

PERANCANGAN VIDEO INFOGRAFIS INDONESIA TANPA STIGMA DAN DISKRIMINASI TERHADAP ORANG DENGAN HIV/AIDS

DESIGNING INFOGRAPHIC VIDEO INDONESIA WITHOUT STIGMA AND DISCRIMINATION AGAINST PEOPLE LIVING WITH HIV/AIDS

Dimas Auditya Dharma¹, Gredi Gradana Sembada, S.Ds., MM.²

^{1,2}Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom

¹dimasaudityad@gmail.com, ²gradanagredi@yahoo.com

Abstrak

HIV/AIDS merupakan salah satu penyakit yang paling ditakuti oleh masyarakat, selain karena mematikan, virus HIV juga merupakan penyakit menular yang penyebarannya berkembang pesat termasuk di Indonesia. Menurut data Kemenkes, terdapat 184.929 kasus HIV di Indonesia dalam rentang tahun 2005-2015 yang tersebar di 498 kabupaten/kota di seluruh Indonesia. Sementara itu, pengetahuan dan pemahaman masyarakat akan HIV/AIDS masih sangat minim, dimana hal itu menimbulkan berkembangnya pemahaman yang salah di kalangan masyarakat mengenai HIV/AIDS sehingga menimbulkan stigma dan diskriminasi. Hal itu tentu saja menjadi hukuman sosial yang berat bagi ODHA yang dapat mengganggu kualitas hidup dan menghambat rehabilitasi ODHA itu sendiri, apabila stigma dan diskriminasi terus dibiarkan maka akan berdampak pula pada sulitnya pengendalian dan pencegahan epidemi HIV/AIDS itu sendiri, karena dengan hukuman sosial yang diberikan masyarakat akan semakin takut untuk melakukan pemeriksaan apakah tubuhnya terinfeksi virus HIV atau tidak. Dalam perancangan tugas akhir ini, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan melakukan observasi, wawancara, studi literatur, dan menyebarkan kuesioner, dimana hasil analisis dan pengumpulan data menunjukkan bahwa stigma dan diskriminasi masih ada di kalangan masyarakat. Untuk itu perancangan video infografis ini bertujuan sebagai sarana kampanye Indonesia tanpa stigma dan diskriminasi terhadap ODHA yang sekaligus memberikan informasi dan edukasi kepada masyarakat akan dampak negatif yang ditimbulkan dari stigma dan diskriminasi itu sendiri.

Kata kunci: Kampanye, Video Infografis, HIV/AIDS, Stigma dan Diskriminasi

Abstract

For society, HIV/AIDS is one of the most dreaded diseases because in addition to being deadly, HIV is also an infectious disease that spreads rapidly, including in Indonesia. According to data from the Ministry of Health, there were 184,929 HIV cases in Indonesia in 2005 to 2015 spreading across 498 districts/cities in Indonesia. Despite the increased transmission of HIV/AIDS, knowledge and understanding of the public of HIV/AIDS itself remain very limited so as to result in a misconception and unclear speculation among the public about HIV/AIDS which in turn leads to excessive fear, including stigma to and discrimination against people living with HIV/AIDS (PLWHA). These definitely serve as a severe social punishment for PLWHA that may impair their life quality and inhibit their rehabilitation. If no attempts are made to get rid of these stigma and discrimination, this may lead to the problems controlling and preventing the HIV/AIDS epidemic itself because the social punishment which society give increases fear making people reluctant to examine whether their body is infected with HIV or not. In this final assignment, the techniques employed to collect data were qualitative methods and conducting observation, interviews, literature review, and questionnaire distribution. This campaign media designing aims to campaign for Indonesia which is free from stigma to and discrimination against PLWHA and provide information and education for society concerning the negative impact arising from such stigma and discrimination.

Keywords: Campaign, Infographic Video, HIV/AIDS, Stigma and Discrimination

PENDAHULUAN

HIV/AIDS merupakan salah satu penyakit yang paling ditakuti oleh masyarakat, selain karena mematikan, virus HIV juga merupakan penyakit menular yang penyebarannya berkembang pesat termasuk di Indonesia. Menurut data Kemenkes, terdapat 184.929 kasus HIV di Indonesia dalam rentang tahun 2005-2015 yang tersebar di 498 kabupaten/kota di seluruh Indonesia, sementara itu provinsi Jawa Barat sendiri menempati posisi ke-4 dengan kasus HIV tertinggi setelah DKI Jakarta, Jawa Timur, dan Papua.

HIV merupakan singkatan dari *Human Immunodeficiency Virus*, sebuah virus yang menyerang sistem kekebalan tubuh sehingga melemahkan kemampuan tubuh untuk melawan infeksi dan penyakit. Apabila tidak ditangani secara efektif, virus HIV dapat berkembang dan masuk ke tahap selanjutnya, yaitu AIDS (Acquired Immuno Deficiency Syndrome), dimana pada tahap ini kemampuan tubuh untuk melawan infeksi sudah hilang sepenuhnya.

Virus HIV/AIDS dapat menular melalui 3 cairan, yaitu cairan kelamin, darah, dan air susu ibu (ASI). Selain itu penggunaan jarum suntik yang tidak steril, dan melakukan hubungan seks bebas tanpa menggunakan pengaman juga dapat menjadi media penularan virus HIV. Dalam penularan HIV juga harus melalui beberapa tahapan yaitu *exit*, *survive*, *sufficient*, dan *enter* (ESSE). Dapat diartikan bahwa cairan yang mengandung HIV tersebut harus memiliki jalan untuk keluar dari tubuh pengidap, virus yang terkandung dalam cairan tersebut dapat bertahan hidup, lalu cairan tersebut memiliki kandungan atau dosis virus yang cukup untuk menginfeksi/menular, dan tahapan terakhir adalah harus ada jalur masuk di tubuh manusia yang memungkinkan kontak dengan cairan tubuh yang mengandung HIV.

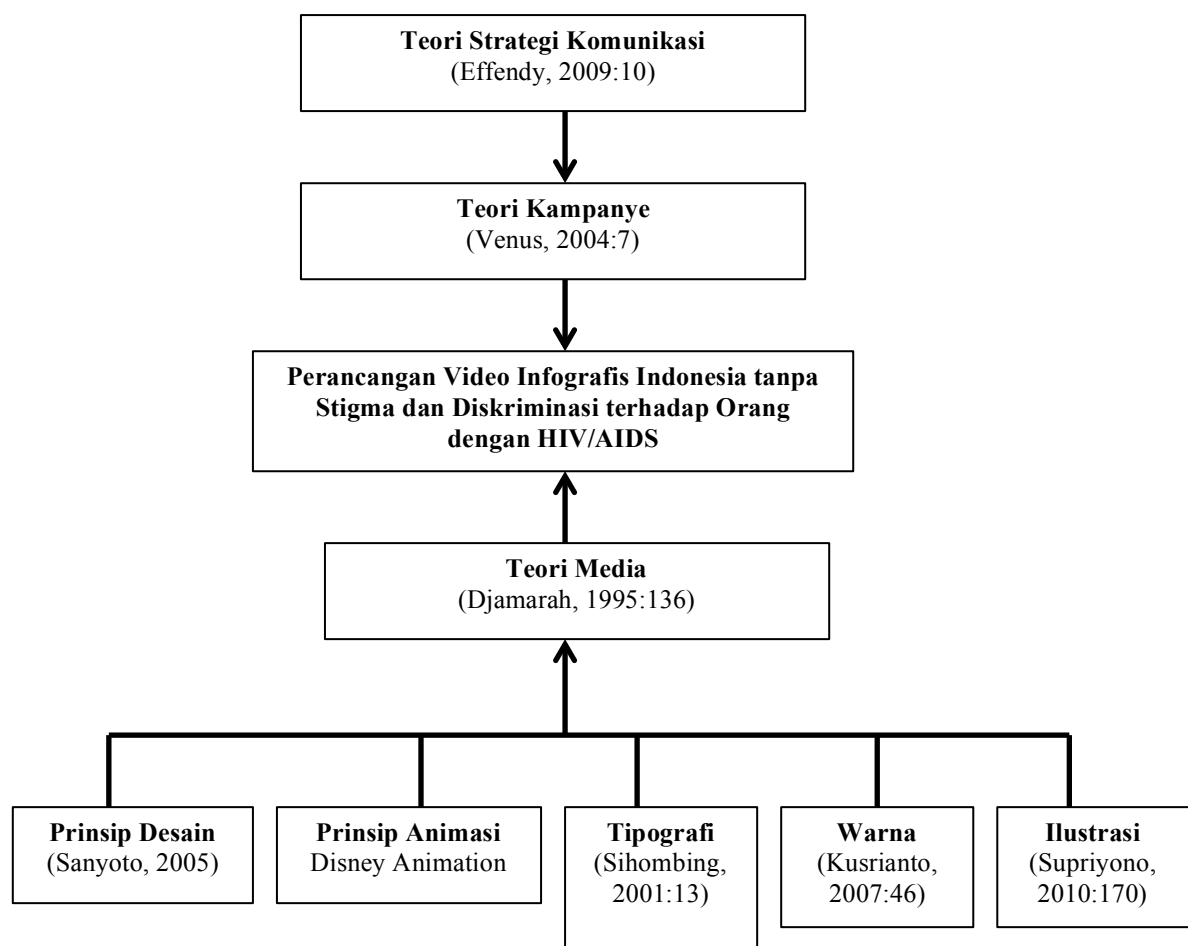
Namun, kurangnya informasi dan pemahaman masyarakat mengenai HIV/AIDS menimbulkan banyak anggapan dan spekulasi simpang siur yang berkembang di masyarakat mengenai cara penularan HIV/AIDS. Seperti yang diungkapkan oleh Direktur Pengendalian Penyakit Menular Langsung Kemenkes, Sigit Priohutomo (Maharani, Dian. "Pengetahuan Remaja Tentang HIV/AIDS Masih Sangat Rendah." *Health.kompas.com*. 20 Desember 2015. 7 Februari 2017) bahwa informasi dan pemahaman mengenai HIV/AIDS termasuk cara penularannya masih sangat rendah dan jauh dari target, masih banyak remaja yang memiliki anggapan salah mengenai HIV/AIDS terutama penularannya, seperti mitos penularan HIV melalui berjabat tangan, berenang, keringat, air liur, makanan dan minuman, bahkan gigitan nyamuk.

Kurangnya informasi dan pemahaman mengenai HIV/AIDS akan menimbulkan ketakutan berlebihan di kalangan masyarakat dan dapat berdampak semakin buruk, salah satunya adalah munculnya stigma atau diskriminasi terhadap orang dengan HIV/AIDS. Stigma adalah prasangka atau *stereotype/labeling* yang timbul kepada seorang individu baik karena kondisi, status, maupun perilaku yang dilakukannya. Stigma yang terjadi di berbagai lapisan masyarakat menjadi sebuah hukuman sosial terhadap orang dengan HIV/AIDS (ODHA) yang bisa dilakukan dengan berbagai macam bentuk, seperti tindakan pengasingan, pelecehan baik secara fisik maupun lisan, penolakan, *labeling*, bahkan peradilan moral yang menyalahkan ODHA karena penyakit yang dideritanya dan dianggap sebagai orang yang tidak bermoral. Apabila terus berkembang, stigma dan diskriminasi juga dapat menghambat upaya pengendalian dan penanggulangan HIV/AIDS. Ban Ki Moon [2008] pada *International AIDS Conference* di Mexico City, yang dikutip *The Washington Times* mengatakan bahwa stigma merupakan penghalang dan alasan utama yang menyebabkan orang-orang takut datang ke dokter untuk pengobatan atau menentukan apakah mereka memiliki virus HIV atau tidak. Hal ini membantu membuat AIDS menjadi "*the silent killer*" karena orang-orang takut aib sosial jika berbicara tentang hal itu. Dengan kata lain, apabila orang-orang semakin takut untuk melakukan pemeriksaan HIV/AIDS akan semakin menambah permasalahan, salah satunya adalah semakin sulitnya pengendalian dan pencegahan epidemi HIV/AIDS itu sendiri.

KAJIAN TEORI

Dalam buku Manajemen Kampanye Panduan Teoretis dan Praktis dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi, Roger dan Stoery (dalam Venus, 2004:7) mengatakan bahwa kampanye merupakan sebuah rangkaian tindakan komunikasi terencana yang bertujuan untuk menciptakan sebuah efek tertentu dalam jumlah khalayak yang besar dan dilakukan secara berkelanjutan dalam jangka waktu tertentu. Selain itu, apapun upaya perubahan yang dilakukan dalam kampanye selalu terkait dengan 3 aspek, yakni *awareness*, *attitude*, dan *action*, yang dijelaskan oleh Ostegaard (dalam Venus 2007:37) dimana kampanye diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan, munculnya kesadaran, dan berubahnya keyakinan masyarakat tentang isu tertentu, sehingga kemudian timbul perubahan dalam sikap dan bertujuan akhir pada berubahnya perilaku masyarakat secara konkret baik berupa tindakan yang bersifat insidental maupun berkelanjutan. Adapun menurut (Ruslan, 2008:25) kampanye kedalam terbagi kedalam 3 jenis, yaitu *Product-oriented campaigns*, *Product-oriented campaigns*, dan *Ideologically or cause oriented campaigns*. Menurut Djamarah (1995:136) media merupakan sebagai alat bantu atau sarana dalam menyampaikan informasi dari sumber pesan kepada penerima pesan sebagai penjelas, sehingga melalui media, penerima pesan dapat lebih mudah memahami

pesan yang disampaikan. Menurut Frank Thomas dan Ollie Johnston melalui buku *“The Illusion of Life: Disney Animation”* terdapat 12 prinsip dasar animasi, yaitu *squash and stretch, anticipation, staging, straight ahead action & pose to pose, follow through & overlapping action, slow in slow out, arcs, secondary action, timing, exaggeration, solid drawing, dan appeal*. Menurut (Sanyoto, 2005), prinsip desain yang harus diperhatikan dalam desain yang akan dihasilkan adalah kesatuan, keseimbangan, proporsi, irama, dan dominasi. Warna menurut Kusrianto (2007:46) merupakan pelengkap gambar yang mewakili suasana kejiwaan pelukisnya dalam berkomunikasi dan sangat tajam untuk menyentuh indera penglihatan, sehingga mampu merangsang munculnya berbagai respon seperti sedih, senang, gembira, dan sebagainya. Menurut Sihombing (2001:13), Ilmu yang mempelajari pengetahuan mengenai huruf disebut tipografi. Rangkaian huruf dalam sebuah kata atau kalimat dapat memberikan suatu makna yang mengacu kepada sebuah objek ataupun gagasan serta mampu menyuarakan suatu citra ataupun kesan visual. Menurut Sudiana (1986:37), Ilustrasi merupakan unsur penting, karena sering dianggap sebagai bahasa universal yang dapat menembus rintangan yang ditimbulkan oleh perbedaan bahasa kata-kata. Bentuk ilustrasi didalamnya termasuk foto-foto, diagram, peta, grafik dan tanda-tanda yang dapat mengungkapkan suatu hal secara lebih cepat dan lebih berguna pada teks.



Gambar 1, Skema Kerangka Teori
(Sumber: Olahan Peneliti 2017)

HASIL DATA DAN ANALISIS

Rumah Cemara (RC) merupakan sebuah organisasi berbasis komunitas asal Bandung yang bergerak dalam bidang penanggulangan narkoba dan HIV/AIDS. Rumah Cemara didirikan oleh 5 orang mantan pecandu narkoba pada tanggal 1 Januari 2003. Sebagai mantan pecandu narkoba dan pengidap HIV/AIDS mereka tentunya mendapatkan sanksi sosial dari masyarakat, diberi *labeling* buruk, dipandang sebelah mata dan

sebagainya, baik oleh teman, kerabat, bahkan keluarga sekalipun, hal itu yang mendorong mereka untuk mendirikan Rumah Cemara, yang diharapkan dapat menjadi wadah maupun “rumah” bagi para pecandu narkoba yang ingin pulih, maupun para pengidap HIV/AIDS yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas hidup para pecandu narkoba dan Orang dengan HIV/AIDS (ODHA) secara fisik, sosial, dan spiritual baik untuk sekedar berbagi informasi, edukasi, dan menularkan semangat positif antar sesama pecandu narkoba dan Orang dengan ODHA, karena mereka percaya bahwa apabila ingin merubah pandangan masyarakat terhadap mereka (mantan pecandu narkoba dan ODHA) perubahan tersebut harus dimulai dari dalam diri mereka terlebih dahulu, baik secara individu maupun komunitas.

Wawancara dilakukan kepada Indra Simorangkir selaku koordinator media dan data Rumah Cemara dan dr. Ronald Jonathan selaku dokter dan praktisi kesehatan untuk HIV/AIDS, dimana dari hasil wawancara tersebut menunjukkan bahwa sampai saat ini masih terdapat stigma dan diskriminasi terhadap orang dengan HIV/AIDS baik dilakukan oleh individu, kelompok, maupun lembaga-lembaga tertentu. Selain itu terdapat banyak kampanye dilakukan dengan cara yang salah, seperti menggunakan ilustrasi tengkorak dan kuburan yang tentunya memiliki makna negatif. Faktor kurangnya edukasi dan pengetahuan masyarakat mengenai HIV/AIDS juga menjadi salah satu penyebab timbulnya stigma dan diskriminasi terhadap orang dengan HIV/AIDS, dimana mereka memiliki informasi dan pemahaman yang salah terhadap HIV/AIDS sehingga menimbulkan rasa takut dan cenderung untuk menjauhi orang dengan HIV/AIDS, padahal stigma dan diskriminasi dapat berdampak buruk terhadap kesehatan dan kualitas hidup pengidap HIV/AIDS.

Berdasarkan hasil kuesioner yang telah disebar kepada 148 responden menunjukkan bahwa sebagian besar responden masih memiliki pemahaman yang salah mengenai HIV/AIDS dan cenderung untuk menjauhi diri mereka maupun anggota keluarga dari pengidap HIV/AIDS. Sementara itu, kampanye yang dilakukan melalui video infografis dianggap sebagai media yang paling efektif dan menarik oleh sebagian besar responden.

Selanjutnya, hasil data diperoleh melalui matriks perbandingan media kampanye yang dilakukan kepada lembaga-lembaga sejenis, yaitu Rumah Cemara, Yayasan Spiritia, Indonesia AIDS Coalition, dan Yayasan AIDS Indonesia. Hasil dari matriks perbandingan tersebut menunjukkan bahwa pemanfaatan media dalam melakukan kampanye masih belum maksimal, terutama dalam penggunaan media sosial/digital dimana informasi tersebut belum dikemas secara baik dan menarik.

KONSEP PERANCANGAN

Berdasarkan hasil analisis dan pengumpulan data yang telah penulis lakukan pada Bab sebelumnya, kurangnya informasi dan banyaknya pemahaman yang salah mengenai HIV/AIDS merupakan salah satu fenomena yang sedang terjadi di masyarakat saat ini. Dimana dengan kesalahpahaman yang tertanam di benak masyarakat akhirnya menimbulkan stigma dan diskriminasi terhadap orang dengan HIV/AIDS. Padahal, stigma dan diskriminasi dapat berdampak buruk pada kualitas hidup pengidap, dan berdampak pada sulitnya pengendalian epidemic HIV/AIDS itu sendiri. Oleh karena itu, perancangan tugas akhir ini bertujuan untuk mengajak masyarakat “menghilangkan stigma dan diskriminasi terhadap orang dengan HIV/AIDS.”

Pesan tersebut akan disampaikan melalui media video infografis, dimana dalam video tersebut akan berisi mengenai informasi dasar mengenai HIV/AIDS, termasuk tata cara penularannya, dimana menurut data dan hasil analisis hal tersebut masih belum dipahami oleh masyarakat. Lalu, video ini juga akan menunjukkan *success story* dari tim Rumah Cemara yang mampu berprestasi dan mengharumkan nama Indonesia di kancah dunia, sehingga diharapkan orang dengan HIV/AIDS tidak lagi dipandang sebelah mata.

Media infografis merupakan salah satu bentuk penyajian data dengan konsep visual baik menggunakan teks, maupun ilustrasi. Dalam video infografis sendiri, teks, elemen-elemen infografis, maupun ilustrasi tersebut dikombinasikan menjadi sebuah animasi 2D. Media video infografis sendiri memiliki beberapa keunggulan, diantaranya adalah penerapan gaya *flat design* yang dikombinasikan dengan animasi ilustrasi dan elemen infografis tergolong menarik dan sesuai dengan target primer yang merupakan pelajar dan mahasiswa, durasi video infografis relatif singkat. Dengan durasi yang relatif singkat, dan tidak menggunakan banyak waktu, diharapkan dapat meningkatkan minat masyarakat untuk melihat video tersebut, pesan yang disampaikan tergolong kompleks dan *to the point*, kemudahan penyebaran dan penerapan dalam berbagai perangkat digital.



Gambar 2, Rancangan Elemen Grafis Video Infografis
(Sumber: Olahan Peneliti 2017)

Tagline yang digunakan dalam perancangan Tugas Akhir ini adalah “Indonesia tanpa Stigma” yang merupakan tagline dari Rumah Cemara selaku pemberi proyek dalam melakukan berbagai kampanye. Pembuatan *storyline* dan *storyboard* dilakukan sebagai salah satu unsur penting dalam pembuatan video, dimana dalam video tersebut mengandung 3 unsur fungsi komunikasi agar pesan dapat disampaikan dan diterima dengan baik oleh khalayak sasaran, yaitu *to inform*, *to persuade*, dan *to remind*, yang bertujuan untuk memberikan informasi, pemahaman, dan ajakan kepada khalayak sasaran untuk menghilangkan stigma dan diskriminasi terhadap orang dengan HIV/AIDS.

Konsep visual yang digunakan dalam perancangan video infografis ini menggunakan konsep *flat design*, dimana *flat design* merupakan konsep yang mengedepankan nilai fungsi kegunaan dari suatu objek/ilustrasi. Penggunaan ilustrasi yang sederhana dan penggunaan tipografi bertujuan untuk mempermudah khalayak sasaran dalam menerima dan memahami pesan dari video infografis tersebut.

Ilustrasi yang digunakan dalam video infografis ini tetap mengacu pada penggunaan gaya *flat design* 2D berbasis vektor. Dalam video ini terdapat sebuah karakter utama sebagai pengidap HIV positif, dan beberapa karakter pendukung, dan *background (environment)* yang digunakan sebagai elemen pendukung dalam video ini. Ilustrasi dan elemen visual yang digunakan dalam video infografis ini dikemas seminimal mungkin sesuai dengan konsep *flat design* dimana ilustrasi yang dihasilkan tidak menggunakan unsur seperti bayangan, maupun tekstur.

Terdapat 4 karakter yang dalam video infografis ini, dimana 1 karakter sebagai karakter utama, dan 3 karakter lainnya sebagai pemeran pendukung, yaitu Hendra sebagai karakter utama yang merupakan pengidap HIV/AIDS, Ban Ki-Moon sebagai sekjen PBB, dokter John sebagai dokter dan praktisi HIV/AIDS, dan Franda yang merupakan fotografer.



Gambar 3, Rancangan Karakter Video Infografis
(Sumber: Olahan Peneliti 2017)

Konsep cerita dari video infografis ini berfokus dan mengedepankan nilai informasi dan edukasi mengenai HIV/AIDS kepada masyarakat, guna meluruskan pemahaman salah yang berkembang dan tertanam selama ini. Selain itu *success story* orang dengan HIV/AIDS juga terdapat dalam video infografis ini yang ditampilkan dengan sosok Hendra dari Rumah Cemara, yang bertujuan untuk menunjukkan kepada masyarakat bahwa orang dengan HIV/AIDS sama, setara, dan bahkan bisa mengharumkan nama Indonesia melalui berbagai kejuaraan. Video infografis ini juga dilengkapi dengan penjelasan mengenai dampak buruk dari stigma dan diskriminasi, termasuk karakter Ban Ki-Moon yang merupakan tokoh dunia menjelaskan bahwa stigma dan diskriminasi sangat berbahaya dan dapat disebut *the silent killer*. Warna yang digunakan dalam perancangan ini cenderung menggunakan warna-warna cerah, namun tetap terkesan minimalis dengan menggunakan warna solid dan tidak mencolok/berlebihan.



Gambar 4, Rancangan Video Infografis
(Sumber: Olahan Peneliti 2017)

Warna yang digunakan dalam perancangan ini cenderung menggunakan warna-warna cerah, namun tetap terkesan minimalis dengan menggunakan warna solid dan tidak mencolok/berlebihan. Pemilihan tipografi dalam video infografis ini menggunakan font berjenis *sans serif* atau huruf tidak bersirip untuk mempermudah kejelasan dan keterbacaan dalam video infografis, mengingat pergerakan animasi dalam video infografis cenderung cepat.

Hasil Akhir dari video infografis ini dibuat dengan preset HDTV 1920x1080, *frame rate* 29.97, dan durasi video 3 menit 26 detik.

PENUTUP

Kesimpulan

Hasil dari analisa yang telah dilakukan selama proses penelitian dan perancangan menghasilkan kesimpulan bahwa perancangan dengan judul “Indonesia tanpa Stigma dan Diskriminasi terhadap Orang dengan HIV/AIDS” adalah bagaimana mengemas informasi secara menarik, kompleks, *universal*, namun mudah dimengerti oleh khalayak sasaran guna tercapainya tujuan baik dari segi edukasi/informasi, munculnya kesadaran, dan berubahnya perilaku masyarakat baik berupa tindakan bersifat incidental maupun berkelanjutan.

Selain itu, Rumah Cemara sebagai lembaga yang menangani permasalahan HIV/AIDS harus mulai memperhatikan segi visual atau desain dari setiap konten yang akan disampaikan kepada masyarakat, karena dengan visual yang baik masyarakat akan lebih tertarik dan mudah untuk memahami pesan yang disampaikan, pemanfaatan penggunaan media digital secara maksimal, dimana khalayak sasaran dari Rumah Cemara memiliki jangkauan yang luas. Oleh karena itu pemanfaatan media digital secara maksimal dapat mempermudah Rumah Cemara untuk menjangkau lebih luas. Selain itu pengemasan media penyampaian informasi secara lebih menarik, namun perlu diperhatikan juga efektifitas dalam penyampaian informasi tersebut.

Referensi

- Adi Kusrianto. (2007). *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Andi Offset, Yogyakarta.
- Ardianto, Elvinaro dkk, (2007), *Komunikasi Massa*, Simbiosis Rekatama Media, Bandung.
- Arifin, Zainal. (2011). *Evaluasi Pembelajaran*. PT. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Danton, Sihombing, (2001), *Tipografi Dalam Desain Grafis*, Gramedia, Jakarta.
- Darmodjo, Hendro dan Jenny R.E. Kaligis, (1991), *Pendidikan IPA II*, Departemen pendidikan dan Kebudayaan, Jakarta.
- Ebdi Sanyoto, Sadjiman, (2005), *Dasar-Dasar Tata Rupa dan Desain*. Yogyakarta.
- Effendy, Onong Uchjana, (2003), *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*, Citra Aditya Bakti, Bandung.
- Effendy, Onong Uchjana, (2009), *Komunikasi teori dan praktek*. PT Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Muhammad Nazir, (1988), *Metode Penelitian*, Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Nugroho, Eko, (2007), *Pengenalan Teori Warna*, Andi Publisher, Yogyakarta.
- Ruslan, Rosady, (2008), *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*, PT Rajagrafindo Persada, Jakarta.
- Tjiptono, Fandy, (2001), *Strategi Pemasaran*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Sudiana, Dendi, (1986), *Komunikasi Periklanan Cetak*, Remaja Karya, Bandung.
- Suprpto Tommy, (2011), *Pengantar Ilmu Komunikasi, Dan Peran Manajemen dalam Komunikasi*, Buku Seru, Jakarta.
- Supriyono, Rachmat, (2010), *Desain Komunikasi Visual*, Andi, Yogyakarta.
- Suwardikun, D.Widiatmoko, (2013), *Metodologi Penelitian Visual, Dari Seminar Ke Tugas Akhir*, Dinamika Komunika, Bandung.
- Syaiful Bahri Djamarah, (1995), *Strategi Belajar Mengajar*, Rineka Cipta, Bandung.
- Venus, Antar, (2004), *Manajemen Kampanye; Panduan Teoritis Dan Praktis Dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi*, Simbiosis Rekatama Media, Bandung.
- Venus, Antar, (2007), *Manajemen Kampanye: Panduan Teoretis dan Praktis dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi*, Simbiosis Rekatama Media, Bandung.
- Dapoeranimasi, "12 Prinsip Animasi". Diakses pada 22 Maret 2017. <http://www.dapoeranimasi.com/2017/02/22/12-prinsip-animasi/>
- Fannani, Faizal, "Aksi Damai Ayo Peluk Odha". Diakses pada 22 Maret 2017. <http://photo.liputan6.com/read/2153468/aksi-damai-ayo-peluk-odha>
- Maharani, Dian. "Pengetahuan Remaja Tentang HIV/AIDS Masih Sangat Rendah.". diakses pada 7 Februari 2017. [www.http://lifestyle.kompas.com/](http://lifestyle.kompas.com/)
- The Washington Times, "BAN KI MOON: The Stigma Factor." Diakses pada 8 Februari 2017. <http://www.washingtontimes.com/news/2008/aug/6/the-stigma-factor/>