

**TUGAS AKHIR PERANCANGAN**

**PERANCANGAN DESAIN INTERFACE**

**APLIKASI MOBILE KAMPANYE MENGONSUMSI JAMU  
PADA MASYARAKAT**



**PERANCANGAN**

**Oleh:**

**Aulia Lugazzika Kharim**

**NIM 1710241124**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**

**JURUSAN DESAIN**

**FAKULTAS SENI RUPA**

**INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA**

**2022**

**1**

Tugas Akhir Penciptaan/Perancangan berjudul:

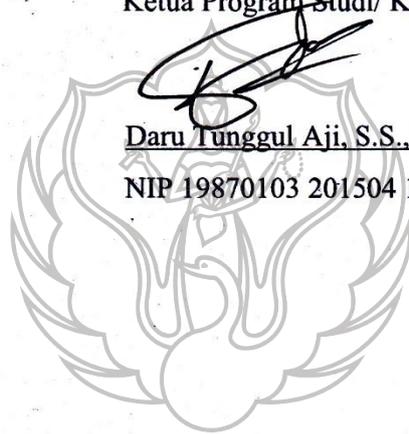
**PERANCANGAN DESAIN INTERFACE APLIKASI MOBILE MOBILE KAMPANYE MENGONSUMSI JAMU PADA MASYARAKAT** diajukan oleh Aulia Lugazzika Kharim, NIM 1710241124, Program Studi S-1 Desain Komunikasi Visual, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta (Kode Prodi: 90241), telah dipertanggung jawabkan di depan Tim Penguji Tugas Akhir pada tanggal 16 Juni 2022 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Mengetahui,

Ketua Program Studi/ Ketua/ Anggota

  
Daru Tunggul Aji, S.S., M.A.

NIP 19870103 201504 1002/ NIDN. 0003018706



Perancangan Desain Interface Aplikasi Mobile Kampanye Mengonsumsi Jamu  
Pada Masyarakat

Oleh

Aulia Lugazzika Kharim

FX. Widyatmoko, S.Sn., M.Sn.

Andika Indrayana, S.Sn., M.Ds.

Program Studi Desain Komunikasi Visual

Fakultas Seni Rupa

### ABSTRAK

Hakekatnya, manusia menginginkan kesehatan. Mau itu kesehatan jasmani ataupun rohani. Usaha dalam menangkal penyakit dan mencari kesehatan merupakan bagian dari perlindungan naluriah manusia terhadap lingkungan dimana mereka bertempat. Diantara usaha tersebut salah satunya dengan mengonsumsi jamu sebagai obat herbal.

Perancangan media berbasis aplikasi ini dapat mendorong masyarakat untuk lebih yakin dengan produk jamu sekaligus mendorong masyarakat untuk dapat meracik jamu sendiri di rumah dengan bahan yang biasa mereka temui.

Fitur yang menyesuaikan akan kebutuhan masyarakat serta konten edukasi berdasarkan hasil riset dari jurnal digital, buku, maupun arsip digital hasil penelitian laboratorium menjadikan konten dalam aplikasi ini lebih konkret dan terpercaya. Dilengkapi fitur: panduan peracikan, Informasi tanaman obat, berita acara seputar gaya hidup sehat, fitur *chat* konsultasi kesehatan, lisensi badan, dan tips seputar jamu yang dibalut dengan desain modern dan ilustrasi menjadikan aplikasi ini lebih ramah pengguna. Hasil akhir aplikasi juga telah mengalami uji kebergunaan guna memberi gambaran bagaimana aplikasi ini diterapkan secara nyata.

Kata kunci: kesehatan, jamu, panduan peracikan, obat herbal, pola hidup sehat, desain aplikasi, aplikasi kesehatan

*Designing the Interface Design of the Mobile Application Campaign for  
Consuming Herbal Medicine in the Community*

*by*

Aulia Lugazzika Kharim

FX. Widyatmoko, S.Sn., M.Sn.

Andika Indrayana, S.Sn., M.Ds.

Program Studi Desain Komunikasi Visual

Fakultas Seni Rupa

**ABSTRACT**

*In essence, humans want health. Whether it's physical or spiritual health. Efforts in warding off disease and seeking health are part of instinctive human's protection for where they at. Among these businesses, one of them is by consuming jamu as an herbal medicine.*

*This application-based media design can encourage people to be more confident in jamu's products and motivate them to mixing their own herbs at home with ingredients they usually encounter. Features that adapt to the needs of the people and educational content based on research results from digital journals, books, and digital archives from laboratory research results make the contents in this application more concrete and reliable. Equipped with features: compounding guide, medicinal plant information, news events about a healthy lifestyle, health consultation chat feature, license from institution, and tips about herbal medicine wrapped in modern designs and illustrations makes the app more friendly for user. The final result of the application also has been through a usability test to give an idea of how this application is implemented in reality case.*

*Keywords: health, herbal medicine, compounding guide, herbal medicine, healthy lifestyle, application design, health application*

## A. PENDAHULUAN

### 1. Latar Belakang Masalah

Jamu merupakan kekayaan nusantara dalam bidang ilmu kesehatan yang terus berkembang hingga kini. Mengolah lebih dari 9600 tanaman obat dalam proses pembuatannya (Wicaksana & Subekti, 2010. Halaman: 210-225). Resep dan cara pengolahannya ditulis dari masa ke masa dan menjadi bagian dari warisan yang berharga bagi bangsa Indonesia. Peran jamu sendiri masih tetap eksis sampai sekarang sebagai pembaharuan obat herbal pengganti obat kimia yang konsumsinya dirasa dapat menimbulkan efek samping.

Riset menunjukkan bahwa 49,53% penduduk Indonesia mengonsumsi jamu untuk menjaga kesehatan dan pengobatan. Sejumlah 95,6% menyatakan merasakan manfaat setelah meminum jamu. Hal ini membuktikan bahwa masyarakat masih menjadikan jamu sebagai primadona pengobatan alternatif pengganti obat kimia.

Melihat pentingnya kebutuhan jamu di masyarakat, berpengaruh juga pada munculnya perusahaan produksi jamu. Mulai dari yang berbasis rumahan hingga perusahaan besar. Produk yang dikembangkan juga bervariasi, mulai dari racikan bahan, kemasan, hingga tablet dan cair. Tentu saja pembuatannya sudah diatur dan harus mendapatkan izin Badan Pengawas Obat dan Makanan untuk menjamin keamanannya.

Di Indonesia sendiri, pasar industri jamu menunjukkan pertumbuhan yang signifikan dengan nilai penjualan mencapai Rp 6 triliun, dan telah menciptakan tiga juta lapangan kerja dengan 60% konsumsi terbesar berada di pulau Jawa pada tahun 2007. KADIN dalam visi 2030 dan Road Map Industri Nasional merekomendasikan jamu sebagai klaster industri unggulan penggerak pencipta lapangan kerja dan penurunan angka kemiskinan. Kementerian Koordinator Bidang Ekonomi juga telah mencanangkan gerakan. "Jamu Brand Indonesia" sebagai bagian dari kegiatan menyatukan merek jamu dalam satu payung Brand Indonesia. (Andriyati, 2016).

Namun sayang, gebrakan yang dicanangkan pemerintah tadi

mengalami kendala yang tidak bisa dianggap enteng. Maraknya jamu dengan campuran bahan kimia yang beredar di pasaran mengakibatkan rusaknya citra jamu di mata masyarakat serta hilangnya kepercayaan masyarakat pada produk jamu. Tidak hanya kalangan masyarakat saja yang terkena citra buruk dari jamu, beberapa dari kalangan dokter di Indonesia pun belum bisa menerima pengobatan jamu dengan alasan tidak memiliki bukti ilmiah (*Evidence Based Medicine/EBM*). (Andriyati, 2016). Problem ini sangat serius mengingat penjualan jamu yang kian menurun, hingga mengakibatkan beberapa perusahaan pelopor produksi jamu terpaksa harus gulung tikar. Sebut saja perusahaan ternama seperti Jamu Cap Nyonya Meneer dan Air mancur. Selain dari faktor rusaknya citra jamu, faktor lain seperti: perebutan kekuasaan dalam keluarga pengelola, korporasi yang tidak bisa menyesuaikan dengan kemajuan zaman, kurangnya usaha dalam merebranding perusahaan. Menjadi penyebab runtuhnya dua perusahaan raksasa tersebut (*Analisa Penyebab Bangkrutnya Produsen Jamu Nyonya Meneer / Merdeka.Com, n.d.*)

Dari problem tersebut, mengantarkan pada suatu kesimpulan yaitu perlunya sebuah wadah atau media modern yang nantinya dapat diakses oleh setiap orang, kapanpun dan dimanapun. Media aplikasi *mobile* dapat dijadikan salah satu opsi. Selain penggunaannya yang praktis dan cenderung lebih kekinian, aplikasi *mobile* pada dasarnya adalah suatu media yang diprogram untuk memudahkan user dalam memenuhi kebutuhannya. Melihat kecocokan antara kebutuhan dan fungsi, media aplikasi *mobile* dirasa paling tepat untuk menjawab masalah yang ada.

Aplikasi ini, nantinya dapat digunakan untuk membantu pemerintah dalam mensukseskan program Gerakan Masyarakat Sehat (*Kompasiana.Com, n.d.*), salah satunya program kampanye “Minum Jamu Nasional” yang bertujuan mengenalkan kembali manfaat minum jamu pada masyarakat (Ichroman, 2017) dengan mempromosikan dan memberikan edukasi seputar jamu yang telah teruji klinis dan aman konsumsi. Aplikasi ini juga dapat dimanfaatkan oleh lembaga hukum guna meningkatkan pelayanannya, seperti BPNB, BPOM, atau Rumah Riset Hortus Medicus di

Karanganyar. Untuk hasil *output* dari perancangan ini berbentuk *prototype* karena masih di tahap perancangan desain sistem dan belum ada keterlibatan *developer* di dalam perancangan ini. Sehingga jika aplikasi ini akan diluncurkan di publik maka harus melalui tahapan pengembangan lanjutan agar dapat dioperasikan menjadi aplikasi jadi.

Dengan demikian, masyarakat ke depannya diharapkan dapat meracik dan tahu cara memperoleh jamu yang aman untuk dikonsumsi serta mendapat jaminan dari badan yang bersangkutan tanpa takut lagi dengan kesan negatif yang melekat pada jamu.

## **2. Rumusan Masalah**

Bagaimana merancang desain interface aplikasi mobile untuk mendukung kampanye konsumsi jamu pada masyarakat?

## **3. Tujuan & Manfaat Perancangan**

Memudahkan akses dalam, mengedukasi, merekomendasikan serta mempromosikan jamu layak konsumsi pada masyarakat dengan media yang lebih modern dan mengikuti zaman sekaligus menjadi media interaksi antara produsen jamu dan masyarakat.

## **4. Batasan Masalah**

Berfokus pada perancangan desain tampilan *interface* aplikasi *mobile* sebagai media yang memudahkan akses untuk memperoleh informasi serta mendistribusikan jamu layak konsumsi bagi masyarakat.

## **5. Metode Perancangan**

a. Metode Pendekatan:

- 1) Primer: wawancara dengan narasumber: Masyarakat yang memiliki interaksi tinggi dengan produk jamu dan lembaga resmi yang meneliti jamu.

2) Sekunder: referensi berupa bacaan (Pustaka Sistem Pengobatan Tradisional Dalam Serat Primbon Jampi Jawi), artikel terkait dengan jamu, jurnal, website, dan arsip digital hasil penelitian laboratorium Rumah Riset Jamu Hortus Medicus Tawangmangu.

b. Metode analisis data

Metode analisis data yang digunakan dalam perancangan ini adalah 5W+1H. Berikut penjabaran dari metode tersebut:

- 1) *What* (apa); Apa yang menjadi masalah dalam perancangan ini?
- 2) *Who* (siapa); Siapa target sasaran dalam perancangan ini?
- 3) *Why* (mengapa); Mengapa permasalahan terjadi?
- 4) *When* (kapan); Kapan permasalahan terjadi?
- 5) *Where* (dimana); Dimana permasalahan terjadi?
- 6) *How* (Bagaimana); Bagaimana mengatasi masalah tersebut?

**6. Tinjauan**

a. Tinjauan tentang Jamu

Sejak zaman dahulu kala, manusia sudah memanfaatkan alam untuk mencukupi kebutuhan hidupnya, termasuk juga dalam hal pengobatan. Mulai dari berbahan tanaman, madu, susu kambing, susu sapi, dan bahan lainnya.

Tanaman ini disebut tanaman obat tradisional. Pengetahuan mengenai tanaman diolah dan dikembangkan menjadi obat tradisional yang memuat tradisi daerah setempat. Menjadi budaya lokal yang memiliki ciri khas lokalnya.

Dari situlah muncul istilah berbeda-beda, salah satunya adalah “jampi” yang berarti mantra atau doa dan “oesodo” yang berarti kesehatan. Kata inilah yang menjadi akar dari jamu seperti yang kita kenal sekarang ini. (Mumfangati & Susilantini, 2017) (Permenkes No.003/Menkes/PerI/2010).

b. Tinjauan tentang Kampanye

Dalam pustaka “Managemen Kampanye” tulisan Dr. Antar Venus, M.A. mendefinisikan kampanye sebagai suatu tindakan komunikasi dengan maksud mengumpulkan khalayak dalam suatu sudut guna menyampaikan pesan untuk tujuan. Kampanye dapat digolongkan menjadi tiga golongan yaitu:

- 1) *Product Oriented Campaign*: Kampanye yang bertujuan meningkatkan penjualan suatu produk. Biasanya terjadi di lingkungan bisnis.
- 2) *Candidate Oriented Campaign*: Kampanye yang bertujuan untuk meraih kemenangan dalam kekuasaan politik
- 3) *Cause or Ideology Oriented Campaign*: Kampanye yang berorientasi pada masalah social

c. Tinjauan tentang Desain *Interface*

Pada dasarnya, kedua UI dan UX merupakan suatu kegunaan yang dikemas dalam satu kesatuan yaitu desain UI/UX. Walaupun definisi kedua kata tersebut terdapat perbedaan. UI (*User Interface*) merupakan prinsip desain yang mengutamakan keindahan tampilan yang memanjakan pengguna. Sedangkan UX (*User Experience*) mengutamakan pada kemudahan pengguna dalam menggunakan aplikasi atau website untuk mencapai apa yang mereka inginkan dan butuhkan. Dalam UI UX terdapat prinsip atau hukum yang diterapkan, antara lain:

1) *The Aesthetic-Usability Effect*

Perimbangan antara UI yang bagus dan UX yang efektif. Kedua hal ini akan mendukung kemudahan *user* dalam menjelajah dan mengoperasikan desain yang kita buat. UI berperan dalam mengemas tampilan yang memanjakan, rapi, aksesbiliti. Sedangkan UX berperan dalam mengatur *user flow* atau penataan arus (tahapan) yang akan dilalui oleh *user*.

2) *Fitts's Law*

Hukum ini menilai seberapa efisien desain dengan menghitung estimasi waktu yang dibutuhkan *user* dalam mengoperasikan fitur yang ada. Semakin singkat waktu yang dibutuhkan oleh *user*, semakin efektif pula desain yang telah kita buat. Kunci pada hukum ini terletak pada penataan *lay out*, warna, dan penataan isi konten.

3) *Hick's Law*

Menyederhanakan dalam hal isi konten dan penataan *lay out*. Dalam perkembangan desain UI UX, konvensi atau penataan berkembang seiring kemajuan zaman. Hal ini mengacu pada *user research* dimana desain yang baik memprioritaskan apa yang dibutuhkan oleh *user* bukan apa yang diinginkan oleh *developer*.

Memangkas bagian yang bertele-tele dan memberikan opsi atau pilihan kepada *user* untuk membantu efektifitas dalam pengoperasian desain kita.

4) *Jakob's Law*

*User research* juga digunakan di prinsip ini. Mengetahui UI dan alur yang biasa digunakan oleh user dapat menjadi patokan dalam mendesain UI dan *user flow* pada desain kita.

5) *Miller's Law*

Mengacu pada daya ingat memori manusia dimana rata-rata hanya dapat mengingat tujuh objek saja. Untuk itu, diperlukan informasi sedetail mungkin dan peletakan fitur yang tepat agar user tidak perlu kebingungan dalam mencari apa yang dia butuhkan.

## 7. Aspek Desain Komunikasi Visual dalam Desain UI/UX

Suatu disiplin ilmu yang mempelajari konsep komunikasi, menyampaikan pesan dan gagasan kreatif melalui media komunikasi. (Kusriyanto, 2009).

Bertanggung jawab mencari solusi dari segala macam permasalahan visual dengan ide kreatif dan solutif. Dalam kampanye sendiri, seorang desainer atau pelaku desain komunikasi visual, berperan penting dalam perencanaan sebuah kampanye. Peran yang dapat dikerjakan antara lain:

a. Data analisis

Keterampilan ini berkaitan dengan pengumpulan riset yang dibutuhkan untuk menyusun rencana kedepan. Bagi orang DKV yang terbiasa meriset dan merekap pola target audiens tentunya peran ini penting dalam penyusunan *user flow* untuk memudahkan dalam perencanaan fitur apa saja yang akan disematkan dalam aplikasi.

b. Pembuat pesan

Keterampilan tehnik bukan soal omongan lagi bagi kalangan pelaku DKV. Berbagai keterampilan dalam merancang media dapat digunakan untuk menambah jenis media yang akan digunakan dalam kampanye.

c. Penyusun strategi kampanye

Menentukan pendekatan persuasif yang cocok dengan kebutuhan khlayak dan isi pesan media yang disampaikan. Mengambil tanggung jawab atas Tindakan apa yang akan diambil di lapangan, tentu kegiatan yang sudah tidak asing lagi bagi orang DKV.

d. *Copywriting*

Kemampuan untuk mengolah kata dan kalimat. Berfungsi untuk mengemas informasi konten secara jelas dan semenarik mungkin. Keterampilan dalam mengolah objek visual berefek besar pada hasil karya yang dibuat untuk memperkuat pesan agar dapat dilihat, didengar, dan diterima oleh khalayak.

e. Tipografi

Ilmu yang mempelajari seluk beluk huruf sebagai nilai estetika dan nilai fungsi dalam penyampaian sebuah pesan tertulis. Tipografi atau huruf pada dasarnya merupakan sebuah gambar. Berasal dari lukisan dinding yang digambar oleh manusia purba untuk menceritakan kegiatan sehari-hari mereka. Kemudian berkembang menjadi suatu konvensi yang telah

disepakati sebagai media komunikasi universal. Aspek tipografi didalam desain UI/UX tidak hanya berkaitan dengan **Legibility** (Kejelasan) perbedaan antara huruf satu dengan lainnya dan **Readability** (Keterbacaan) dimana huruf yang dipilih atau dibuat harus dapat dibaca dengan jelas. Tetapi juga berkaitan dengan **Comfortability** (kenyamanan) dan **Scannability** (pemindaian), aspek tambahan ini berfungsi untuk mengedepankan kenyamanan membaca *user* ketika menggali informasi di dalam konten yang sudah disusun.

f. Bidang

Tata rupa sebuah bidang memiliki corak, bentuk, dan arah yang dapat mempengaruhi keindahan yang ingin diciptakan. Bidang tersusun berdasarkan guratan garis yang menyatu satu sama lain. Pengaturan bidang menentukan jalan mengalirnya isi yang akan ditempatkan. (Sanyoto, 2009). Kemampuan dalam memanfaatkan bentuk bidang berguna dalam mengatur *space* pada *field* kerja kita.

g. Warna

Warna merupakan getaran gelombang yang diterima oleh indra penglihatan yang berasal dari hasil bias cahaya. Warna dibagi menjadi dua berdasarkan kejadiannya:

1) Warna Adiktif

Warna yang berasal dari cahaya spektrum. Biasa disebut *Red*, *Green*, dan *Blue* (RGB)

2) Warna Subtraktif

Warna yang berasal dari pigmen. Biasa disebut *Cyan*, *Magenta*, dan *Yellow* (CMYK) Dalam mendesain sebuah app, biasanya hanya menggunakan tiga warna. Hal ini bertujuan agar fokus *user* tidak terpecah ketika melihat banyak aspek visual.

3) Kontras

Merupakan lawan arah dari suatu fitrah keadaan yang membedakan satu dengan lainnya dan bertolak belakang. Contoh: Besar – Kecil, *Tint* – *Shade*, bertolak arah atau saling membelakangi, memposisikan diri yang berbeda dengan yang lain. Tujuan kontras

adalah meningkatkan fokus, menonjolkan status, mengarahkan penglihatan ketempat yang kita inginkan.

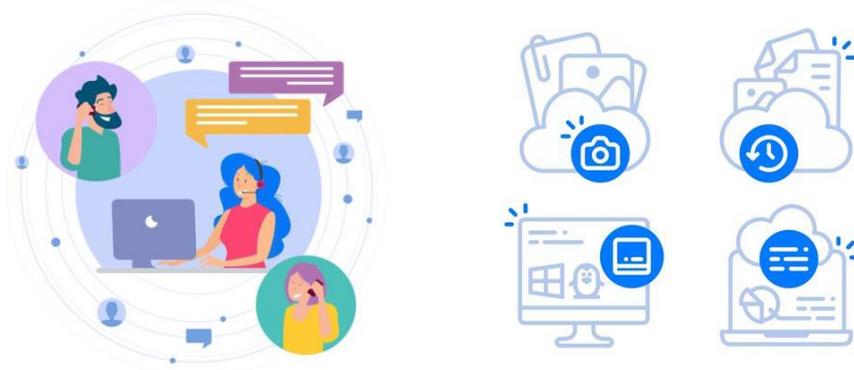
h. Repetisi

Motif atau pola yang berulang. Digunakan untuk menyederhanakan desain berdasarkan konvensi desain yang familiar digunakan. Hal ini bertujuan agar *user* tidak merasa asing dengan desain yang dibuat sekaligus mempermudah desainer untuk membuat *plug-in* yang serba guna.

i. Ilustrasi

Berasal dari bahasa Latin “*Illustrare*” yang berarti menjelaskan atau menerangkan. Ilustrasi dapat diartikan olah visual berbentuk gambar, lukisan, ataupun bentuk seni rupa lain yang bertujuan supaya pembaca seolah-olah merasakan secara langsung cerita dan makna dibalikinya. (Ibeng, n.d.). Unsur ilustrasi meliputi gambar: **manusia, hewan, tumbuhan, dan benda.**

Dalam desain UI/UX, pemilihan *style* ilustrasi berdasar pada *user persona*, di mana rentan umur mempengaruhi selera dan gaya ilustrasi yang diinginkan. Dikarenakan target audiens aplikasi ini adalah umum, maka ilustrasi yang dipakai berkesan ramah, sederhana, dan tidak mencolok seperti pada contoh dibawah ini:





Gambar 1: Ilustrasi berfokus pada identitas ataupun analogi kegiatan karakter yang dimaksud

Sumber: pinterest.com (2022)

j. Gambar atau Foto Dinotatif

Salah satu media penyampaian pesan atau ide kepada orang lain melalui gambar dokumentasi peristiwa. Fotografi berfungsi dalam mengabadikan momen penting yang memuat informasi dan pesan guna disampaikan kepada pembaca. (Nurrahmani, n.d.). Foto di sini berfungsi sebagai penguat informasi visual untuk menghindari kekeliruan dalam mengenali objek yang dimaksud dalam konten.

**8. Analisis Data 5W+1H**

a. **WHAT, Apa yang menjadi permasalahan?**

Perdebatan dan keraguan diantara masyarakat yang disebabkan oleh kurangnya edukasi, media kampanye yang kurang mumpuni, statemen negatif yang melekat pada jamu. (*Renungan Hidup Dari Jamu Dan Perdebatan Persepsinya Di Masyarakat - Semua Halaman - National Geographic*, n.d.)

Beberapa studi kasus menunjukkan masih banyak masyarakat yang mengonsumsi jamu dengan campuran BKO dikarenakan khasiat yang dapat dirasakan secara instan. Hal ini dapat menimbulkan efek membahayakan jika dikonsumsi dalam jangka waktu tertentu. Seperti seorang narasumber dari liputan6.com yang membagikan kisah suaminya yang hobi bersepeda. Akibat lelah yang beliau

rasakan, muncul tawaran dari kenalan untuk mengonsumsi obat tertentu untuk menghilangkan capek dan menambah stamina.

Memang pada awal konsumsi obat tersebut langsung terasa efeknya.

Akan tetapi pada setelah konsumsi rutin selama dua tahun beliau mulai merasakan sesak nafas. Hingga pada akhirnya membuat kesehatan beliau kian menurun. Dan ketika di tes ternyata terdapat cairan di dalam paru-paru beliau. (Liputan6.com, 2022)

b. **WHO, Siapa yang menjadi pelaku media?**

Lembaga kesehatan berbadan hukum.

c. **WHERE, Di mana media diluncurkan?**

Dapat diuji coba di setiap kesempatan. Bisa ketika ada kunjungan dinas, KKN mahasiswa, fasilitas perpustakaan, dan *share link* di grub sosmed.

d. **WHEN, Kapan media diluncurkan?**

Ketika ada badan atau lembaga berbadan hukum yang mau mengakuisisi mobile app ini.

e. **WHY, Mengapa harus menggunakan mobile app sebagai media?**

- 1) Tingkat penggunaan *smartphone* dan mesin pencarian yang tinggi, meningkatkan penggunaan media digital sehingga lebih efektif; Merupakan media yang dirasa cocok untuk mengambil peran arsip digital yang dapat diakses oleh per individu;
- 2) Informasi dapat diakses dengan cepat, mudah, dan praktis;
- 3) Dapat menjadi media promosi yang edukatif dan solutif dalam mendekatkan jamu pada masyarakat, terutama dalam kebutuhan sehat jasmani sehari-hari;
- 4) Memperluas jangkauan jumlah audiens;
- 5) Media tidak mudah rusak dan terurai;
- 6) Dapat diakses oleh siapapun, kapanpun, dan di manapun;
- 7) Dapat dijadikan panduan digital pribadi keluarga;
- 8) Media interaktif dua arah untuk meningkatkan pelayanan pada masyarakat.

f. **HOW, Bagaimana mobile app menjawab solusi permasalahan?**

Aplikasi ini dapat membantu memberikan edukasi yang dapat langsung dipraktekkan ketika dibutuhkan. Terutama dalam kebutuhan kesehatan sehari-hari seputar penyakit umum, kebutuhan kekebalan imun, dan konsumsi minuman sehat untuk keluarga.

Seluruh data riset, rangkuman teori, prinsip, dan unsur yang sudah dikemukakan di atas berfungsi sebagai acuan dalam proses perancangan yang akan dilakukan pada tahap selanjutnya guna menghasilkan karya yang solutif sesuai dengan urgensi yang ada.

## **B. PEMBAHASAN DAN HASIL PERANCANGAN**

### **1. Konsep Kreatif**

a. Tujuan Kreatif

Perancangan media dimaksudkan mengajak pengguna untuk dapat berpikir lebih dinamis dan terbuka mengenai fakta dan kajian bertemakan budaya terutama jamu lewat media modern.

b. Strategi Kreatif

Agar media yang dibuat dapat dikemas dengan rapi dan efektif, perlu diperhatikan beberapa unsur berikut:

1) Isi Pesan

Informasi yang disajikan berpengaruh besar pada tingkat pemahaman pengguna. Pemilihan suku kata, pemilihan topik dalam setiap konten, dan penjelasan sebuah produk harus ringkas dan mudah untuk dipahami oleh pengguna secara umum.

2) Bentuk Pesan

a) Pesan Verbal

Tidak hanya dilengkapi dengan konten digital berupa gambar saja, tetapi juga dilengkapi dengan video singkat penjelasan mengenai materi yang memerlukan olahan audio visual

b) Pesan Visual

Penyampaian pesan lewat tulisan (*copywriting*) dibalut dengan ilustrasi yang menarik dan diisi beberapa elemen visual lain guna membantu memudahkan pemahaman pengguna seperti ikon, *image*, *color pallete*, desain lama, dan lain sebagainya.

## 2. Konsep Media

a. Tujuan Media

Mempersuasi masyarakat agar lebih dekat dan mengenal jamu lewat media yang dapat diterima oleh masyarakat modern.

b. Strategi Media

Media ini dikemas dengan muatan konten seputar tema jamu. Mulai dari informasi mengenai berbagai tanaman obat, konsultasi kesehatan, rekomendasi jamu sehat, jamu untuk penyakit ringan untuk orang tua, jamu konsumsi, dan jamu untuk meningkatkan imun tubuh.

Dikemas dengan desain yang mudah dipahami, gamblang, disertai tampilan *User Interface* yang memanjakan agar audiens tidak mudah jenuh. Tidak lupa untuk mengutamakan *User Experience* agar media dapat dioperasikan dengan mudah oleh sebagian besar kalangan umur maupun latar belakang. Berikut segmentasi target sasaran dalam perancangan media ini:

1) Segmentasi Geografis

Merujuk pada sektor kalangan yang peduli akan mekanisme pola hidup sehat di lokasi atau daerah tertentu. Jika di kalangan remaja, terdapat komunitas yang saling berbagi tips pola hidup sehat, di usia manula biasanya para orang tua yang sudah berumur dan mulai menghadapi masalah penyakit usia senja yang umum.

2) Segmentasi Umur

Pengelompokan dan penentuan aset visual konten didasarkan atas data riset umur target *user*. Rentan umur disini berfungsi dalam memprediksi selera, minat, dan kebutuhan yang nantinya berguna dalam proses perancangan desain dan fitur apa saja yang cocok dengan kebutuhan *user*.

3) Segmentasi Kebutuhan

Menyasar pada memberikan solusi pembaharuan mengenai kebutuhan sehat jasmani, terutama bagi audiens yang sudah mempunyai riwayat sakit. Mulai dari sakit usia senja, sakit ringan, hingga kebutuhan untuk konsumsi harian.

4) Segmentasi Keyakinan

Memanfaatkan rasa penasaran audiens untuk mencoba sesuatu hal lama yang dikemas secara modern. Memuaskan rasa penasaran dan mendorong empati untuk mencoba media baru dengan muatan budaya klasik yang dikemas secara modern.

c. Opsi Media

1) Media Utama

Media berupa *prototype* interaktif yang dapat dioperasikan secara langsung oleh audiens. Dalam perancangan media ini, tahap yang dilakukan adalah membuat *prototype*, *smart animation*, dan perancangan unsur visual lainnya. Tahap ini nantinya digunakan untuk menakar seberapa jauh *goal* yang dicapai oleh aplikasi.

2) Media Pendukung

Media pendukung yang digunakan yaitu konten *feed* untuk *diposting* di beberapa media sosial yang bersifat komunitas seperti facebook dan Instagram.

### 3. Program Kreatif

#### a. Tema dan Judul

Aplikasi ini mengangkat konten bertemakan jamu sebagai tema utama. Pemilihan judul yang mengangkat tema tradisional dengan media modern diharapkan dapat menarik khalayak untuk mencoba inovasi baru di bidang sistem pengobatan tradisional jamu.

Meningkatkan semangat serta minat dan pemahaman mengenai fitrah jamu sendiri sebagai warisan budaya Indonesia yang terkenal hingga mancanegara.

#### b. Strategi Penyajian

Aplikasi ini dikemas dengan menyesuaikan kebutuhan, keyakinan, serta keinginan khlayak untuk memperoleh informasi mengenai jamu lewat media interaktif yang menarik dan menyenangkan.

1) *Lay-out* dan komposisi yang mengutamakan prinsip *User Experience* dan *User Interface* guna memudahkan pengguna dalam mengoperasikan aplikasi tanpa harus kebingungan dalam menjelajah setiap laman.

2) Terdapat berbagai fitur pendukung seperti video penjelasan mengenai konten yang disediakan untuk memperjelas isi konten secara verbal dan audio visual. Fitur layanan konsultasi kesehatan agar pengguna dapat mengindikasikan keluhan mereka dengan tepat dan memperoleh produk yang sesuai. Fitur rekomendasi jamu layak konsumsi yang sudah tersertifikasi oleh BPOM untuk memberikan akses kepada masyarakat dalam memperoleh jamu aman konsumsi.

Dilengkapi fitur FAQ untuk memberikan panduan bagi pengguna ketika mengalami kesulitan dalam bernavigasi. Apabila dalam menjelajah aplikasi pengguna menemukan hal yang tidak sesuai dengan napa yang mereka kenankan dapat melaporkannya lewat fitur *report*.

Untuk dapat mengenal lebih jauh mengenai latar belakang latar belakang, *license*, dan *background* aplikasi pengguna dapat mengklik *fitur about us*.

- 3) Menggunakan tata bahasa yang ringkas dan familiar agar mudah untuk dipahami dan praktis tanpa harus menelaah lebih dalam untuk memahami isi konten.

c. Konsep Desain

1) Gaya Desain

Gaya desain yang digunakan disini adalah 2d dengan menerapkan modern desain yang minimalis dan *clean*



Gambar 2: Contoh modern desain yang clean disertai ilustrasi 2d

Sumber: Koleksi Aulia Lugazzika Kharim (2021)

2) Ikon

Dalam pustaka “Don’t Make Me Think” karya Steve Krug, merancang unsur visual dalam desain UI/UX harus menonjolkan kontras. Mulai dari itu kontras warna, bentuk, ukuran, dan *style*.

Hal ini sejalan dengan teori kontras yang dijelaskan oleh Sadjiman Ebdy Sanyoto dalam pustaka “Nirmana” yang juga berpendapat demikian.

Kontras berfungsi memperjelas kegiatan apa yang sedang dilakukan, keberadaan laman, dan *button* yang dipilih oleh pengguna. Untuk itu, dalam pemilihan *style* ikon yang dipakai adalah ikon garis atau *outline*. Dimana *style* tersebut juga sedang tren saat ini.



Gambar 3: Contoh icon set outline

Sumber: iconfeather.io (2021)

### 3) Tipografi

*Font* yang dipilih adalah *font* Serif, Noto Sans. Noto Sans dipilih berdasarkan keramahan dan kesederhanaan pada penglihatan. Terutama pada lisensi di Google *Font* yang aman digunakan untuk keperluan pribadi, komersil, publikasi, dan edukasi (100% free). Noto Sans Family yang digunakan: *light*, normal,

*semi bold*, dan *bold*,

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ... .,1234567890....,  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ... .,1234567890... .,  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ... .,1234567890... .,  
**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ....,1234567890....,**

#### 4) *Color Pallete*

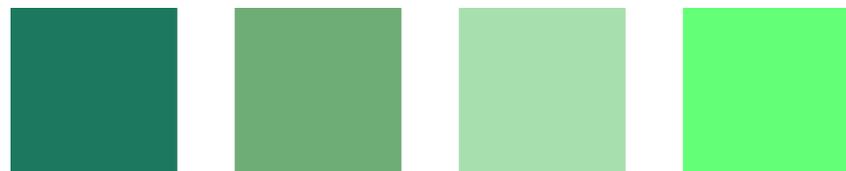
*Main Hue* (warna primer yang digunakan)



Gambar 4: Warna Utama

Warna ini dipilih berdasar pada warna jamu dan tumbuhan yang identik dengan warna hijau dan kuning tersier. Digunakan sebagai warna utama untuk *identity mobile app*

#### 5) Warna Alternatif



**Hex: 1C7960**   **Hex: 6EAD76**   **Hex: A7DFAE**   **Hex: 62FF77**

Gambar 5: Warna Alternatif

Merupakan variasi dari warna primer. Warna ini digunakan

sebagai alternatif apabila warna primer yang digunakan terlalu tajam atau bahkan kurang sesuai dengan *background* konten. Warna alternatif berperan sebagai opsi agar warna primer dapat sesuai ketika digunakan dalam berbagai bidang seperti: *button*, *image*, *tollbar*, dan *button* navigasi.

6) *Background Hue* (warna latar belakang untuk layer screen)



Hex: FFFFFFFF    Hex: F6F7FF    Hex: D2D6E8    Hex: B1B8D8    Hex: 929CCB

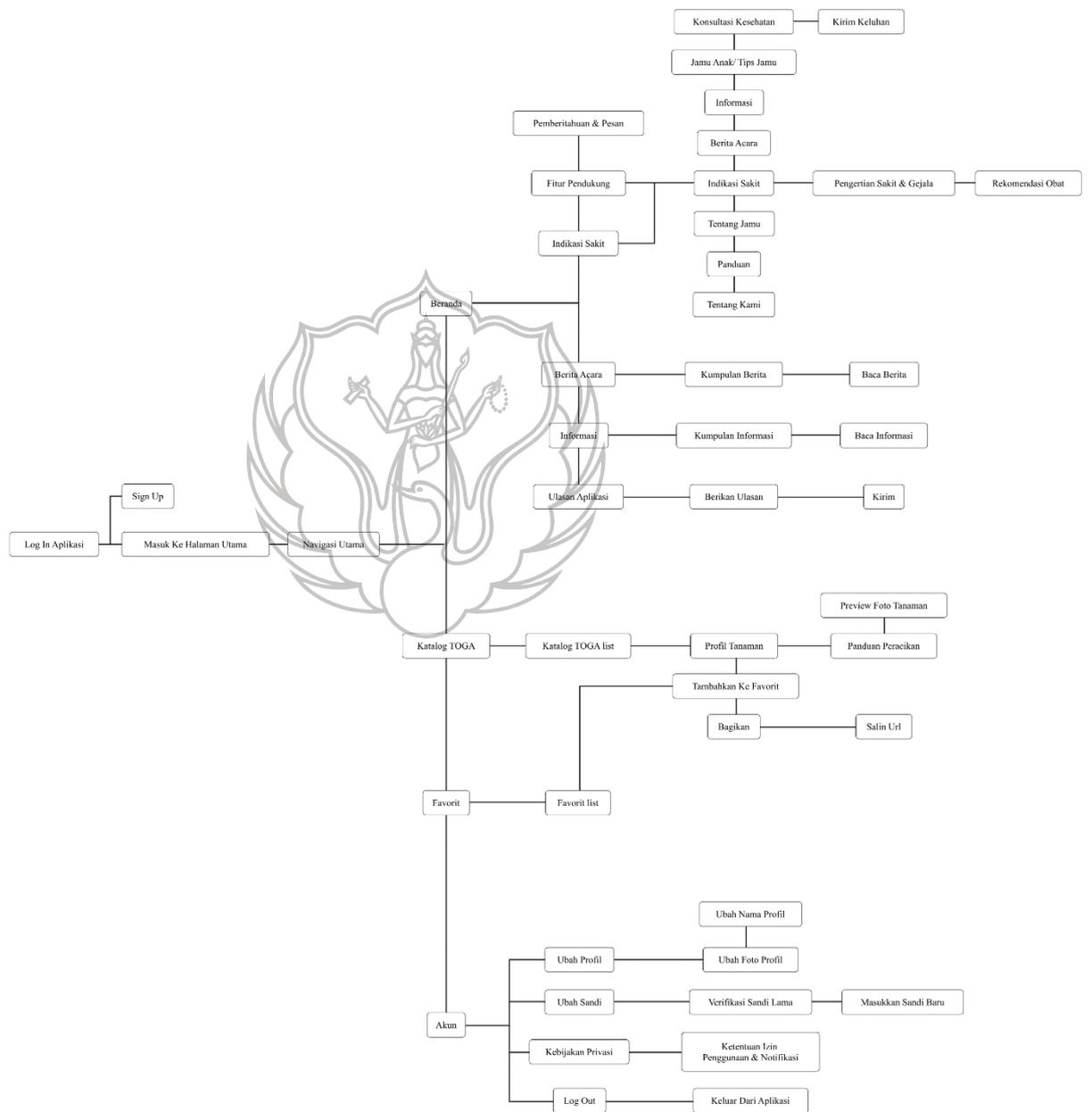
Gambar 6: Warna *Background/ Screen*

Warna putih kebiruan digunakan sebagai warna *background* pada *screen* untuk latar belakang huruf dan isi konten. Warna *background* yang *smooth* berguna untuk memperjelas aspek keterbacaan dan dapat membantu user dalam memahami isi konten aplikasi.

7) Komposisi

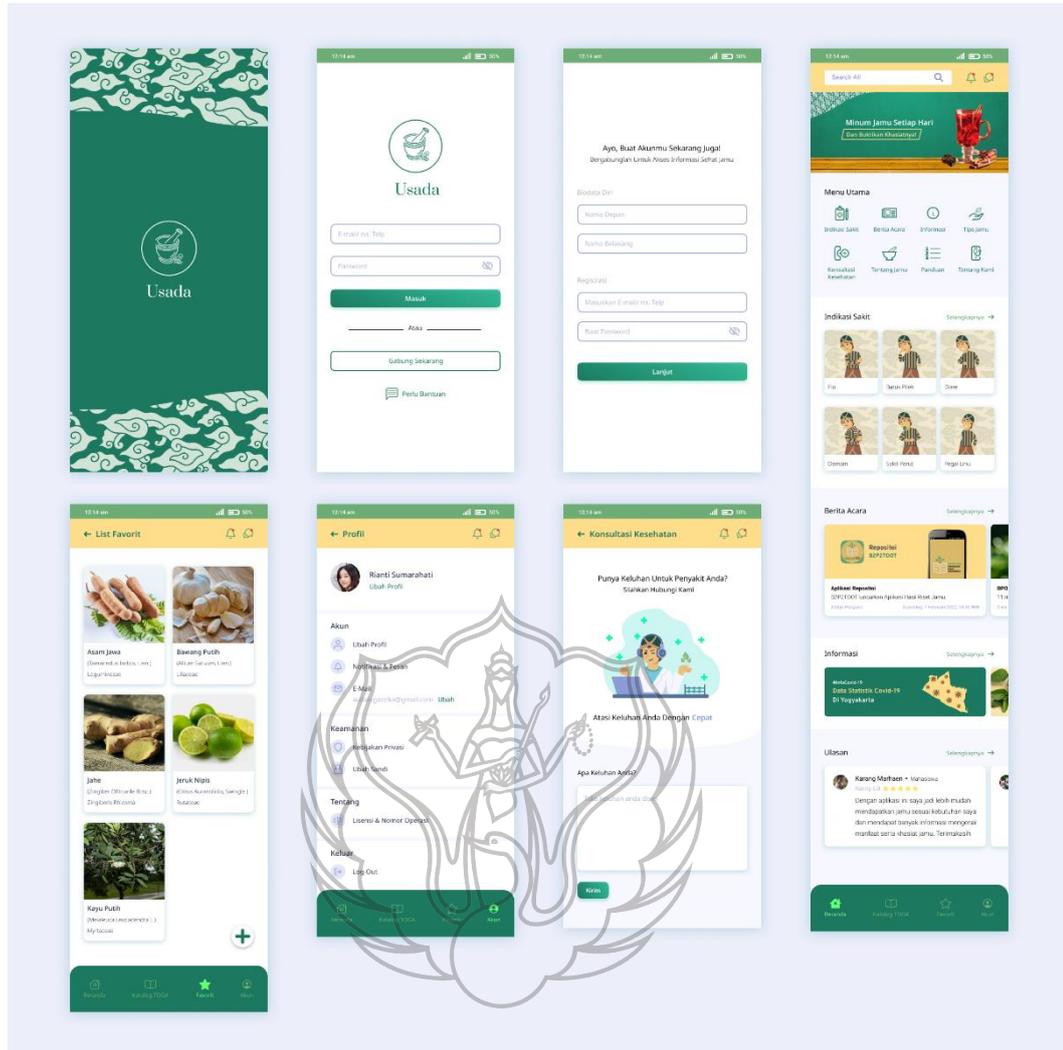
Penggunaan grid berguna untuk mengatur komposisi, *margin*, *padding*, ukuran *font*, dan *spacing*. *Margin* yang dipakai menyesuaikan ukuran layar *smartphone* yang familiar digunakan oleh mayoritas pengguna. Dapat memakai Android ataupun milik Iphone 8X

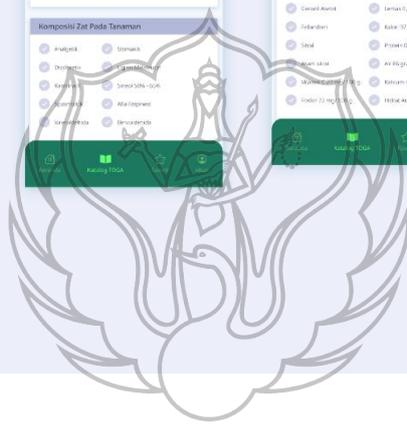
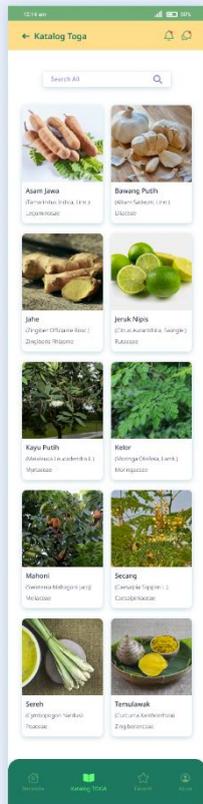
d. Final Flow

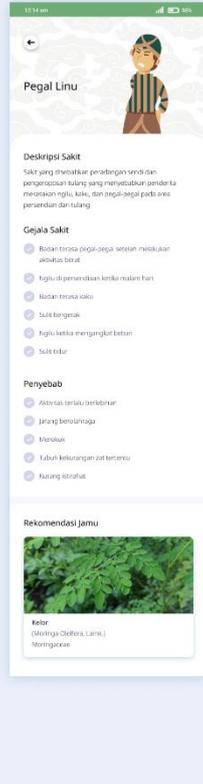


Gambar 7: Final Flow

e. Final Desain











**Sejarah Jamu**



**Sejarah Jamu**

**1. Jamu Secara Empiris**  
Nama jamu berasal dari kata "jampe" yang berarti mario atau daun "bepode" yang berarti kewanter. Menurut S. Sulistreni (2017), penerapan No. DAU/Ankes/Kes/2016.

**2. Masa Perkembangan Jamu**  
Dalam kehidupan sehari-hari, orang-orang peka dalam sediaan pengobatan adalah anemisme yaitu **keperawatan mengenai roh**. Mereka percaya bahwa penyakit yang mereka alami disebabkan oleh roh jahat. Sehingga banyak diukir oleh dalam khasiat pengobatan turunah.

**3. Masa Perkembangan Jamu**  
Sering terpengaruh waktu, masyarakat primitif mulai melakukan eksperimentasi dan mencari untuk melakukan ilmu mengenai penyakit tumbuhan.

Sehingga munculah proses penyempurnaan dan mulai ke muka mengenai pengobatan tradisional (Murnawati, G., Dik, n.d.).

**4. Bukti Fisik Dan Temuan Sejarah**

- Prasasti Mathawaipura**, penemuan dari zaman Majapahit pada 1300M menjadi bukti adanya produk jamu obat tradisional jamu.
- Salaf Hamalawagga** pada bangunan candi Borobudur, menggambarkan adanya kegiatan memasak jamu.
- Beberapa alat jamu** seperti cobek, ulekan, juga ditemukan di arkeologi Ujangan yang berwujud di barang-barang Sindojoewa Tengah.

**5. Zaman Pemasaran Peracikan jamu**

- Abad ke-17**, Diusulkan pemerintah mengenai resep dan cara pembuatan jamu secara kuantitatif.
- Abad ke-18**, Pemertanian tanaman obat diketahui, dimana telah menulis etnik kuat.
- Kejadian di rumah-rumah "Senal" Pribonon Jamu "jamu" pada masa ini menggunakan ke-5 dari "Kahwin Sumanasantaka", menggunakan metode pengobatan di kediaman perbapa pada abad ke-13.

**6. Jamu Sebagai Industri**  
Munculnya **Jamu Cap BCC** di Masjid Suroboyo sebagai pengantar dan simbol produk jamu lain seperti jamu jagal (1918), **Jamu Sido Manca** (1942), dan **Jamu Wijaya Bekas** (1975). Perkembangan produk jamu cap-pencat, dan mencapai tingkat vertikal pada tahun 1974-1990.

**Manfaat Jamu**

- Mengembalikan
- Meningkatkan Daya Samping
- Mengobati Efek
- Mengurangi Penggunaan BCC
- Mencegah Badai
- Mencegah Infeksi Tuli, d

**Statement Mengenai Jamu**

Jamu merupakan kekayaan warisan bangsa Indonesia. Akan tetapi, Peredaran jamu dengan bahan kimia berakibat pada munculnya asumsi negatif pada jamu. Untuk itu, penting bagi kita untuk tahu, bagaimana memilih dan memasak jamu aman konsumsi agar kita dapat menyipai perasaan ini dengan lebih bijak. Selamat Sehat!

**Alat Untuk Memasak Jamu**

**Cobek & Manthu**  
Berfungsi mengulekan bahan-bahan jamu.

**Lumpang & Alu**  
Berfungsi mengulekan bahan-bahan jamu.

**Pipilan & Gandhis**  
Berfungsi mengulekan bahan-bahan jamu.

**Kuati**  
Berfungsi menanak jamu.

**Saringan**  
Berfungsi menyaring ekstrak jamu.

**Ingin Tahu Lebih Banyak?**  
Link: [https://bit.ly/3j0y17p](#)

**Tips Jamu**

**Tips Memilih Jamu Bebas Bahan Kimia Obat**  
Ilustrasi menggunakan aspek benda

- Memenuhi Standar Mutu Kesehatan**  
Produk jamu harus steril, kemasan tidak rusak (bocor), terdapat komposisi zat-zat kimia yang berbahaya, etiket yang benar (nama, dan sudah terdaftar urut).
- Masa Inkubasi 2-3 Hari**  
Masa inkubasi jamu adalah 2-3 hari dari saat pembelian. Kita ke BKK, jamu tidak berbau amis, no. bau, bau dari cemaran bahan kimia dan mikroorganisme.
- Belanja Di Toko Terpercaya**  
Anda dapat membeli produk jamu di toko terpercaya seperti kios-kios atau rumah-rumah jamu-jamu turunah yang memiliki izin dan telah beresertifikasi.
- Ketik dengan "KLIK"**  
Gunakan cara KLIK untuk memilih jamu aman konsumsi.
  - 1. Cek Kemasan: Pastikan kemasan produk dalam kondisi baik (tidak rusak, cacat, bocor, dan sobek).
  - 2. Label: Pastikan terdapat kandungan yang tertera pada label.
  - 3. Isin: Pastikan produk tidak mengandung obat-obat Sali BDOM.

**Kenali Bahan Kimia (BKO) Yang Bisa Digunakan Untuk Jaga Jaga**  
Kita perlu mengetahui bahan apa saja yang bisa diolah jamu untuk campuran obat tradisional jamu-jamu.

- Cocokkan pegal linu, penda nyeri, anco, asam urat, contoh: antalgin, parasetamol, deksametason, alprazolam.
- Cocokkan stamina pria, contoh: sildenafil dan serwaya turunah.
- Cocokkan penambah nafsu makan, contoh: sipetektidin.
- Cocokkan kencing manis, contoh: glibenklamid.
- Cocokkan pelangsing, contoh: sibutramin.
- Cocokkan sesak nafas, contoh: teofilin.

**Informasi**

Untuk mencari daftar produk obat tradisional (OT) yang dibayar berdasar lamna mengandung obat kimia, kamu dapat menggunakan aplikasi "Public Warning Obat Tradisional" dan "KLIK ke".

[Waktu 30 Detik](#)



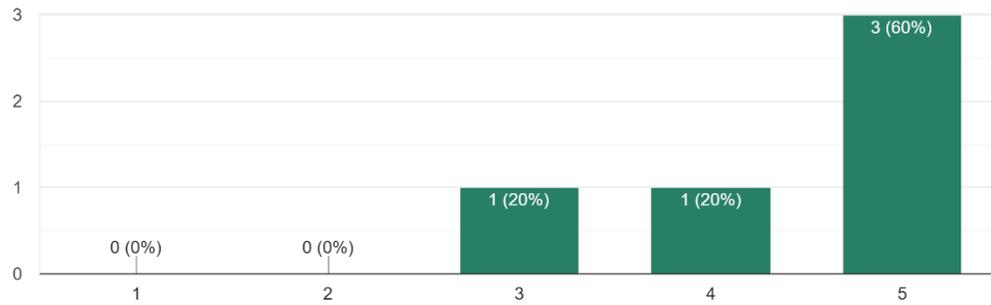


f. Media Pendukung



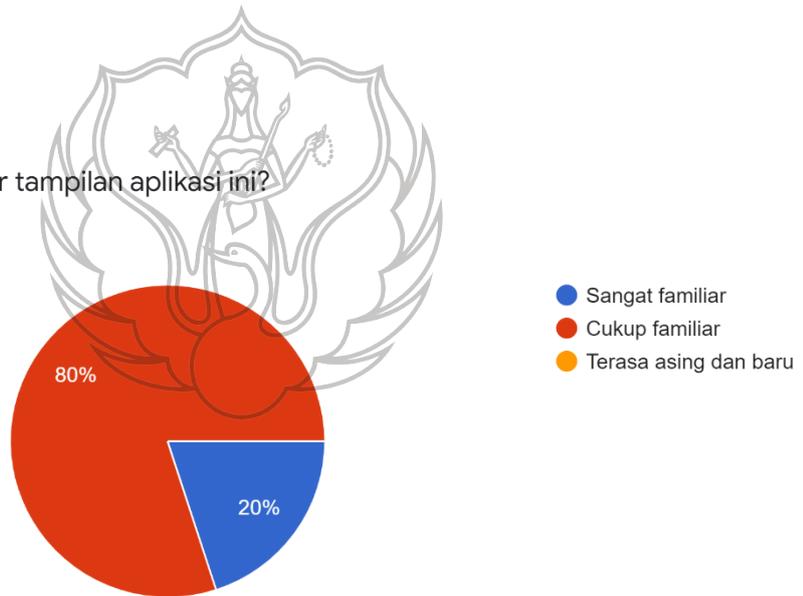
e. Uji Kebergunaan

Seberapa menarik tampilan pada aplikasi ini? Rate dari 1-5  
5 jawaban



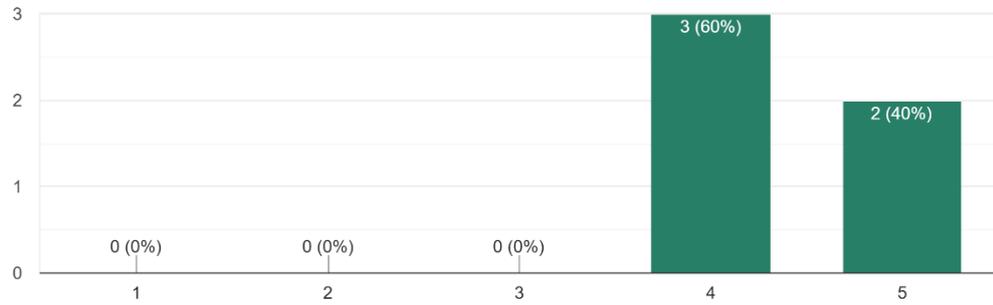
Gambar 7: Diagram Hasil Uji Pengguna

Seberapa familiar tampilan aplikasi ini?  
5 jawaban



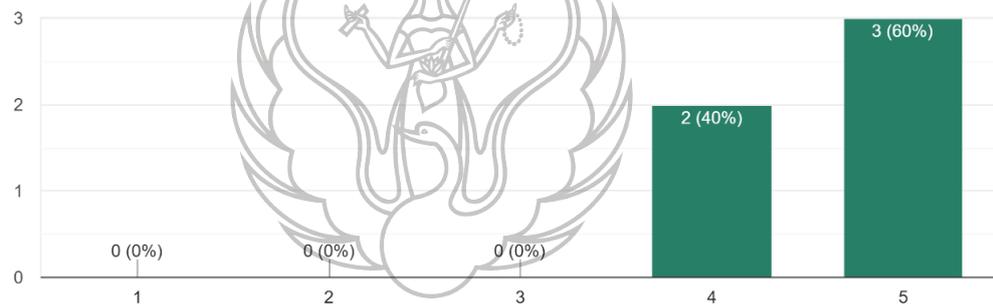
Gambar 8: Diagram Hasil Uji Pengguna

Seberapa menarik konten aplikasi ini? Rate dari 1-5  
5 jawaban



Gambar 9: Diagram Hasil Uji Pengguna

Seberapa mudah akses fitur dalam aplikasi ini? Rate dari 1-5  
5 jawaban



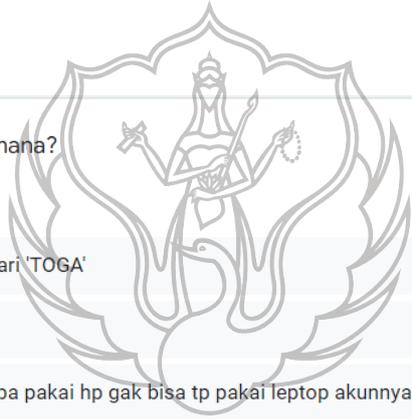
Gambar 10: Diagram Hasil Uji Pengguna

Apakah anda merasa kebingungan ketika mengakses aplikasi ini?

5 jawaban



Gambar 11: Diagram Hasil Uji Pengguna



Jika bingung di bagian mana?

4 jawaban

- Tidak mengerti maksud dari 'TOGA'
- Tidak bingung
- Pas masuknya, ini tadi coba pakai hp gak bisa tp pakai Leptop akunnya gak bisa di ganti, jd bingung
- Saat mau login tidak bisa karena belum memiliki akun, ketika ingin membuat akun tidak bisa mengisi karena tidak keluar keyboardnya, dan setelah di saya coba langsung di konfirmasi langsung masuk bagian konfirmasi kode

Gambar 12: Diagram Hasil Uji Pengguna

Bagian manakah yang paling anda sukai di aplikasi ini? Berikan alasannya

5 jawaban

Indikasi sakit dan katalog TOGA

Indikasi sakit dan konsultasi kesehatan

pengetahuan tentang jamunya, sama rekomendasi jamu apa untuk beberapa penyakit

Desain dari icon2nya, mudah di pahami tanpa melihat tulisannya

Khasiat TOGA, kita jadi lebih ingin tahu tentang manfaat dan khasiat tanaman yang kita temui sehari-hari

Gambar 13: Diagram Hasil Uji Pengguna

Masukan dan saran untuk aplikasi ini kedepannya

5 jawaban

Sering lag, untuk bagian katalog bisa ditambah lagi daftar tanamannya, dan bagian indikasi sakit bisa ditambah lagi daftar keluhan penyakitnya

Bisa lebih dioptimalkan lagi ke depannya mengenai indikasi sakit dan konsultasi kesehatan.

gak ada sih, udah bagus

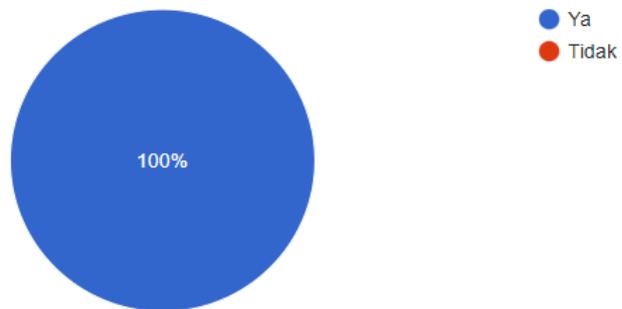
Perpindahan iklan kurang halus agak kasar saat di geser

Tampilan gambar ilustrasi, font di perbesar dan dipertebal untuk user dewasa umur 40an keatas

Gambar 14: Diagram Hasil Uji Pengguna

Apakah aplikasi ini membantu untuk lebih mengenal dan meyakinkan anda dengan produk jamu?

5 jawaban



Gambar 15: Diagram Hasil Uji Pengguna



### C. KESIMPULAN

Dibuatnya aplikasi ini didasari oleh kebutuhan masyarakat akan perlunya edukasi guna meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap jamu. Hal ini untuk menepis perbedaan pandangan antar masyarakat terhadap jamu seperti tingkat kehygienisan jamu, apakah sudah teruji klinis, dan apakah jamu aman untuk konsumsi.

Tujuan perancangan yaitu memudahkan akses dalam, mengedukasi, merekomendasikan serta mempromosikan jamu layak konsumsi pada masyarakat dengan media yang lebih modern dan mengikuti zaman sekaligus menjadi media interaksi antara produsen jamu dan masyarakat

Dalam proses perancangan ini, penulis mengumpulkan berbagai data dari sumber terpercaya dan tinjauan literatur yang bersifat praktisi, membantu penulis dalam menentukan unsur desain yang tepat untuk *user persona* aplikasi. Mulai dari gaya desain yang ramah dan familiar, *flow* yang sederhana, dan aksesibilitas bagi kalangan umum.

Dari bahan *user research* data yang telah dikumpulkan, maka ditemukanlah kriteria desain yang sesuai untuk kebutuhan user. Proses ini memakan waktu yang cukup panjang. Dimana ketika penulis memutuskan untuk menambah satu button pada sebuah menu, maka bertambah pula slide alur atau *flow* yang sudah ditentukan di awal. Terutama pada konten peracikan tanaman obat keluarga (TOGA) yang berjumlah sepuluh tanaman.

Tantangan tidak berhenti pada *valuable* konten saja, teknis desain yang dapat diterima dari berbagai kalangan umum mulai dari remaja hingga manula merupakan tantangan tersendiri bagi seorang desainer UI UX. Faktor ini cukup memeras pikiran penulis hingga membutuhkan referensi dan masukan dari beberapa calon *tester*.

Semua proses tersebut berlanjut pada uji kebergunaan guna mengetahui seberapa efektif dan efisien aplikasi dalam mencukupi ekspektasi dan target capaian yang sudah dibuat yang dapat dilihat pada gambar diagram hasil uji kebergunaan.

Diagram hasil uji kebergunaan menunjukkan hasil yang cukup memuaskan dari beberapa tester penguji. Dibuktikan dengan tingginya persentase kepuasan dalam bernavigasi, aksesibilitas, dan terutama konten yang membantu mereka dalam memperkuat keyakinan dan kepercayaan terhadap jamu.

Atas dasar rangkaian hasil proses perancangan desain *interface* aplikasi *mobile* kampanye mengonsumsi jamu pada masyarakat yang berjudul “Usada” ini, dapat ditarik garis akhir bahwa aplikasi “Usada” sudah dapat digunakan dan siap untuk masuk ke tahap lanjutan apabila akan digunakan oleh Lembaga guna membantu menggalakkan “Gerakan Minum Jamu Nasional”.



## D. KEPUSTAKAAN

### Buku

Krug, S. (2013). *Don't Make Me Think*. Prigel. Halaman: 2, 12, 34, 50, 58, 156, 206.

Mumfangati, T., & Susilantini, E. (2017). *Sistem Pengobatan Tradisional Dalam Serat Primbon Jampi Jawi*. Badan Pelestarian Nilai Budaya DIY. Halaman: 2, 6, 7, 8, 9, 10, 77, 126, 130, 133, 134.

Mudjijono, dkk. (2014). *Kearifan Lokal Orang Madura Tentang Jamu Untuk Kesehatan Ibu Dan Anak* (1st ed., Vol. 126). Pelestarian Nilai Budaya Yogyakarta. Halaman: 7-15.

Venus, Dr. A. (2019). *MANAJEMEN KAMPANYE PANDUAN TEORITIS DAN PRAKTIS DALAM MENGEFEKTIFKAN KAMPANYE KOMUNIKASI PUBLIK* (Vol. 351). Simbiosis Rekatama Media. Halaman: 5, 13, 16, 23, 152, 169, 227.

### Jurnal

Anderson, J., & Effective UI Team. (2010). *Jurnal Effective UI, The Great of Building User Experience in Software* oleh Jonathan Anderson, John McRee, Rob Wilson, dan Effective UI Team. 2010, 4. Halaman: 1, 19, 26.

Andriati, A., & Wahjudi, R. (2016). *TINGKAT PENERIMAAN PENGGUNAAN JAMU SEBAGAI ALTERNATIF PENGGUNAAN OBAT MODERN PADA MASYARAKAT EKONOMI RENDAH-MENENGAH DAN ATAS*. *Masyarakat, Kebudayaan Dan Politik*, 29, 133. Halaman: 134.

B2P2TOOT. (n.d.). *PROFIL BALAI BESAR PENELITIAN DAN PENGEMBANGAN TANAMAN OBAT DAN OBAT TRADISIONAL TAWANGMANGU*. Dari <https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=http://ep>

rints.undip.ac.id/82252/3/BAB\_II.pdf&ved=2ahUKEwj84MPn7f72AhUWILcAHchWCsgQFnoECEUQAQ&usg=AOvVaw2WSZLco\_hUudFUV4rd96gs. Halaman: 71, 72, 73. (Diakses penulis pada 30 April, 2022, pukul 12:41 WIB)

Khinanti Karunia. (2021). *PERANCANGAN MEDIA INTERAKTIF POLA HIDUP SEHAT UNTUK MAHASISWA PERANTAU*. S1- Desain Komunikasi Visual ISI Yogyakarta. Halaman: 33, 37, 41, 52. (Diakses penulis pada 3 Maret, 2022, pukul 09:30 WIB)

TIANINGSIH, A., & Susilo, J. (2022). *TINGKAT PENGETAHUAN DAN PRAKTIK KONSUMSI JAMU JUN DI KALANGAN MASYARAKAT DESA TURIREJO DEMAK* [S1, Universitas Ngudi Waluyo]. <http://repository2.unw.ac.id/2287/>. Halaman: 29 - 34. (Diakses penulis pada 29 Mei, 2022, pukul 05:10 WIB)

Wicaksana, B., & Subekti, N. A. (2010). *POTENSI PENGEMBANGAN PASAR JAMU*. *Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan*, 4(2). <https://doi.org/10.30908/bilp.v4i2.153>. Halaman: 210–225. (Diakses penulis pada 25 Desember, 2021, pukul 09:30 WIB)

Widarma, A., & Kumala, H. (2017). *PERANCANGAN APLIKASI GAJI KARYAWAN PADA PT. PP LONDON SUMATRA INDONESIA Tbk. GUNUNG MALAYU ESTATE - KABUPATEN ASAHAN*. *JurTI (Jurnal Teknologi Informasi)*, 1(2). Halaman: 166–173. (Diakses penulis pada 25 Desember, 2021, pukul 09:30 WIB)

## Website

*Rasanya Menggunakan Media Konvensional dan Media Baru Itu*

*Bagaimana Sih? Halaman 1—Kompasiana.com.* (n.d.). Dari:  
<https://www.kompasiana.com/awannoor6040/606581eb8ede4859426632a2/rasanya-pake-media-konvensional-dan-media-baru-tu-gimana-sih>. (Diakses penulis pada 29 Mei, 2022, pukul 08:00 WIB)

Burhanuddin, A. (2013, September 24). *Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian. Afid Burhanuddin.*

<https://afidburhanuddin.wordpress.com/2013/09/24/teknik-pengumpulan-data-dan-instrumen-penelitian/> (Diakses penulis pada 25 Desember, 2021, pukul 12:29 WIB)

*Dari 100 Jadi 3.600 Kasus, Covid-19 DIY Melesat dalam Sebulan—Tekno Tempo.co.* (n.d.). <https://tekno.tempo.co/read/1560186/dari-100-jadi-3-600-kasus-covid-19-diy-melesat-dalam-sebulan>. (Diakses penulis pada 29 Mei, 2022, pukul 17:13 WIB)

Handy Priyadma, R. (2019). *Laws of UX. 17, Oktober 2019.*

<https://medium.com/belajar-desain/laws-of-ux-fee5c916ca55>. (Diakses penulis pada 3 Maret, 2022, pukul 11:07 WIB)

Apa itu User Interface Design. (n.d.). *BINUS University,*

<https://binus.ac.id/knowledge/2020/01/apa-itu-user-interface-design/>. (Diakses penulis pada 25 Desember, 2021, pukul 10:53 WIB)

Ibeng, P. (n.d.). Pengertian Ilustrasi. <https://pendidikan.co.id/pengertian-ilustrasi/>. (Diakses penulis pada 11 Mei, 2022, pukul 10:38 WIB)

*Indonesia.go.id—Sejarah dan Perkembangan Jamu, Minuman Tradisional Indonesia.* (n.d.-a).

<https://www.indonesia.go.id/ragam/komoditas/sosial/sejarah-dan-perkembangan-jamu-minuman-tradisional-indonesia>. (Diakses penulis pada 30 Mei, 2022, pukul 02:07 WIB)

- Konsumsi Jamu Meningkat, Pemerintah Berdayakan UMKM dengan Pendekatan Klaster Obat Tradisional—Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia.* (n.d.).  
<https://ekon.go.id/publikasi/detail/493/konsumsi-jamu-meningkat-pemerintah-berdayakan-umkm-dengan-pendekatan-klaster-obat-tradisional>. (Diakses penulis pada 29 Mei, 2022, pukul 17:09 WIB)
- Murniatmo, G., dkk., 1992 Pengobatan Tradisional Daerah Istimewa Yogyakarta. Jakarta: Proyek Inventarisasi dan Pembinaan Nilai-nilai Budaya, Direktorat.* (n.d.). Sejarah dan Nilai Tradisional, Direktorat Jenderal Kebudayaan, Departemen Pendidikan dan Kebudayaan. (Diakses penulis pada 26 Desember, 2022, pukul 09:45 WIB)
- Peneliti: Semakin Banyak Orang Minum Jamu karena Covid-19.* (n.d.).  
<https://mediaindonesia.com/humaniora/329999/peneliti-semakin-banyak-orang-minum-jamu-karena-covid-19>. (Diakses penulis pada 29 Mei, 2022, pukul 17:10 WIB)
- Pengertian Ilustrasi: Tujuan, Fungsi, Teknik, Alat, Jenis.* (n.d.).  
<https://pendidikan.co.id/pengertian-ilustrasi/>. (Diakses penulis pada 29 Mei, 2022, pukul 10:38 WIB)
- Pengertian Observasi: Tujuan, Ciri-Ciri, Jenis dan Manfaatnya | TheMoonDoggies.* (n.d.). <https://moondoggiesmusic.com/pengertian-observasi/#gsc.tab=0>. (Diakses penulis pada 25 Desember, 2022, pukul 17:07 WIB)
- Program Indonesia Sehat dengan Pendekatan Keluarga & Germas—Kompasiana.com.* (n.d.).  
<https://www.kompasiana.com/ichroman/59ffec268325cc669715c954/program-indonesia-sehat-dengan-pendekatan-keluarga-germas>. (Diakses penulis pada 25 Desember, 2021, pukul 21:47 WIB)
- Renungan Hidup dari Jamu dan Perdebatan Persepsinya di Masyarakat—Semua Halaman—National Geographic.* (n.d.).

<https://nationalgeographic.grid.id/read/132077942/renungan-hidup-dari-jamu-dan-perdebatan-persepsinya-di-masyarakat?page=all>.

(Diakses penulis pada 29 Mei, 2022, pukul 17:10 WIB)

Riadi, M. (n.d.). Tipografi (Pengertian, Aspek, Anatomi, Jenis dan Karakter Huruf). *Maret 03, 2021*.

<https://www.kajianpustaka.com/2021/03/tipografi.html?m=1>.

(Diakses penulis pada 30 April, 2022, pukul 01:10 WIB)

*Sejarah Jamu di Indonesia, dari Beras Kencur sampai Kunyit Asam*. (n.d.-a). <https://www.kompas.com/food/read/2021/03/02/212700275/sejarah-jamu-di-indonesia-dari-beras-kencur-sampai-kunyit-asam>.

(Diakses penulis pada 26, December 2021, pukul 12:42 WIB)

*Sejarah Perjalanan Jamu Tradisional*. (n.d.).

<https://www.suarasurabaya.net/info-grafis/2021/sejarah-perjalanan-jamu-tradisional/>. (Diakses penulis pada 26, Desember 2021, pukul 12:42 WIB)

Hello Sehat | Pusat Informasi Kesehatan Terverifikasi Medis.

[helohehat.com](https://helohehat.com). (Diakses penulis pada 29, Mei 2022, pukul 17:03 WIB)

## **Bahan Konten Informasi Dan Berita**

*Budaya Sehat Jamu Resmi Diusulkan Indonesia Jadi Warisan Budaya*

*Takbenda UNESCO - Lifestyle Liputan6.com*. (n.d.). Retrieved May 29, 2022, from:

<https://www.liputan6.com/lifestyle/read/4943042/budaya-sehat-jamu-resmi-diusulkan-indonesia-jadi-warisan-budaya-takbenda-unesco>. (Diakses penulis pada 29 Mei, 2022, pukul 17:29 WIB)

*Ciri Obat Tradisional dengan Kandungan BKO, Salah Satunya Berikan Efek Instan - Lifestyle Liputan6.com*. (n.d.).

<https://www.liputan6.com/health/read/4930367/ciri-obat-tradisional-dengan-kandungan-bko-salah-satunya-berikan-efek-instan>. (Diakses

penulis pada 29 Mei, 2022, pukul 18:33 WIB)

*Dari 100 Jadi 3.600 Kasus, Covid-19 DIY Melesat dalam Sebulan—Tekno Tempo.co.* (n.d.). <https://tekno.tempo.co/read/1560186/dari-100-jadi-3-600-kasus-covid-19-diy-melesat-dalam-sebulan>. (Diakses penulis pada 29 Mei, 2022, pukul 17:13 WIB)

*Jamu Sehat, Bebas dari Bahan Kimia Obat | Radar Banyuwangi.* (n.d.). <https://radarbanyuwangi.jawapos.com/kolom/25/06/2021/jamu-sehat-bebas-dari-bahan-kimia-obat/>. (Diakses penulis pada 29 Mei, 2022, pukul 17:06 WIB)

*Kepala BPOM: Jamu Ada Banyak Pilihan, Buat Apa Beli yang Berbahaya? - Lifestyle Liputan6.com.* (n.d.). <https://www.liputan6.com/health/read/4930720/kepala-bpom-jamu-ada-banyak-pilihan-buat-apa-beli-yang-berbahaya>. (Diakses penulis pada 29 Mei, 2022, pukul 17:32 WIB)

*Polsek Pasar Minggu Siapkan Posko Swab Antigen Gratis Bagi Pemudik—Koran Pagi Online.* (n.d.). <https://koranpagionline.com/2021/05/17/polsek-pasar-minggu-siapkan-posko-swab-antigen-gratis-bagi-pemudik/>. (Diakses penulis pada 29 Mei, 2022, pukul 17:14 WIB)

### **Lisensi Gambar**

`<imgsrc="https://c.pxhere.com/photos/6d/9b/oregano_herbs_kitchen_cook_aromatic_herbs_dry_mediterranean-975745.jpg!d" srcset="https://c.pxhere.com/photos/6d/9b/oregano_herbs_kitchen_cook_aromatic_herbs_dry_mediterranean-975745.jpg!d" alt="menanam, daun, bunga, kering, makanan, Laut Tengah, herba, menghasilkan, sayur-mayur, tanaman, dapur, memasak, marjoram, oregano, herbal, tanaman berbunga, jamu, tanaman tahunan, herbal aromatik, tanaman tanah, apiales, denda herbes, Gambar In PxHere">`. (Diakses penulis pada 28 Mei, 2021, pukul 17:15 WIB)  
[https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Alun\\_Alun\\_Kidul\\_in\\_Yogyakarta.jpg](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Alun_Alun_Kidul_in_Yogyakarta.jpg). (Diakses penulis pada 28 Mei, 2022, pukul 17:32 WIB)

[https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Jamu\\_tradisional.jpg#filelinks](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Jamu_tradisional.jpg#filelinks)  
Wanita di pasar. Foto diambil oleh fotografer terkenal Pasar Cephas di  
Yogyakarta sekitar tahun 1910. (koleksi foto KITLVH). (Diakses  
penulis pada 28 Mei, 2022, pukul 17:45 WIB)

<https://tumpi.id/peralatan-dapur-dan-fungsinya-dalam-usaha-catering/?share=google-plus-1>. (Diakses penulis pada 28 Mei, 2022,  
pukul 18:29 WIB)

<https://desainrumahid.com/cara-membuat-dapur-dari-tanah-liat.html>.  
(Diakses penulis pada 28 Mei, 2022, pukul 19:29 WIB)

<http://munthu.com/20151016/lumpang-batu-kali-dengan-alu-tumbukannya-kuat-keras-dan-tahan-lama/>. (Diakses penulis pada 28  
Mei, 2022, pukul 20:05 WIB)

<http://kebudayaan.kemdikbud.go.id/bpcbbanten/pipisan-dan-gandik/>.  
(Diakses penulis pada 28 Mei, 2022, pukul 20:08 WIB)

[https://id.wikipedia.org/wiki/Cobek\\_dan\\_ulekan#/media/Berkas:Cobek\\_ulekan.jpg](https://id.wikipedia.org/wiki/Cobek_dan_ulekan#/media/Berkas:Cobek_ulekan.jpg). (Diakses penulis pada 28 Mei, 2022, pukul 20:29 WIB)

