang dapat dilakukan sebagai bentuk kepedulian seorang wanita terhadap kondisi payudaranya sendiri (Nisman, 2015).

Pemeriksaan payudara sendiri (SADARI) bertujuan untuk mendeteksi secara dini kanker payudara, agar dapat memberikan harapan hidup yang lebih lama terhadap individu yang terdiagnosa kanker payudara.

Oleh sebab itu dibuatlah iklan layanan masyarakat dalam bentuk kampanye sosial yang menampilkan faktor-faktor kanker payudara dan pemeriksaan payudara sendiri (SADARI) yang bertujuan untuk mengurangi resiko terjadinya kanker payudara pada remaja putri.

## **B. Metode Perancangan**

### **1. Metode Pengumpulan Data**

Berdasarkan permasalahan dan jenis data yang dibutuhkan untuk mendukung perancangan kampanye kewaspadaan kanker payudara pada remaja putri dalam media *motion graphic* ini, digunakan 2 cara untuk mengumpulkan data, yaitu :

- a) Data (*primer*) yaitu berupa wawancara dengan penderita kanker payudara, dan remaja putri usia 12-23 tahun.
- b) Data (*sekunder*) yaitu kajian dari beberapa teori yang didapat melalui riset pustaka melalui buku dan internet.



## 2. Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam perancangan kampanye ini adalah menggunakan analisa SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunity, Treatment*). Kekuatan yang dimiliki (*Strenght*), analisa kelemahan merupakan masalah yang akan dipecahkan (*Weakness*), Peluang yang ada untuk membuat informasi tersampaikan dengan baik (*Opportunity*), dan tantangan sebagai penghambat yang harus dilalui (*Treatment*). Karena analisis ini dapat mengoptimalkan segi positif yang dapat mendukung serta meminimalkan segi negatif yang dapat menghambat perancangan.

### a) Kekuatan

Kampanye kewaspadaan bahaya kanker payudara pada remaja putri ini dibuat dalam media *motion graphic*, dimana *motion graphic* akan menampilkan gambar berurut dan bergerak sehingga membentuk animasi yang memberikan daya tarik tersendiri bagi target audien.

### b) Kelemahan

Kelemahan kampanye kewaspadaan bahaya kanker pada remaja putri ini, informasi yang disampaikan hanya secara garis besar. *Motion graphic* yang dirancang juga ditampilkan pada media sosial *youtube* yang durasi nya terbatas. Selain itu, *motion graphic* yang dirancang merupakan iklan dalam bentuk digital yang mempunyai batas waktu.

c) Peluang

Kampanye kewaspadaan bahaya kanker payudara pada remaja putri ini, berpeluang untuk mempengaruhi remaja putri peka dan mulai memperhatikan bahaya kanker payudara. Selain itu, *motion graphic* yang dirancang dengan semenarik mungkin berpeluang memberikan daya tarik dan mengajak remaja putri untuk peduli akan kesehatan payudara.

d) Ancaman

Perancangan kampanye kewaspadaan bahaya kanker payudara pada remaja putri dalam *motion graphic* ini, memiliki ancaman dari kampanye kanker payudara dalam bentuk media lain yang memberikan informasi yang lebih banyak..

Tujuan dari analisa SWOT yang di ambil oleh perancang, agar bisa memberikan gambaran hasil analisis yang digunakan sebagai dasar atau landasan penyusunan objek dan strategi. Melihat dari perkembangan teknologi saat ini, serta melihat dari kebutuhan masyarakat, media yang digunakan yaitu *motion graphic* merupakan media yang tepat dan mudah untuk dipahami.

### **C. Pembahasan**

Untuk menyampaikan informasi kepada target audien dibutuhkan media informasi yang tepat, agar informasi komunikatif dan efisien. Media yang digunakan telah dipertimbangkan dari aspek jangkauan, *life style*, dan biaya. Selain itu, agar promosi yang dilakukan tidak menjadi sia-sia dan dapat mencapai target audien.

## 1. Konsep Verbal

Kampanye kewaspadaan kanker payudara pada remaja putri ini menggunakan *headline* “AKSI WASPADA KANKER PAYUDARA”, pengambilan judul besar ini berhubungan dengan tujuan utama dari *motion graphic* ini yaitu meningkatkan kewaspadaan kanker payudara. Tujuan dari *headline* yaitu agar remaja putri peduli terhadap kanker payudara.

Perancang juga menggunakan *subheadline* sebagai acuan yang lebih jelas untuk membahas permasalahan yaitu “Kenali Gejala Dari Dini”. Berdasarkan *subheadline* ini, konten yang ada pada *motion graphic* ini adalah menjelaskan bagaimana mendeteksi kanker payudara dari dini. Perancang juga menggunakan *tagline* yaitu “LEBIH DINI KANKER DITEMUKAN, SEMAKIN BESAR PELUANG SEMBUH DAN HARAPAN HIDUP” *tagline* yang berarti bahwa kita punya harapan besar bahwa masalah yang kita temui adalah masalah yang ringan, dapat diobati, dan penyembuhannya dapat dilakukan dengan baik.

## 2. Konsep Visual

Dalam perancangan kampanye kewaspadaan bahaya kanker payudara pada remaja putri, media *motion graphic* adalah media utama dalam menyampaikan informasi tersebut. *Motion graphic* bisa disebut juga dengan seni desain grafis bergerak (animasi), dimana gambar/objek menjadi seolah olah hidup dan bergerak.

Perancangan kampanye kewaspadaan bahaya kanker payudara ini menggunakan *flat design* pada desain *motion graphic* yang akan

ditampilkan, *Flat design* merupakan model ilustrasi yang ringan dan mudah untuk dipahami. Perancang juga mendesain logo yang identik dengan permasalahan.

Perancangan kampanye ini memakai *logotype* dan *logogram*, *logotype* yaitu kata “Kanker Payudara”, sedangkan *logogram* yaitu karakter wanita yang memakai pita warna merah muda pada lehernya sebagai symbol dari kanker payudara. Kata “Kanker payudara” diberi warna hitam yaitu mengibaratkan kesuraman hidup penderita kanker payudara. Sedangkan pada perancangan karakter dan *motion graphic*, menggunakan warna-warna yang lembut, dan feminisme mencerminkan sisi dari seorang remaja putri.

Pemilihan jenis huruf juga memberikan pengaruh pada perancangan *motion graphic* ini. Ada dua jenis huruf yang digunakan dalam perancangan kampanye kewaspadaan bahaya kanker payudara pada remaja putri dalam media *motion graphic* tersebut, yaitu jenis huruf *Egyptian* yang menimbulkan kesan kuat dan jenis huruf *sans serif* yang berkesan kontemporer.



Gambar 1. Logo Kampanye Bahaya Kanker Payudara

Perancangan kampanye kewaspadaan bahaya kanker payudara ini juga merancang karakter yang sesuai dengan target audien. Gaya *flat*

*design* dipilih menjadi gaya ilustrasi dalam *motion graphic* ini. *Flat design* merupakan ilustrasi dengan prinsip menyederhanakan bentuk, serta memakai warna-warna yang datar.



Gambar 2. Karakter yang digunakan dalam *motion graphic*

Pemilihan karakter yang menampilkan ikon wanita. Konsep dari pemilihan karakter yaitu karakter yang terlihat seperti anak remaja, kemudian karakter orang gemuk (obesitas) yang mencerminkan tentang pola hidup dan makanan yang dikonsumsi.

### 3. Final Desain


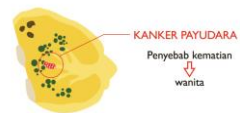


#### a) Media Utama









*Motion graphic* adalah media yang dipilih dalam kampanye kewaspadaan bahaya kanker payudara pada remaja putri. Perancangan *motion graphic* ini menggunakan karakter wanita dan beberapa karakter yang sesuai dengan informasi yang akan disampaikan.

Selain karakter dalam *motion graphic* ini juga dibutuhkan warna sebagai daya tarik. Warna yang digunakan dalam *motion graphic* ini adalah warna-warna yang lembut, warna pastel. Warna ini mewakili target audien yang bergender perempuan. Selain itu, warna yang dipilih juga dapat memberikan kesan rileks, nyaman dan segar.

Selain pemilihan warna, pemilihan tipografi juga berpengaruh pada *motion graphic*. Tipografi yang dipakai dalam *motion graphic* ini menggunakan jenis huruf *Egyptian* yang memberikan kesan kuat dan menjelaskan bahwa wanita yang terkena kanker payudara adalah wanita yang kuat dan mampu melewati kanker payudara. Selain itu tipografi yang dipakai adalah jenis *sans serif*, pemilihan huruf *sans serif* yaitu sesuai dengan kesan yang ditimbulkan kontemporer. Dimana pemilihan media dipengaruhi oleh modernisasi.

*Motion graphic* ini berdurasi 55 detik, dalam *motion graphic* ini perancang menyampaikan informasi tentang faktor-faktor terjadinya kanker payudara, dan bagaimana cara mendeteksi kanker payudara dari dini dengan melakukan pemeriksaan payudara sendiri (SADARI).

	
00.01 f	00.04 f
	
00.07 f	00.13 f

	
<p>00.15 f</p>	<p>00.25 f</p>
<p>PEMERIKSAAN PAYUDARA SENDIRI (SADARI)</p>	 <ul style="list-style-type: none"> <li>• Berdiri di depan cermin</li> <li>• dengan kedua tangan dan tangan dipinggang</li> <li>• Angkat kedua lengan</li> <li>• Raba ibu jari telunjuk dan manis pada payudara</li> </ul>
<p>00.30 f</p>	<p>00.35 f</p>
 <p>Berbaringlah. Tangan kanan di bawah kepala raba payudara dengan tangan kiri rasakan perubahan dan lakukan hal yang sama pada payudara sebaliknya.</p>	 <p>Rabalah sekitar payudara sesuai arah panah berikut.</p>
<p>00.39 f</p>	<p>00.44 f</p>
 <p>Rasakan payudara ketika berdiri atau duduk di bawah shower. rasakan perubahan pada payudara</p>	 <p>KONSULTASI - dengan - DOKTER TERBAT</p>
<p>00.49 f</p>	<p>00.51 f</p>
<p><b>KANKER PAYUDARA</b> "Kenali gejala dari dini" oleh sufi jumi'aini</p> 	
<p>00.55 f</p>	

## b) Media Pendukung

Perancangan kampanye kewaspadaan bahaya kanker payudara pada remaja putri ini juga merancang media pendukung sebagai penunjang media utama agar informasi dapat disampaikan lebih luas.

### (a) X-Banner

*X-banner* adalah media promosi yang diletakkan di dalam ruangan, penggunaan *x-banner* sebagai media pendukung karena bentuk medianya yang komunikatif sehingga informasi yang dibutuhkan dapat di *layout* dengan berbagai bentuk desain.

### (b) *T-shirt*

Tidak hanya sebagai pelindung tubuh dari cuaca dan kotoran, kaos juga berfungsi sebagai media untuk menyampaikan informasi.

### (c) Poster

Poster berguna agar audien dapat melihat dan memahami informasi lebih lama, sehingga informasi yang disampaikan dapat mempengaruhi dan mengajak audien untuk peduli dan memperhatikan bahaya kanker payudara.

### (d) Stiker

Stiker sebagai salah satu dari media pendukung *motion graphic* bahaya kanker payudara, stiker akan dibagikan pada saat pameran, dan pada saat penyuluhan kanker payudara. Stiker adalah media promosi yang dapat dikatakan fleksibel, dapat



ditempel pada benda yang diam maupun bergerak. Stiker hadir sebagai pengingat target audien akan bahaya kanker payudara.

(e) Gantungan kunci

Gantungan kunci adalah media promosi yang dapat dikatakan efektif. Media ini dapat dipakai sebagai aksesoris tas, kunci, dll. Terdapat logo dan *headline* dari informasi bahaya kanker payudara.

(f) Pin

Pin adalah salah satu media promosi yang dapat dikatakan simpel, dan efektif. Media ini dapat dipakai sebagai aksesoris pada tas, topi, baju, dll. Pin ditampilkan dengan logo sebagai informasi dari kanker payudara.

(g) *Notebook*

*Notebook* bisa dikatakan sebagai buku catatan, dimana buku catatan ini dapat digunakan untuk berbagai catatan. Terdapat logo kanker payudara pada desain *notebook* sebagai bentuk dari kampanye sosial kanker payudara.

## D. Penutup

### 1) Kesimpulan

*Motion graphic* merupakan bentuk komunikasi yang banyak digunakan dalam penyampaian informasi karna perkembangan era modern, banyak masyarakat membutuhkan informasi pada perangkat digital. *Motion graphic* banyak digunakan dalam berbagai kebutuhan

seperti media iklan/promosi, media kampanye sosial, media hiburan bahkan media untuk presentasi.

Peran *Motion Graphic* ini diperlukan untuk memberikan informasi bagi masyarakat dengan lebih menarik dan mudah dipahami. Perancangan kampanye kewaspadaan bahaya kanker payudara pada remaja putri dalam media *motion graphic* ini menjadi salah satu upaya untuk menyampaikan dan mensosialisasikan kepada remaja putri agar lebih peduli peka dan memperhatikan gejala dini kanker payudara.

Adanya *motion graphic* ini diharapkan kepada masyarakat tahu gejala-gejala kanker payudara, serta bagaimana kiat-kiat untuk mendeteksi kanker payudara dari dini, semakin dini kanker ditemukan semakin besar kemungkinan untuk menyembuhkan, dan juga memberikan harapan hidup yang lebih lama.

## 2) Saran

Kampanye sosial ini diharapkan memberikan himbauan kepada remaja putri untuk lebih peka terhadap kanker payudara, dan memberikan kepedulian terhadap organ payudara dengan melakukan deteksi dini, dengan pemeriksaan payudara sendiri (SADARI). Selain itu juga diharapkan agar saling berbagi informasi dan saling menghibau bahwa pentingnya mengetahui dan mengenali gejala dini kanker payudara.

**Catatan :** artikel ini disusun berdasarkan Karya Akhir Zulfa Jum'aini

dengan :

pembimbing I **Dr. Syafwandi, M.Si.**

pembimbing II **Dini Faisal, S.Ds. M.Ds.**

## E. DAFTAR RUJUKAN

- Anindita, Marsha. 2016. *Tren Flat Design Dalam Desain Komunikasi Visual*. Jurnal Dimensi DKV, Vol 1 No. 1, (Online), ([Http://acdemia.edu/](http://acdemia.edu/) diakses 27 Juli 2017).
- Kusrianto, Adi. 2007. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Lee, Monle dan Johnson, carla. 2011. *Prinsip-prinsip Pokok Periklanan Dalam Perspektif Global*. Jakarta. Kencana.
- Nisman, Wenny Artanty. 2015. *Lima Menit Kenali Payudara Anda*. Yogyakarta: Andi Offset
- Pujiyanto. 2013. *Iklan Layanan Masyarakat*. Andi Offset.
- Somantri, Cynthia P. 2016. *Perancangan Motion Graphic Edukasi kesehatan Manfaat Menyusui Dan Cara Menyapih Bertahap Untuk Ibu Usia 20-30 Tahun Di Kota Bandung*. Jurnal E-Proceeding of Art & Design: Vol.3, No.3, (online), 2 februari 2017).
- Supriyono, Rakhmat. 2010. *Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi Offset