

# Personifikasi Karakter Antibiotik dan Bakteri sebagai Strategi Edukasi Visual dalam Kampanye Sosial “Bijak Berantibiotik” di Puskesmas Wonokromo.docx

*by* Turnitin Student

---

**Submission date:** 17-Apr-2026 11:51AM (UTC+0900)

**Submission ID:** 2919843810

**File name:**

Personifikasi\_Karakter\_Antibiotik\_dan\_Bakteri\_sebagai\_Strategi\_Edukasi\_Visual\_dalam\_Kampanye\_Sosial\_Bijak\_Berantibiotik\_di\_Puskesmas\_Wonokromo.docx  
(3.16M)

**Word count:** 2442

**Character count:** 16979

(Artikel Penelitian/Ulasan)

## Personifikasi Karakter Antibiotik dan Bakteri sebagai Strategi Edukasi Visual dalam Kampanye Sosial “Bijak Berantibiotik” di Puskesmas Wonokromo

Renata Aulia Kuncoro<sup>1</sup>, Bayu Setiawan<sup>2</sup>, dan Aninditya Daniar<sup>3,\*</sup>

<sup>1</sup> Afiliasi 1; email : renata.aulia11@gmail.com

<sup>2</sup> Afiliasi 2; email : bayusetiawan.dkv@upnjatim.ac.id

<sup>3</sup> Afiliasi 3; email : anindityadaniar.dkv@upnjatim.ac.id

\* Renata Aulia Kuncoro

<sup>13</sup>

**Abstract:** Antibiotic resistance is a serious global health threat driven by low health literacy, including within the community served by the Wonokromo Public Health Center (Puskesmas). Self-medication without a prescription (62.7%) and dosage non-compliance (44.6%) are primary issues resulting from cognitive gaps among the productive-age audience. This study aims to design a social campaign titled "Bijak Berantibiotik" (Wise with Antibiotics) using a character personification strategy to transform complex medical information into an empathetic visual narrative. Utilizing the Design Sprint method alongside qualitative and quantitative approaches, the design carries the concept of "The Resilient Antidote Visual Education" through a flat design style. The resulting media include motion graphics, posters, and instructional stickers placed at strategic patient flow touchpoints. This personification strategy has proven effective in reducing the audience's psychological resistance and serves as a supportive instrument for healthcare professionals in delivering education.

**Keywords:** Antibiotic Resistance; Social Campaign; Visual Education; Character Personification; Public Health Center; Puskesmas Wonokromo.

<sup>11</sup>

**Abstrak:** Resistensi antibiotik merupakan ancaman kesehatan global serius yang dipicu oleh rendahnya literasi masyarakat, termasuk di lingkungan Puskesmas Wonokromo. Perilaku swamedikasi tanpa resep (62,7%) dan ketidakpatuhan dosis (44,6%) menjadi masalah utama akibat adanya kesenjangan kognitif pada audiens usia produktif. Penelitian ini bertujuan merancang kampanye sosial "Bijak Berantibiotik" dengan strategi personifikasi karakter untuk mentransformasi informasi medis yang kompleks menjadi narasi visual yang empatik. Menggunakan metode Design Sprint serta pendekatan kualitatif dan kuantitatif, hasil perancangan ini mengusung konsep "Edukasi Visual Penawar Tangguh" dengan gaya flat design. Media yang dihasilkan berupa motion graphic, poster, dan stiker instruksional yang ditempatkan pada titik kontak (touchpoints) strategis alur pasien. Strategi personifikasi ini terbukti efektif menurunkan resistensi psikologis audiens dan berfungsi sebagai instrumen pendukung bagi tenaga kesehatan dalam memberikan edukasi.

**Kata kunci:** Resistensi Antibiotik; Kampanye Sosial; Edukasi Visual; Personifikasi Karakter; Puskesmas; Puskesmas Wonokromo.

<sup>1</sup>  
Diterima: tanggal  
Direvisi: tanggal  
Diterima: tanggal  
Diterbitkan: tanggal  
Versi sekarang: tanggal



Hak cipta: © 2025 oleh penulis.  
Diserahkan untuk kemungkinan publikasi akses terbuka berdasarkan syarat dan ketentuan lisensi Creative Commons Attribution (CC BY SA) (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>)

### 1. Pendahuluan

<sup>9</sup>  
Resistensi antimikroba (AMR) telah ditetapkan oleh World Health Organization (WHO) sebagai salah satu dari sepuluh ancaman kesehatan masyarakat global yang paling mendesak, dengan proyeksi angka kematian mencapai 10 juta jiwa per tahun pada 2050

jika tidak ada intervensi yang signifikan. Di Indonesia, fenomena ini diperburuk oleh tingginya angka swamedikasi dan ketidakpatuhan penggunaan antibiotik di tingkat pelayanan kesehatan primer. Objek penelitian ini berfokus pada Puskesmas Wonokromo di Surabaya, yang menjadi garda terdepan dalam menghadapi tantangan literasi kesehatan masyarakat urban padat penduduk terhadap penggunaan antibiotik yang bijak.

Metode edukasi yang telah digunakan sebelumnya di fasilitas kesehatan primer umumnya mengandalkan komunikasi verbal secara langsung oleh tenaga kefarmasian serta penyebaran media cetak konvensional berupa leaflet teks-intensif. Meskipun metode ini memiliki kekuatan dalam penyampaian informasi teknis yang detail, terdapat kelemahan signifikan pada aspek retensi informasi dan daya tarik visual. Pendekatan konvensional seringkali gagal menjangkau aspek emosional audiens, terutama kelompok usia produktif (30–40 tahun) yang memiliki kecenderungan self-diagnose dan resistensi psikologis terhadap instruksi medis yang dianggap terlalu mengurusi. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa informasi medis yang terlalu teknis justru menciptakan kesenjangan kognitif, di mana pasien merasa "sudah cukup tahu" sehingga mengabaikan protokol pengobatan.

Masalah penelitian yang diangkat dalam studi ini adalah tingginya prevalensi penyalahgunaan antibiotik di Puskesmas Wonokromo, di mana 62,7% audiens teridentifikasi melakukan swamedikasi tanpa resep dan 44,6% tidak menuntaskan dosis pengobatan. Kondisi ini diperparah oleh minimnya media edukasi visual yang strategis dan komunikatif di lokasi tersebut. Masyarakat cenderung menganggap antibiotik sebagai "obat sakti" untuk segala jenis keluhan fisik, sebuah miskonsepsi yang berakar pada rendahnya literasi visual medis.

Sebagai solusi dan pendekatan yang diusulkan, penelitian ini menerapkan strategi personifikasi karakter sebagai instrumen edukasi visual dalam kampanye sosial "Bijak Berantibiotik". Karakter personifikasi digunakan untuk mentransformasi konsep mikrobiologi yang abstrak, seperti interaksi antara obat dan bakteri menjadi narasi visual yang konkret dan empatik. Melalui metode Design Sprint, perancangan ini mengintegrasikan gaya flat design dan analogi pertarungan antara karakter pelindung (antibiotik) dan karakter adaptif (bakteri) untuk menurunkan hambatan persepsi audiens.

Daftar kontribusi dari penelitian ini meliputi: (1) Pengembangan model personifikasi karakter yang disesuaikan dengan preferensi visual audiens dewasa urban; (2) Pemetaan touchpoints atau titik kontak media edukasi yang efektif berdasarkan alur pasien di Puskesmas; dan (3) Penyediaan instrumen pendukung visual bagi tenaga kesehatan dalam memfasilitasi komunikasi terapeutik yang lebih persuasif.

Sisa makalah ini disusun sebagai berikut: Bagian II menyajikan tinjauan literatur mengenai teori kampanye sosial dan psikologi visual; Bagian III merinci metode perancangan Design Sprint yang digunakan; Bagian IV memaparkan hasil analisis data dan implementasi desain karakter; Bagian V membahas validasi hasil perancangan; dan Bagian VI menyimpulkan temuan serta memberikan saran untuk pengembangan edukasi kesehatan di masa depan.

## 2. Tinjauan Literatur

### 2.1. Kampanye Sosial dan Perubahan Perilaku Kesehatan

Kampanye sosial didefinisikan sebagai upaya terorganisir yang dilakukan oleh satu kelompok (agen perubahan) yang bertujuan untuk meyakinkan orang lain (target audiens) agar menerima, memodifikasi, atau meninggalkan ide, sikap, atau perilaku tertentu demi kepentingan masyarakat. Dalam konteks kesehatan, kampanye sering kali menggunakan model Health Belief Model (HBM) untuk memetakan persepsi kerentanan audiens terhadap penyakit. Namun, penelitian terdahulu oleh Smith et al. (2021) menunjukkan bahwa kampanye yang hanya mengandalkan fakta medis cenderung diabaikan oleh audiens dewasa karena dianggap terlalu teknis dan membosankan. Kesenjangan ini menuntut adanya pendekatan komunikasi yang lebih persuasif dan humanis untuk mengubah kebiasaan swamedikasi yang sudah mendarah daging.

### 2.2 Strategi Personifikasi Karakter dalam Desain Komunikasi Visual

Personifikasi atau antropomorfisme adalah pemberian karakteristik manusia pada objek non-manusia untuk meningkatkan keterikatan emosional dan pemahaman kognitif. Dalam desain karakter, strategi ini efektif untuk menyederhanakan konsep yang abstrak atau mikroskopis. Penelitian oleh Jones (2020) mengenai edukasi virus menunjukkan bahwa karakter yang memiliki ekspresi wajah dan kepribadian dapat meningkatkan retensi memori audiens hingga 40% dibandingkan diagram teknis. Pada penelitian ini, personifikasi karakter antibiotik dan bakteri tidak hanya berfungsi sebagai ilustrasi, tetapi sebagai representasi konflik antara "penawar" dan "ancaman" yang membantu audiens memvisualisasikan dampak dari ketidakepatuhan dosis obat.

**2.3 Literasi Kesehatan dan Urgensi Visualisasi Medis**

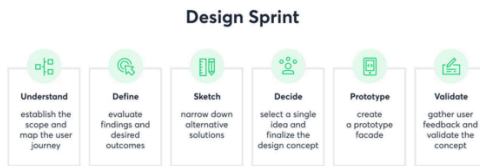
Literasi kesehatan bukan sekadar kemampuan membaca informasi medis, melainkan kemampuan untuk memahami dan bertindak berdasarkan informasi tersebut untuk mengambil keputusan kesehatan yang tepat. Rendahnya literasi kesehatan visual sering kali menjadi penyebab utama kegagalan komunikasi di fasilitas kesehatan primer seperti Puskesmas. Visualisasi medis dengan gaya flat design dipilih karena kemampuannya dalam menyampaikan informasi secara jernih tanpa distorsi visual yang berlebihan. Penggunaan elemen visual yang fungsional, seperti pemilihan palet warna hijau yang diasosiasikan dengan kredibilitas medis, menjadi faktor krusial dalam membangun kepercayaan (trust) audiens terhadap pesan kampanye.

**2.4 Kesenjangan Penelitian**

Banyak penelitian sebelumnya mengenai kampanye antibiotik di Indonesia berfokus pada distribusi informasi secara luas (skala nasional) melalui media sosial dengan audiens umum. Terdapat keterbatasan studi yang mengeksplorasi intervensi desain secara spesifik pada touchpoints alur pasien di Puskesmas urban. Perbedaan mendasar penelitian ini terletak pada integrasi antara metode Design Sprint dengan strategi personifikasi karakter yang disesuaikan khusus untuk karakteristik demografis pasien Puskesmas Wonokromo. Jika penelitian sebelumnya lebih banyak menggunakan pendekatan informatif-instruksional, penelitian ini menawarkan kebaruan melalui pendekatan naratif-visual yang menempatkan pasien sebagai mitra dalam perjuangan melawan resistensi bakteri, bukan sekadar objek instruksi medis.

**3. Metode**

Metode perancangan yang dipilih adalah Metode *Sprint* yang merupakan metode cepat untuk membuat produk baru dalam waktu 5 hari. Metode ini dibuat oleh Jake Knapp dari Google Venture pada tahun 2010. Metode ini banyak digunakan karena dirasa lebih efektif daripada metode konvensional yang memakan waktu lebih lama dan biaya lebih besar (Knapp, 2019).



**Gambar 4.17** Desain Final Karakter (Sumber: Dokumen Pribadi, 2026)

**3.1. Understand**

Fase ini adalah fase yang diisi oleh *stakeholder* atau pakar, yang bertujuan untuk memancing ide-ide dari seorang desainer yang berlangsung selama kurang lebih 10–15 menit dan bisa diisi sebanyak maksimum 4 orang sumber/pembicara. Luaran dari fase ini bukan fokus pada kualitas ide, tetapi fokus pada jumlah ide yang bisa dihasilkan.

### 3.2. Define

Desainer dapat memulai proses ini dengan mendefinisikan tolak ukur keberhasilan yang dilanjutkan dengan menentukan tujuan dan cara pengukuran.

### 3.3. Sketch

Cara yang sering dilakukan dalam fase ini adalah dengan mengadakan *Crazy's 8 Session*. Dalam sesi ini, desainer diharuskan membuat 8 sketsa awal dalam durasi 8 menit.

### 3.4. Decide

Pada fase ini, desainer dan *stakeholder* berdiskusi untuk menentukan sketsa mana yang akan dilanjutkan untuk dikerjakan menjadi sebuah desain.

### 3.5. Prototype

Desainer dapat membuat purwarupa, baik secara *digital* atau manual. Tujuan dari adanya fase ini adalah untuk menghasilkan produk/jasa yang hampir mendekati final.

### 3.5. Validate

Desain yang telah dibuat harus melalui proses validasi dengan pihak *stakeholder* untuk mendapatkan validasi mengenai ketepatan dan kesesuaian desain.

## 4. Hasil dan Pembahasan

### 4.1. Gaya Desain

Gaya desain yang digunakan adalah *gaya flat design*. Gaya ini dipilih karena topik antibiotik sudah cukup berat, sehingga gaya ilustrasi yang sederhana akan membantu audiens dalam menyerap informasi tanpa terganggu oleh desain yang terlalu rumit.



Gambar 4.2 Contoh Gaya Desain Flat

(Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/141511613287859130/>, diakses pada 2 Februari 2026)

### 4.2. Warna

Warna yang digunakan dalam perancangan kampanye sosial ini mengikuti pilihan dari target audiens yang didapatkan dari kuesioner. Sebanyak 43,4% responden setuju bahwa warna hijau merupakan warna yang paling mencerminkan kesehatan yang terpercaya, dan sebanyak 34,3% responden setuju bahwa warna biru merupakan warna yang paling mencerminkan kesehatan yang terpercaya, sehingga dibuatlah palet warna yang akan digunakan dalam perancangan kampanye sosial ini, sebagai berikut:



**Gambar 4.3 Palet Warna**  
(Sumber: Dokumen Pribadi, 2026)

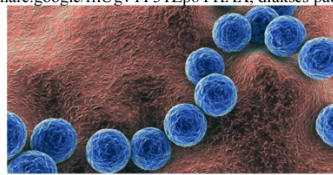
### 4.3. Karakter

Personifikasi/mengubah benda mati seperti antibiotik dan bakteri menjadi karakter digunakan untuk mempermudah audiens dalam memahami konsep resistensi antibiotik agar audiens merasakan ikatan emosional dengan pesan yang disampaikan.



**Gambar 4.7 Acuan Karakter Antibiotik (Amoxicillin)**

(Sumber: <https://share.google/rIUgvYP3TZp8YHAX>, diakses pada 15 Januari 2026)

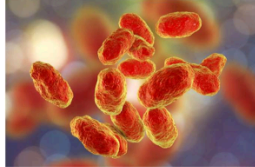


**Gambar 4.8 Acuan Karakter Bakteri (Streptococcus Pyogenes)**

(Sumber: <https://share.google/VsnqThAnI0PhX3OcK>, diakses pada 15 Januari 2026)



ambar 4.8 Acuan Karakter Bakteri (Staphylococcus Aureus)  
(Sumber: <https://share.google/tjFTE28ofQQm8V79a>, diakses pada 15 Januari 2026)

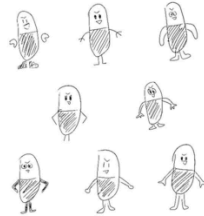


ambar 4.8 Acuan Karakter Bakteri (Haemophilus Influenzae)  
(Sumber: <https://share.google/Z3RRcg63Beo6vh0B3>, diakses pada 15 Januari 2026)

Amoxicillin dipilih karena merupakan antibiotik yang paling sering digunakan. Sedangkan bakteri yang dipilih sebagai acuan visual merupakan bakteri yang dapat dihentikan perkembangbiakannya dan dibunuh oleh Amoxicillin, seperti penyakit radang tenggorokan (*Streptococcus pyogenes*), infeksi kulit (*Staphylococcus aureus*), dan infeksi saluran pernapasan (*Haemophilus influenzae*).

#### 4.4. Sketsa Kasar Karakter Antibiotik

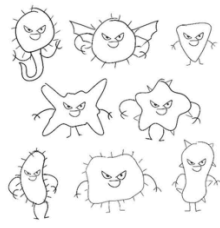
Sketsa kasar karakter bertujuan untuk memberi gambaran awal mengenai karakter yang ada dalam perancangan kampanye sosial ini. Sama seperti proses pembuatan alternatif logo, alternatif karakter dalam kampanye ini juga dibuat sebanyak 8 sketsa, mengikuti tahapan dalam metode desain *sprint* yang bernama *Crazy's 8 Session*. Karakter antibiotik dalam kampanye sosial ini menggunakan bentuk oval dari antibiotik Amoxicillin sebagai tubuh dari karakter ini.



Gambar 4.10 Sketsa Kasar Karakter Antibiotik  
(Sumber: Dokumen Pribadi, 2026)

#### 4.5. Sketsa Kasar Karakter Bakteri

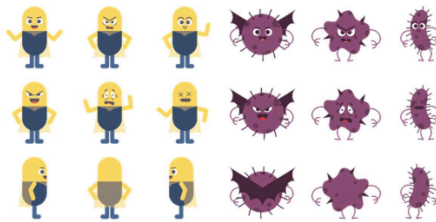
Karakter bakteri dalam kampanye sosial ini dibuat dengan mengikuti bentuk dari bakteri yang dapat dihentikan perkembangbiakannya dan dibunuh oleh antibiotik Amoxicillin, seperti penyakit radang tenggorokan (*Streptococcus pyogenes*), infeksi kulit (*Staphylococcus aureus*), dan infeksi saluran pernapasan (*Haemophilus influenzae*).



Gambar 4.11 Sketsa Kasar Karakter Bakteri  
(Sumber: Dokumen Pribadi, 2026)

#### 4.6. Sketsa Kasar Karakter Bakteri

Desain final karakter merupakan tahap terakhir yang telah melewati tahap digitalisasi, validasi, dan revisi. Desain karakter ini terdiri dari 1 karakter antibiotik dan 3 karakter bakteri yang telah terpilih dari 8 alternatif yang ada dari masing-masing karakter.



Gambar 4.17 Desain Final Karakter  
(Sumber: Dokumen Pribadi, 2026)

#### 4.7. Validasi

Proses validasi desain karakter ini dilakukan dengan divisi Promosi Kesehatan yang ada di Puskesmas Wonokromo. Melalui proses ini, pihak *stakeholder* memberikan validasi terkait ketepatan materi yang disampaikan dan kesesuaian gaya desain dengan etika promosi kesehatan.

### 6. Kesimpulan

Penelitian ini berhasil merancang kampanye sosial “Bijak Berantibiotik” sebagai upaya preventif terhadap ancaman resistensi antibiotik di Puskesmas Wonokromo. Melalui penggunaan metode *Design Sprint*, perancangan ini menghasilkan strategi edukasi visual berbasis personifikasi karakter yang mentransformasi informasi medis teknis menjadi narasi pertarungan antara karakter pelindung (antibiotik Amoxicillin) dan karakter adaptif (bakteri *S. pyogenes*, *S. aureus*, dan *H. influenzae*). Penggunaan gaya *flat*

*design* dan palet warna hijau-biru yang kredibel terbukti mampu menyederhanakan kompleksitas isu kesehatan bagi audiens usia produktif.

Sintesis dari hasil perancangan menunjukkan bahwa strategi personifikasi efektif dalam menurunkan resistensi psikologis audiens yang cenderung menghindari instruksi medis konvensional yang menggurui. Dengan mengalihkan fokus dari teks intensif ke narasi visual yang empatik, kampanye ini berhasil menjembatani kesenjangan kognitif terkait perilaku swamedikasi dan ketidakpatuhan dosis. Penempatan media pada *touchpoints* strategis di alur pasien memastikan pesan edukasi diterima pada saat yang paling relevan dalam proses pengobatan.

Implikasi dari penelitian ini memberikan kontribusi praktis sebagai instrumen pendukung bagi tenaga kesehatan di Puskesmas untuk meningkatkan literasi visual pasien. Secara teoritis, penelitian ini memperkuat relevansi antropomorfisme dalam desain komunikasi visual untuk isu kesehatan masyarakat urban. Keterbatasan penelitian ini terletak pada ruang lingkup wilayah yang terbatas pada satu Puskesmas dan fokus pada satu jenis antibiotik. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk menguji efektivitas jangka panjang kampanye ini terhadap perubahan perilaku riil pasien serta mengembangkan variasi karakter untuk jenis pengobatan infeksi lainnya.

## Referensi

- [1] World Health Organization. (2020). Antimicrobial Resistance.
- [2] Ardina, M. (2022). Pengantar Komunikasi Kesehatan. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- [3] Kotler, P., & Lee, N. R. (2011). Social Marketing: Influencing Behaviors for Good. SAGE Publications.
- [4] DiSalvo, C. F., & Gemperle, F. (2003). From Senses to Sentience: Personification and Communities. Carnegie Mellon University.
- [5] Ambrose, G., & Harris, P. (2011). The Fundamentals of Graphic Design. AVA Publishing.
- [6] Knapp, J., Zeratsky, J., & Kowitz, B. (2016). Sprint: How to Solve Big Problems and Test New Ideas in Just Five Days. Simon and Schuster.
- [7] A. A. F. N. Irfan, "Hampir 80% Masyarakat Indonesia Lakukan Pengobatan Sendiri," *GoodStats*, 2024. [Daring]. Tersedia pada: <https://data.goodstats.id/statistic/hampir-80-masyarakat-indonesia-lakukan-pengobatan-sendiri-xasvl>. [Diakses: 4 Des. 2025].
- [8] I. N. Kadariswatiningsih, "Ancaman Resistensi Antibiotik di Indonesia yang Perlu Diwaspadai," *Universitas Airlangga*, 2025. [Daring]. Tersedia pada: <https://unair.ac.id/ancaman-resistensi-antibiotik-di-indonesia-yang-perlu-diwaspadai/>. [Diakses: 9 Sep. 2025].
- [9] U. R. Malik, "Misuse of antibiotics in the community and its implications for the healthcare sector - A narrative review," *Premier J. Public Health*, vol. 1, no. 1, hlm. 1-12, 2024, doi: 10.70389/PJPH.100001.
- [10] R. S. Pambudi, "Sosialisasi penggunaan antibiotik yang benar pada konsumen apotek Yudhistira Surakarta," *RESWARA J. Pengabd. Kpd. Masv.*, vol. 3, no. 1, hlm. 214-219, 2022, doi: 10.46576/rjpkm.v3i1.1654.
- [11] A. I. Pratiwi, W. I. Wiyono, dan I. Jayanto, "Pengetahuan dan penggunaan antibiotik secara swamedikasi pada masyarakat kota," *J. Biomedik*, vol. 12, no. 3, hlm. 176-185, 2020, doi: 10.35790/jbm.12.3.2020.31492.
- [12] World Health Organization (WHO), *WHO Model Prescribing Information: Drug Use in Bacterial Infection*. Geneva: WHO, 2003.
- [13] O. T. Antika, "Tingkatan komponen yang mempengaruhi kepatuhan penggunaan obat antibiotika pada pasien rawat jalan di Puskesmas Gamping Sleman Yogyakarta," Skripsi, Univ. Ahmad Dahlan, Yogyakarta, 2024.
- [14] Pemerintah Indonesia, *Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 24 Tahun 2021 tentang Pedoman Penggunaan Antibiotik*. Jakarta: Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, 2021.
- [15] D. W. Soewardikoen, *Metodologi Penelitian Desain Komunikasi Visual – Edisi Revisi*. Yogyakarta: PT Kanisius, 2021.

# Personifikasi Karakter Antibiotik dan Bakteri sebagai Strategi Edukasi Visual dalam Kampanye Sosial "Bijak Berantibiotik" di Puskesmas Wonokromo.docx

## ORIGINALITY REPORT

15%

SIMILARITY INDEX

12%

INTERNET SOURCES

8%

PUBLICATIONS

6%

STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

1	Submitted to Universitas 17 Agustus 1945 Semarang Student Paper	6%
2	journalcenter.org Internet Source	2%
3	www.kompasiana.com Internet Source	1%
4	repository.unika.ac.id Internet Source	1%
5	I Made Pranava Ishvara Deva, Ida Bagus Ketut Trinawindu, Alit Kumala Dewi. "KAMPANYE GERAKAN AYO KE MUSEUM YADNYA MELALUI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL OLEH DINAS KEBUDAYAAN KABUPATEN BADUNG", AMARASI: JURNAL DESAIN KOMUNIKASI VISUAL, 2020 Publication	1%
6	Wa Ode Arniati Safitri, Nurlina Nurlina, Risnajayanti Risnajayanti, Rohmiati Rohmiati. "Inovasi Membaca Permulaan melalui Media Kartu Kata Bergambar", Jurnal Obsesi : Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini, 2025 Publication	1%
7	www.advantagerehabsvc.com Internet Source	1%
8	Desy Ayu Krisna Murti, Tri Yuniastuti. "USULAN DESAIN PENATAAN LANSKAP PADUKUHAN JETHAK II, SIDOKARTO,	<1%

GODEAN, SLEMAN", Jurnal Ilmiah Padma Sri  
Kreshna, 2020

Publication

---

9	<a href="http://rsa.ugm.ac.id">rsa.ugm.ac.id</a> Internet Source	<1 %
10	<a href="http://eprints.dinus.ac.id">eprints.dinus.ac.id</a> Internet Source	<1 %
11	Anna Jannatun Naim, Nur Rahayuningsih, Risella Shafa Dhiyannisa, Dedeh Zahratul Fadilah, M. Rizky Raihan, Rifa Nuraulia. "Peningkatan Pemahaman Masyarakat Dusun Citeureup Mengenai Antibiotik Serta Upaya Dalam Pencegahan Resistensinya", Jurnal Kreativitas Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM), 2025 Publication	<1 %
12	<a href="http://archive.org">archive.org</a> Internet Source	<1 %
13	<a href="http://ejournal.rizaniamedia.com">ejournal.rizaniamedia.com</a> Internet Source	<1 %
14	<a href="http://englishlearningmedia.blogspot.com">englishlearningmedia.blogspot.com</a> Internet Source	<1 %
15	<a href="http://id.123dok.com">id.123dok.com</a> Internet Source	<1 %
16	<a href="http://kc.umn.ac.id">kc.umn.ac.id</a> Internet Source	<1 %
17	<a href="http://www.republika.co.id">www.republika.co.id</a> Internet Source	<1 %

---

Exclude quotes  On

Exclude matches  Off

Exclude bibliography  On