



PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL TENTANG BAHAYA MEROKOK SAAT BERKENDARA UNTUK MENINGKATKAN PERUBAHAN PERILAKU PENGENDARA DI KOTA BATAM

Stella¹, Tommy Andra Gunawan², Meuthia Ramadhani Archam³

^{1,2,3} *Desain Komunikasi Visual, Fakultas Teknologi Informasi, Institut Teknologi Batam*

Jl. Tiban Baru, Kec. Sekupang, Kota Batam, Kepulauan Riau.

Email : 12123030@student.iteba.ac.id, tommy@iteba.ac.id, meuthia@iteba.ac.id

Abstrak :

Merokok saat berkendara membahayakan keselamatan karena mengganggu konsentrasi serta menimbulkan paparan asap dan abu rokok bagi pengguna jalan lain. Di Kota Batam, 27,80% penduduk usia 15 tahun ke atas merupakan perokok aktif. Meski dilarang dalam UU LLAJ Pasal 106 Ayat 1 dan Pasal 283, perilaku ini masih sering terjadi. Penelitian menggunakan mixed methods dengan desain Exploratory Sequential, menggabungkan wawancara, observasi, dan kuesioner terhadap 55 responden. Hasil menunjukkan 81,8% responden merupakan perokok aktif dan 67,3% belum pernah mendapat informasi atau kampanye terkait bahaya merokok saat berkendara. Berdasarkan temuan tersebut, dirancang kampanye sosial berbasis komunikasi visual dengan media utama berupa iklan layanan masyarakat pada videotron, didukung poster, baliho, X-banner, dan media sosial. Kampanye dikemas secara emosional dan informatif dengan tagline "Matikan Rokok, Nyalakan Keselamatan" untuk mendorong perubahan perilaku berkendara yang lebih aman dan sehat di Kota Batam.

Kata kunci: kampanye sosial, keselamatan, lalu lintas, persuasi, rokok

Abstract :

Smoking while driving endangers safety by disrupting concentration and exposing others to smoke and ash. In Batam City, 27.80% of residents aged 15 and above are active smokers. Although prohibited under Articles 106 and 283 of the Road Traffic and Transport Law, this behavior remains common. The study employs a mixed methods Exploratory Sequential design combining interviews, observations, and questionnaires administered to 55 respondents. Results show that 81.8% of respondents are active smokers and 67.3% have never received information or campaigns about the dangers of smoking while driving. A visual communication social campaign was designed, using a public service announcement on LED videotron screens as the primary medium, supported by posters, billboards, X-banners, and social media. The campaign, themed "Matikan Rokok, Nyalakan Keselamatan" (Extinguish Cigarettes, Ignite Safety), aims to raise awareness and promote safe driving behavior in Batam City.

Keywords: social campaign, safety, driving, traffic safety, persuasion, smoking..

LATAR BELAKANG

Merokok merupakan masalah kesehatan masyarakat serius di Indonesia dan menjadi faktor risiko utama berbagai penyakit kronis seperti kanker, gangguan jantung, dan pernapasan (Suwandi et al., 2025). Berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 19 Tahun 2003, rokok adalah produk olahan tembakau yang mengandung nikotin dan tar (Khazanah, 2019). Aktivitas merokok menghasilkan asap berbahaya, di mana perokok pasif justru menyerap sekitar 75% zat beracun, tiga kali lebih banyak dibanding perokok aktif (Buleleng, 2021).

Data Survei Kesehatan Indonesia (SKI) 2023 menunjukkan jumlah perokok aktif mencapai 70 juta orang (Rokom, 2024). WHO mencatat 40% perokok Indonesia berasal dari kalangan ekonomi menengah ke bawah, dengan 46,8% laki-laki dan 3,1% perempuan (Fitria, 2024). Di Provinsi Kepulauan Riau, prevalensi merokok usia 25–34 tahun meningkat dari 26,93% pada 2021 menjadi 32,60% pada 2023 (BPS, 2024).

Peningkatan tersebut turut memperburuk fenomena merokok saat berkendara. Data Kementerian Perhubungan menyebutkan sekitar 30% kecelakaan lalu lintas disebabkan terganggunya konsentrasi, salah satunya akibat merokok (SMCCU UNESA, 2024). Berdasarkan UU LLAJ Pasal 106 Ayat 1 dan Pasal 283, pengemudi wajib berkendara dengan penuh konsentrasi, dan pelanggaran dapat dipidana hingga tiga bulan atau denda Rp750.000 (Ditlantas DIY, 2025). Berbagai kasus menunjukkan bahaya merokok saat berkendara, seperti abu rokok yang menyebabkan iritasi mata dan kecelakaan (Asyari, 2019; Hanan, 2020; Nabila, 2024). Berdasarkan UU LLAJ Pasal 106 Ayat 1 dan Pasal 283, pengemudi wajib berkendara dengan penuh konsentrasi, dan pelanggaran dapat dipidana hingga tiga bulan atau denda Rp750.000 (Ditlantas DIY, 2025).

Berbagai kasus menunjukkan bahaya merokok di jalan, seperti abu rokok yang menyebabkan iritasi mata dan kecelakaan (Asyari, 2019; Hanan, 2020; Nabila, 2024). Kasus di Batam dan daerah lain memperlihatkan bahwa

kebiasaan ini tidak hanya membahayakan perokok, tetapi juga pengguna jalan lain. Karena itu, diperlukan kampanye sosial yang intensif untuk meningkatkan kesadaran bahaya merokok saat berkendara. Kampanye sosial efektif menyampaikan pesan pencegahan dan mendorong perubahan perilaku melalui pendekatan visual, verbal, dan emosional (Pratama, Wirasari, & Nurbani, 2021). Tujuannya ialah membangun perilaku berkendara yang lebih aman, sehat, dan beretika di Kota Batam. Dengan meningkatnya kesadaran masyarakat, diharapkan tercipta lingkungan lalu lintas yang tertib, sehat, dan berkelanjutan.

METODE PERANCANGAN

Penelitian ini menggunakan metode mixed methods research, yaitu pendekatan yang menggabungkan data kualitatif dan kuantitatif untuk memperoleh hasil yang lebih komprehensif dan mendalam (Creswell, 2021; Humas UPI, 2021). Metode ini memungkinkan analisis yang lebih valid, reliabel, dan objektif karena kedua jenis data saling melengkapi (Azhari et al., 2023; Aulia, 2021). Terdapat empat tipe mixed methods, yaitu embedded, explanatory, exploratory, dan triangulation (Creswell, 2014). Penelitian ini menggunakan tipe Exploratory Sequential Design, yang diawali dengan pengumpulan data kualitatif melalui wawancara mendalam dan observasi lapangan, kemudian hasilnya dijadikan dasar penyusunan instrumen kuesioner.

Hasilnya kemudian dijadikan dasar dalam penyusunan instrumen kuantitatif berupa kuesioner untuk mengukur sejauh mana temuan kualitatif berlaku secara lebih luas. Kuesioner terdiri atas pertanyaan pilihan ganda, ya/tidak, serta skala Likert yang mengonversi data sikap dan persepsi menjadi bentuk numerik (Getrani, 2021). Pendekatan ini dinilai efisien karena dilakukan secara berurutan, membantu memperkuat temuan penelitian, serta menghasilkan pemahaman yang lebih akurat dan menyeluruh mengenai perilaku merokok saat berkendara (Unesa, 2024).

HASIL DAN DISKUSI

Dalam proses wawancara terhadap pengguna jalanan dan pihak kepolisian dapat dilihat bahwa perilaku merokok saat berkendara merupakan perilaku yang negatif dan dapat membahayakan banyak orang. Perilaku yang sering terjadi di Kota Batam ini menunjukkan bahwa narasumber merasa asap dan abu rokok sangat mengganggu bahkan membahayakan kesehatan. Para Narasumber baik dari korban serta pihak aparat kepolisian menyatakan bahwa perilaku merokok saat berkendara dapat meningkatkan risiko kecelakaan dan membahayakan kesehatan orang lain maupun diri sendiri. Kemudian implementasi terhadap aturan larangan merokok saat berkendara masih belum dijalankan secara maksimal karena kurang sosialisasi dan pengawasan khusus.



Gambar 1 Observasi perilaku merokok saat berkendara
Sumber: Penulis, 2025

Hasil analisis data dari proses observasi yang telah dilaksanakan di berbagai waktu dari pagi, siang, sore dan malam hari bahkan di hari kerja maupun di akhir pekan khususnya di jalan raya Kota Batam, menunjukkan

bahwa perilaku merokok saat berkendara merupakan kebiasaan yang rutin dilakukan oleh berbagai kalangan pengendara. Baik pengendara sepeda motor maupun mobil, pelaku tetap menjalankan aksinya tersebut. Termasuk pengemudi ojek daring, karyawan, anak remaja hingga orang dewasa juga tidak sadar bahwa kegiatan tersebut merupakan hal yang berbahaya. Dari hasil observasi dapat dilihat bahwa hal tersebut terjadi di berbagai titik ramai dan strategis di Kota Batam seperti lampu merah Kepri Mall, Simpang Lualan Madani, Jl. Gajah Mada, Simpang Kara, Sungai Jodoh, Batam Centre dan daerah Batam lainnya. Dalam kondisi lalu lintas yang padat pada jam-jam sibuk maupun dalam keadaan lancar, tetap ditemukan pengendara yang melakukan aktivitas merokok saat berkendara. Lokasi yang padat aktivitas seharusnya mendorong pengendara lebih waspada, namun justru menunjukkan bahwa masih banyak pengendara mengabaikan keselamatan, bahkan saat membawa penumpang. Observasi tersebut menunjukkan bahwa perilaku merokok saat berkendara telah menjadi kebiasaan umum yang dilakukan tanpa rasa bersalah, bahkan dalam kondisi dan tempat yang tidak sesuai.



Gambar 2 Diagram Lingkaran perokok aktif
Sumber: Penulis, 2025

Berdasarkan dari hasil kuesioner yang telah diisi oleh 55 responden, menunjukkan bahwa kebiasaan merokok saat berkendara di Kota Batam terbilang tinggi. Mendapatkan hasil 81,8% yang merupakan perokok aktif dan

lebih dari separuhnya mengaku pernah merokok saat mengemudi meskipun secara rutin maupun sesekali. Merokok saat berkendara dilakukan terutama pada saat macet, sendirian, atau dalam perjalanan jauh. Yang menunjukkan bahwa aktivitas ini sudah menjadi kebiasaan dan dipicu oleh kondisi tertentu. Sebagian besar responden sadar bahwa merokok saat berkendara dapat membahayakan keselamatan, namun para pelaku banyak yang merasa tidak takut akan resiko tersebut. Kemudian sebanyak 67,3% responden mengaku belum pernah menerima informasi atau kampanye mengenai bahaya merokok saat berkendara. Penerapan edukasi dan informasi terkait hal tersebut masih kurang didapatkan. Sebagai solusi, kampanye sosial dinilai penting untuk meningkatkan kesadaran. Media yang dianggap paling efektif adalah videotron di jalan dan media sosial, dengan pendekatan berupa visual kecelakaan atau sindiran kreatif. Kampanye ini berpotensi mengubah persepsi dan mengurangi kebiasaan merokok saat berkendara di kalangan masyarakat Batam.

HASIL PERANCANGAN

Tahap awal dalam perancangan sebuah kampanye sosial adalah menyiapkan strategi media yang efektif dan efisien agar pesan utama dapat diterima dengan baik dan dapat berdampak sesuai dengan tujuan utama tugas akhir. Dalam menyampaikan pesan bahayanya merokok saat berkendara maka penulis merancang sebuah video iklan layanan masyarakat berupa videotron yang ditayangkan di jalan raya sebagai media utama dalam kampanye sosial tersebut. Pemilihan media yang tepat sangat penting dalam menjangkau target audiens secara optimal. Sebagai alat yang dapat menyalurkan informasi, serta mengubah perilaku masyarakat dari fenomena tersebut. Pesan dalam kampanye sosial dirancang secara sederhana, emosional, dan mudah diingat

Creative Brief

a. Why are we advertising?

Perilaku merokok saat berkendara di Kota Batam masih tinggi dengan kesadaran rendah. Kampanye ini bertujuan mengubah perilaku masyarakat agar sadar risiko dan menciptakan lingkungan berkendara yang sehat.

b. Who are we talking to?

Target: dewasa 25–34 tahun (pelajar & pekerja) di Kota Batam. Mereka sibuk, cuek, dan menganggap merokok saat berkendara hal wajar. Kampanye ini menekankan bahayanya terhadap konsentrasi dan keselamatan.

c. What do we want them to think or do?

Think: Merokok saat berkendara berbahaya.

Feel: Takut dan peduli keselamatan.

Do: Berhenti merokok saat berkendara dan fokus mengemudi.

d. What should the advertising say?

Tagline: “Matikan Rokok, Nyalakan Keselamatan”

Hashtag: #JalanBebasAsap #AsapMuGanggu

e. Why should anyone believe it?

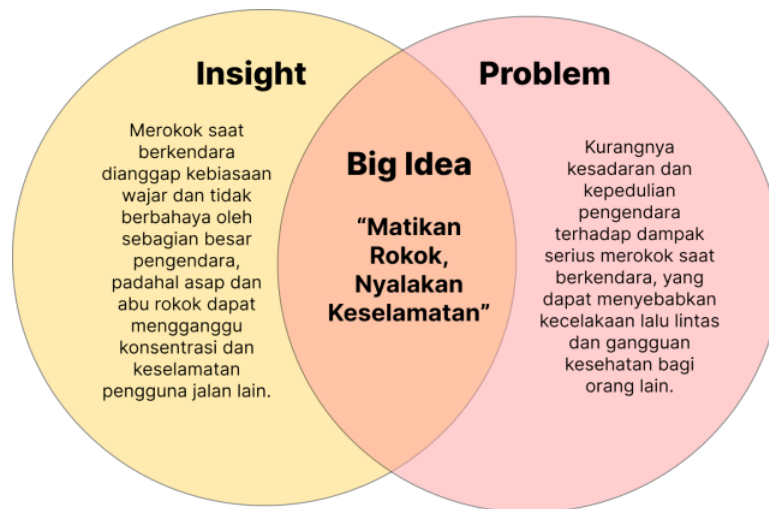
Didasarkan pada riset, fakta lapangan, dan dasar hukum yang menunjukkan bahaya serta dampak nyata merokok saat berkendara.

f. Tone and manner

Tegas, sarkas, dan emosional untuk menimbulkan empati serta kesadaran bahaya.

g. Executional considerations

Video 30 detik untuk videotron di lampu merah Kota Batam dengan visual realistis, bahasa tegas, dan efek suara dramatis.



Gambar 3 Diagram Venn Insight - Big Idea - Problem
Sumber: Penulis, 2025

Ide besar dari kampanye sosial tentang bahaya merokok saat berkendara yaitu "Matikan Rokok, Nyalakan Keselamatan" kata "Matikan" secara simbolik menegaskan tindakan langsung yang bisa dilakukan pengendara, sedangkan "Nyalakan Keselamatan" membangkitkan citra positif dan harapan perubahan perilaku.



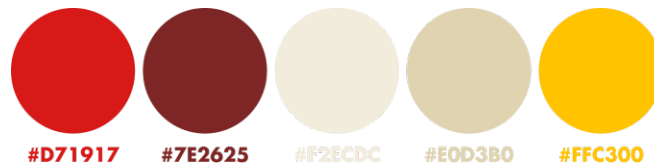
Gambar 4 Perancangan logo kampanye
Sumber: Penulis, 2025

Logo pada kampanye sosial tentang bahaya merokok saat berkendara ini berfungsi sebagai identitas visual utama kampanye, dan membantu untuk meningkatkan perubahan perilaku yang lebih positif terhadap masyarakat tentang isu sosial yang diangkat, dan membedakan kampanye tersebut dari yang lain. Logo kampanye dirancang sebagai identitas visual utama yang mencerminkan pesan "Matikan Rokok, Nyalakan Keselamatan". Secara semiotis, elemen visual pada logo mengintegrasikan ikon rokok yang disilang sebagai penanda larangan (sign of prohibition) dengan simbol nyala api keselamatan sebagai representasi harapan (Sobur, 2021). Pendekatan ini sejalan dengan prinsip desain tanda yang menekankan keterbacaan pesan secara instan pada media luar ruang (Rustan, 2020).

FUTURA
Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii
Jj Kk Ll Mm Oo Pp Qq Rr Ss
Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
1234567890

Gambar 5 Tipografi
Sumber: Penulis, 2025

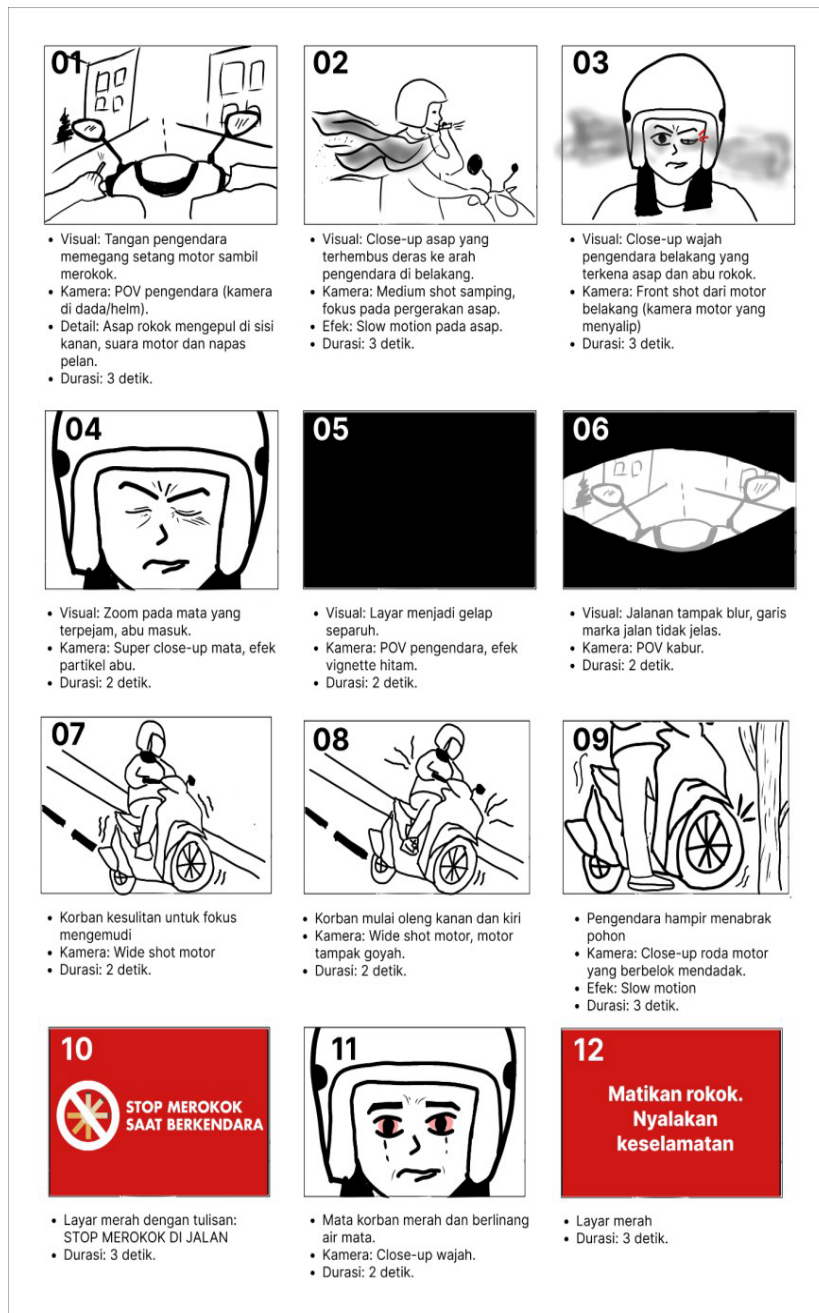
Dalam kampanye sosial yang dirancang ini maka memerlukan tipografi yang tegas dan mudah dibaca. Untuk mendukung proses kampanye sosial maka font "Futura" menjadi pilihan tepat karena font tersebut berjenis sans serif yang memiliki kesan tegas dan memiliki tingkat keterbacaan (readability) yang tinggi. Font Futura dipilih sebagai tipografi utama kampanye. Sebagai typeface sans-serif geometris, Futura memiliki karakteristik tegas, modern, dan tingkat keterbacaan (readability) yang tinggi pada berbagai ukuran tampilan (Samara, 2014). Hal ini sangat penting mengingat media utama berupa videotron harus dapat terbaca dengan jelas oleh pengendara dalam waktu singkat. Hierarki tipografi diterapkan untuk membedakan judul, body copy, dan informasi pendukung agar pesan tersampaikan secara efisien.



Gambar 6 Palet warna
Sumber: Penulis, 2025

Warna merah pada kampanye sosial ini memiliki arti untuk menonjolkan kesan tegas, peringatan dan urgensi. Warna Cream yang digunakan berfungsi memberikan kesan hangat dan menenangkan sehingga menimbulkan kesan dramatis dalam perancangan. Kemudian warna kuning melambangkan energi serta kewaspadaan yang menjadi warna pendukung untuk mengundang perhatian audiens. Perpaduan warna tersebut sangat seimbang sehingga dapat membantu menyampaikan pesan secara persuasif. dan membuat target sasaran menjadi waspada terhadap bahaya merokok saat berkendara.

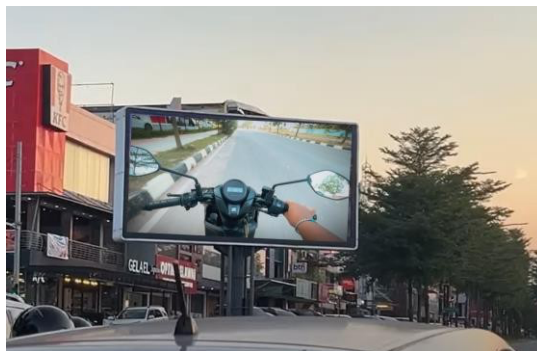
Kampanye sosial ini menggunakan media utama video iklan layanan masyarakat yang ditayangkan di videotron pada simpang lampu merah jalan Kota Batam karena media yang efisien dapat disaksikan oleh para pengendara.



Gambar 7 Storyboard
Sumber: Penulis, 2025

a. Hasil Perancangan Media Utama

Media utama kampanye adalah video iklan layanan masyarakat berdurasi 30 detik yang ditayangkan pada videotron di simpang lampu merah strategis Kota Batam. Pemilihan videotron sebagai media utama didasarkan pada hasil kuesioner yang menunjukkan bahwa media ini dipandang paling efektif oleh responden, sekaligus didukung oleh karakteristik audiens target yang sebagian besar merupakan pengendara aktif. Video dirancang dengan narasi visual yang memperlihatkan konsekuensi nyata merokok saat berkendara, diperkuat efek suara dramatis dan pesan verbal yang tegas.



Gambar 8 Hasil media utama
Sumber: Penulis, 2025

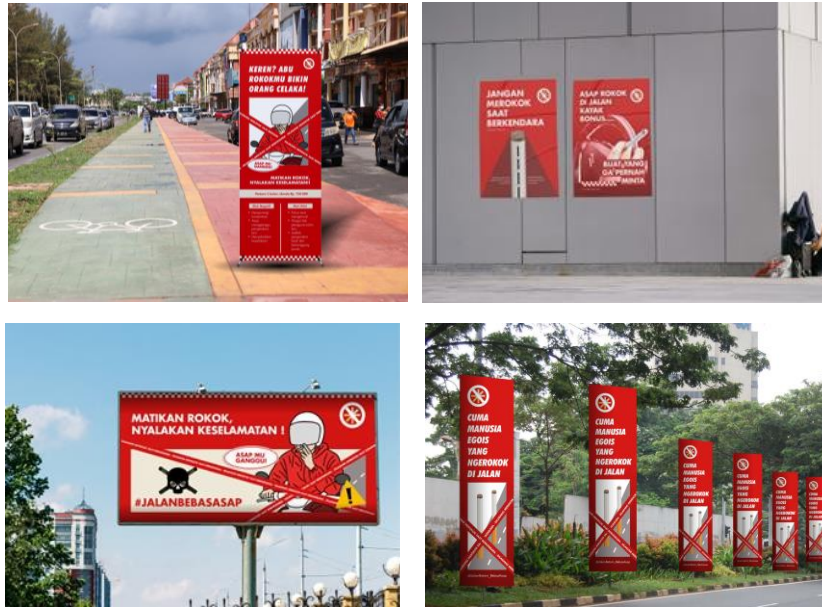
b. Hasil Perancangan Media pendukung

Dalam perancangan kampanye sosial tentang bahaya merokok saat berkendara khususnya di Kota Batam dengan usia 25-34 tahun maka media pendukung dalam perancangan ini yaitu sebagai berikut:

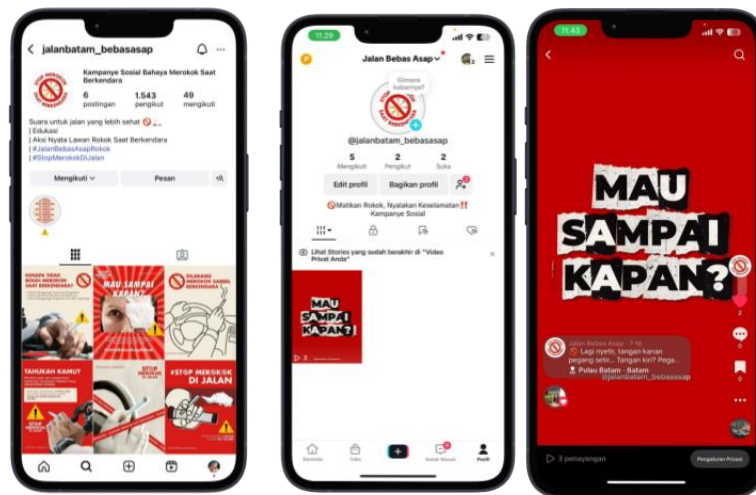
Tabel 1 Media pendukung
Sumber: Penulis, 2025

No.	Media	Jumlah
1	Baliho	1
2	Poster	1
3	X-Banner	1
4	Umbul-umbul	1
5	Flyer Infografis	1
6	Media Sosial (Instagram & Tiktok)	2
7	<i>Short Video</i> (untuk Media Sosial)	1
8	Logo	1
9	Botol Tumbler	1
10	Pin	1
11	Stiker	1
12	Baju & Jaket	2
13	<i>Tote bag</i>	1
14	Helm	1
15	Sarung Tangan	1
16	Gantungan kunci	1
17	Mug	1
18	Topi	1
19	Casing hp	2
20	Permen Rokok	1
21	Radio	1

Stella, Tommy Andra Gunawan, Meuthia Ramadhani Archam
 PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL TENTANG BAHAYA MEROKOK SAAT BERKENDARA
 PERUBAHAN PERILAKU PENGENDARA DI KOTA BATAM



Gambar 9 Hasil media luar
 Sumber: Penulis)



Gambar 10. Hasil media digital
 Sumber: Penulis)



Gambar 11. Hasil media pendukung
Sumber: Penulis, 2025



Gambar 12. Hasil media pendukung
Sumber: Penulis, 2025

SIMPULAN

Masalah merokok saat berkendara di Kota Batam merupakan isu kesehatan masyarakat yang serius, mengingat dampak negatif yang ditimbulkan baik bagi perokok itu sendiri maupun bagi pengguna jalan lainnya. Data menunjukkan peningkatan jumlah perokok di Indonesia, termasuk di Batam, yang turut berkontribusi pada perilaku merokok sembarangan saat berkendara. Hal ini dapat mengganggu konsentrasi pengemudi dan meningkatkan risiko kecelakaan lalu lintas, selain berbahaya bagi kesehatan perokok pasif.

Berdasarkan hasil wawancara, observasi, dan kuesioner yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa perilaku merokok saat berkendara di Kota Batam merupakan kebiasaan yang cukup tinggi dan berisiko. Wawancara

dengan pengguna jalan dan pihak kepolisian menunjukkan bahwa perilaku ini tidak hanya membahayakan pengendara itu sendiri tetapi juga orang lain di sekitar mereka. Hasil observasi menunjukkan bahwa kebiasaan ini terjadi secara rutin di berbagai titik strategis di Kota Batam baik jam sibuk maupun tidak dan dengan rasa tidak bersalah. Didukung oleh data kuesioner yang menunjukkan bahwa mayoritas responden sering terlibat dalam aktivitas tersebut, terutama dalam situasi tertentu seperti kemacetan atau perjalanan jauh. Meskipun sebagian besar responden sadar akan bahaya merokok saat berkendara, namun banyak yang tidak merasa takut akan risikonya. Selain itu, mayoritas responden mengaku belum pernah mendapatkan informasi atau kampanye mengenai hal ini, menandakan adanya kurangnya sosialisasi yang efektif.

Oleh karena itu, upaya untuk meningkatkan perubahan perilaku yang lebih positif terhadap masyarakat akan bahaya merokok saat berkendara sangat penting. Perancangan kampanye sosial yang efektif dapat menjadi solusi strategis untuk menyampaikan pesan edukatif tentang bahaya merokok sambil berkendara. Perancangan ini bertujuan untuk meningkatkan perubahan perilaku yang lebih positif terhadap masyarakat mengenai dampak negatif dari perilaku tersebut. Kampanye ini dirancang dengan pendekatan yang tegas dan emosional untuk mengubah pola pikir pengendara. Media utama yang digunakan dalam kampanye ini adalah videotron yang terpasang di jalan raya Batam, yang menjadi titik fokus untuk menjangkau pengendara secara langsung dan menyampaikan pesan secara instan melalui video. Selain itu, media pendukung digital seperti sosial media (Instagram dan TikTok) dan media cetak seperti poster, flyer, baliho, baju, jaket, tas, stiker dan lain lain juga digunakan untuk memperluas jangkauan kampanye. Media tersebut memungkinkan kampanye untuk lebih interaktif dan terjangkau, serta dapat menjangkau audiens yang lebih luas. Pendekatan ini menggunakan strategi

berbasis perubahan perilaku yang bertujuan untuk memotivasi pengendara untuk berhenti merokok saat berkendara dengan mengingatkan mereka tentang konsekuensi langsung dari tindakan tersebut, baik bagi diri mereka sendiri maupun bagi orang lain di sekitar mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Adrian, K. (2025, March 21). *Perokok pasif, kenali bahaya dan langkah pencegahannya*. Alodokter. <https://www.alodokter.com/bahaya-menjadi-perokok-pasif>
- Asyari, Y. (2019, April 9). Tindak pengendara yang merokok, Dishub Batam siapkan Perwako. *Jawa Pos*.
- BPS. (2024, February 7). *Persentase penduduk usia 15 tahun ke atas yang merokok dalam sebulan terakhir menurut kabupaten/kota dan kelompok umur di Provinsi Kepulauan Riau, 2023*. BPS.
- Getrani, D. (2021). *Metode penelitian kuantitatif dan kualitatif: Teori dan praktik*. GET Press Indonesia.
- Hanan, K. R. G. (2020). *Perancangan kampanye sosial larangan merokok saat berkendara melalui media poster* [Skripsi, Universitas Komputer Indonesia]
- Hidayah, P. (2025). Pengaruh rokok terhadap sistem pernafasan manusia. *Jetrin: Journal of Research Trends in Education*, 1(1), 20–24.
- Humas UPI. (2021, November 8). *Prof. John W. Creswell: Apa itu mixed methods research?* Berita UPI. <https://berita.upi.edu/prof-john-w-creswell-apa-itu-mixed-methods-research/>
- Nabila, I. (2024, Oktober 8). *Merokok saat berkendara merupakan kasta terendah perokok? Kok bisa?* Kumparan.
- Naufal, M. (2022). *Perancangan visual kampanye pelanggaran lalu lintas roda 2 di daerah Ciputat* [Skripsi, Universitas Pembangunan Jaya]. <https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/3137/>
- Poa, J. W. (2019). *Analisis risiko kecelakaan lalu lintas pada ruas Jalan Pahlawan Kota Kupang* [Skripsi, Universitas Katolik Widya Mandira].

<http://repository.unwira.ac.id/2034/>

Prasetyo, S. Y. (2020). *Eksperimen typefaces huruf latin yang diadaptasi dari aksara Lampung sebagai identitas Kota Bandar Lampung* [Skripsi, Universitas Pasundan]. <https://repository.unpas.ac.id/48933/>

Shofa, M. L., Ismanto, H. S., & Setiawan, A. (2024). Identifikasi faktor-faktor penyebab perilaku merokok pada remaja di Desa Kebonsari Kecamatan Rowosari. *Jurnal Bimbingan Konseling dan Psikologi*, 4(1), 11–19. <https://doi.org/10.56185/jubikops.v4i1.417>

Unesa. (2024, Desember 9). *Metodologi mixed method: Pengertian, jenis, contoh, dan sistematikanya*. Universitas Negeri Surabaya. <https://paud.fip.unesa.ac.id/post/metodologi-mixed-method-pengertian-jenis-contoh-dan-sistematikanya>