

## PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL PENGGUNAAN TEETHER ALAMI UNTUK BAYI BERUSIA 6-8 BULAN (STUDI KASUS DI KELURAHAN DRAJAT KOTA CIREBON)

**Chintia Mega Kusuma<sup>1</sup>, Nina Sofiyawati<sup>3</sup>, Galih Mandala Putra<sup>3</sup>, Yuni Awalaturrohmah Solihah**

<sup>1,2,3</sup>Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Teknologi Informasi,  
Universitas Catur Insan Cendekia

Jl. Kesambi 202, Kota Cirebon, Jawa Barat, 45133

e-mail: chintiamegak@gmail.com<sup>1</sup>, nina.sofiyawati@gmail.com<sup>2</sup>,  
galihmandalaputra10@gmail.com<sup>3</sup>, yuniasolihah@cic.ac.id<sup>4</sup>

### ABSTRAK

Memberikan *teether* karet adalah pilihan sebagian besar ibu sebagai solusi instan pada saat bayi mulai tumbuh gigi pertamanya sekitar usia 6-8 bulan, namun ternyata terdapat bahaya yang mengintai dalam penggunaan *teether* karet. Pada hasil kuesioner 41 responden dari 50 responden, menjawab memberikan *teether* karet untuk bayi yang baru tumbuh gigi pertamanya. *Teether* karet akan berbahaya jika tidak rajin dicuci, sehingga akan menyebabkan infeksi mulut atau sariawan hingga diare atau infeksi cerna. Karena itu beralih menggunakan *teether* alami adalah solusi tepat karena penggunaan *teether* alami lebih aman dan juga dapat menambah nutrisi pada bayi. Oleh karena itu perlu dibuat sebuah perancangan yang dapat menjadi solusi bagi permasalahan tersebut. Perancangan yang dibuat adalah "Perancangan Media kampanye Sosial Penggunaan *Teether* Alami Untuk Bayi Berusia 6-8 Bulan (Studi Kasus Di Kelurahan Drajat Kota Cirebon). Metode yang digunakan penulis adalah metode kualitatif, dalam data primer penulis melakukan wawancara tidak langsung dengan seorang dokter melalui aplikasi SehatQ serta melakukan wawancara kepada orangtua bayi dan ketua rw harapan mulya 03, guna mendapatkan data-data yang dibutuhkan dalam penelitian ini. Strategi komunikasi serta konsep visual yang digunakan dalam perancangan kampanye sosial ini adalah *informative*, *persuasive*, *reminding* yaitu memberikan informasi tentang *teether* alami dan mengajak orangtua atau wali bayi agar terbiasa membuat *teether* alami. Konsep visual sangat memerhatikan visual utama, layout, tipografi dan warna, *software* yang digunakan adalah berupa corel draw, 3d max dan power point. Dilakukannya hal ini bertujuan mengedukasi orangtua atau wali bayi mengenai pemberian *teether* yang tepat yaitu penggunaan *teether* alami untuk bayi yang baru tumbuh gigi pertamanya, melalui kampanye sosial dengan media utama berupa *event* dalam bentuk *workshop*, serta media pendukung kampanye seperti poster, x-banner, video *commercial* dan maket.

**Kata Kunci :** Kampanye sosial, *teether* alami, bahaya *teether* karet, edukasi

### ABSTRACT

*Giving a rubber teether is a majority choice that mothers has as an instant alternative. However, there is an actual risk that lurking on regular uses of the rubber teether. In the results of questionnaire 41 responden from 50 responden answered giving rubber teether for baby who had just teething their first teeth. It would be dangerous if we didn't wash it on daily basis according to the right directions, as of would be caused a mouth infection or even a diarrhea that will disrupted the digestive system. Hence, it would be a right option to switch it for more natural teether, because the uses of natural teether have more safety and would gained more nutrients for the baby. Therefore it is necessary to make a design that can be a solution to these problems. The design made is "Designing Social Media Campaign Using Natural Teether for Infants Aged 6-8 Months (Case Study in Drajat Village, Cirebon City). The method used by the author is a qualitative method, in the primary data the author conducts indirect interviews with a doctor through the SehatQ application and conducts interviews with the baby's parents and the chairman of RW Harapan Mulya 03, in order to get the data needed in this study. The communication strategies and visual concepts used in designing this social campaign are informative, persuasive, reminding, namely providing information about natural teether and inviting parents or baby guardians to get used to making natural teether. The visual concept pays close attention to the main visuals, layout, typography and colors. The software used is Corel Draw, 3D Max and Power Point. This is done with the aim of educating parents or guardians of babies about providing the right teether, namely the use of natural teether for babies who are just teething their first teeth, through social campaigns with the main media in the form of events in the*

*form of workshops, as well as campaign support media such as posters, x-banners, videos, commercials and mockups.*

**Keywords:** *Social campaign, natural teether, the dangers of rubber teether, education.*

## 1. PENDAHULUAN

Setiap momen tumbuh kembang bayi adalah saat-saat yang menggembirakan bagi orangtua, salah satunya ketika bayi tumbuh gigi pertama, mungkin orangtua akan bertanya-tanya seperti misalnya pada usia berapa bayi tumbuh gigi pertama? dalam sebuah artikel media *online motherandbaby.co.id* menyebutkan bahwa bayi mulai tumbuh gigi antara usia 6-8 bulan. Saat itulah bayi menyukai sesuatu yang keras untuk digigit sehingga memberikan *teether* karet adalah pilihan sebagian besar ibu sebagai solusi instan. *Teether* atau gigitan bayi biasanya digunakan pada bayi yang sedang berada dalam proses tumbuh gigi untuk mengurangi rasa sakit di gusi bayi, namun menurut artikel media *online motherandbaby.co.id* menyebutkan bahwa : “Sistem pencernaan dan imun bayi masih sangat rendah, sehingga apa pun yang masuk ke mulutnya harus selalu higienis dan aman. Karena sering dimasukkan ke dalam mulut, *teether* juga tidak luput dari kotoran dan bakteri. Air liur si kecil yang menempel pada permukaan *teether* bisa menjadi tempat bakteri bertumbuh jika dibiarkan. Hal ini tentu bisa menyebabkan kuman dan bakteri masuk ke dalam mulutnya dan akan membuatnya sakit”.

Menurut hasil wawancara *online* pada tanggal 07 April 2020 dengan dr.Arinta Prinarbaningrum melalui aplikasi SehatQ bahwa : “Penggunaan *teether* karet akan berbahaya jika tidak rajin dicuci, sehingga akan membuat banyak bakteri dan menyebabkan infeksi mulut atau sariawan, bakteri dimulut akan tertelan dan akan mengakibatkan nanah di mulut hingga diare atau infeksi cerna”. dr.Arinta Prinarbaningrum menyarankan untuk penggunaan *teether* alami. Lebih baik menggunakan *teether* berupa makanan karena selain melatih gigitan juga menambah nutrisi.”

Berikut ini beberapa pilihan ide *teether* alami yang dikutip dari sebuah artikel *online* yaitu Okadoc.id untuk si kecil yang sedang tumbuh gigi yaitu seperti kain lembut yang dibekukan, *biscuit homemade* untuk bayi, pijat gusi dengan jari yang bersih, es *homemade* semangka, pisang beku, es pop yoghurt, wortel, mentimun dan apel”. dengan permasalahan yang sudah diuraikan sebelumnya, bahwa perlu nya edukasi kepada orangtua atau wali untuk bijak dalam hal memberikan *teether* untuk bayi yang sedang dalam proses tumbuh gigi pertamanya. Penyampaian edukasi ini melalui kampanye sosial mengenai penggunaan *teether* alami untuk bayi berusia 6-8 bulan.

Perancangan media kampanye dengan menyelenggarakan *event* sebagai media utama, serta media pendukung seperti poster, x-banner dan *video commercial* yang ditujukan untuk orangtua atau wali bayi. Kampanye sosial ini akan disampaikan melalui *event* di posyandu, pada tanggal 12 September 2021 bertepatan dengan hari kesehatan gigi dan mulut nasional, tepatnya di posyandu Bougenville yang berada di Jl.Lapang Bola V no.9 Kelurahan Drajat, Kecamatan Kesambi Kota Cirebon dan bekerja sama dengan dokter spesialis anak yaitu dr.Atikah,M.Kes,Sp.A sebagai pemateri dan juga owner dapur misha yaitu Sany agustina sebagai juru masak serta media kampanye seperti poster dan x-banner yang berisi informasi serta mengingatkan yang ditujukan untuk orangtua atau wali bayi. Para peserta *event* ini merupakan orangtua atau wali bayi di Kelurahan Drajat, Kecamatan Kesambi Dalam yang memiliki bayi berusia 6-8 bulan. Berdasarkan data yang penulis dapatkan jumlah bayi berumur dengan kategori di antara 00-04 di Kecamatan Kesambi per bulan Mei 2020 berjumlah 7.062 bayi (bayi laki-laki berjumlah 3.720 sedangkan bayi perempuan 3.342 ), dan jumlah bayi berumur dengan kategori di antara 0-8 bulan di Kelurahan Drajat terdapat 741 bayi (bayi laki-laki berjumlah 392 sedangkan bayi perempuan 349). *Event* ini berupa *workshop* bagaimana membuat kreasi *teether* alami di rumah, peserta juga dapat bertanya langsung kepada pemateri jika ada hal-hal yang kurang dipahami. Setelah *workshop* membuat kreasi *teether* alami di rumah selesai, acara selanjutnya adalah lomba bayi sehat, yang dinilai dari lomba ini adalah kondisi fisik tumbuh kembang anak dan motorik sesuai usia. Penilaian lomba bayi sehat ini langsung dilakukan oleh pemateri yaitu dr.Atikah,M.Kes,Sp.A.

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi diatas diketahui bahwa Para orangtua/wali khususnya di Kelurahan Drajat, Kecamatan Kesambi Kota Cirebon sebagian besar masih banyak yang menggunakan *teether* instan berbahan karet, padahal *teether* karet lebih rentan menimbulkan masalah kesehatan seperti infeksi mulut atau sariawan pada bayi apabila kebersihannya tidak diperhatikan serta orangtua/wali belum mengetahui adanya *teether* alami yang aman dan baik dapat dilakukan di rumah, maka solusi yang akan dibuat adalah bagaimana merancang media kampanye sosial yang tepat untuk mengedukasi orangtua/wali agar dapat beralih dari penggunaan *teether* karet ke *teether* alami yang lebih baik untuk kesehatan tumbuh gigi bayi usia 6-8 bulan.

## 2. METODE PENELITIAN

Membuat kampanye sosial melalui media komunikasi visual yang efektif yaitu dengan menggunakan ilustrasi yaitu jenis ilustrasi Khayalan yaitu hasil olahan daya cipta atau imajinatif, yaitu membuat karakter seorang ibu dan bayi. pada media yang akan digunakan, dengan menginformasikan penggunaan *teether* alami yang dapat dilakukan di rumah, untuk membantu bayi yang sedang dalam masa tubuh gigi pertamanya. Penyampaian informasi melalui sebuah *event* berupa *workshop* dengan tema bagaimana membuat kreasi *teether* alami yang dapat dilakukan di rumah yang akan diselenggarakan di Posyandu Kelurahan Drajat, Kecamatan Kesambi Kota Cirebon.

### 2.1. Data dan analisa

Kota Cirebon terletak pada 108°33 Bujur Timur dan 6°41 Lintang Selatan pada pantai Utara Pulau Jawa, bagian timur Jawa Barat, memanjang dari barat ke timur ±11 Km dengan ketinggian dari permukaan laut ±5 M (termasuk dataran rendah). Kota Cirebon dapat ditempuh melalui jalan darat sejauh 130 km dari arah Kota Bandung dan 258 km dari arah Kota Jakarta. Kota Cirebon terletak pada lokasi yang strategis dan menjadi simpul pergerakan transportasi antara Jawa Barat dan Jawa Tengah. Letaknya yang berada di wilayah pantai menjadikan Kota Cirebon memiliki wilayah dataran yang lebih luas dibandingkan dengan wilayah perbukitannya. Luas Kota Cirebon adalah 3.735,82 hektar atau ±37 km<sup>2</sup> dengan dominasi penggunaan lahan untuk perumahan (32%) dan tanah pertanian (38%).

Luas Wilayah Kelurahan Drajat yaitu 244.639 Ha dengan zona pengembangan pembangunan RIK dan RIW Pemerintah Kota, sebagian besar merupakan kawasan perkantoran, pendidikan dan pemukiman. Kelurahan drajat terdiri dari 9 RW dan 62 RT.

Data Jumlah Bayi Berdasarkan Umur di Kelurahan Drajat yang tersebar dalam 5 wilayah Kelurahan, yakni Kelurahan Kesambi, Pekiringan, Drajat, Sunyaragi, dan Karyamulya. Maka sesuai dengan wilayah penelitian yang diangkat oleh penulis, berikut ini penulis melampirkan jumlah data Bayi berdasarkan umur di Kelurahan Drajat yang didapatkan dari hasil wawancara dengan Ibu Ipah sebagai ketua RW di Harapan Mulya yaitu umur 0-12 Bulan pada bulan Mei 2020 terdapat 741 bayi, dengan jumlah (Bayi laki- laki 392 ) dan jumlah (Bayi perempuan 349). Berdasarkan masalah yang diangkat bahwa penggunaan *teether* pada bayi berusia 6-8 bulan, maka kategori umur 0-8 Bulan di Kelurahan Drajat terdapat 250 Bayi.

Data Hasil Wawancara yang telah penulis sebarakan ke 50 responden. Pengumpulan data yang penulis lakukan selanjutnya ialah berupa wawancara secara langsung maupun tidak langsung. Wawancara secara tidak langsung dilakukan kepada narasumber seorang dokter umum bernama dr.Arinta prinarbaningrum, wawancara mengenai penggunaan *teether* untuk bayi yang sedang tumbuh gigi pertamanya melalui aplikasi SehatQ, sedangkan wawancara secara langsung penulis lakukan kepada orangtua bayi berusia 6-8 bulan di wilayah Kelurahan Drajat Kecamatan Kesambi Cirebon.

Data Hasil Kuesioner, kuesioner adalah suatu teknik pengumpulan informasi yang memungkinkan analis mempelajari sikap-sikap, keyakinan, perilaku, dan karakteristik beberapa orang utama di dalam organisasi yang bisa terpengaruh oleh sistem yang sudah ada. Mengenai data kuesioner yang sudah didapatkan, penulis menggunakan kuesioner *online* yaitu dengan *google form* dengan wilayah target *audiens* di Kelurahan Drajat, Kecamatan Kesambi Kota Cirebon dan usia rata-rata 23-40 tahun, bahwa *teether* karet masih banyak diberikan pada bayi

yang baru tumbuh gigi pertamanya oleh orangtua di Kelurahan Drajat, Kecamatan Kesambi dan juga tidak di cuci nya *teether* karet yang seringkali digunakan oleh bayi. data ini didapatkan dari jumlah 50 responden. Berdasarkan kuesioner yang telah dibagikan ke 50 responden bahwa orangtua atau wali yang memberikan *teether* karet pada bayi yang sedang tumbuh gigi yaitu (41) responden, dan yang tidak memberikan teether karet (9) responden.

Dengan analisa diatas maka pemecahan masalahnya adalah perancangan media kampanye sosial yaitu dengan merancang atau membuat media-media yang di butuhkan untuk mendukung *event* yang akan dilaksanakan. Untuk lebih mengetahui target sasaran yang akan dituju dalam perancangan media kampanye sosial penggunaan *teether* alami untuk bayi berusia 6-8 bulan (studi kasus di kelurahan Drajat Kota Cirebon) adalah sebagai berikut :

#### A. Target Audiens

Dalam kampanye sosial penggunaan *teether* alami untuk bayi berusia 6-8 bulan (studi kasus di kelurahan Drajat Kota Cirebon) sasaran yang dituju untuk media kampanye adalah :

1. Geografis : Kelurahan Drajat Kec. Kesambi Kota Cirebon
2. Demografis  
Jenis kelamin : Pria dan Wanita  
Usia : 23-40 Tahun  
Tingkat ekonomi : Menengah kebawah sampai dengan menengah keatas.
3. Psikografis :Orangtua atau wali yang menggunakan teether karet sebagai solusi instan kepada bayi yang sedang tumbuh gigi.

Berikut ini merupakan pesan yang akan disampaikan untuk orangtua atau wali bayi agar mudah diingat yaitu **“Teether tepat, bayi sehat”**. Alasan memilih *what to say* di atas adalah, karena penulis ingin mengkampanyekan *Teether* Alami yang aman untuk bayi tumbuh gigi, serta mampu mengedukasi masyarakat untuk beralih dari penggunaan *teether* karet ke *teether* alami sesuai usia bayi 6-8 bulan.

## 2.2. Konsep Perancangan

### a. Strategi komunikasi

Strategi komunikasi yang digunakan dalam perancangan kampanye ini adalah informatif, persuasif, reminding, yaitu memberikan informasi tentang *Teether* Alami dan mengajak masyarakat untuk terbiasa membuat *Teether* Alami yang dapat dilakukan di rumah melalui kegiatan *event*, dalam bentuk visual maupun verbal yang bertujuan agar informasi tentang *teether* alami dapat disampaikan kepada target dan dapat diterima serta dimengerti sehingga informasi tersebut berdampak pada perubahan gaya hidup target yang dituju.

### b. Strategi Kreatif (Konsep 5W + 1H)

#### 1. *What* (apa)

Perancangan Media Kampanye Sosial Penggunaan Teether Alami Untuk Bayi Berusia 6-8 Bulan (Studi Kasus Di Kelurahan Drajat Kota Cirebon), dengan media utama berupa *event* dalam bentuk *workshop* serta media pendukung seperti poster, x-banner dan video commercial.

#### 2. *Who* (Target Audience)

1. Geografis : Kelurahan Drajat Kec. Kesambi Kota Cirebon
2. Demografis  
Jenis kelamin : Pria dan Wanita  
Usia : 23-40 Tahun  
Tingkat ekonomi : Menengah kebawah sampai dengan menengah keatas.
3. Psikografis :Orangtua atau wali yang menggunakan teether karet sebagai solusi instan kepada bayi yang sedang tumbuh gigi.

#### 3. *When* (Kapan)

Dibawah ini merupakan jadwal dalam pelaksanaan media kampanye.

No	Media	Informatif	Persuasif	Workshop	Reminding
		Juli	Agustus	September	Oktober
1.	Poster				
2.	E-Poster				
3.	X-Banner				
4.	Video Campaign				

4. *Where* (Dimana)

Kampanye sosial ini akan dilaksanakan di Kelurahan Drajat, Kecamatan Kesambi Dalam Kota Cirebon bertempat di Posyandu Bougenville yang berada di Jl.Lapang Bola V no.9.

5. *How* (Bagaimana)

Dalam *event* ini berlangsung akan bekerja sama dengan dokter spesialis anak yaitu dr.Atikah,M.Kes,Sp.A sebagai pemateri dan juga owner Dapur Misha yaitu Sany Agustina sebagai juru masak serta media kampanye seperti poster, x banner dan video *commercial* yang berisi informasi serta mengingatkan yang ditujukan untuk orangtua atau wali bayi. *Event* ini berupa *workshop* dengan tema bagaimana membuat kreasi *teether* alami di rumah, peserta juga dapat bertanya langsung kepada pemateri jika ada hal-hal yang kurang dipahami. Para peserta event ini merupakan orangtua atau wali bayi di Kelurahan Drajat yang memiliki bayi berusia 6-8 bulan. Setelah *workshop* membuat kreasi *teether* alami di rumah selesai, acara selanjutnya adalah lomba bayi sehat, yang dinilai dari lomba ini adalah kondisi fisik tumbuh kembang anak dan motorik sesuai usia. Penilaian lomba bayi sehat ini langsung dilakukan oleh pemateri yaitu dr.Atikah,M.Kes,Sp.A.

c. Strategi Pemilihan Media

Kampanye Sosial Penggunaan Teether Alami Untuk Bayi Berusia 6-8 Bulan (Studi Kasus Di Kelurahan Drajat Kota Cirebon) dilakukan dengan cara memanfaatkan beberapa media yaitu : Poster, x banner serta video *commercial*.

d. Konsep verbal

a. Tipografi

Jenis huruf yang digunakan adalah type huruf san serif yaitu huruf Twenty Senja, font dengan tampilan tebal dimana *type* huruf ini mudah terbaca

1. Beberapa font diantaranya :

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z  
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z  
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

**3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

**3.1. Visual Utama**

Pada pembuatan media ini bentuk layout yang digunakan selalu menempatkan *headline* dan *tagline*, nama atau judul program pada tiap media, kemudian menambahkan informasi baik yang sifatnya informatif, persuasif, dan juga *reminding*.



a. Proses Desain Poster

Pada verbal utama menampilkan *headline* dan *tagline* dengan kalimat informing, persuading, dan reminding yang menarik. Pada visual utama penulis menggunakan ilustrasi ibu dan bayi berusia kurang lebih 7 bulan, dengan ilustrasi ibu yang menggambarkan sedang memberikan *teether* alami berupa es *homemade* semangka kepada bayi dengan latar belakang yang menggambarkan ruangan dapur.



3.2. Visual Pendukung

a. Logo

Logo memvisualkan nama program dari Teman Bayi (*Teether* aman untuk Bayi). Maksud dari Teman Bayi adalah bahwa *teether* atau gigitan bayi adalah teman yang mendampingi bayi melewati proses tumbuh gigi pertamanya, dan juga memiliki kepanjangan *Teether* aman untuk Bayi, berikut merupakan logo Teman Bayi :



b. Font

font “TEMAN Bayi” menggunakan font BabelGamee yaitu seperti berikut :

A B C D E R G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z  
 A b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z  
 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Pada penggunaan font, penulis mengkreasikan kembali sesuai apa yang ingin ditunjukkan kepada target *audience*, yaitu penulis mengkreasikan huruf T, E, M, A, N dari font BabelGamee untuk menggambarkan wortel dan semangka sebagai *teether* alami.

pada kalimat *Teether aman untuk bayi* yang merupakan kepanjangan dari **TEMAN Bayi**, penulis menggunakan font *superkids*, yaitu sebagai berikut :

A B C D E R G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z  
A b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z  
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

c. Warna

Dalam kata “**TEMAN**” penulis menggunakan warna *orange* dan merah, yang menggambarkan beberapa dari kreasi *teether* alami, yaitu warna *orange* mewakili dari warna wortel, sedangkan warna merah mewakili warna dari semangka. Pada kata “**BAYI**” penulis menggunakan warna ungu, karena menurut artikel media *online goodminds.id* warna ungu menggambarkan imajinasi seseorang. Warna ungu bertujuan untuk mempengaruhi imajinasi target *audience* terhadap kalimat **TEMAN**, yang memvisualisasikan warna dari wortel dan semangka.

#### 4. KESIMPULAN DAN SARAN

##### 4.1. Kesimpulan

Dari hasil pembahasan tentang Perancangan Kampanye Sosial Penggunaan Teether Alami Untuk Bayi Berusia 6-8 Bulan (Studi Kasus di Kelurahan Drajat Kota Cirebon), maka dapat diambil kesimpulan :

1. Memberikan *teether* karet adalah pilihan sebagian besar ibu sebagai solusi instan pada saat bayi mulai tumbuh gigi pertamanya sekitar usia 6-8 bulan, namun ternyata terdapat bahaya yang mengintai dalam penggunaan *teether* karet. Pada hasil kuesioner 41 responden dari 50 responden, menjawab memberikan *teether* karet untuk bayi yang baru tumbuh gigi pertamanya. *Teether* karet akan berbahaya jika tidak rajin dicuci, sehingga akan menyebabkan infeksi mulut atau sariawan hingga diare atau infeksi cerna
2. Karena itu dibuat sebuah perancangan yang dapat menjadi solusi bagi permasalahan tersebut. Perancangan yang dibuat adalah “Perancangan Media kampanye Sosial Penggunaan Teether Alami Untuk Bayi Berusia 6-8 Bulan (Studi Kasus Di Kelurahan Drajat Kota Cirebon). Strategi komunikasi serta konsep visual yang digunakan dalam perancangan kampanye sosial ini adalah *informative, persuaisf, reminding* yaitu memberikan informasi tentang *teether* alami dan mengajak orangtua atau wali bayi agar terbiasa membuat *teether* alami.

##### 4.2. Saran

Untuk mendapatkan hasil yang lebih baik untuk kedepannya, perancangan kampanye sosial penggunaan *teether* alami untu bayi berusia 6-8 bulan ini sebaiknya dilakukan secara tersusun dan berkelanjutan dan perlunya memperluas kerja sama dengan pihak-pihak yang berpotensi dalam pencegahan penggunaan *teether* karet.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Creswell, John W., *RESEARCH DESIGN Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif dan Campuran*, Edisi Keempat, Cetakan I, Yogyakarta : PUSTAKA PELAJAR, 2016.
- Yulianto., *BUKU SAKTI KUASAI DESAIN GRAFIS*, Cetakan I, Yogyakarta : START UP, 2018.
- Supriyono, Rakhmat., *DESAIN KOMUNIKASI VISUAL Teori dan aplikasi*, Edisi Kesatu, Yogyakarta : ANDI, 2017.
- Tinarbuko, Sumbo., *DEKAVE Desain Komunikasi Visual, Penanda Zaman Masyarakat Global*, Cetakan I, Yogyakarta : CAPS, 2015.
- drg.Endang Sariningsih., *MERAWAT GIGI ANAK SEJAK USIADINI*, , Cetakan I, Jakarta : PT ELEX MEDIA KOMPUTINDO, 2012.

- W. Susanto, Pentingnya Merawat Kebersihan Teether Bayi, 05 April 2019 [Online]. Tersedia : [https://www.motherandbaby.co.id/article/2019/4/10/12029/Moms-Ini-Pentingnya-Merawat-KebersihanTeether -Bayi](https://www.motherandbaby.co.id/article/2019/4/10/12029/Moms-Ini-Pentingnya-Merawat-KebersihanTeether-Bayi). [Diakses: 10 Februari 2020]
- Okadoc, 7 Teether Alami Untuk Bayi Tumbuh Gigi, 05 April 2019 [Online]. Tersedia : <https://www.okadoc.com/id-id/blog/kesehatan/teether-alami-untuk-bayi/> 7 Teether Alami Untuk Bayi Tumbuh Gigi [Diakses: 10 Februari 2020]
- Muchlisin Riadi, *Pengertian, jenis, karakteristik event* 28 April 2019 [Online]. Tersedia : <https://www.kajianpustaka.com/2019/04/manajemen-event.html> [Diakses: 17 April 2020]
- Koekoeh Hardjito, RE Wijanti, Siti Fatkhur Rahmah, “PENGETAHUAN DAN SIKAP IBU DALAM MENJAGA KEBERSIHAN MULUT PADA BAYI”.