

PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL PENDETEKSIAN MATA MINUS SEJAK DINI

Rizky Novelin¹, Dr. Didit Widiatmoko S², M.sn. ; Lia Yuldinawati St.³

¹Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom

¹gynovelin@yahoo.com

Abstrak

Seiring perkembangan zaman yang bergerak cepat, fasilitas yang disediakan juga semakin berkembang dan merambah ke semua kalangan masyarakat, baik orang tua, remaja bahkan anak usia dini. Hal ini dikarenakan adanya fasilitas yang diberikan orang tua mulai dari televisi, video game, komputer, sampai handphone atau gadget lainnya. Hal ini menimbulkan dampak positif namun juga negatif, salah satu dampak negatif yang ditimbulkan yaitu gangguan pada kesehatan mata yang mengakibatkan timbulnya kelainan mata minus yang terjadi pada anak usia dini khususnya anak sekolah dasar yang sudah semakin mengkhawatirkan, bahkan sampai dapat menurunkan prestasi anak di sekolah. Hal ini tidak terlepas dari peran orang tua yang saat ini kurang memperhatikan kesehatan mata anak mereka. Metode yang digunakan untuk mendapatkan data yaitu dengan observasi, wawancara serta studi pustaka, kemudian dianalisis terhadap kegiatan sejenis dan analisis teori desain terhadap media, sehingga dibutuhkan sebuah kampanye sosial dengan kegiatan yang dikonsepsi dan dilakukan secara berkelanjutan untuk memberikan kesadaran kepada orang tua mengenai pentingnya mendeteksi mata anak sejak dini. Konsep yang dikomunikasikan dirangkum dalam tagline "Mata jelas, Aku pintar" yang artinya jika anak dapat melihat dengan jelas, belajarnya tidak akan terganggu, sehingga anak menjadi pintar dan berprestasi. Dalam perancangan ini menggunakan pendekatan keunikan anak-anak, mulai dari warna, tipografi, bentuk sampai karakter ilustrasi untuk menarik perhatian orang tua yang memiliki anak usia sekolah dasar, yang diterapkan pada setiap media pendukung kampanye meliputi poster, spanduk, banner, backdrop, flyer, stiker, cendera mata, voucher dan media sosial. Diharapkan dari perancangan ini dapat meningkatkan kesadaran orang tua untuk lebih memperhatikan kesehatan mata anak dengan mendeteksi mata anak sejak dini serta membantu menurunkan angka mata minus pada anak sekolah dasar. Kata kunci: Kampanye Sosial, Pemeriksaan Mata, Optik Krida.

Telkom
University

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

Seiring dengan perkembangan zaman yang bergerak cepat, kemajuan teknologi juga semakin berkembang pesat. Teknologi diciptakan bukan lagi hanya untuk memenuhi kebutuhan namun juga keinginan. Saat ini, tidak hanya orang dewasa ataupun remaja, anak-anak usia dini pun sudah sangat dekat dengan teknologi. Hal ini dikarenakan adanya fasilitas yang diberikan oleh orang tua mulai dari televisi, video *game*, komputer atau *laptop*, sampai *handphone* dan *gadget* yang semakin canggihpun sudah banyak digunakan oleh mereka. Dengan adanya fasilitas ini menjadikan anak-anak semakin pintar dan kaya akan pengetahuan yang tidak mereka dapatkan dari sekolah, *game* yang mereka mainkan baik *offline* maupun *online* juga dapat mengasah otak, serta manfaat positif lainnya. Namun dibalik itu semua, fasilitas tersebut juga tidak terlepas dari dampak buruk yang mengancam mereka. Fasilitas yang digunakan tersebut merupakan alat elektronik yang memiliki layar dimana layar elektronik mengandung unsur sinar radiasi yang diyakini dapat mengganggu kesehatan mata, karena radiasi dapat menyebabkan kelelahan pada mata yang berdampak pada penglihatan menjadi kabur, mata menjadi kering dan gangguan mata lainnya. Gangguan yang sering terjadi pada mata anak-anak yang terlalu dekat dengan layar elektronik adalah kelainan mata minus atau dalam istilah kedokteran disebut myopia atau rabun jauh.

Banyak faktor lain penyebab mata anak menjadi minus, seperti yang umum diketahui yaitu membaca terlalu dekat, membaca ditempat cahaya yang redup atau membaca sambil tiduran. Selain itu terdapat pula faktor keturunan yang disebabkan oleh kondisi genetik anak itu sendiri. Namun faktor yang disebabkan oleh layar elektronik dan radiasinya juga cukup berbahaya yang menjadi penyebab mata minus pada anak usia sekolah, seperti terlalu banyak menonton televisi, bermain video *game*, menatap layar komputer ataupun layar *handphone*. Ditambah lagi jika melihatnya terlalu dekat dan lama akan membuat

mata cepat lelah, dan jika hal itu dilakukan terus menerus akan mempercepat terjadinya mata minus. Sebuah penelitian mengungkapkan bahwa anak-anak yang menghabiskan waktu diluar ruangan tanpa pengaruh radiasi mempunyai mata yang cenderung lebih sehat dibandingkan anak-anak yang menghabiskan waktunya didalam ruangan dengan radiasi sinar elektronik. (referensi : artikelkesehatananak.com)

Kejadian mata minus pada anak sekolah dasar sudah semakin mengkhawatirkan. Kelainan mata minus pada anak sekolah dasar membuat mereka mengalami gangguan dalam belajar, seperti tidak memperhatikan pelajaran dengan baik, tidak membuat pekerjaan rumah, yang pada akhirnya sampai menurunkan prestasi belajarnya di sekolah. Sangat mengkhawatirkan jika hal ini tidak segera diatasi karena dapat mengancam generasi yang baru tumbuh. Kurangnya kesadaran orang tua dalam memperhatikan kesehatan mata anak sejak dini juga dapat menjadi salah satu penyebab mata anak menjadi minus, karena pengawasan dan bimbingan dari orang tua sangat diperlukan dalam memperhatikan kebiasaan dan aktivitas anak. Secara tidak langsung, peran orang tua sangat penting dalam menjaga dan memperhatikan kesehatan anak, khususnya kesehatan mata yang merupakan jendela untuk dapat mempelajari berbagai hal yang diperlukan dalam perkembangan mereka. Umumnya anak tidak mengetahui kondisi matanya yang sudah minus. Jika ditanyai, anak cenderung mengatakan tidak karena dia tidak tahu yang sebenarnya terjadi pada matanya. Karena itu, penting untuk mereka tahu kondisi mata minus itu seperti apa dengan memberikan kesadaran kepada mereka. Selain itu, orang tua juga perlu untuk disadarkan akan kesehatan mata anak sehingga mereka tahu mendeteksi mata anak sejak dini itu penting agar tidak sampai mengganggu belajarnya.

Untuk itu perlu adanya strategi yang tepat dengan media komunikasi yang efektif sebagai media penyampai pesan. Salah satu strategi yang dapat dilakukan yaitu dengan kampanye sosial mengenai pendeteksian kelainan mata anak sejak dini, yang akan dilakukan kepada masyarakat khususnya orang tua yang mempunyai anak usia sekolah dasar yang mana kurang memperhatikan kesehatan mata anak. Selain itu, hal ini dilakukan untuk mencegah bertambahnya minus

anak yang telah mengalami mata minus dan mengurangi jumlah anak yang mengalami kelainan mata ini. Dengan adanya pendeteksian mata ini juga akan diketahui anak yang ternyata menderita mata minus disekolah sehingga perlu menggunakan alat untuk membantu penglihatannya yaitu kacamata. Penggunaan kacamata dapat membantu anak-anak dalam proses belajar, baik di sekolah maupun di rumah, serta dapat mengurangi masalah yang ditimbulkan sebelumnya oleh gangguan mata minus pada anak.

Salah satu perusahaan kacamata di Bandung yaitu Optik Krida, sebelumnya telah melakukan sebuah program pemeriksaan mata ke sekolah dasar. Namun program ini baru diadakan sekali dan tidak dilanjutkan dikarenakan tidak mencapai hasil yang diharapkan. Karena itu dibutuhkan sebuah konsep yang matang untuk dapat melakukan sebuah kegiatan yang tertata dan berkelanjutan.

Dengan dibuatnya perancangan kampanye sosial pendeteksian kelainan mata sejak dini ini diharapkan dapat menumbuhkan dan meningkatkan kesadaran di masyarakat serta dapat membangun *brand image* perusahaan itu sendiri. Sehingga pada akhirnya dapat menciptakan anak bangsa yang lebih pintar dengan mata sehat.

I.2 Permasalahan

I.2.1 Identifikasi Masalah

Dari penjabaran latar belakang diatas, dapat diidentifikasi sebuah masalah yaitu sebagai berikut:

1. Fenomena layar elektronik yang mengandung sinar radiasi dapat merusak mata.
2. Anak-anak usia dini sudah sangat dekat dengan alat elektronik seperti televisi, komputer, *handphone*, dan *gadget* lainnya.
3. Ketidaktahuan anak sekolah dasar mengenai kondisi matanya yang sudah minus.
4. Kurangnya kesadaran orang tua dalam memperhatikan kesehatan mata anak yang mana sangat penting untuk dideteksi sejak dini.

5. Mata minus pada anak sekolah dasar membuat mereka mengalami gangguan dalam belajar.

I.2.2 Rumusan Masalah

Dari pengeidentifikasian masalah, maka dapat dirumuskan permasalahan berupa sebuah pertanyaan yaitu sebagai berikut:

Bagaimana cara yang tepat meningkatkan kesadaran orang tua untuk memperhatikan kesehatan mata anak sejak dini serta mengajak orang tua untuk memeriksakan mata anak melalui kampanye sosial?

I.3 Ruang Lingkup

Dalam pengerjaan tugas akhir ini, ruang lingkup dari penelitian dan perancangan kampanye sosial ini adalah:

1. Apa

Kampanye sosial pendeteksian kelainan mata minus pada anak sejak dini, yang akan dilakukan pada anak sekolah dasar kelas 1 – 3.

2. Bagian Mana

Perancangan kampanye sosial berupa kegiatan *event* pendeteksian mata serta media-media pendukung seperti poster, *flyer*, *banner*, spanduk, baliho, *backdrop*, *voucher*, stiker, cinderamata dan media sosial Facebook.

3. Siapa

Segmen dari kampanye ini yaitu orang tua (*primary prospect*) karena merupakan pengambil keputusan dalam menentukan dan bertindak, serta anak pada masa sekolah dasar periode pertengahan yaitu 7 – 9 tahun (*secondary prospect*), yang mana merupakan murid sekolah dasar kelas 1 – 3.

Hal ini dikarenakan masa sekolah dasar terbagi menjadi dua yaitu periode pertengahan (7 – 9 tahun) dan periode akhir (10 – 12 tahun). Karena kampanye sosial ini melakukan pendeteksian kelainan mata minus pada anak sejak dini, jadi diambil usia yang lebih dini yaitu anak pada masa

periode pertengahan. Selain itu segmen yang diambil adalah kalangan menengah sampai keatas sesuai dengan target Optik Krida.

4. Dimana

Kampanye sosial ini akan diadakan di empat sekolah dasar di Bandung yaitu SDS Alfa Centauri, SDN Moch. Toha, SDN Banjarsari dan SDPN Sabang. Pemilihan sekolah-sekolah tersebut didasarkan pada lokasi sekolah yang dimulai dari wilayah Bandung Selatan sampai ke wilayah Bandung Kota. Dimulai pada Bandung Selatan dikarenakan lokasi cabang-cabang Optik Krida yang lebih banyak di wilayah ini. Pembagian menurut wilayah ini didasarkan pada tujuan untuk kegiatan ini diharapkan dapat menjangkau masyarakat Bandung. Kemudian pada akhir kegiatan kampanye sosial akan diadakan *event* pendeteksian mata dengan kegiatan lainnya dalam rangka memperingati *World Sight Day* yang akan diadakan di mall BTC. Mall ini dipilih karena sebelumnya Optik Krida pernah melakukan *event* ditempat tersebut.

5. Kapan

Pengumpulan data dilakukan sejak bulan Maret – April 2013 sedangkan untuk pelaksanaan perancangan kampanye sosial ini dilakukan mulai Maret – Juni 2013. Kemudian untuk pelaksanaan kampanye sosial ini dimulai pada bulan September 2013 – Oktober 2014, yang mana dengan kata lain dilaksanakan dalam periode satu tahun. Kampanye dimulai tiga bulan sebelum *event*, dimana tiga bulan sebelum *event* tersebut akan diterapkan media-media pendukung kampanye, sehingga *event* dapat berlangsung dengan baik dan mencapai hasil yang diharapkan. Penerapan media pendukung kampanye yaitu bulan September – November 2013, Maret – Mei 2014 dan Agustus – September 2014. Sementara *event* sendiri akan dilaksanakan pada saat mendekati hari pengambilan rapor anak sekolah dasar yaitu pada saat *class meeting*, seminggu sebelum pengambilan rapor pada akhir semester, baik akhir semester pertama maupun kedua. Hal ini dikarenakan pada saat itu anak-anak datang ke sekolah untuk bermain dan melakukan kegiatan yang diadakan sekolah ataupun melakukan pengulangan

pelajaran yang mana proses belajar tidak dilakukan secara efektif, sehingga pendeteksian mata dapat dilakukan tanpa mengganggu jam belajar anak di sekolah. Jadi, untuk pelaksanaan *event* akan dilakukan pada anak kelas 1 – 3 di sekolah pertama yaitu SDS Alfa Centauri dan kedua SDN Moch. Toha pada akhir semester pertama pada bulan Desember 2013, lalu tahun berikutnya diadakan di dua sekolah yaitu SDN Banjarsari dan SDPN Sabang pada akhir semester kedua pada bulan Juni 2014. Pada akhir kampanye sosial, kegiatan yang dilakukan yaitu *event* pendeteksian mata dengan acara tambahan yaitu penyuluhan kesehatan mata dan acara *fashion show* untuk anak usia sekolah dasar yang menggunakan kacamata, dalam rangka memperingati World Sight Day pada tanggal 12 Oktober 2014.

I.4 Tujuan Perancangan

Meningkatkan kesadaran dan memeriksakan mata anak sejak dini serta membujuk orang tua untuk terlibat dalam kampanye sosial.

I.5 Cara Pengumpulan Data

1. Sumber Data Primer

- Observasi atau pengamatan langsung dan pencatatan secara sistematis terhadap objek yang diteliti, baik dalam situasi buatan yang secara khusus diadakan (laboratorium) maupun dalam situasi yang sebenarnya (lapangan). Observasi dilakukan di sejumlah sekolah dasar di kota Bandung.
- Wawancara yaitu tanya jawab secara langsung (tanpa perantara) secara bertatap muka (*personal face to face interview*) dengan sumber data (Abdurrahman dan Muhidin, 2011 : 89). Jenis wawancara yang dilakukan yaitu :
 - Wawancara terstruktur yaitu wawancara dengan pertanyaan kepada responden yang mana kemungkinan jawaban responden telah disiapkan oleh pewawancara sehingga responden tinggal memilih alternatif jawaban yang telah dibuat (Abdurrahman dan Muhidin,

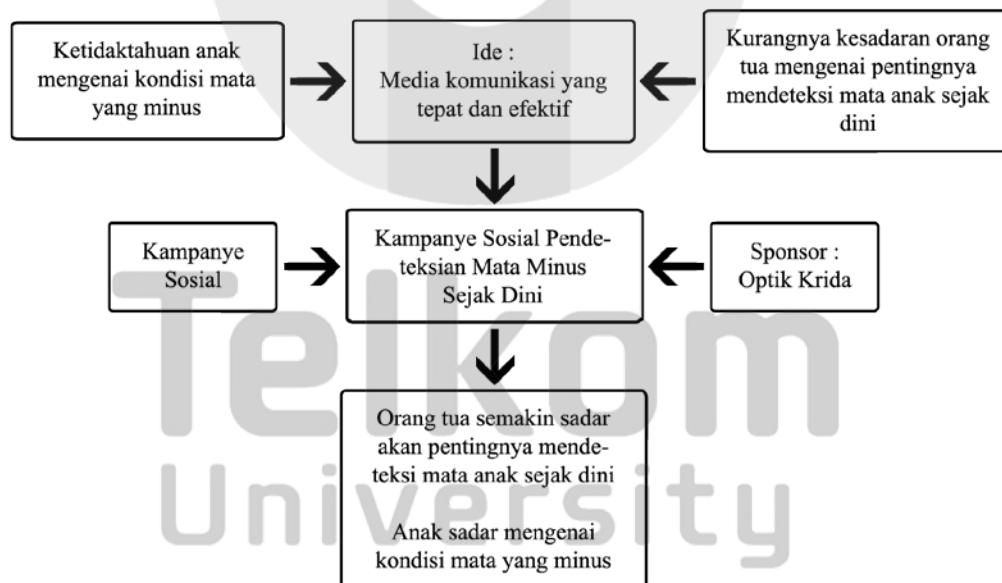
2011 : 91). Wawancara terstruktur ini dilakukan secara *purposive* yaitu kepada sumber yang tepat sesuai target sasaran yaitu ke beberapa orang tua yang memiliki anak usia sekolah dasar.

- Wawancara tidak terstruktur yaitu wawancara dengan pertanyaan kepada responden yang mana jawabannya tidak perlu dipersiapkan, sehingga responden bebas mengeluarkan pendapatnya (Abdurrahman dan Muhidin, 2011 : 91). Wawancara ini dilakukan kepada dokter spesialis mata, pihak Optik Krida dan beberapa guru sekolah dasar, khususnya wali kelas satu sampai tiga.

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data atau informasi lainnya yang menunjang didapatkan dengan cara studi pustaka dari *textbook*, jurnal dan internet guna mendapatkan teori dan panduan.

I.6 Kerangka Perancangan



Gambar 1.1 Kerangka Perancangan
Sumber : Data Pribadi

I.7 Pembabakan

1. Bab I Pendahuluan

Berisi tentang latar belakang masalah yang menjabarkan gambaran umum tentang masalah yang diangkat melalui fenomena yang terjadi, dan juga menjelaskan fokus permasalahan dengan rumusan dan batasan masalah serta tujuan perancangan. Pada bab ini juga dijelaskan metode pengumpulan data yang akan dilakukan dan bagaimana kerangka perancangan yang digunakan sebagai acuan untuk proses penelitian, serta gambaran singkat setiap bab.

2. Bab II Dasar Pemikiran

Menjelaskan teori yang relevan yang digunakan sebagai panduan dalam merancang.

3. Bab III Data dan Analisis Masalah

Menguraikan data-data yang telah didapatkan dari hasil observasi, wawancara dan kuesioner serta menjelaskan hasil analisis dari data yang telah didapatkan dan dengan menggunakan teori yang telah dijabarkan pada Bab II untuk strategi perancangan.

4. Bab IV Konsep dan Hasil Perancangan

Menjelaskan konsep perancangan yang terdiri dari konsep komunikasi, konsep kreatif, konsep media dan konsep visual. Serta menampilkan hasil perancangan mulai dari sketsa hingga penerapan visualisasi pada media.

5. Bab V Penutup

Menjelaskan saran dan masukan pada waktu sidang.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

V.1 Kesimpulan

Perancangan kampanye sosial ini dibuat untuk membantu mengatasi permasalahan yang ada yaitu banyaknya kejadian mata minus pada anak sekolah dasar yang mana disebabkan oleh kelalaian orang tua dalam memperhatikan kesehatan mata anak sejak dini. Karena itu diperlukan adanya kampanye sosial untuk meningkatkan kesadaran dan memeriksakan mata anak sejak dini serta membujuk orang tua untuk terlibat dalam kampanye sosial. Kampanye sosial ini ditujukan lebih kepada orang tua yang memiliki anak usia sekolah dasar, khususnya anak dengan usia 7 – 9 tahun atau setara dengan anak kelas 1 – 3. Dengan adanya kampanye sosial ini diharapkan dapat menghasilkan manfaat di masyarakat dan keuntungan tersendiri bagi perusahaan yang terkait yaitu Optik Krida.

V.2 Saran

Dalam sebuah perancangan visual, sebaiknya segala konsep disesuaikan dengan target sasaran agar pesan dan informasi dapat ditangkap dengan baik. Dalam perancangan tugas akhir ini, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik *purposive sampling* yang mana *sampling* dipilih berdasarkan pertimbangan tertentu dengan tujuan untuk memperoleh *sampling* dengan kriteria yang dikehendaki. Sebaiknya peneliti yang tertarik membahas tema ini pada masa mendatang mencoba untuk melakukan perbaikan dalam menggali informasi lebih dalam kepada *sampling*, sehingga hasil perancangan dapat lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, Maman dan Sambas A.M. (2011). *Panduan Praktis Memahami Penelitian, Cetakan Pertama*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Darmaprawira, Sulasmi. (2002). *Warna: Teori dan Kreativitas Penggunaannya, Edisi Kedua*. Bandung: ITB.
- Hague, Paul dan Peter Jackson (1993). *Riset Pemasaran dalam Praktik, Cetakan Pertama*, (diterjemahkan oleh: T. Hermaya). Jakarta: PT Ikrar Mandiri Abadi.
- Iriantara, Yosol. (2011). *Media Relations Konsep, Pendekatan dan Praktik, Cetakan Ketiga*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Jamaris, Martini. (2013). *Orientasi Baru dalam Psikologi Pendidikan, Cetakan Pertama*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Kasali, Rhenald. (2007). *Manajemen Periklanan, Konsep dan Aplikasinya di Indonesia, Cetakan Kelima*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.
- Kaplan, Andreas M, Michael Haenlein (2010), *User of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media.pdf*. Volume 53, 59-68. <http://www.sciencedirect.com>
- Kusrianto, Adi. (2007). *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: ANDI.
- M.A, Morissan. (2010). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana.
- Noor, Any. (2009). *Manajemen Event*. Bandung: Alfabeta Bandung.
- Pitriana, Pipit dan Diah Rahmatia. (2007). *Ensiklopedia IPTEK: Pendidikan Tubuh Manusia dan Kesehatan*. Bandung: Ganeca Exact.
- Rahman, Arif. (2010). *Strategi Dahsyat Marketing Mix for Small Business : Cara Jitu Merontokkan Pesaing*. Jakarta: Transmedia.
- Rangkuti, Freddy. (2012). *SWOT Balanced Scorecard: Teknik Menyusun Strategi Korporat yang Efektif plus Cara Mengelola Kinerja dan Risiko*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rohidi, Tjetjep Rohendi. (2012). *Metodologi Penelitian Seni*. Semarang: Cipta Prima Nusantara.

- Ruslan, Rosady. (2005). *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Rustan, Surianto. (2011). *Font & Tipografi*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rustan, Surianto. (2009). *LAYOUT, Dasar & Penerapannya*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Safanayong, Yongky. (2006). *Desain Komunikasi Visual Terpadu*. Jakarta: Buana Printing.
- Santoso, Soegeng dan Anne Lies Ranti. (2004). *Kesehatan & Gizi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Shimp, Terence A. (2003). *Periklanan: Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Erlangga.
- Soemanagara, Rd. (2008). *Strategic Marketing Communication, Konsep Strategis dan Terapan*. Bandung: Alfabeta.
- Supriyono, Rakhmat. (2010). *Desain Komunikasi Visual, Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: ANDI.
- Venus, Antar. (2009). *Manajemen Kampanye*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Widayanti, Sri, Siti Nur Rochman, Zubedi (2009). *Biologi SMA/MA Kelas XI*. Jakarta: Pustaka Insan Madani.
- Zarrella, Dan. (2011). *The Social Media Marketing Book* (diterjemahkan oleh: Agung Prihantoro). Jakarta: PT Serambi Ilmu Semesta.

Sumber Online:

- <http://www.optikkrida.com/> (akses terakhir: 15 Maret 2013, 20:11)
- <http://organisasi.org/mengenal-indera-penglihatan-mata-bagian-pelindung-cara-merawat-mata-tetap-sehat-jeli> (akses terakhir: 28 Maret 2013, 23:12)
- <http://www.ugm.ac.id/id/post/page?id=622> (akses terakhir: 28 April 2013, 01:46)
- <http://artikelkesehatananak.com/kenali-penyebab-mata-pada-anak.html> (akses terakhir: 21 April 2013, 21:19)
- <http://mega-social.blogspot.com/2011/05/perkembangan-anak-umur-9-tahun.html> (akses terakhir: 21 April 2013, 23:56)

http://www.yimingevents.com/corp_events (akses terakhir: 18 April 2013, 20:19)

http://id.wikipedia.org/wiki/Media_sosial (akses terakhir: 20 April 2013, 16:07)

<http://blog.tp.ac.id/prinsip-prinsip-visual> (akses terakhir: 1 April 2013, 11:13)

<https://www.youngontop.com/notes/gemas-generasi-mata-dan-mulut-sehat-ijv8amxw> (akses terakhir: 25 April 2013, 22:51)

<http://www.optikseis.com/optikseis/event/Generasi%20Mata%20Sehat%20bersama%20dengan%20Young%20on%20Top> (akses terakhir: 25 April 2013, 22:51)

<http://rsmataaini.co.id/pemeriksaan-mata-pemberian-kacamata-gratis-untuk-siswa-guru-sekolah-dasar.html> (akses terakhir: 25 April 2013, 23:23)

http://www.optikmelawai.com/eye_info/memilih-eyewear-bagi-anak-anak/131/ (akses terakhir: 27 April 2013, 21:58)

<http://info-kesehatan.net/memilih-frame-kacamata-untuk-anak/> (akses terakhir: 27 April 2013, 22:20)

<http://health.liputan6.com/read/447004/jenis-kacamata-yang-aman-untuk-anak> (akses terakhir: 27 April 2013, 23:50)

http://www.doktergaul.com/blog/5-alasan-perlunya-memakai-kacamata/3219.html#_ (akses terakhir: 27 April 2013, 20:17)

<http://www.doktergaul.com/blog/informasi-penyebab-utama-mata-minus/2827.html> (akses terakhir: 30 April 2013, 17:03)

<http://kunsantori.wordpress.com/2010/03/31/miopia/> (akses terakhir: 27 April 2013, 01:15)

<http://xiperawatmedisa.blogspot.com/2012/11/gangguan-pada-mata-miopi-yang-sering.html> (akses terakhir: 27 April 2013, 19:45)

http://ekonomi-internasional.infogoe.com/pengertian_baliho (akses terakhir: 7 Mei 2013, 23:52)

<http://contohspanduk.com/category/arti-spanduk> (akses terakhir: 16 Mei 2013, 12:46)

http://www.nuansabalon.site40.net/index.php?option=com_content&task=view&id=8 (akses terakhir: 16 Mei 2013, 13:11)

<http://www.voucherbelanja.com/voucher-di-jakarta/> (akses terakhir: 16 Mei 2013, 13:36)

<http://uripsantoso.wordpress.com/2011/10/21/arti-warna-dalam-kehidupan-sehari-hari/> (akses terakhir: 20 Mei 2013, 20:19)

<http://staff.uny.ac.id/sites/default/files/pendidikan/Aran%20Handoko,%20S.Sn.%20M.Sn./Karakteristik%20Media.pdf> (akses terakhir: 22 Mei 2013, 13:17)

<http://edysupertechno.files.wordpress.com/2012/05/karakteristik-media-cetak-dalam-informasi-publik.pdf> (akses terakhir: 22 Mei 2013, 14:14)

