

didea

ISSN 2355-7540

VOLUME 18
APRIL 2018

- **SAVE ENERGY**
PERANCANGAN MEDIA KAMPANYE SOSIAL PEMANFAATAN SOLAR PANEL ENERGI MATAHARI BAGI MASYARAKAT JAKARTA
KRISTIANUS HARYANDI 3
 - **LET'S BIKE ON THE WEEKEND**
SEBAGAI IKON PERANCANGAN MEDIA KAMPANYE PENGGALAKAN PENGGUNAAN SEPEDA PADA AKHIR PEKAN DI JAKARTA
JOACHIM DAVID M 12
 - **PERANCANGAN MEDIA KAMPANYE BAGI GERAKAN PENYADARAN PENTINGNYA MENJAGA KESEHATAN GINJAL BAGI MASYARAKAT JAKARTA**
NIKEN SAVITRI ANGGRAENI 19
 - **STRATEGI KOMUNIKASI MAHKAMAH KONSTITUSI DALAM UPAYA SOSIALISASI MELALUI PROGRAM TELEVISI**
**AGUNG KURNIAWAN
WIN RICO** 27
- HIGHLIGHT** 44

PROGRAM STUDI
DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS PERSADA INDONESIA - YAI

email : d.idea.journal@gmail.com



d'idea merupakan jurnal Desain Komunikasi Visual yang diterbitkan oleh Program Studi Desain Komunikasi Visual – Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Persada Indonesia Y.A.I. Nama d'idea diambil dari kata **The Idea** yang juga memiliki makna **Design Idea** dan dalam pengembangan selanjutnya dipersingkat menjadi d'idea. Nama ini memiliki makna bahwa desain selalu diwarnai dengan ide-ide kreatif dan selalu berkembang dengan dinamis (**design in motion**). Jurnal ini bertujuan untuk memuat dan menampilkan pemikiran ilmiah yang memiliki konteks dan relevansi dengan dunia industri kreatif sekaligus mengembangkan kompetensi keilmuan Desain Komunikasi Visual, sehingga diharapkan dapat menambah wawasan dan pengembangan desain Komunikasi Visual pada masa mendatang.

Penanggung Jawab : Rektor Universitas Persada Indonesia Y.A.I.
Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi
Prof. Dr. Ibnu Hamad

Pimpinan Redaksi : Niken Savitri Anggraeni, S.Sn, M.Ds

Dewan Redaksi : Prof. Dr. Anwar Arifin
Dr. Tisna Kuswara R, M.Hum

Penyunting Ahli : Dr. Syariffudin Gassing, M.Si

Tim Penyunting : Drs. Dicky Mulyadi, M.Ikom
F.X. Damarjati, S.Sn, M.Sn
Yosefina Anggraini, S.Sos, M.Si
Agung Kurniawan, S.Pd, M.Ikom

Desain dan Layout : Joachim David Magetanapuang, S.Sn, M.Ds

Alamat Redaksi : Program Studi Desain Komunikasi Visual
Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Persada Indonesia Y.A.I
Jl. Diponegoro 74, Jakarta Pusat
Tel. (021) 3928045, 3928075 ext. 101
Fax. (021) 3914591
Email : d.idea.journal@gmail.com

content

- **SAVE ENERGY**
PERANCANGAN MEDIA KAMPANYE SOSIAL PEMANFAATAN SOLAR PANEL ENERGI MATAHARI BAGI MASYARAKAT JAKARTA
KRISTIANUS HARYANDI 3
 - **LET'S BIKE ON THE WEEKEND**
SEBAGAI IKON PERANCANGAN MEDIA KAMPANYE PENGGALAKAN PENGGUNAAN SEPEDA PADA AKHIR PEKAN DI JAKARTA
JOACHIM DAVID M 12
 - **PERANCANGAN MEDIA KAMPANYE BAGI GERAKAN PENYADARAN PENTINGNYA MENJAGA KESEHATAN GINJAL BAGI MASYARAKAT JAKARTA**
NIKEN SAVITRI ANGGRAENI 19
 - **STRATEGI KOMUNIKASI MAHKAMAH KONSTITUSI DALAM UPAYA SOSIALISASI MELALUI PROGRAM TELEVISI**
AGUNG KURNIAWAN
WIN RICO 27
- HIGHLIGHT** 44

Perancangan Media Kampanye Bagi Gerakan Penyadaran Pentingnya Menjaga Kesehatan Ginjal Bagi Masyarakat Jakarta

Niken Savitri Anggraeni

Program Studi Desain Komunikasi Visual
Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Persada Indonesia Y.A.I

Abstrak

Sebagian besar masyarakat masih menganggap sepele dan bersikap tidak peduli dengan kesehatan organ ginjal, hal ini terlihat dari perilaku gaya hidup yang hanya mengikuti jaman dan gaya hidup metropolis sehingga mudah terprovokasi dengan iklan - iklan produk baik itu berupa produk makanan, produk minuman berenergi maupun produk-produk kesehatan. Namun masyarakat sebagai konsumen tidak dapat disalahkan seutuhnya dengan perilaku konsumtif tersebut, karena terlepas dari itu pihak produsen sendiri sangat minim dan bahkan banyak yang tidak menyertakan penjelasan, pemahaman dan informasi - informasi terkait yang dapat menimbulkan dampak berbahaya apabila dikonsumsi secara berlebihan, serta efek samping yang terjadi pada jangka panjang nantinya.

Kata Kunci : ginjal, metropolis

PENDAHULUAN

Sebuah iklan mempunyai peranan yang penting di dalam mempengaruhi pola dan gaya hidup masyarakat. Khususnya di era modern saat ini, banyak masyarakat yang terpengaruh dan terprovokasi dengan adanya iklan yang beredar. Banyak produsen yang mengiklankan produknya hanya semata mengejar profit atau keuntungan, banyak aspek yang tidak mereka hiraukan akan fungsi produk yang jika dikonsumsi konsumen secara berlebihan akan menimbulkan efek jangka panjang, antara lain kesehatan. Terbukti beberapa produsen produk kesehatan mencampur bahan

kimia obat keras ke dalamnya, sehingga pada tahun 2007, BPOM telah memerintahkan untuk menarik dari peredaran.

Dari hal tersebut, maka dirasakan sangat perlu akan pemberitaan efek - efek serta akibat yang ditimbulkan dari adanya kegiatan mengkonsumsi produk secara berlebihan dan pemberitaan efek jangka panjang yang akan dirasakan oleh konsumen. Dengan iklan, diharapkan pemberitaan tersebut dapat tepat sasaran. Karena melalui media iklan masyarakat akan dapat menangkap pesan yang disampaikan dengan mudah, apalagi dengan pembuatan iklan

yang mengikuti perkembangan jaman. Pemberitaan tersebut dapat dikatakan dengan Iklan Layanan Masyarakat (ILM) karena bertujuan untuk membangkitkan kepedulian masyarakat terhadap sejumlah masalah yang harus mereka (masyarakat) hadapi, yakni kondisi yang bisa mengancam keselarasan dan kehidupan umum.

Pemerintah sendiri sangat minim melakukan sosialisasi melalui Iklan Layanan Masyarakat. Dengan minimnya iklan tersebut tidak heran jika masyarakat kurang paham akan efek jangka panjang dari sebuah produk yang beredar luas di tengah - tengah masyarakat.

Banyak masyarakat Indonesia yang kurang paham akan pentingnya organ ginjal, ginjal yang rusak tidak akan dapat disembuhkan, bahkan dengan cangkok ginjal tidak akan menjamin bahwa penderita akan sembuh total. Penyakit ginjal memang tidak menular, tetapi menimbulkan kematian dan dibutuhkan biaya mahal untuk pengobatan yang terus berlangsung seumur hidup pasien. Karenanya peningkatan kesadaran dan deteksi dini akan dapat mencegah komplikasi penyakit ini menjadi kronis.

Karena perlu kita ketahui bahwa setiap sepuluh tahun sekali fungsi ginjal kita akan mengalami penurunan hingga sepuluh persen (10%). Karena itu, sejak dini sayangilah ginjal Anda. Itulah nasihat dari Direktur Yayasan Ginjal Diatrans Indonesia (YGDI).

KAJIAN KONSEPTUAL

Periklanan adalah keseluruhan proses yang

meliputi penyiapan, perencanaan, pelaksanaan, pengawasan iklan. Sebelum menyampaikan iklan kepada masyarakat, ada beberapa hal yang perlu dipersiapkan. Pertama, perlu mengenal dan menentukan sasaran khalayaknya. Setelah itu, kita menentukan media yang akan digunakan. Baru kemudian merancang pesan iklan yang sesuai dengan kebutuhan.

Hubungan teori periklanan pada perancangan kampanye sosial ini adalah sebagai landasan dalam membuat strategi media yang tepat dalam menyampaikan pesan informasi mengenai pentingnya kesehatan organ ginjal bagi manusia, sehingga efektif dan efisien dalam menjangkau *target audience*.

Pesan ILM berupa ajakan atau himbauan kepada masyarakat untuk melakukan atau tidak melakukan suatu tindakan demi kepentingan umum atau mengubah suatu kebiasaan atau perilaku masyarakat “yang tidak baik” supaya menjadi lebih baik.

Yang dimaksud Siaran Iklan Layanan Masyarakat adalah : Siaran iklan yang disiarkan melalui penyiaran radio atau televisi dengan tujuan memperkenalkan, memasyarakatkan, dan / atau mempromosikan gagasan, cita - cita, anjuran, dan / atau pesan - pesan lainnya kepada masyarakat untuk mempengaruhi khalayak agar berbuat dan / atau bertingkah laku sesuai dengan pesan iklan tersebut. (UU No 32 Th 2002 Bab I, Pasal 1 ayat 7)

TINJAUAN DATA

Ginjal berperan sebagai organ yang

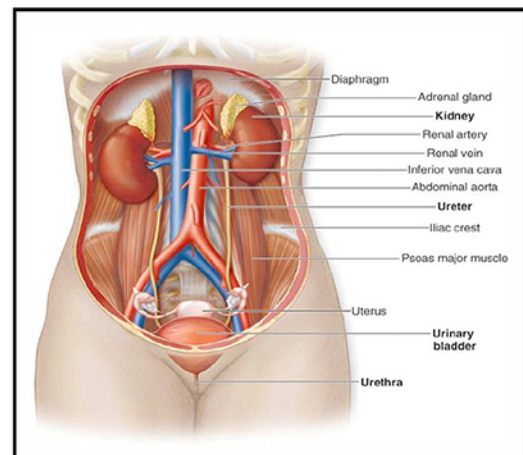
menetralsir racun maupun zat - zat yang berbahaya bagi tubuh. Jika organ ini tidak bekerja, maka tubuh manusia akan mengalami pencemaran yang menjadikan tubuh manusia melemah dan sakit.

Sebelum seseorang divonis menderita penyakit gagal ginjal kronik penderita terlebih dahulu melalui 5 (lima) tahapan stadium. Penyakit Ginjal kronik (PGK) itu sendiri terdapat di stadium 5, yaitu tahap terminal (*dialisis* atau transplantasi), sebelum mencapai ke stadium 5, penderita sebenarnya sudah merasakan adanya kelainan di dalam dirinya, namun hal ini yang banyak diabaikan oleh seseorang sehingga sampailah ke tahap stadium 5. Dalam stadium satu hingga tiga (1 - 3), hal yang sebenarnya harus dilakukan seseorang ialah dengan memeriksakan diri ke laboratorium, dari cek darah hingga urin secara spesifik dan rutin tiap tahunnya, hal ini tentu dapat mencegah seseorang terserang penyakit ginjal kronik atau dapat memperlambat jika sudah terlihat tanda - tanda penyakit ginjal.

Di stadium empat sebenarnya seseorang sudah divonis gagal ginjal, namun masih dapat diperlambat dengan mengkonsumsi obat, diet ketat dan pengendalian resiko, serta mempersiapkan diri secara mental untuk menjalani proses terminal dan menerima dengan lapang dada adanya penyakit ginjal kronik pada dirinya.

Penyakit gagal ginjal itu sendiri terdiri dari gagal ginjal akut dan gagal ginjal kronik, pada penderita gagal ginjal akut masih ada harapan

untuk dapat disembuhkan, namun hal ini tidak lepas dari seberapa parah kerusakan yang dialami oleh ginjal penderita. Namun pada penderita gagal ginjal kronik tidak dapat disembuhkan, karena kondisi ginjal yang sudah parah dan semakin lama akan semakin buruk keadaannya, sehingga yang dilakukan hanya “memperpanjang” usia hidup untuk sementara, gagal ginjal inilah yang memerlukan tindakan terminal (*hemodialisis*).



Struktur ginjal dalam tubuh
(Sumber : www.ygdi.org)

Penyakit gagal ginjal kronik pada umumnya disebabkan oleh adanya komplikasi penyakit terlebih dahulu, seperti diabetes dan hipertensi. Sekitar 50% penderita Penyakit Ginjal Kronik (PGK) yang harus menjalani cuci darah (*hemodialisis*) disebabkan oleh *Diabetes Militus*. Selain itu juga, karena adanya hipertensi, *glomerulonefritis*, infeksi saluran kemih, kista ginjal, *Sistemik Lupus Eritematosus (SLE)*, gagal ginjal akut (*Acute Kidney Injury*).



Contoh bentuk ginjal yang sudah rusak
(Sumber : Yayasan Ginjal Diatrans Indonesia)

DIAGNOSA

Gagal Ginjal Kronik atau Penyakit Ginjal Kronik (PGK) adalah kerusakan struktur ginjal atau gangguan fungsi ginjal dengan atau tanpa penurunan Laju Filtrasi Glomerulus (LFG) yang telah berlangsung sekurang - kurangnya selama tiga bulan. LFG adalah jumlah darah yang disaring oleh *glomerulus* dalam satu menit, normal LFG.

Penyakit Ginjal Kronik dapat disebabkan oleh, antara lain : hipertensi, *glomeruonefritis*, infeksi saluran kemih, kista ginjal, Sistemik *Lupus Eritematosus (SLE)*, gagal ginjal akut (*Acute Kidney Injury*), Diabetes Militus, dan lain - lain. Sebagian besar, sekitar 50% penderita PGK disebabkan oleh *Diabetes Militus*. 125 - 150ml / menit / 1,73m². Akan tetapi, bila LFG yang kurang dari 60ml/menit/1,73m² yang telah berlangsung sekurang-kurangnya tiga bulan, pasien sangat berisiko terjadi gangguan fungsi ginjal.

Tahap awal, gejala yang dirasakan

penderita adalah gangguan kesehatan seperti mual, muntah, kembung, tidak nafsu makan, dan cegukan serta gangguan seperti gangguan ereksi, gangguan elektrolit, system rennin angiotensin, dan juga produksi elektropotim dapat menyambangi penderita. Sehingga dapat dipastikan bahwa sisa-sisa produk yang harus dibuang tubuh akan menumpuk dalam darah yang menyebabkan terjadi kelebihan cairan.

Pada penderita gagal ginjal akut masih ada harapan untuk dapat disembuhkan, namun hal ini tidak lepas dari seberapa parah kerusakan yang dialami oleh ginjal penderita. Gagal ginjal akut dapat disebabkan dari beberapa faktor, antara lain ialah kecelakaan dan keracunan, dengan kondisi ginjal yang tidak terlalu parah dalam mengalami kerusakan maka besar kemungkinan ginjal tersebut masih dapat disembuhkan dengan mengkonsumsi obat. (sembab/edem), anemia, hipertensi, keropos tulang, gangguan elektrolit.

PGK merupakan penyakit yang progresif dan “*irreversible*”, artinya penyakit yang makin lama makin memburuk dan tidak dapat disembuhkan. Ketika seseorang telah divonis menderita PGK, langkah yang dapat dilakukan untuk memperlambat progresivitas penyakit ginjal tersebut dengan melakukan kontrol aktifitas seperti : Diet rendah protein, membatasi asupan elektrolit (kalsium dan fosfor), mengendalikan tekanan darah dengan target di bawah 120/80 mmHg, mengendalikan kadar gula darah bagi penderita Diabetes Militus.

Bagi penderita PGK ada dua macam terapi

pengganti ginjal yang dapat dilakukan, yaitu : cangkok ginjal dan dialisis. Dialisis terdiri dari *Hemodialisis* dan *Peritoneal Dialisis*. *Hemodialisis* dilakukan dengan menggunakan bantuan mesin dialisis di pusat - pusat dialisis, pasien harus menjalaninya seumur hidup, dan dilakukan 2 - 3 kali dalam seminggu selama 4 - 5 jam dalam setiap kali *Hemodialisis*.

Sedangkan *Peritoneal Dialisis* khusus *Continous Ambulatory Peritoneal Dialysis (CAPD)*, dapat dilakukan sendiri oleh penderita tanpa perlu menyambangi rumah sakit atau pusat dialysis.

Pencegahan untuk penyakit Ginjal Kronik dapat dilakukan dengan olahraga teratur, hindari faktor risiko (rokok, kolesterol), banyak minum air putih, jangan sembarang mengkonsumsi obat atau zat - zat yang beracun terhadap ginjal, dan periksa kelainan pada ginjal sejak dini melalui pemeriksaan darah. Pemeriksaan yang paling mudah dan murah adalah dengan rutin memeriksakan urine.

KENAIKAN SIGNIFIKAN

Jumlah penderita Penyakit Ginjal Kronik (PGK) pada tiap tahunnya mengalami kenaikan, di Indonesia sendiri karena minimnya perhatian dari pemerintah sehingga tidak ada data yang akurat dalam menjumlah penderita, namun menurut WHO (*World Health Organization*) tiap tahun jumlah penderita mengalami peningkatan 7% tiap tahunnya di seluruh dunia.

Namun di Indonesia diperkirakan 12,5% dari populasi penduduk menderita penyakit gagal

ginjal kronik. Dan dari 110.000 penderita terminal tahap akhir hanya 15 - 20% saja fasilitas terminal yang memadai. Menurut data Yayasan Ginjal Diatrans Indonesia (YGDI), jumlah penderita dalam usia produktif (15 - 40 tahun) semakin meningkat tiap tahunnya, hal ini yang membuat penyakit ginjal kronik bukan lagi merupakan penyakit orang tua karena usia produktif sekarang ini sudah banyak yang mengalami gagal ginjal, bahkan usia muda.

Dengan semakin bertambahnya jumlah penderita penyakit gagal ginjal kronik, pemerintah sebenarnya tidak tinggal diam. Banyak cara yang dirancang dan dijalankan oleh pemerintah dan kementerian kesehatan sebagai badan negara yang bertanggung jawab akan kesejahteraan masyarakat pada kesehatan. Pada tanggal 12 Maret 2007, diadakan acara puncak peringatan hari ginjal sedunia yang dihadiri langsung oleh ibu negara, Ani Yudhoyono. Tepatnya pada tanggal 8 Maret 2007 untuk pertama kalinya Indonesia mengkampanyekan akan kesehatan ginjal, yang dipusatkan di Bundaran HI dan dihadiri oleh kelompok dokter tim ahli ginjal dan yayasan - yayasan yang bergerak pada bidang kesehatan ginjal, dan yang terbaru pada 12 Maret 2011 bertempat di kantor pusat Kalbe, Jakarta yang bertemakan "*Protect Your Heart, Save Your Kidney*".

Namun peran pemerintah sendiri dirasa kurang karena hanya sebatas himbauan dan pengadaan seminar sehari yang itupun tidak rutin dilakukan setiap tahunnya. Pemerintah sejauh ini

hanya sebatas membantu para penderita dalam pelayanan yang terjangkau, seperti Jamkesmas, Gakin, ASKES dan lainnya guna meringankan beban penderita. Namun dalam promosi kesehatan ginjal sangat dirasakan kurang, sehingga pemerintah lebih banyak tindakan untuk pengobatan dibandingkan dengan tindakan preventifnya. Sedangkan untuk informasi kesehatan ginjal itu sendiri lebih banyak dijalankan oleh yayasan yang bernaung di bidang kesehatan ginjal dan perkumpulan - perkumpulan penderita gagal ginjal.

KONSEP KREATIF

Dengan berdasarkan karakteristik dari logo secara umum tersebut maka dirancanglah sebuah identitas dalam rangka memperingati hari ginjal sedunia pada tanggal 11 Maret 2012, identitas tersebut akan digunakan sebagai logo dalam even kampanye sosial pentingnya kesehatan organ ginjal bagi tubuh manusia.

Berawal dari riset yang dilakukan dengan menganalisis subjek kasus yang akan diangkat yaitu kampanye sosial kesehatan organ ginjal, maka visual ginjal dijadikan tolok ukur awal perancangan identitas. Beberapa model visual ginjal yang dijadikan *thumbnails* menjadi bahan acuan untuk menyampaikan.

a. Gaya Visual

Jenis gaya visual yang digunakan dalam perancangan kampanye sosial pentingnya organ ginjal bagi tubuh manusia kali ini menggunakan jenis gaya visual *Allegory* karena memasukan suatu gambaran

simbolis sebagai elemen, yaitu dengan menggunakan foto beberapa model yang mewakili khalayak sasaran dengan menggambarkan kesegaran dan kebahagiaan hidup sebagai sebuah objek narasi.

b. Pemilihan Warna

Penggunaan warna yang cocok juga harus didukung oleh pemahaman tentang apa arti warna tersebut dan perlu diselaraskan dengan konsep tema utama dari ikon kampanye, sehingga warna yang akan ditampilkan tidak bertabrakan dengan konsep tema utama dan nantinya dapat mencegah adanya kesalah pahaman persepsi dari khalayak sasaran akan maksud dan tujuan dari diselenggarakannya kampanye sosial ini.



Logo identitas kampanye

Logo kampanye sosial terdiri dari 3 elemen, yang pertama ialah elemen gambar sepasang orang pria dan wanita, pria dibedakan dengan penggunaan warna hijau tosca dan wanita

berwarna hijau daun. Visual pria menggambarkan sedang memeluk wanita, menandakan suatu kebahagiaan dalam hidup, sedangkan visual wanita menggambarkan sedang memeluk organ ginjal, hal tersebut mencerminkan bahwa adanya kemauan dan kesungguhan dalam usaha menjaga kesehatan tubuh terlebih organ ginjal.

Elemen kedua ialah *thumbnails* organ ginjal, visual organ ginjal tersebut sebagai tanda pandangan secara umum akan isi dari kampanye sosial yang diadakan, yaitu berhubungan dengan organ ginjal. Visual organ ginjal menggunakan warna merah sebagai tanda kondisi ginjal yang sehat dan ginjal yang dapat bekerja dengan optimal di dalam tubuh. Organ ginjal yang di paparkan pada logo hanya terdapat satu, hal tersebut ditujukan kepada khalayak sasaran yang memiliki kendala pada salah satu organ ginjalnya bahwa jika hanya memiliki satu organ ginjal saja yang berfungsi bukanlah suatu masalah dalam menjalani hidup yang normal, karena manusia masih dapat hidup normal dengan satu ginjal.

Elemen terakhir atau ketiga ialah sebuah *letter mark* atau elemen tulisan, elemen tulisan tersebut digunakan sebagai unsur penguat maksud dan tujuan dari diadakannya kampanye sosial ini. Menggunakan kalimat “Sehat Ginjalku Bahagia Hidupku” dimaksudkan kepada khalayak sasaran bahwa jika kita memiliki ginjal yang sehat maka kehidupan kita akan terasa damai, yang menuju kepada kehidupan bahagia jauh dari masalah kesehatan. Kehidupan yang bahagia merupakan harapan dari semua manusia untuk

hidup bahagia dalam kualitas yang sehat.

PENUTUP

Kesimpulan

Dalam kajian proses perancangan kampanye sosial pentingnya kesehatan organ ginjal bagi tubuh manusia yang bertemakan “Sehat Ginjalku Bahagia Hidupku” peneliti menyimpulkan bahwa masih banyak terdapat masyarakat yang masih kurang paham akan pentingnya organ ginjal, masyarakat dirasa kurang paham apabila ginjal yang rusak tidak akan dapat disembuhkan, bahkan dengan cangkok ginjal tidak akan menjamin bahwa penderita akan sembuh total. Mereka lebih paham dengan penyakit jantung dan kanker yang merupakan penyakit yang dapat penyebab kematian.

Pemerintah sendiri sebenarnya juga turut punya andil dalam meningkatnya jumlah penderita gagal ginjal kronik. Karena pemerintah sendiri tidak melakukan tindakan preventif untuk pencegahan, pemerintah hanya sebatas melakukan tindakan pengobatan bagi penderita. Sehingga terlihat wajar apabila jumlah penderita gagal ginjal kronik semakin meningkat dengan cakupan yang semakin luas, yaitu sudah bukan merupakan penyakit usia tua, melainkan sudah merambah kepada masyarakat dalam jangka usia produktif. Sedangkan untuk langkah - langkah pencegahan sejauh ini selalu dimotori oleh yayasan swasta yang merasa tergugah dan mulai resah dengan meningkatnya jumlah penderita gagal ginjal kronik.

Saran

Masyarakat sangat membutuhkan informasi kesehatan yang tepat dan mudah untuk dijangkau oleh semua lapisan dan golongan masyarakat. Karena penyakit bukan merupakan milik golongan tertentu saja, namun dapat menjangkit seluruh lapisan dan golongan masyarakat. Adanya campur tangan dari pemerintah serta pihak produsen dan pihak - pihak terkait dalam langkah pencegahan penyakit gagal ginjal kronik akan ikut membantu upaya pencegahan dan penurunan jumlah penderita, dengan membatasi produk - produk yang memiliki efek samping jangka panjang dan tidak mengejar keuntungan yang dinikmati pihak produsen saja.

Daftar Pustaka

- Buletin INFO ASKES, 57
- Bulletin INFO ASKES, PT. ASKES (Persero), edisi Oktober 2010, 57
- Niken Tri Hapsari, *Seluk - Beluk Promosi da Bisnis*, (Yogyakarta: A+Plus Books, 2010), 36
- Madjadikara, Agus S, *Bagaimana Biro Iklan memproduksi Iklan*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2005), 17

Hasil Wawancara

- Wawancara dengan M. Faried Aguslemi, Direktur Yayasan Ginjal Diatrans Indonesia, 14 Februari 2011
- Zulkifli, *Obat Itu Racun*, (Yogyakarta: Grha Pustaka, 2009), 49



PROGRAM STUDI
DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS PERSADA INDONESIA - YAI