

RANCANG FILTER AUGMENTED REALITY INSTAGRAM UNTUK EDUKASI KESEHATAN MENTAL DI KALA PANDEMI

Jihan Kausad¹, Anung Rachman², Asmoro Nurhadi³

¹ Mahasiswa Program Studi Desain Komunikasi Visual, ISI Surakarta

² Dosen Program Studi Desain Komunikasi Visual, ISI Surakarta

³ Dosen Program Studi Desain Komunikasi Visual, ISI Surakarta

ABSTRACT

Excessive anxiety can worsen the mental health of citizens and result in a decrease in their productivity in living life. Therefore, this research was conducted to educate the public on how important it is to encourage and support one another to maintain mental health in the face of a pandemic by using Instagram's augmented reality filter. However, the effectiveness of mental health education using Instagram's augmented reality filter is still unknown. The purpose of making this Instagram augmented reality filter is to make it easier to educate the public and reach a wider audience. The design method used for this research is the design thinking method. In this method there are 5 stages, namely empathize, define, ideate, prototype, and test. The reason for using this method is because the stages are very appropriate in conducting this research. The results show that this filter can be accepted by the community and the majority say that this filter is quite interesting to use.

Keywords: *augmented reality, mental health, spark ar*

ABSTRAK

Kecemasan yang berlebihan dapat memperburuk kesehatan mental warga dan berakibat menurunnya produktivitas mereka dalam menjalani hidup. Maka dari itu penelitian ini dilakukan untuk mengedukasi masyarakat betapa pentingnya saling memberi semangat dan support satu dengan lainnya untuk menjaga kesehatan mental dalam menghadapi pandemi dengan menggunakan *filter augmented reality* Instagram. Namun tingkat keefektifan dari edukasi kesehatan mental dengan menggunakan *filter augmented reality* Instagram ini masih belum diketahui. Tujuan dibuatnya *filter augmented reality* Instagram ini adalah untuk mempermudah dalam mengedukasi masyarakat dan menjangkau lebih luas lagi. Metode desain yang digunakan untuk penelitian ini adalah metode *design thinking*. Di dalam metode ini terdapat 5 tahapan yaitu *empathize, define, ideate, prototype, dan test*. Alasan penggunaan metode ini adalah karena tahapan-tahapannya sangat sesuai dalam melakukan penelitian ini. Hasil menunjukkan bahwa *filter* ini dapat diterima oleh masyarakat dan Mayoritas mengatakan bahwa *filter* ini cukup menarik untuk digunakan.

Kata kunci: *augmented reality, kesehatan mental, spark ar*

1. PENDAHULUAN

Kesehatan mental merupakan sebuah gangguan yang menyerang kejiwaan atau psikis. Berdasarkan UU Nomor 18 tahun 2014, kesehatan mental merupakan suatu kondisi dimana seorang individu berkembang secara mental, fisik, sosial, dan spiritual sehingga individu tersebut menyadari dan mengetahui kemampuan yang dimiliki oleh dirinya sendiri untuk menghadapi tekanan, produktif dalam bekerja, dan dapat memberikan keikutsertaannya untuk komunitasnya sendiri (Duriana Wijaya et al., 2019). Jika dilihat dari penjabaran tersebut, berarti kesehatan mental sangatlah penting untuk menentukan sebuah produktivitas dari suatu bangsa.

Kesadaran masyarakat akan pentingnya kesehatan mental harus segera ditingkatkan lagi mengingat prevalensi orang yang terkena gangguan kejiwaan di Indonesia sangat banyak dan mengalami peningkatan. Di negara Indonesia ini juga sudah cukup banyak layanan kesehatan mental yang bisa kita datangi, bahkan kini juga terdapat aplikasi yang menyediakan layanan kesehatan mental agar orang-orang yang menderita gangguan mental dapat menghubungi layanan kesehatan dengan lebih mudah. Namun penggunaan layanan kesehatan mental di Indonesia tidak bisa digunakan secara maksimal dan terhalang oleh sesuatu yang disebut dengan *stigma*. *Stigma* merupakan sebuah persepsi/pandangan negatif yang bisa datang dari lingkungan masyarakat maupun dari individu yang menderita gangguan mental itu sendiri. Karena *stigma* dari

masyarakat yang dilontarkan kepada orang yang menderita gangguan mental, akhirnya orang yang menderita gangguan mental tersebut juga ikut terpengaruh dan menganggap bahwa dirinya sendiri tidak berguna (Soebiantoro, 2017). Berbagai gerakan untuk mengedukasi masyarakat tentang pentingnya kesehatan mental dilaksanakan agar *stigma* tersebut dapat hilang. Salah satu penelitian juga menunjukkan bahwa anak remaja menuju dewasa memiliki literasi terhadap kesehatan mental yang lebih tinggi dari yang lain. Hal ini dapat mempermudah mereka untuk jauh lebih aktif dalam mencari bantuan perihal kesehatan mental (Fuady et al., 2019). Namun pada tahun 2019 masalah baru pun datang yaitu munculnya wabah *Covid-19* yang sama sekali tidak terduga. Wabah baru yang muncul dan membunuh banyak manusia di seluruh penjuru dunia membuat warga menjadi sangat cemas dan panik.

Kecemasan merupakan sebuah respon yang muncul karena situasi tertentu yang dapat mengancam, dan hal ini sangatlah normal terjadi (Mey et al., 2021). Kecemasan ini muncul karena berbagai alasan diantaranya karena takut tertular covid, tidak diperbolehkan keluar, kegiatan sangat dibatasi, ekonomi yang semakin menipis karena kurangnya pendapatan akibat wabah pandemi Covid-19. Kecemasan yang berlebihan dapat memperburuk kesehatan mental warga. Selain itu, karena wabah pandemi ini anak-anak dan remaja yang bersekolah juga mengalami perubahan yang tadinya kegiatan belajar mengajar dilaksanakan di sekolah namun

sekarang harus dilaksanakan di rumah (Prasetyo & Kunci, 2021). Karena kecemasan dan efek pandemi yang berkepanjangan ini warga mulai tidak merasakan semangat lagi untuk menghadapi wabah ini dan hal tersebut dapat menurunkan *metabolisme* tubuh mereka. Maka dibuatlah *filter augmented reality instagram* ini.

Setelah dibandingkan beberapa penelitian, pada bagian analisis dan hasil dari kelima jurnal ini sama-sama menggunakan *augmented reality* sebagai penelitiannya. Beberapa diantaranya menggunakan aplikasi *spark AR* yang sama yang kemudian dipublikasikan ke *Instagram*. Penulis (Putra, 2020) yang menunjukkan bagaimana proses kerja dan hasil yang didapatkan oleh penulis dari perancangan *filter Instagram augmented reality* dengan metode *face mask* menunjukkan hasil bahwa *filter* yang telah dipublikasikan, dilihat oleh pengguna *Instagram* sebanyak 52.200 kali, dibuka 8.800 kali, dan digunakan sekitar 2.000 kali. Sedangkan penulis (Sufiatmi & Astriani, 2020) yang membuat *virtual make-up trial* dengan *filter Instagram augmented reality* menggunakan *spark AR* menunjukkan hasil bahwa *virtual make-up* nya cocok diterapkan ke bentuk *filter Instagram augmented reality* dengan nilai data 84%. Kemudian penulis (Baharuddin & Kusuma, 2021) yang membuat *filter Instagram augmented reality BPAC* (Basic Physical Activity Challenge) mendapatkan hasil bahwa *Instagram* merupakan salah satu aplikasi yang sering digunakan oleh masyarakat dan sangat aktif menggunakannya dalam segala keperluan mereka. Dari ketiga penulis tadi dapat dilihat

bahwa *Instagram* memiliki kelebihan dalam hal mempublikasikan.

Penulis (Bowers, 1998) yang memperkenalkan sebuah pakaian adat tontemboan dengan menggunakan *augmented reality* meskipun tidak menggunakan *spark AR* dan diunggah di *Instagram* menunjukkan hasil yang lumayan memuaskan dan lebih efektif. Begitu pula dengan penulis (Irawan, 2020) yang membuat aplikasi edukasi sejarah situs warungboto dengan menggunakan *google maps* dan *augmented reality* di *android* juga menunjukkan hasil yang bagus karena bangunan yang ditunjukkan oleh *augmented reality* tersebut juga tersisip informasi terkait bangunan tersebut.

Namun masih belum diketahui apakah dengan menggunakan *filter augmented reality* di *Instagram* dapat mempermudah dan memperluas edukasi kesehatan mental serta tingkat keefektifan edukasi kesehatan mental dengan menggunakan *filter augmented reality* di *Instagram*. Maka dari itu penelitian ini dilakukan untuk mengedukasi masyarakat betapa pentingnya saling memberi semangat dan support satu dengan lainnya untuk menjaga kesehatan mental dalam menghadapi wabah pandemi *Covid-19* dengan menggunakan *filter augmented reality* di *Instagram*.

2. METODE

Desain Penelitian

Metode desain yang digunakan untuk penelitian ini adalah metode *design thinking*. Metode *design thinking* ini fokus pada penyelesaian masalah pada *user* dan fokus pada

pembuatan produk yang sangat inovatif (Oleh & Hidayat, 2020). Metode ini sendiri sudah dipopulerkan oleh David Kelley dan tim brown yang merupakan pendiri dari IDEO- yaitu sebuah konsultan desain yang membuat desain produk yang inovatif (Nurfirmanayah et al., 2020). *Design thinking* pada umumnya merupakan metode analisis yang melibatkan seseorang untuk melakukan sebuah eksperimen, membuat model, membuat *prototype* untuk mengumpulkan pendapat dari pengguna lalu mendesain ulang kembali (Ramadhan et al., 2019). Namun di penelitian kali ini metode ini akan digunakan dan disesuaikan dengan penelitian yang sedang dijalankan. Di dalam metode ini terdapat 5 tahapan yaitu *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test*.

a. *Empathize*

Merupakan tahapan yang dilakukan dengan observasi agar mendapatkan pemahaman dari topik permasalahan yang diambil. Tujuan dari tahapan ini adalah memiliki sebuah pemahaman empati atau pemahaman pribadi yang jauh lebih jelas tentang topik permasalahan (Mucjal et al., 2021).

b. *Define*

Setelah memahami, kemudian informasi yang telah didapatkan pada fase *empathize* dikumpulkan (Fariyanto & Ulum, 2021).

c. *Ideate*

Tahap ini dilakukan setelah melalui tahap sebelumnya, yaitu menghasilkan ide. Tahap ini

sangatlah penting untuk mengumpulkan ide-ide agar dapat menemukan solusi permasalahan yang tepat, kemudian ide tersebut disaring hingga menemukan ide yang paten.

d. *Prototype*

Tahap ini merupakan tahap membuat eksperimen. Eksperimen ini dilakukan untuk menemukan hasil yang lebih baik.

e. *Test*

Tahap ini merupakan tahap yang terakhir. Pada tahap ini akan dilakukan uji coba langsung ke pengguna.

Periklanan Digital

Periklanan *Digital* ini mengajarkan untuk dapat memahami, meningkatkan sebuah periklanan dan pengaplikasian dengan mempromosikan merek, membangun sebuah preferensi dan promosi di berbagai macam media atau teknologi digital untuk menjangkau konsumen lebih cepat dan lebih jauh lagi. Periklanan *Digital* juga memadukan antara praktek dan penulisan ilmiah. Praktek yang dilakukan adalah pembuatan *augmented reality*. *Augmented reality* merupakan sebuah terobosan yang baru baru ini digunakan dalam interaksi. Penggunaan *augmented reality* ini sangat membantu dalam menyampaikan informasi kepada para penggunanya.

Filter augmented reality Instagram

Objek atau proyek yang dikerjakan dalam penelitian ini adalah pembuatan *filter augmented reality Instagram*. Topik yang akan diangkat

untuk pembuatan *filter* ini adalah tentang kesehatan mental di masa pandemi yang akhir-akhir ini masih terjadi. Alasan dibuatnya *filter augmented reality* ini adalah informasi dari topik yang akan diangkat akan mudah dipahami oleh masyarakat dan sangat sesuai untuk diterapkan di era modern ini. Kemudian dipilihnya Instagram sebagai tempat publikasi *filter augmented reality* ini adalah karena dengan dipublikasikan disana, *filter* ini akan semakin mudah dijangkau dan tersebar dengan cepat di masyarakat.

Spark AR Studio

Dalam pembuatan *filter augmented reality* ini dibutuhkan aplikasi yang mendukung yaitu *Spark AR Studio*. *Spark AR Studio* merupakan aplikasi khusus yang dibuat untuk membuat *filter augmented reality* yang akan dibuat. Semua *filter* yang ada di Instagram maupun Facebook semuanya dibuat menggunakan aplikasi *Spark AR Studio*. Selain aplikasinya yang gratis, *Spark AR Studio* ini juga sangat mudah untuk digunakan dan mudah untuk dipahami oleh seorang pemula yang ingin membuat *augmented reality*.

Augmented Reality

Augmented reality merupakan teknologi canggih yang digunakan untuk menambah *computer generated content* ke dunia nyata di lokasi yang sudah ditentukan saat pembuatannya. *Augmented reality* ini selain muncul di dunia nyata juga bisa ditambahkan *digital content* animasi, baik 2D maupun 3D ke dunia nyata. Pada *augmented reality* ini juga dapat

ditambahkan informasi seputar hal yang dijadikan nyata (Kindangen et al., 2020). Di era modern ini, *augmented reality* semakin sering digunakan untuk mempermudah penyampaian visual dan informasi. *Augmented reality* juga dinilai jauh lebih efektif dalam menyampaikan informasi tertentu.

Warna

Warna merupakan bagian yang penting untuk menunjukkan sebuah emosi dan ekspresi. Dengan memilih warna yang sesuai, warna tersebut dapat menunjukkan emosi yang diinginkan (Sari & Husain, 2019). Dengan warna pula dapat menyampaikan sebuah informasi yang ingin disampaikan. Agar sebuah desain jadi terlihat menarik, diperlukan kombinasi-kombinasi warna yang akurat dan tepat, dengan begitu sebuah desain menjadi tidak terlihat membosankan dan enak untuk dilihat. Warna terbagi menjadi 4 yaitu warna *primer*, *sekunder*, *tersier*, dan *netral* (Nurdini et al., 2018).

a) *Warna primer*

Warna primer merupakan warna yang tidak tercampur oleh warna-warna lain dan merupakan warna dasar. Warna yang termasuk golongan warna primer adalah warna merah, kuning, dan biru.

b) *Warna sekunder*

Warna sekunder merupakan campuran dari dua warna primer dengan perbandingan 1 : 1. Warna yang termasuk warna sekunder adalah jingga yang merupakan gabungan dari merah dan kuning, kemudian warna ungu yang merupakan gabungan dari merah

dan biru, lalu yang terakhir adalah warna hijau yang merupakan gabungan dari biru dan kuning.

c) *Warna tersier*

Warna tersier ini merupakan gabungan dari warna primer dan sekunder.

d) *Warna netral*

Warna netral merupakan hasil campuran dari ketiga warna dasar dengan perbandingan 1 : 1 : 1. Campuran ini akan menghasilkan warna putih atau warna seperti kelabu di dalam warna cahaya aditif. Sedangkan warna subtraktif di pigmen atau pada cat akan menghasilkan warna seperti coklat, warna kelabu dan warna hitam.

Typography

Pada umumnya, *typography* dipahami sebagai keilmuan, kerajinan, dan seni yang terdiri dari pengaturan huruf di dalam sebuah format, medium, atau di bidang tertentu. *Typography* ini dipahami sebagai keilmuan yang fokus terhadap apa yang terlihat indah dan apa yang terlihat berfungsi (Hananto, 2021). Menurut Kartono dan Sembiring, *typography* adalah sebuah sarana komunikasi visual yang dinilai begitu berarti bagi manusia, dan huruf yang terdapat di *typography* merupakan saksi yang menceritakan dan menjelaskan sebuah peradaban manusia selama berabad-abad (Kembaren et al., 2020). *Typography* merupakan salah satu jenis elemen yang sangat penting di dalam sebuah desain karena dapat mempengaruhi keindahan dan

informasi pesan yang ingin disampaikan.

3. HASIL PENELITIAN

a. Empathize

Pada tahapan pertama ini dilakukan pengamatan dan observasi permasalahan yang sedang terjadi di sekitar. Karena saat ini sedang terjadi wabah pandemi Covid-19, maka topik yang akan diambil berhubungan dengan hal tersebut. Karena wabah yang sudah berlangsung sekitar 2 tahun lebih dan tidak kian menurun, meskipun masyarakat mulai terbiasa dengan wabah ini, namun kecemasan dan ketakutan mereka akan wabah ini masih tetap ada. Karena wabah ini pula masyarakat juga mengalami penurunan ekonomi dan lain-lain yang mengakibatkan kecemasannya semakin bertambah. Kecemasan yang berlebihan dapat mengakibatkan stress yang membuat tingkat produktivitas masyarakat jadi menurun dan hal ini sangatlah tidak bagus karena turunya semangat dan produktivitas mereka juga akan berpengaruh kedepannya nanti.

b. Define

Dari hasil observasi tersebut, telah ditemukan beberapa masalah yaitu wabah pandemi Covid-19, kecemasan yang berakibat stress, penurunan semangat dan produktivitas masyarakat. Dari permasalahan tersebut dapat disaring menjadi topik permasalahan yaitu tentang

edukasi kesehatan mental di masa pandemi. Dengan melakukan edukasi kesehatan mental, diharapkan tingkat produktivitas masyarakat menjadi meningkat dan kembalinya semangat dalam menjalani kesehariannya lagi.

c. Ideate

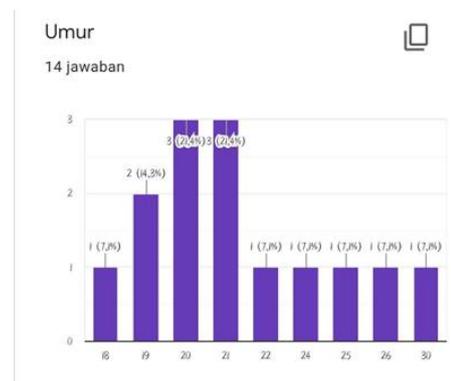
Setelah melewati tahap sebelumnya, mulailah tahap pencarian ide. Dalam penelitian kali ini, topik permasalahan yang sudah ditentukan akan dibuat menjadi filter augmented reality Instagram. Dengan dibuatnya filter augmented reality Instagram, masyarakat dapat menjangkaunya dengan sangat mudah dan akan tersebar secara luas.

d. Prototype

Pada tahap ini mulailah melakukan eksperimen pembuatan filter augmented reality Instagram ini sebagai contoh dan mencari penentuan hasil paten yang dicari. Eksperimen ini dilakukan dengan percobaan pembuatan filter sebagai latihan awal dan pencarian ide untuk hasil akhirnya nanti dengan menggunakan aplikasi Spark AR Studio yang telah disediakan. Aplikasi Spark AR Studio ini sangat mudah digunakan oleh para pemula yang ingin membuat augmented reality. Selain mudah, aplikasi ini juga gratis. Walaupun hanya berupa contoh atau uji coba sebelum publikasi, namun pembuatan prototype ini sangat penting demi menemukan hasil yang lebih memuaskan dan sesuai dengan topik permasalahan yang diambil dalam penelitian ini.

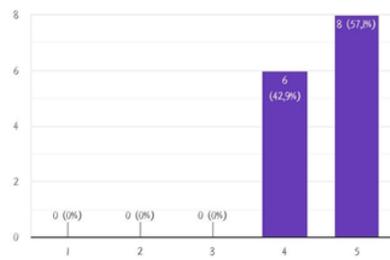
e. Test

Setelah melakukan eksperimen, pada tahap ini mulailah pembuatan hasil yang sudah dipatenkan saat melakukan eksperimen. Sebelum dipublikasikan, hasil filter tersebut perlu di uji coba dulu oleh pembuat lalu jika sudah merasa sempurna dan sesuai barulah mulai dipublikasikan ke media sosial Instagram agar dapat dicoba langsung oleh masyarakat. Setelah publikasi, dibuatlah sebuah kuesioner seputar filter augmented reality Instagram tersebut lalu disebarakan kepada masyarakat agar dapat mengumpulkan pendapat mereka tentang filter tersebut. Dari kuesioner yang sudah dibuat, terdapat beberapa data hasil penelitian.



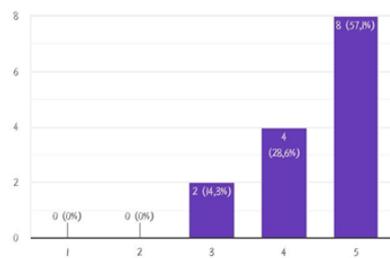
Apakah filter ini sudah sesuai dengan tema ?

14 jawaban



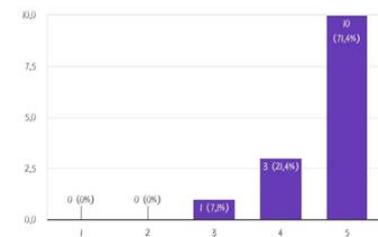
Apakah filter ini cukup menarik ?

14 jawaban



Apakah maksud dan tujuan pembuatan filter ini dapat dimengerti ?

14 jawaban



4. DISKUSI

Dari kuesioner yang dibuat, terdapat 14 orang yang sudah mencoba dan mengisi kuesioner ini dalam kurun waktu sehari setelah publikasi filter. Dapat dilihat bahwa rata-rata orang-orang yang menggunakan filter ini adalah anak remaja sekitar kurang lebih umur 20 tahunan, kemudian ada juga yang berumur hingga 30

tahunan ikut mengisi kuesioner ini dan melakukan uji coba filter tersebut. Data ini menunjukkan bahwa orang yang aktif di sosial media rata-rata adalah anak remaja dan dewasa.

Kemudian pada gambar 2 menunjukkan bahwa filter ini dari angka 1 hingga 5, semuanya memberi nilai 4 dan 5. Hal itu menandakan bahwa filter ini sudah sesuai dengan tema dan topik permasalahan yang diangkat. Pada gambar 3 juga menunjukkan bahwa filter ini juga mudah untuk dimengerti oleh orang-orang dengan pemberian nilai sekitar 3 sampai 5. Pada data di gambar 4 juga menunjukkan bahwa filter ini cukup menarik untuk digunakan dengan pemberian nilai sekitar 3 sampai 5. Selain data-data tersebut, orang-orang juga memberikan saran mereka tentang filter ini yang dapat dipakai untuk evaluasi kembali filter augmented reality Instagram ini. Dari hasil dan data tersebut menunjukkan bahwa filter ini cukup berjalan sukses dan diterima masyarakat. Dari hasil dan data tersebut menunjukkan bahwa filter ini cukup berjalan sukses dan diterima masyarakat.

5. SIMPULAN

Filter augmented reality Instagram yang dibuat dengan menggunakan metode design thinking dapat mempermudah dan memperluas edukasi kesehatan mental. Filter augmented reality Instagram yang dipublikasikan di media sosial Instagram juga sangat efektif dan dapat dijangkau oleh banyak orang dengan mendapat tanggapan yang

tinggi. Filter augmented reality Instagram yang dipublikasikan dinilai dapat menarik orang-orang untuk menggunakan filter tersebut.

DAFTAR ACUAN

- Baharuddin, A., & Kusuma, D. A. (2021). Perancangan BPAC (Basic Physical Activity Challenge) Berbasis Efek Intagram Untuk Pengguna Smartphone. *Jurnal Prestasi Olahraga*, 149–155.
- Bowers, S. P. (1998). Predicting success in early childhood teacher education programs. *Journal of Early Childhood Teacher Education*, 19(3), 227–233.
<https://doi.org/10.1080/0163638980190306>
- Duriana Wijaya, Y., Psi, M., Puskesmas, P., Baru, K., & Dki, J. (2019). Kesehatan Mental di Indonesia : Kini dan Nanti. *Buletin Jagaddhita*, 1(1), 1–4.
<https://buletin.jagaddhita.org/es/publications/276147/>
- Fariyanto, F., & Ulum, F. (2021). Perancangan Aplikasi Pemilihan Kepala Desa Dengan Metode Ux Design Thinking (Studi Kasus: Kampung Kuripan). *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi (JTSI)*, 2(2), 52–60.
<http://jim.teknokrat.ac.id/index.php/JTSI>
- Fuady, I. A., Puji, R., As-Sahih, A. A., Muhiddin, S., & Sumantri, M. A. (2019). Trend Literasi Kesehatan Mental Trend of Mental Health Literacy. *Jurnal Magister Psikologi UMA*, 11(1), 12–20.
- Hananto, B. A. (2021). *DASAR SECARA DARING Foundational Typography Course Adjustments to Online Education Format*. 4, 26–34.
- Irawan, H. (2020). *Aplikasi Edukasi Sejarah Situs Warungboto Menggunakan Augmented Reality Dan Google Maps Api Berbasis Android*.
<https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/23552>
- Kembaren, Y. A., Kartono, G., & Mesra, M. (2020). Analisis Karya Poster Berdasarkan Unity, Layout, Tipografi, Dan Warna. *Gorga : Jurnal Seni Rupa*, 9(1), 121.
<https://doi.org/10.24114/gr.v9i1.18187>
- Kindangen, K., Paseru, D., & Sumampouw, M. (2020). Pembuatan Aplikasi Augmented Reality “Metamorfosis Hewan.” *Jurnal Ilmiah Realtech*, 16(1), 25–31.
<https://doi.org/10.52159/realtech.v16i1.130>
- Mey, D., Tosepu, R., & Kaimuddin, S. M. (2021). Edukasi Kesehatan Mental dalam menghadapi Pandemi Covid-19 di Kelurahan Tobimeita Kota Kendari. *Journal of Community Engagement*, 01(01), 9–15.
- Mucjal, A. A., Mahardhika, G. P., & Suranto, B. (2021). Perancangan Ivent : Aplikasi berbasis Android dengan pendekatan Design Thinking. *Automata*, 2.1.
<https://journal.uui.ac.id/AUTOM>

ATA/article/view/17366

- Nurdini, N., Wardani, W. G. widya, & Saptodewo, F. (2018). Implementasi Warna pada Sampul Buku Cerita Bergambar Legenda Ciujung dan Ciberang. *Visual Heritage: Jurnal Kreasi Seni Dan Budaya*, 1(01), 69–77. <https://doi.org/10.30998/vh.v1i01.17>
- Nurfirmsyah, N., Yuniarti, R., & Komarudin, A. (2020). Game Simulasi Perakitan Rangkaian Elektronika Dasar Untuk Siswa Smk Kelas X Berteknologi Mobile Augmented Reality. *JUMANJI (Jurnal Masyarakat Informatika Unjani)*, 4(01), 1. <https://doi.org/10.26874/jumanji.v4i01.69>
- Oleh, D., & Hidayat, R. (2020). *Penerapan Design Thinking Dalam Pembuatan Portal Esport Arenasia*.
- Prasetyo, A. E., & Kunci, K. (2021). *Edukasi mental health awareness sebagai upaya untuk merawat kesehatan mental remaja dimasa pandemi mental health awareness education as an effort to treat the mental health of adolescents during pandemic*. 2(2), 261–269.
- Putra, I. K. A. M. (2020). Perancangan Filter Instagram Berbasis Augmented Reality Dengan Face Mask Spark AR Pada Akun New Media College. *Jurnal Teknologi Informasi Dan Komputer*, 6(3), 391–398.
- Ramadhan, K., Umaroh, S., & Zainal, A. (2019). *Jurnal Nasional Teknologi dan Sistem Informasi Perancangan Interaksi Antarmuka Website Sebaran COVID19 Menggunakan Metode Design Thinking dengan Usability Testing*.
- Sari, B. P., & Husain, M. S. (2019). *BRANDING DESTINASI WISATA Perancangan ini bertujuan untuk memberikan citra atau brand pada pariwisata Kabupaten Maros agar dapat lebih dikenali dan menarik perhatian audiens serta mempermudah identifikasi dan mengkomunikasikan keunggulan wisata yang dimil*.
- Soebiantoro, J. (2017). Pengaruh Edukasi Kesehatan Mental Intensif Terhadap Stigma pada Pengguna Layanan Kesehatan Mental. *INSAN Jurnal Psikologi Dan Kesehatan Mental*, 2(1), 1. <https://doi.org/10.20473/jpkm.v2i12017.1-21>
- Sufiatmi, & Astriani, D. (2020). The Use Of Augmented Reality In a Virtual Make-Up Trial Application. *E-Proceeding of Applied Science*, 6(2), 4077–4088.