

## **BAB IV**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efektivitas Viral Clip #2 Protocol to Protect berdasarkan perhitungan Customer Response Index (CRI). CRI memiliki 6 tahap yang terdiri dari 1 tahap yang bertujuan untuk melihat seberapa ingatnya audiens terhadap suatu pesan komunikasi dan 5 tahap yang berbentuk seperti saringan untuk melihat sejauh mana suatu pesan dapat memberi pengaruh pada audiensnya. Peneliti mendapatkan 102 responden yang berasal dari 16 pabrik dan pusat distribusi Danone AQUA dalam kuesioner yang disebar. Berikut adalah kesimpulan yang peneliti dapatkan setelah menyebarkan kuesioner dan mengolah data-datanya.

1. Tahap pertama dalam CRI adalah tahap *recognition* yang tujuannya adalah untuk melihat sejauh mana ingatan responden terhadap objek penelitian (Viral Clip #2 Protocol to Protect). Tahap ini memiliki dua pertanyaan yang sebetulnya sama, namun pertanyaan kedua merupakan kelanjutan dari pertanyaan pertama. Pertanyaan kedua seperti memberi kesempatan pada responden untuk mengingat kembali program-program Healthitude Education apa lagi yang diingat selain yang sudah disebutkan di pertanyaan sebelumnya. Responden bisa saja baru menyebutkan Viral Clip #2 Protocol to Protect di pertanyaan kedua karena belum mengingatnya ketika sedang menjawab pertanyaan pertama tentang program

Healthitude Education apa saja yang diingat. Hasil dari pertanyaan pertama adalah Viral Clip #2 Protocol to Protect berada di peringkat 3 program terbanyak yang disebutkan (disebutkan sebanyak 7 kali) karena menjadi 5 program dari 35 program yang paling diingat oleh responden (*ranking* satu diisi oleh 3 program yang jumlah suaranya sama). Lalu hasil pertanyaan kedua adalah Viral Clip #2 Protocol to Protect berada di peringkat 2 program lain yang paling banyak disebutkan (disebutkan sebanyak 8 kali) karena menjadi 3 program dari 46 program lain yang paling diingat oleh responden (*ranking* satu diisi oleh 2 program yang jumlah suaranya sama).

2. Nilai CRI dari Viral Clip #2 Protocol to Protect adalah 71,4%. Nilai tersebut lebih besar daripada nilai-nilai di tahap *unaware* yang hanya sebesar 12,25%, tahap *no comprehend* yang hanya sebesar 7,4%, tahap *no interest* yang hanya sebesar 8,9%, serta tahap *no intention* dan tahap *no action* yang hanya sebesar 0%. Hal ini membuat *viral clip* efektif berdasarkan tahap-tahap penyaring di perhitungan CRI.
3. *Viral clip* ini merupakan pesan komunikasi sederhana sehingga efektivitasnya juga dapat dilihat secara linear dari aspek pengetahuan audiens (*awareness*), minat audiens terhadap pesan yang disampaikan (*intention*), dan keputusan audiens setelah memahami pesan ini (*action*). Ketiga tahap ini memperoleh nilai yang tinggi. Tahap *awareness* sebesar 87,75% tahap *intention* sebesar 100%, dan tahap *action* sebesar 100% sehingga juga dapat dikatakan efektif secara linear. Maka itu, tujuan Viral Clip #2 Protocol to Protect, yaitu mengajak audiens untuk melaksanakan protokol kesehatan ‘Iman, Imun, Aman’ sudah terpenuhi.

4. Responden juga ditanyakan alasan menjawab ‘ya’ di setiap tahap penyaring (dimulai dari tahap *comprehend*). Alasan yang paling banyak muncul di setiap tahapan adalah “menjaga kesehatan” yang artinya responden bukan tergerak untuk melakukan protokol kesehatan Iman, Imun, Aman karena *viral clip* ini, namun juga dipengaruhi oleh faktor lain (yaitu keinginan untuk menjaga kesehatan). Maka itu, penelitian selanjutnya lebih baik tidak hanya fokus pada *video*-nya saja, namun perlu lebih terintegrasi dengan program lain untuk melihat faktor-faktor lain yang sekiranya akan mempengaruhi juga.
5. Angka yang didapat di dalam tahap negasinya juga perlu dilihat. Terdapat responden yang menjawab ‘tidak’ di tahap *unaware*, *no comprehend*, dan *no interest*, bahkan terjadi penurunan efektivitas sebesar 2,6% dari tahap *comprehend* ke tahap *interest*. Seluruh alasan responden menjawab ‘tidak’ pada ketiga tahap ini sesuai dengan teori Best (2013, h. 356) yang menyatakan bahwa frekuensi penayangan objek penelitian masih kurang. Maka itu, strategi komunikasi yang tepat untuk membuat komunikasi di kedepannya menjadi lebih efektif adalah memperbanyak frekuensi penayangannya dengan cara memperbanyak media, misalnya dari televisi yang ada di kantor, penayangan di media sosial Workplace, dan media-media lain yang dimiliki oleh Danone AQUA.
6. Viral Clip #2 Protocol to Protect adalah pesan kesehatan yang sederhana (ringan dan langsung membahas intinya) namun memiliki topik yang spesifik dan memiliki *call to action* yang jelas. Maka itu, perhitungan CRI dapat digunakan untuk mengukur *viral clip* ini karena sifatnya yang sama-sama linear, yang artinya audiens

hanya perlu melewati tahap mengetahui adanya pesan (*awareness*), berminat untuk mengikuti pesan yang disampaikan (*intention*), dan kemudian melaksanakan pesan tersebut (*action*).

## **B. Saran**

Penelitian ini, mulai dari proses meneliti hingga pembahasan tentu menghasilkan saran-saran yang dapat dibagi menjadi dua jenis, yaitu saran teoritis dan saran praktis. Berikut adalah saran-saran yang dihasilkan oleh penelitian ini.

### **1. Saran Teoritis**

Saran teoritis akan berguna bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti pesan komunikasi sederhana seperti Viral Clip #2 Protocol to Protect. Objek penelitian yang diukur menggunakan perhitungan *Customer Response Index* (CRI) biasanya adalah iklan, namun Viral Clip #2 Protocol to Protect bukanlah sebuah iklan walau sifatnya yang mirip. Maka itu, peneliti memberi saran agar penelitian selanjutnya agar mencari tahu terlebih dahulu apakah pesan komunikasi yang ingin diteliti dapat dihitung menggunakan perhitungan CRI atau tidak.

### **2. Saran Praktis**

Viral Clip #2 Protocol to Protect merupakan pembelajaran virtual mengenai penyakit COVID-19 yang mulai menyebar pada tahun 2019 sehingga dapat dilihat bahwa objek penelitian ini musiman saja. COVID-19 tidak selamanya menjadi penyakit yang sangat berbahaya dan ini terbukti bahwa pada tahun 2023 ini, orang-orang sudah tidak diwajibkan untuk mengikuti protokol kesehatan COVID-19 lagi. Peneliti beranggapan bahwa apabila objek penelitian yang dipilih musiman

seperti ini, penelitian ini juga seharusnya dilakukan secara cepat agar hasilnya dapat membantu mereka yang membutuhkan di musim tersebut. Penelitian ini dilakukan pada tahun 2023 sehingga hasilnya hanya dapat membantu pihak Danone AQUA dalam mencari alternatif cara pengukuran efektivitas pesan yang disebarluaskan saja.

### **C. Keterbatasan Penelitian**

Telah disebutkan sebelumnya bahwa ada faktor lain yang menyebabkan Viral Clip #2 Protocol to Protect efektif ketika diukur dengan metode Customer Response Index (CRI). Faktor lain tersebut merupakan faktor yang sudah berada di luar konteks komunikasi Viral Clip #2 Protocol to Protect, yaitu responden ingin menjaga kesehatannya. Hal ini membuat penelitian ini menjadi terbatas karena hanya mengukur efektivitas dari *video*-nya saja, padahal faktor tersebut dipengaruhi oleh hal eksternal dari *viral clip* ini. Maka itu, penelitian selanjutnya akan lebih baik bila terintegrasi dengan program lain yang terkait sehingga juga dapat melihat efektivitas pesan dengan lebih mendalam.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aiwan, T. Y. (2013). *TRESEMME MENGGUNAKAN CUSTOMER RESPONSE INDEX ( CRI ) PADA PEREMPUAN DI SURABAYA*. 1(2), 32–33.
- Al Jazeera. (2020). What does coronavirus cluster mean? COVID-19 terms explained. Diambil 4 Maret 2022, dari [aljazeera.com](https://www.aljazeera.com/news/2020/5/10/what-does-coronavirus-cluster-mean-covid-19-terms-explained) website: <https://www.aljazeera.com/news/2020/5/10/what-does-coronavirus-cluster-mean-covid-19-terms-explained>
- Anshori, M., & Iswati, S. (2017). *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (1 ed.). Surabaya: Airlangga University Press.
- AQUA, D. (2021a). *Goodness Company* (hlm. 2–11). hlm. 2–11.
- AQUA, D. (2021b). *Goodness Company* (hlm. 2–11). hlm. 2–11.
- B Lab. (t.t.). B Impact Report: Danone AQUA Indonesia. Diambil 28 Juli 2021, dari [bcorporation.net](https://bcorporation.net) website: <https://bcorporation.net/directory/danone-aqua-indonesia>
- Best, R. J. (2012). *Market-based management: strategies for growing customer value and profitability* (6 ed.). New Jersey: Pearson.
- Centers for Disease Control and Prevention. (2022). Symptoms. Diambil 4 Maret 2022, dari [cdc.gov](https://www.cdc.gov) website: <https://www.cdc.gov/coronavirus/2019-ncov/symptoms-testing/symptoms.html>
- Cheng, H., Kotler, P., & Lee, N. (2011). *Social Marketing for Public Health: Global Trends and Success Stories*. Sudbury: Jones and Bartlett.
- Danone. (t.t.). Our Vision: Danone, One Planet. One Health. Diambil 29 Juli 2021, dari [Danone.com](https://www.danone.com) website: <https://www.danone.com/about-danone/sustainable-value-creation/our-vision.html>
- Danone AQUA. (t.t.-a). AQUA Group. Diambil 28 Juli 2021, dari [aqua.co.id](https://aqua.co.id) website: <https://aqua.co.id/en/aqua-group-en>
- Danone AQUA. (t.t.-b). AQUA Lestari. Diambil 28 Juli 2021, dari [aqualestari.aqua.co.id](https://aqualestari.aqua.co.id) website: <https://aqualestari.aqua.co.id/>
- Danone AQUA. (t.t.-c). History. Diambil dari [aqua.co.id](https://aqua.co.id) website: [aqua.co.id/en/history](https://aqua.co.id/en/history)
- Danone AQUA. (t.t.-d). Produk AQUA. Diambil 29 Juli 2021, dari [sehataqua.co.id](https://www.sehataqua.co.id) website: <https://www.sehataqua.co.id/>

- Danone AQUA. (t.t.-e). Vision & Mission. Diambil 17 Juli 2021, dari [aqua.co.id](http://aqua.co.id) website: [aqua.co.id/en/vision-mission](http://aqua.co.id/en/vision-mission)
- Danone AQUA. (2017). Minum Air Sejak Dini Hindarkan Anak dari Risiko Gangguan Kesehatan. Diambil 4 Maret 2022, dari [aqua.co.id](http://aqua.co.id) website: <https://aqua.co.id/minum-air-sejak-dini-hindarkan-anak-dari-risiko-gangguan-kesehatan>
- Danone AQUA. (2018a). #Bottle2Fashion: Kolaborasi Danone-AQUA dan H&M Mengolah Kembali Sampah Botol Plastik Menjadi Produk Fashion. Diambil 4 Maret 2022, dari [aqua.co.id](http://aqua.co.id) website: <https://aqua.co.id/bottle2fashion-kolaborasi-danone-aqua-dan-hm-mengolah-kembali-sampah-botol-plastik-menjadi-produk-fashion>
- Danone AQUA. (2018b). Danone-AQUA #BijakBerplastik. Diambil 28 Juli 2021, dari [aqua.co.id](http://aqua.co.id) website: <https://aqua.co.id/danone-aqua-bijakberplastik>
- Danone AQUA. (2018c). Danone-AQUA, the First FMCG Company in Indonesia to Receive B-Corp Certification Joins the Movement to Use Business for Good. Diambil 28 Juli 2021, dari [aqua.co.id](http://aqua.co.id) website: <https://aqua.co.id/en/danone-aqua-the-first-fmcg-company-in-indonesia-to-receive-b-corp-certification-joins-the-movement-to-use-business-for-good>
- Danone AQUA. (2019a). Berhasil Menjalankan Efektivitas dan Efisiensi untuk Keberlanjutan Operasional 15 Pabrik Danone-AQUA Raih Penghargaan Industri Hijau 2019. Diambil 31 Juli 2021, dari [aqua.co.id](http://aqua.co.id) website: <https://aqua.co.id/berhasil-menjalankan-efektivitas-dan-efisiensi-untuk-keberlanjutan-operasional-15-pabrik-danone-aqua-raih-penghargaan-industri-hijau-2019>
- Danone AQUA. (2019b). Kisah Kemurnian Air di Balik Label & Logo Terbaru AQUA. Diambil 29 Juli 2021, dari [sehataqua.co.id](http://sehataqua.co.id) website: <https://www.sehataqua.co.id/kisah-kemurnian-air-di-balik-label-logo-terbaru-aqua/>
- Danone AQUA. (2020). *Menjaga Kebaikan untuk Indonesia yang Lestari*. Diambil dari [https://aqualestari.aqua.co.id/data/Danone WATERS Sustainability Report 2019-2020 \[ID Version\].pdf](https://aqualestari.aqua.co.id/data/Danone%20WATERS%20Sustainability%20Report%202019-2020%20[ID%20Version].pdf)
- Danone AQUA. (t.t.-f). Danone-AQUA: Komitmen untuk menghasilkan produk air minum berkualitas serta menjaga kelestarian lingkungan dan kesejahteraan masyarakat sekitar. Diambil 2 November 2023, dari [aqua.co.id](http://aqua.co.id) website: <https://aqua.co.id/danone-aqua>

- Danone AQUA. (t.t.-g). Vision & Mission. Diambil 4 Maret 2022, dari aqua.co.id website: <https://aqua.co.id/en/vision-mission#>
- Faroktarina, F. A. (2015). Line sebagai Media Penyampaian Pesan ( Studi Deskriptif Mengenai Efektivitas Jejaring Sosial Line sebagai Media Penyampaian Pesan Kampanye WWF “ Tiggy Tiger ” Berdasarkan Perhitungan Customer Response Index pada Pengguna Line ). *Universitas Atma Jaya Yogyakarta*, 1–11. Diambil dari <https://e-journal.uajy.ac.id/6473/>
- Google News. (2022). Coronavirus (COVID-19) Worldwide. Diambil 6 April 2022, dari news.google.com website: <https://news.google.com/covid19/map?hl=en-ID&mid=%2Fm%2F03ryn&gl=ID&ceid=ID%3Aen>
- Harahap, R. A., & Putra, F. E. (2019). Buku Ajar Komunikasi Kesehatan. Dalam *Journal of Chemical Information and Modeling*. Jakarta: Prenadamedia Goup.
- Hidayat, A. (t.t.). Cara Hitung Rumus Slovin Besar Sampel. Diambil 13 Januari 2022, dari Statistikian.com website: <https://www.statistikian.com/2017/12/hitung-rumus-slovin-sampel.html>
- Infeksi Emerging. (2020). Tanya Jawab Coronavirus Disease (COVID-19) - QnA Update 6 Maret 2020. Diambil 4 Maret 2022, dari infeksiemerging.kemkes.go.id website: <https://infeksiemerging.kemkes.go.id/situasi-infeksi-emerging/tanya-jawab-coronavirus-disease-covid-19-qna-update-6-maret-2020#:~:text=Seseorang dapat terinfeksi dari penderita,jatuh pada benda di sekitarnya.>
- Kantun, S. (2017). Penelitian Evaluatif Sebagai Salah Satu Model Penelitian dalam Bidang Pendidikan (Suatu Kajian Konseptual). *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi dan Ilmu Sosial*, 10(2).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). Marketing Management. Dalam *General Equilibrium Theory* (14 ed.). New Jersey: Prentice Hall. <https://doi.org/10.1017/cbo9781139174749.022>
- Makarim, F. R. (2020). Waspada Bahaya Silent Carrier, Pengidap Corona Tanpa Gejala. Diambil 4 Maret 2022, dari halodoc.com website: <https://www.halodoc.com/artikel/waspada-bahaya-silent-carrier-pengidap-corona-tanpa-gejala>
- Mulyani, D. S. (2020). Kampanye #dirumahaja, Kemendikbud Rangkul Pekerja Seni Hibur Masyarakat Secara Daring. Diambil 4 Maret 2022, dari kabar24.bisnis.com website: <https://kabar24.bisnis.com/read/20200409/79/1224884/kampanye-dirumahaja-kemendikbud-rangkul-pekerja-seni-hibur-masyarakat-secara-daring>



- NHS. (2022). Long-term effects of coronavirus (long COVID). Diambil 4 Maret 2022, dari nhs.uk website: [https://www.nhs.uk/conditions/coronavirus-covid-19/long-term-effects-of-coronavirus-long-covid/#:~:text=Symptoms of long COVID&text=extreme tiredness \(fatigue\),concentration \(%22brain fog%22\)](https://www.nhs.uk/conditions/coronavirus-covid-19/long-term-effects-of-coronavirus-long-covid/#:~:text=Symptoms of long COVID&text=extreme tiredness (fatigue),concentration (%22brain fog%22))
- Nurhadi, Z. F., & Kurniawan, A. W. (2017). *Kajian Tentang Efektivitas Pesan Dalam Komunikasi*. 3(1), 90–91.
- Prathapan, M., Sahadevan, S., & Zakkariya, K. A. (2018). Effectiveness of Digital Marketing: Tourism Websites Comparative Analytics Based on AIDA Model. *Pramana Research Journal*, 8(5), 15–26. Diambil dari <https://www.pramanaresearch.org/gallery/jun-p191.pdf>
- Priyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Surabaya: Zifatama Publishing.
- Putri, M. M. E., & Widiarti, P. W. (2021). The Success Rate of Cinema 21's Public Service Advertisement on their Official Instagram Account's (@Cinema.21) Post Based on Customer Response Index. Dalam *The 4th ICSSed, International Conference of Social Science and Education* (hlm. 160–169). Sciendo. <https://doi.org/10.2478/9788366675186-020>
- Rokom. (2022). Vaksinasi Booster Gratis, Dimulai 12 Januari 2022. Diambil 4 Maret 2022, dari [sehatnegeriku.kemkes.go.id](https://sehatnegeriku.kemkes.go.id) website: <https://sehatnegeriku.kemkes.go.id/baca/rilis-media/20220111/2139141/vaksinasi-booster-gratis-dimulai-12-januari-2022/>
- Rote, L. (2017, Mei 1). Here's How Thousands of B Corps are Making the World a Better Place. Diambil 2 November 2023, dari [gbdmagazine.com](https://gbdmagazine.com/heres-how-thousands-of-b-corps-are-making-the-world-a-better-place/) website: <https://gbdmagazine.com/heres-how-thousands-of-b-corps-are-making-the-world-a-better-place/>
- Satgas COVID-19. (2022). Menjaga Kondisi Terkendali Selama Bulan Suci Dan Idul Fitri Menjadi Tugas Kolektif Bersama. Diambil 12 April 2022, dari [covid19.go.id](https://covid19.go.id) website: <https://covid19.go.id/artikel/2022/04/05/menjaga-kondisi-terkendali-selama-bulan-suci-dan-idul-fitri-menjadi-tugas-kolektif-bersama>
- Septiani, A. (2020). 6 Klaster Corona di Indonesia, dari Gowes Hingga Perkantoran. Diambil 4 Maret 2022, dari [health.detik.com](https://health.detik.com) website: <https://health.detik.com/berita-detikhealth/d-5177463/6-klaster-corona-di-indonesia-dari-gowes-hingga-perkantoran>
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). Dasar Metodologi Penelitian. Dalam *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.

- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- World Health Organization. (2020a). WHO announces COVID-19 outbreak a pandemic. Diambil 4 Maret 2022, dari euro.who.int website: <https://www.euro.who.int/en/health-topics/health-emergencies/coronavirus-covid-19/news/news/2020/3/who-announces-covid-19-outbreak-a-pandemic>
- World Health Organization. (2020b). WHO Director-General's opening remarks at the media briefing on COVID-19 - 11 March 2020. Diambil 4 Maret 2022, dari who.int website: <https://www.who.int/director-general/speeches/detail/who-director-general-s-opening-remarks-at-the-media-briefing-on-covid-19---11-march-2020>
- World Health Organization. (t.t.). Naming the coronavirus disease (COVID-19) and the virus that causes it. Diambil 4 Maret 2022, dari who.int website: [https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/technical-guidance/naming-the-coronavirus-disease-\(covid-2019\)-and-the-virus-that-causes-it](https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/technical-guidance/naming-the-coronavirus-disease-(covid-2019)-and-the-virus-that-causes-it)
- Yuliansyah, S.E., M.S.A., Ph.D., CA., A. (2016). *Meningkatkan Response Rate Pada Penelitian Survey: Suatu Study Literature* (1 ed.). Jakarta: Change Publication.

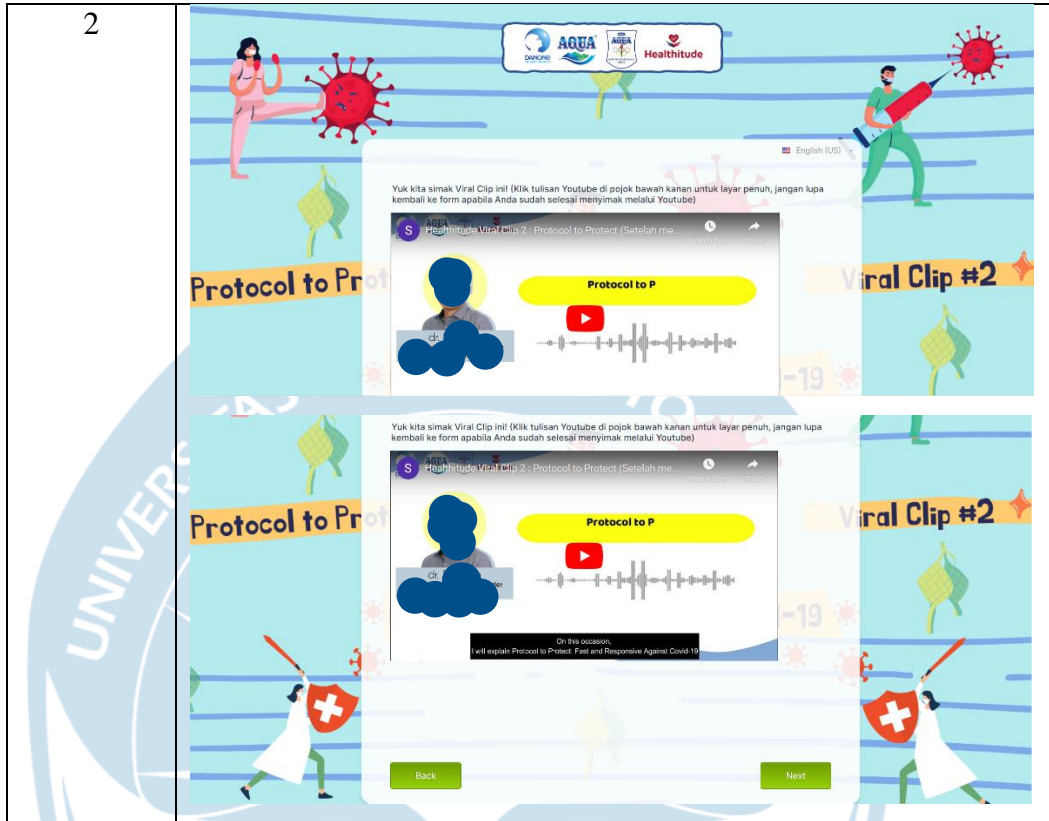
## LAMPIRAN

### 1. Viral Clip #2 Protocol to Protect (tangkapan layar)

#### a. Di Jotform

Halaman	Tangkapan Layar
1	<p><b>Hi Danoners!</b></p> <p>Saat ini kita sudah memasuki bulan Ramadan dan akan menyambut libur Hari Raya Idul Fitri. Tentu saja kami tidak ingin terjadi lonjakan kasus Covid-19 dan kami ingin Anda dan keluarga selalu aman dan sehat. Untuk mencegah lonjakan kasus Covid-19, kami mengajak Danoners untuk menyimak pembelajaran Viral Clip #2 Healthitude mengenai "Protocol to Protect".</p> <p>Apa yang teman-teman akan pelajari?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mengenali gejala Covid-19</li> <li>• Tips menjaga kesehatan mental dan fisik</li> <li>• Langkah yang harus dilakukan untuk mencegah penyebaran Covid-19</li> <li>• Tips menjaga kesehatan mental dan fisik</li> <li>• Langkah yang harus dilakukan untuk mencegah penyebaran Covid-19</li> </ul> <p>Perjalanan pembelajaran Viral Clip #2 Anda:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Registrasi</li> <li>2. Menonton</li> <li>3. Menjawab</li> <li>4. SUBMIT</li> <li>5. Menunggu</li> </ol> <p>Viral Clip #2 ini bersifat wajib untuk seluruh karyawan AQUA, pastikan data pengerjaan Anda terkirim dan ingatkan teman Anda untuk menyimak Viral Clip ini karena #KitaSalingJaga.</p> <p>Sebelum mulai belajar, pastikan data diri Anda sudah terisi dengan benar. Semangat belajar, kami percaya Anda pasti bisa melalui sesi belajar ini!</p> <p>#HealthitudeProgram</p> <p>Tulis NIK Anda &amp; Klik 'cari dataku'</p> <p>99 cari dataku</p> <p>Tulis NIK Anda &amp; Klik 'cari dataku'</p> <p>99 cari dataku</p> <p>NIK * 9888</p> <p>Nama * Kj</p> <p>ID Name</p> <p>Divisi * jhb Divulsen</p> <p>Lokasi * jhb Location</p> <p>Tulis e-mail Anda untuk mendapatkan e-sertifikat *</p> <p>jhb Write your e-mail to get the e-certificate</p> <p>Next</p>

2



Bagaimana pendapat Anda setelah menyimak Viral Clip #2, Danoners? Apakah Anda sudah menerapkan **Iman, Aman, Imun** di keseharian Anda?

Dibawah ini adalah quiz, semoga setelah menyimak Viral Clip #2 di atas teman-teman dapat menjawabnya ya!

**1. Manakah yang merupakan gejala COVID-19 \***

- A. Demam, batuk, diare, kehilangan daya indra penciuman
- B. Mata berair, mulut kering, telinga berdengung
- C. Demam, mulut kering, mata berair
- D. Matamerah dan mulut kering

**2. Manakah penyakit yang harus dilaporkan ke HR & N+1? \***

- A. Usus buntu (appendicitis), Tuberculosis
- B. Migrain, Conjunctivitis (infeksi mata)
- C. Demam berdarah, Gastroenteritis (diare), Thyphus abdominalis
- D. Asma, Campak, Hepatitis

**3. Berikut adalah protokol pencegahan Covid-19, kecuali... \***

- A. Mengurangi mobilitas
- B. Mencuci tangan menggunakan sabun atau hand sanitizer
- C. Berolahraga massal di keramaian
- D. Menjaga Imunitas tubuh

**4. Apa yang harus Anda lakukan pertama kali jika mengalami gejala Covid-19? \***

- A. Istirahat di rumah
- B. Masuk ke kantor
- C. Berkumpul bersama teman-teman
- D. Segera ke dokter di fasilitas kesehatan terdekat

**5. Cara menjaga daya tahan tubuh adalah... \***

- A. Olahraga 30 menit / bulan
- B. Segera ke dokter di fasilitas kesehatan terdekat
- C. Olahraga 30 menit / bulan
- B. Konsumsi makanan sehat & gizi seimbang
- C. Minum air putih 19 L / hari
- D. Tidur 4 jam / hari

Pilih bahasa untuk pemberitahuan email Anda / Choose language for your email notification \*

- Bahasa Indonesia
- English

Wah Anda sudah berada di garis akhir! Semoga Anda menjadi lebih cepat dan tanggap apabila mengalami gejala Covid-19. Tetap patuhi protokol kesehatan dimanapun Anda berada, kami berharap Anda dan keluarga dalam keadaan aman dan sehat selalu. Sampai bertemu di Viral Clip Healthitude Program selanjutnya!  
 #KitaSalingJaga

\*Klik tombol submit di bawah ini\*



Lampiran 1 Tangkapan Layar Jotform Viral Clip #2 Protocol to Protect

b. Pesan yang diteliti

Tangkapan Layar	Keterangan
<p>Menyambut Ramadhan di tengah pandemi virus Covid-19, kita perlu mengantisipasi secara tegas agar tidak terjadi lonjakan kasus positif</p> <p>Welcoming Ramadhan amid pandemic Covid-19, we need to anticipate strictly to prevent the raising curve of infected cases</p>	<p>Pembukaan</p>
<p>Bagaimana harusnya kita mempersiapkan diri? Salah satu rekan kita akan berbagi cerita, Yuk kita mulai perjalanan pembelajaran melalui Viral Clip ini!</p> <p>How to anticipate ourselves? Today, one of our friends will share her story. Let's start our learning journey in this Viral Clip.</p>	

**Ibu [redacted] - Citeureup Plant**

**The story began when I had a fever and cough**

**Ibu [redacted] - Citeureup Plant**

**The doctor suggested me to have a blood test**

**Ibu [redacted] - Citeureup Plant**

**And got information from hospital that I tested positive for Covid-19**

Cerita dari salah satu karyawan yang pernah mengalami sakit COVID-19 mengenai kondisi dan segala bantuan dari perusahaan (Danone AQUA).

**Ibu [REDACTED] - Citeureup Plant**

Due to Mitra Keluarga hospital was full, the company help me to find another hospital

**Visi**  
**SAGALA Citeureup Menjadi Model**  
**Pemerhati di AQUA Group**  
**Pada Tahun 2024**

**MISI SAGALA**  
 Spirit in Goodness Leading  
 Karyawan pabrik Citeureup mempunyai semangat dan komitmen yang tinggi dalam meningkatkan dan mempertahankan kinerja terbaik.

**Best Improvement**  
 Pabrik Citeureup menjadi pabrik yang selalu dengan perbaikan dan selalu melakukan pemeliharaan yang sesuai dengan standar ISO 9001.

**Independence Safety & Quality Culture**  
 Berkomitmen untuk selalu meningkatkan kualitas produk.



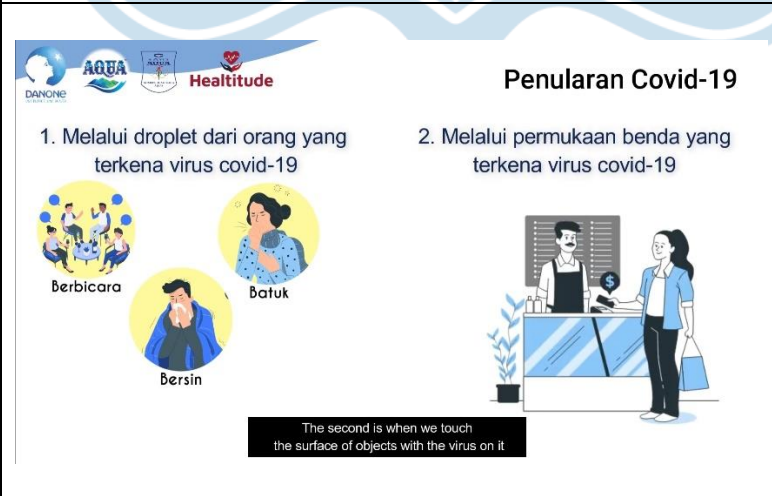
Our company monitored my oxygen saturation, temperature, and blood pressure twice a day during my treatment in ICU room

**Ibu [REDACTED] - Citeureup Plant**







In the isolation room, Plant Manager and Manager always gave me support and prayers through video call



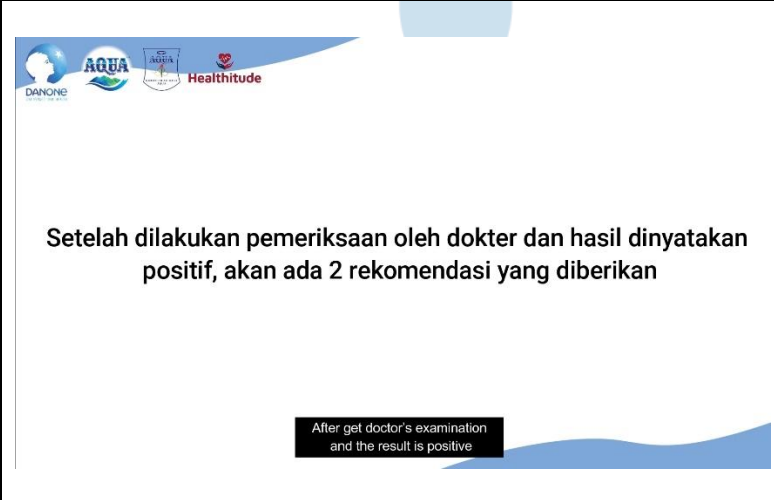


	<p>Perkenalan pembicara yang merupakan Kepala Dokter Perusahaan di Danone Indonesia, termasuk Danone AQUA.</p>

 <p><b>Protocol to Protect</b> <b>Cepat dan Tanggap hadapi covid-19</b></p> <p>dr. [Name] Occupational Health Leader Danone Indonesia</p> <p>On this occasion, I will explain Protocol to Protect: Fast and Responsive Against Covid-19</p>	
 <p><b>Perkembangan Kasus Covid-19 di Indonesia</b></p> <p>Perkembangan Kasus Sekelompok Positif Covid 19 Per Hari NASIONAL</p> <p>— KASUS TERKONFIRMASI</p> <p>We need to know that Covid-19 in Indonesia is not over yet</p>	<p>Pembicara menjelaskan tentang perkembangan COVID-19 saat itu di Indonesia.</p>
 <p><b>Penularan Covid-19</b></p> <p>1. Melalui droplet dari orang yang terkena virus covid-19</p> <p>Berbicara Batuk Bersin</p> <p>2. Melalui permukaan benda yang terkena virus covid-19</p> <p>The second is when we touch the surface of objects with the virus on it</p>	<p>Pembicara menjelaskan tentang bagaimana COVID-19 dapat ditularkan dari satu orang ke orang lainnya.</p>

<p>Sumber : BNSP. Perubahan Perilaku, Okt 2020</p> <p><b>Selalu ingat!</b></p> <p><b>IMAN      AMAN      IMUN</b></p> <p>to keep faith, to stay safe, and to maintain immunity</p>	<p>Pembicara memperkenalkan istilah Iman, Aman, Imun yang merupakan pengganti istilah ‘protokol kesehatan’ di Danone Indonesia, termasuk Danone AQUA.</p>
<p><b>IMAN</b></p> <p>Menjaga hubungan dengan orang terdekat dan lingkungan sekitar</p> <p>Rajin beribadah dan tidak panik</p> <p>Bijak memilah informasi</p> <p>And the last is to be wise in sort trusted information</p>	<p>Pembicara menjelaskan tentang apa saja yang termasuk di dalam Iman.</p>
<p><b>AMAN</b></p> <p><b>Selalu menerapkan 5M!</b></p> <p>Memakai masker</p> <p>Menghindari kerumunan</p> <p>Mencuci tangan pakai sabun</p> <p>Membatasi mobilitas</p> <p>Menjaga jarak</p> <p>Please be reminded to always stay at home and only go outside if needed (work / other urgent needs)</p>	<p>Pembicara menjelaskan tentang apa saja yang termasuk di dalam Aman.</p>

 <h2 style="text-align: right; background-color: yellow; padding: 5px;">AMAN</h2> <p> Jika mendesak harus keluar rumah, perhatikan risiko serta tetap patuhi protokol kesehatan</p> <p> Bagi yang menerima kunjungan dari keluarga dan sanak saudaranya, tetap jalankan protokol kesehatan dengan ketat selama menerima tamu</p> <p style="text-align: center; background-color: black; color: white; padding: 2px;">For those who have visitors from family/relatives at home, remember always apply health protocol</p>	
 <h2 style="text-align: right; background-color: yellow; padding: 5px;">IMUN</h2> <div style="display: flex; flex-wrap: wrap; justify-content: space-around;"> <div style="width: 30%; text-align: center;">  <p>Berjemur di bawah matahari pagi jam 09.00-10.00 selama 15 menit 2-3x seminggu</p> </div> <div style="width: 30%; text-align: center;">  <p>Olahraga rutin minimal 30 menit per hari</p> </div> <div style="width: 30%; text-align: center;">  <p>Minum air putih ± 2 liter per hari</p> </div> <div style="width: 30%; text-align: center;">  <p>Konsumsi makanan sehat dan gizi seimbang</p> </div> <div style="width: 30%; text-align: center;">  <p>Tidur cukup 7-8 jam per hari</p> </div> <div style="width: 30%; text-align: center;">  <p>Konsumsi suplemen atau vitamin sesuai dengan anjuran dokter</p> </div> </div> <p style="text-align: center; background-color: black; color: white; padding: 2px;">Consume vitamin or supplements according to your doctor's instructions</p>	<p>Pembicara menjelaskan tentang apa saja yang termasuk di dalam Imun.</p>
 <h3 style="text-align: center;">Apabila mengalami gejala di bawah ini:</h3> <div style="display: grid; grid-template-columns: repeat(4, 1fr); gap: 10px;"> <div style="text-align: center;">  <p>✓ Demam</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>✓ Batuk</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>✓ Sesak nafas</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>✓ Radang Tenggorokan</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>✓ Pilek</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>✓ Kehilangan indra penciuman/anosmia</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>✓ Pegal-pegal/mylgea</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>✓ Diare</p> </div> </div> <p style="text-align: center; background-color: black; color: white; padding: 2px;">diarrhea</p>	<p>Pembicara menjelaskan tentang gejala COVID-19.</p>

 <p><b>Apabila didiagnosis oleh dokter:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Thypus</li> <li>Demam berdarah</li> <li>Infeksi paru</li> <li>Infeksi Saluran Pernapasan Akut</li> <li>Asma</li> <li>Gangguan pencernaan</li> </ul> <p>indigestion</p>	<p>Pembicara menjelaskan tentang diagnosis dokter apa saja yang juga mempengaruhi COVID-19.</p>
 <p><b>YANG HARUS ANDA LAKUKAN</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>SEGERA ke fasilitas kesehatan terdekat</li> <li>SEGERA lapor ke HRBP/ HR Lokasi dan N+1</li> </ul> <p>and you have to report it to HRBP/HR location and N+1</p>	<p>Pembicara menjelaskan apabila mengalami gejala seperti yang telah disebutkan sebelumnya &amp; bila didiagnosis penyakit-penyakit seperti yang disebutkan sebelumnya, maka kedua hal inilah yang harus segera dilakukan oleh karyawan.</p>
 <p><b>Setelah dilakukan pemeriksaan oleh dokter dan hasil dinyatakan positif, akan ada 2 rekomendasi yang diberikan</b></p> <p>After get doctor's examination and the result is positive</p>	<p>Pembicara menjelaskan apabila dokter menyatakan positif COVID-19 pada karyawan, ada dua rekomendasi yang dapat karyawan lakukan.</p>

 <p style="text-align: center;"><b>Rekomendasi dokter dapat berupa</b></p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="text-align: center;">  <p><b>Isolasi mandiri di rumah</b>  <b>Segera melapor ke HRBP/HR Lokasi</b>  <b>untuk mendapatkan protokol isolasi mandiri</b></p> </div> <div style="text-align: center;"> <p><b>ATAU</b></p> </div> <div style="text-align: center;">  <p><b>Rawat inap di RS</b></p> </div> </div> <p style="text-align: center; background-color: black; color: white; padding: 2px;">The second recommendation is hospitalization</p>	<p>Pembicara menjelaskan apa saja kedua rekomendasi dokter tersebut.</p>
 <p style="text-align: center; background-color: black; color: white; padding: 2px;">That's all the explanation about Protocol to Protect</p>	<p>Penutup dan <i>call to action</i>.</p>
 <p style="text-align: center; background-color: black; color: white; padding: 2px;">Always apply health protocol wherever we are</p>	



Lampiran 2 Tangkapan Layar Video Viral Clip #2 Protocol to Protect

## 2. Tabel Distribusi Frekuensi – Tahap CRI Sesuai Kuesioner

### a. Awareness

- Pertanyaan dengan Gambar

- Frekuensi

		Frekuensi	Persentase	Persentase yang Valid	Persentase Kumulatif
<b>Valid</b>	<b>Ya</b>	85	83,3	83,3	83,3
	<b>Tidak</b>	17	16,7	16,7	100
	<b>Total</b>	102	100	100	

- Alasan Menjawab ‘tidak’

		Frekuensi	Persentase	Persentase yang Valid	Persentase Kumulatif
<b>Valid</b>	Saya tidak tahu ada Viral Clip #2 Protocol to Protect	12	11,8	70,6	70,6
	Saya tahu ada viral clip ini, tapi tidak membukanya di e-mail (viral clip ini dikirim melalui email)	5	4,9	29,4	100
	<b>Total</b>	17	16,7	100	
<b>Sistem Kehilangan</b>		85	83,3		
<b>Total</b>		102	100		



- Pertanyaan Langsung

- Frekuensi

		<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>	<b>Persentase yang Valid</b>	<b>Persentase Kumulatif</b>
<b>Valid</b>	Ya, saya mengenal dan telah menyebutkannya dalam pertanyaan sebelumnya	43	42,2	42,2	42,2
	Ya, saya mengenal setelah melihatnya dari kuesioner ini	51	50	50	92,2
	Tidak	8	7,8	7,8	100
	<b>Total</b>	<b>102</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	

- Alasan Menjawab ‘tidak’

		<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>	<b>Persentase yang Valid</b>	<b>Persentase Kumulatif</b>
<b>Valid</b>	Saya tidak tahu ada Viral Clip #2 Protocol to Protect	7	6,9	87,5	87,5
	Saya tahu ada viral clip ini, tapi tidak membukanya di e-mail (viral clip ini dikirim melalui email)	1	1,0	12,5	100
	<b>Total</b>	<b>8</b>	<b>7,8</b>	<b>100</b>	
<b>Sistem Kehilangan</b>		94	92,2		
<b>Total</b>		<b>102</b>	<b>100</b>		

b. *Comprehend*

- Frekuensi

		Frekuensi	Persentase	Persentase yang Valid	Persentase Kumulatif
<b>Valid</b>	Ya	54	52,9	91,5	91,5
	Tidak	5	4,9	8,5	100
	Total	59	57,8	100	
<b>Sistem Kehilangan</b>		43	42,2		
<b>Total</b>		102	100		

- Alasan Menjawab ‘tidak’

		Frekuensi	Persentase	Persentase yang Valid	Persentase Kumulatif
<b>Valid</b>	Saya hanya mengakses Viral Clip #2 Protocol to Protect satu kali	5	4,9	100	100
<b>Sistem Kehilangan</b>		97	95,1		
<b>Total</b>		102	100		

c. *Interest*

- Frekuensi

		Frekuensi	Persentase	Persentase yang Valid	Persentase Kumulatif
<b>Valid</b>	Ya	48	47,1	88,9	88,9
	Tidak	6	5,9	11,1	100
	Total	54	52,9	100	
<b>Sistem Kehilangan</b>		48	47,1		
<b>Total</b>		102	100		

- Alasan Menjawab ‘tidak’

		<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>	<b>Persentase yang Valid</b>	<b>Persentase Kumulatif</b>
<b>Valid</b>	Saya hanya mengakses Viral Clip #2 Protocol to Protect satu kali	4	3,9	66,7	66,7
	Lainnya	2	2	33,3	100
	<b>Total</b>	6	5,9	100	
<b>Sistem Kehilangan</b>		96	94,1		
<b>Total</b>		102	100		

d. *Intention*

- Frekuensi

		<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>	<b>Persentase yang Valid</b>	<b>Persentase Kumulatif</b>
<b>Valid</b>	Ya	48	47,1	100	100
<b>Sistem Kehilangan</b>		54	52,9		
<b>Total</b>		102	100		

e. *Action*

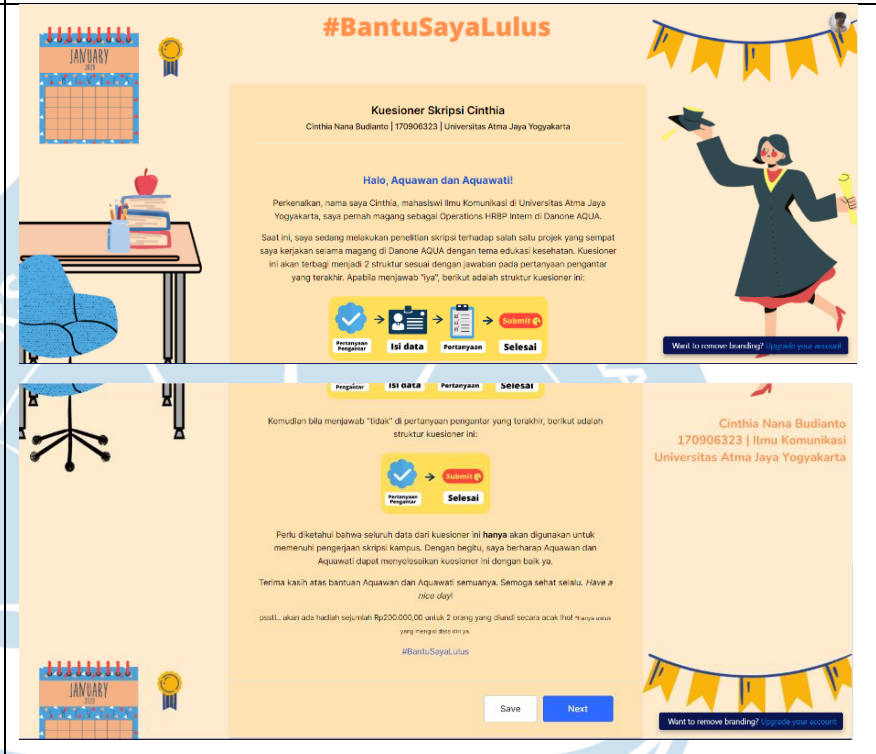
- Frekuensi

		<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>	<b>Persentase yang Valid</b>	<b>Persentase Kumulatif</b>
<b>Valid</b>	Ya	48	47,1	100	100
<b>Sistem Kehilangan</b>		54	52,9		
<b>Total</b>		102	100		

Lampiran 3 Distribusi Frekuensi Tahap CRI Sesuai Kuesioner

### 3. Kuesioner

#### a. Secara umum

Halaman	Tangkapan Layar
1	 <p>The screenshot shows a survey interface for a thesis submission questionnaire. The page is titled "#BantuSayaLulus" and is for "Kuesioner Skripsi Cinthia" by Cinthia Nana Budianto. The survey is in Indonesian and includes a greeting, a description of the survey's purpose, and a progress indicator showing four steps: Pengantar, Isi data, Pertanyaan, and Selesai. The current step is "Pertanyaan". The survey also includes a disclaimer about data usage and a thank you message. The page is decorated with a desk illustration on the left and a graduation cap illustration on the right. The footer includes the name "Cynthia Nana Budianto" and the contact information "170906323   Ilmu Komunikasi Universitas Atma Jaya Yogyakarta".</p>

2

## #BantuSayaLulus

Jawab secara cepat! Sebutkan e-learning Healthitude (viral clip) yang paling diingat! \*

kbbbbb

Jawab secara cepat! Selain yang telah disebutkan, e-learning Healthitude (viral clip) apa lagi yang paling diingat? \*

lbbbbb

Want to remove branding? Upgrade your account

3

## #BantuSayaLulus

Jawab secara cepat! Sebutkan e-learning Healthitude (viral clip) yang paling diingat! \*

kbbbbb

Jawab secara cepat! Selain yang telah disebutkan, e-learning Healthitude (viral clip) apa lagi yang paling diingat? \*

lbbbbb

Cynthia Nana Budianto  
170906323 | Ilmu Komunikasi

Want to remove branding? Upgrade your account

3

## #BantuSayaLulus

Apakah Anda mengetahui e-learning Healthitude dalam gambar tersebut? \*

Ya

Tidak

Bila Anda menjawab "tidak", mengapa Anda tidak mengetahui Viral Clip #2 Protocol to Protect? \*

Saya tidak tahu ada Viral Clip #2 Protocol to Protect

Saya tahu ada viral clip ini, tapi tidak membukanya di e-mail (viral clip ini dikirim melalui email)

Apakah Anda mengenal Viral Clip #2 Protocol to Protect? \*

Ya, saya mengenal dan telah menyelesaikannya dalam pertanyaan sebelumnya

Ya, saya mengenal setelah melihatnya dari kuesioner ini

Tidak

Bila Anda menjawab "tidak", mengapa Anda tidak mengenal Viral Clip #2 Protocol to Protect? \*

Saya tidak tahu ada Viral Clip #2 Protocol to Protect

Saya tahu ada viral clip ini, tapi tidak membukanya di e-mail (viral clip ini dikirim melalui email)

Cynthia Nana Budianto  
170906323 | Ilmu Komunikasi  
Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Want to remove branding? Upgrade your account

4

#BantuSayaLulus

Halo, Aquawan dan Aquawati!

Berikut adalah penjelasan mengenai penelitian skripsi ini.

Saat ini, saya sedang melakukan penelitian skripsi terhadap salah satu proyek yang sempat saya kerjakan selama magang di Danone AQUA, yaitu Viral Clip #2 Protocol to Protect yang dijalankan pada tanggal 19 April 2021 hingga 10 Mei 2021 yang lalu.

Kuesioner ini merupakan bagian dari skripsi saya yang berjudul Efektivitas Viral Clip #2 Protocol to Protect pada Karyawan Divisi Operasional di Pabrik dan Pusat Distribusi Danone AQUA.

Seluruh data dari kuesioner hanya akan digunakan untuk memenuhi pengerjaan skripsi kampus. Dengan begitu, saya berharap Aquawan dan Aquawati dapat menyelesaikan kuesioner ini dengan baik ya.

Terima kasih atas bantuan Aquawan dan Aquawati semuanya. Silakan melanjutkan ke pertanyaan berikutnya.

#BantuSayaLulus

Want to remove branding? Upgrade your account

#BantuSayaLulus

Apakah Anda bersedia untuk dilibatkan undian hadiah sebesar Rp100.000? (hanya untuk pengguna Gopay/Ovo/Shopeepay) \*

Ya  
 Tidak

Bagi yang menjawab "Ya", silakan masukkan nomor Whatsapp Anda \*

Untuk undian hadiah

Plant/DC \*

Untuk verifikasi kelas audens viral clip

Back Save Next

Cynthia Nana Budianto  
170906323 | Ilmu Komunikasi  
Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Want to remove branding? Upgrade your account

#BantuSayaLulus

Apakah Anda bersedia untuk dilibatkan undian hadiah sebesar Rp100.000? (hanya untuk pengguna Gopay/Ovo/Shopeepay) \*

Ya  
 Tidak

Bagi yang menjawab "Ya", silakan masukkan nomor Whatsapp Anda \*

Untuk undian hadiah

Plant/DC \*

Untuk verifikasi kelas audens viral clip

Back Save Next

Cynthia Nana Budianto  
170906323 | Ilmu Komunikasi  
Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Want to remove branding? Upgrade your account

5

#BantuSayaLulus

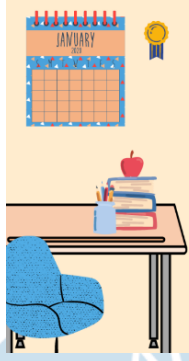
Apakah Anda telah mengakses Viral Clip #2 Protocol to Protect? \*

Ya  
 Tidak

Back Save Next

Want to remove branding? Upgrade your account

#BantuSayaLulus

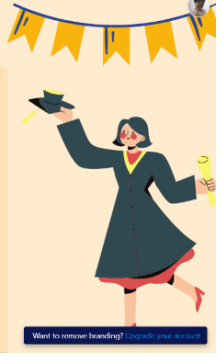


Apakah Anda mengerti pesan Viral Clip #2 Protocol to Protect? \*

Ya  
 Tidak

Bila Anda menjawab "ya", mengapa Anda mengerti pesan Viral Clip #2 Protocol to Protect? \*

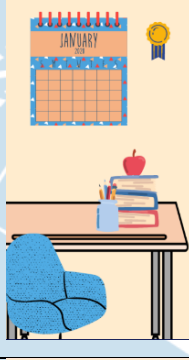
Type here...



Back
Save
Next

Want to remove branding? [Upgrade your account](#)

#BantuSayaLulus




Apakah Anda mengerti pesan Viral Clip #2 Protocol to Protect? \*

Ya  
 Tidak

Bila Anda menjawab "tidak", mengapa Anda tidak mengerti pesan Viral Clip #2 Protocol to Protect? \*

Saya hanya mengakses Viral Clip #2 Protocol to Protect satu kali  
 Other

hghm|



Back
Save
Next

Want to remove branding? [Upgrade your account](#)

#BantuSayaLulus

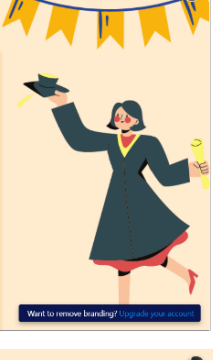


Apakah Viral Clip #2 Protocol to Protect dapat membuat Anda tertarik pada 'Iman, Imun, Aman'? \*

Ya  
 Tidak

Bila Anda menjawab "ya", mengapa Viral Clip #2 Protocol to Protect membuat Anda tertarik pada 'Iman, Imun, Aman'? \*

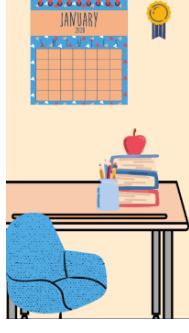
Type here...



Back
Save
Next

Want to remove branding? [Upgrade your account](#)

#BantuSayaLulus



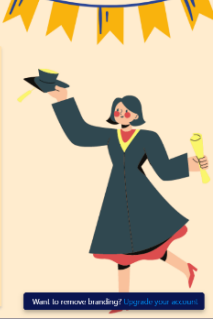
Apakah Viral Clip #2 Protocol to Protect dapat membuat Anda tertarik pada 'Iman, Imun, Aman'? \*

Ya  
 Tidak

Bila Anda menjawab "tidak", mengapa Viral Clip #2 Protocol to Protect tidak membuat Anda tertarik pada 'Iman, Imun, Aman'? \*

Saya hanya mengakses Viral Clip #2 Protocol to Protect satu kali  
 Other

vghm|

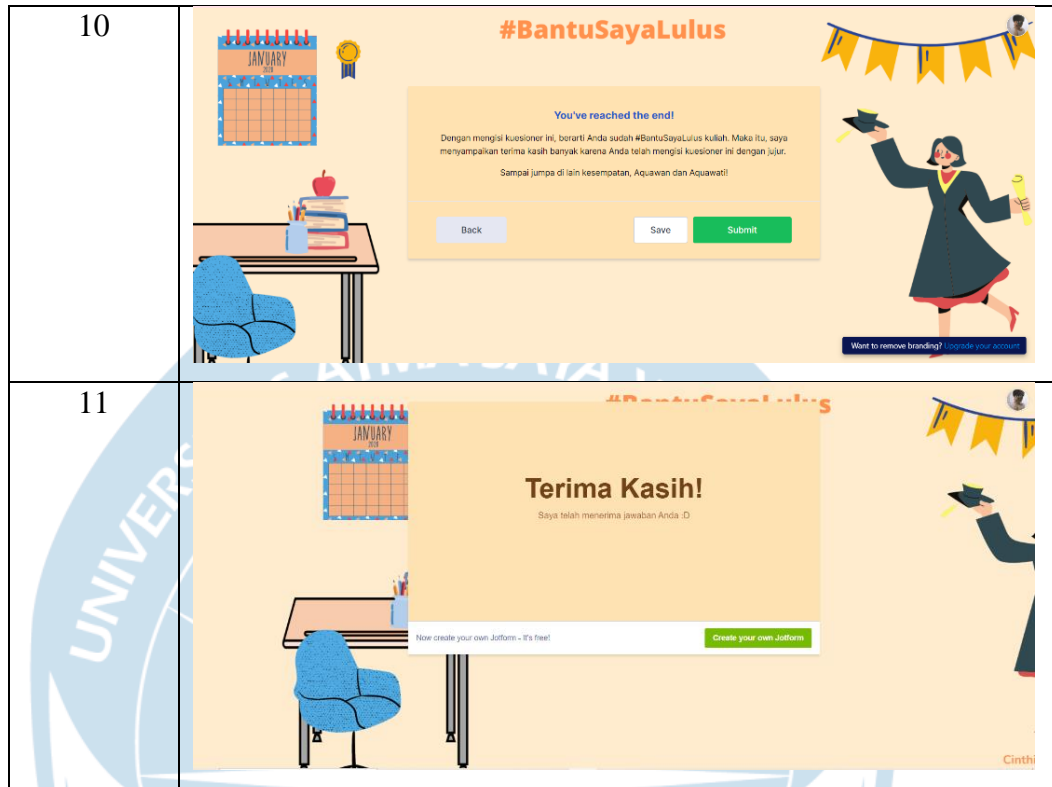


Back
Save
Next

Want to remove branding? [Upgrade your account](#)

<p>8</p>	<div data-bbox="535 304 1388 661"> <h3>#BantuSayaLulus</h3> <p>Apakah Viral Clip #2 Protocol to Protect dapat membuat Anda berminat menerapkan 'Iman, Imun, Aman'? *</p> <p><input checked="" type="radio"/> Ya <input type="radio"/> Tidak</p> <p>Bila Anda menjawab "ya", mengapa Viral Clip #2 Protocol to Protect membuat Anda berminat menerapkan 'Iman, Imun, Aman'? *</p> <p>Type here...</p> <p>Back Save Next</p> <p>Want to remove branding? <a href="#">Upgrade your account</a></p> </div> <div data-bbox="535 672 1388 1039"> <h3>#BantuSayaLulus</h3> <p>Apakah Viral Clip #2 Protocol to Protect dapat membuat Anda berminat menerapkan 'Iman, Imun, Aman'? *</p> <p><input type="radio"/> Ya <input checked="" type="radio"/> Tidak</p> <p>Bila Anda menjawab "tidak", mengapa Viral Clip #2 Protocol to Protect tidak membuat Anda berminat menerapkan 'Iman, Imun, Aman'? *</p> <p><input type="radio"/> Saya hanya mengakses Viral Clip #2 Protocol to Protect satu kali <input type="radio"/> 'Iman, Imun, Aman' tidak bermanfaat <input checked="" type="radio"/> Other</p> <p>gfl</p> <p>Back Save Next</p> <p>Want to remove branding? <a href="#">Upgrade your account</a></p> </div>
<p>9</p>	<div data-bbox="535 1050 1388 1407"> <h3>#BantuSayaLulus</h3> <p>Setelah mengakses Viral Clip #2 Protocol to Protect, apakah Anda sudah menerapkan 'Iman, Imun, Aman'? *</p> <p><input checked="" type="radio"/> Ya <input type="radio"/> Tidak</p> <p>Bila Anda menjawab "ya", mengapa Anda menerapkan 'Iman, Imun, Aman' setelah mengakses Viral Clip #2 Protocol to Protect? *</p> <p>Type here...</p> <p>Back Save Next</p> <p>Want to remove branding? <a href="#">Upgrade your account</a></p> </div> <div data-bbox="535 1417 1388 1795"> <h3>#BantuSayaLulus</h3> <p>Setelah mengakses Viral Clip #2 Protocol to Protect, apakah Anda sudah menerapkan 'Iman, Imun, Aman'? *</p> <p><input type="radio"/> Ya <input checked="" type="radio"/> Tidak</p> <p>Bila Anda menjawab "tidak", mengapa Anda tidak menerapkan 'Iman, Imun, Aman' setelah mengakses Viral Clip #2 Protocol to Protect? *</p> <p><input type="radio"/> Saya hanya mengakses Viral Clip #2 Protocol to Protect satu kali <input type="radio"/> Saya tidak tahu bahwa viral clip tersebut mengajak saya menerapkan 'Iman, Imun, Aman' <input checked="" type="radio"/> Other</p> <p>gvhj\j</p> <p>Back Save Next</p> <p>Want to remove branding? <a href="#">Upgrade your account</a></p> </div>





Lampiran 4 Tampilan Kuesioner

b. Pertanyaan kuesioner

<b>Tahapan CRI</b>	<b>Pertanyaan</b>
<i>Recognition</i>	<p>Jawab secara cepat! Sebutkan e-learning Healthitude yang paling diingat! *</p> <input data-bbox="646 506 1317 674" type="text"/> <p>Jawab secara cepat! Selain yang telah disebutkan, e-learning Healthitude apa lagi yang paling diingat? *</p> <input data-bbox="646 779 1317 947" type="text"/> <p><input data-bbox="646 999 776 1052" type="button" value="Back"/> <input data-bbox="1187 999 1317 1052" type="button" value="Next"/></p>

Awareness



Apakah Anda mengetahui e-learning Healthitude dalam gambar tersebut? \*

- Ya
- Tidak

Bila Anda menjawab "tidak", mengapa Anda tidak mengetahui Viral Clip #2 Protocol to Protect? \*

- Saya tidak tahu ada Viral Clip #2 Protocol to Protect
- Saya tahu ada viral clip ini, tapi tidak membukanya di e-mail (viral clip ini dikirim melalui email)

Apakah Anda mengenal Viral Clip #2 Protocol to Protect? \*

- Ya, saya mengenal dan telah menyebutkannya dalam pertanyaan sebelumnya
- Ya, saya mengenal setelah melihatnya dari kuesioner ini
- Tidak

Bila Anda menjawab "tidak", mengapa Anda tidak mengenal Viral Clip #2 Protocol to Protect? \*

- Saya tidak tahu ada Viral Clip #2 Protocol to Protect
- Saya tahu ada viral clip ini, tapi tidak membukanya di e-mail (viral clip ini dikirim melalui email)

Back

Save

Next

*Comprehend*

Apakah Anda mengerti pesan Viral Clip #2 Protocol to Protect? \*

Ya  
 Tidak

Bila Anda menjawab "ya", mengapa Anda mengerti pesan Viral Clip #2 Protocol to Protect? \*

Type here...

Bila Anda menjawab "tidak", mengapa Anda tidak mengerti pesan Viral Clip #2 Protocol to Protect? \*

Saya hanya mengakses Viral Clip #2 Protocol to Protect satu kali  
 Other

Back Next

*Interest*

Apakah Viral Clip #2 Protocol to Protect dapat membuat Anda tertarik pada 'Iman, Imun, Aman'? \*

Ya  
 Tidak

Bila Anda menjawab "ya", mengapa Viral Clip #2 Protocol to Protect membuat Anda tertarik pada 'Iman, Imun, Aman'? \*

Type here...

Bila Anda menjawab "tidak", mengapa Viral Clip #2 Protocol to Protect tidak membuat Anda tertarik pada 'Iman, Imun, Aman'? \*


Saya hanya mengakses Viral Clip #2 Protocol to Protect satu kali  
 Other

Back Next

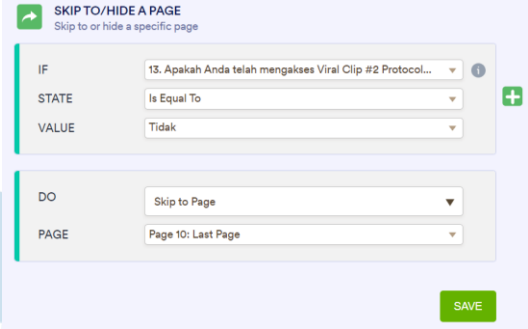

<p><i>Intention</i></p>	<p>Apakah Viral Clip #2 Protocol to Protect dapat membuat Anda berminat menerapkan 'Iman, Imun, Aman'? *</p> <p> <input type="radio"/> Ya  <input type="radio"/> Tidak         </p> <p>Bila Anda menjawab "ya", mengapa Viral Clip #2 Protocol to Protect membuat Anda berminat menerapkan 'Iman, Imun, Aman'? *</p> <p>Type here...</p> <p>Bila Anda menjawab "tidak", mengapa Viral Clip #2 Protocol to Protect tidak membuat Anda berminat menerapkan 'Iman, Imun, Aman'? *</p> <p> <input type="radio"/> Saya hanya mengakses Viral Clip #2 Protocol to Protect satu kali  <input type="radio"/> 'Iman, Imun, Aman' tidak bermanfaat  <input type="radio"/> Other         </p>
<p><i>Action</i></p>	<p>Setelah mengakses Viral Clip #2 Protocol to Protect, apakah Anda sudah menerapkan 'Iman, Imun, Aman'? *</p> <p> <input type="radio"/> Ya  <input type="radio"/> Tidak         </p> <p>Bila Anda menjawab "ya", mengapa Anda menerapkan 'Iman, Imun, Aman' setelah mengakses Viral Clip #2 Protocol to Protect? *</p> <p>Type here...</p> <p>Bila Anda menjawab "tidak", mengapa Anda tidak menerapkan 'Iman, Imun, Aman' setelah mengakses Viral Clip #2 Protocol to Protect? *</p> <p> <input type="radio"/> Saya hanya mengakses Viral Clip #2 Protocol to Protect satu kali  <input type="radio"/> Saya tidak tahu bahwa viral clip tersebut mengajak saya menerapkan 'Iman, Imun, Aman'  <input type="radio"/> Other         </p>

Lampiran 5 Pertanyaan Kuesioner



- c. Aturan yang dibuat agar kuesioner ini berbentuk tahapan seperti yang dicetuskan dalam perhitungan CRI.



Tahap CRI	Penjelasan	Tangkapan Layar
Awareness	<p>Bila menjawab tidak pada kedua pertanyaan, responden akan ditanya alasan menjawab tidak dengan tujuan untuk menyesuaikan dengan teori yang disampaikan oleh Best mengenai alasan lemahnya tahapan ini.</p> <p>Responden juga akan diarahkan keluar dari kuesioner karena menjawab 'tidak' artinya responden telah berhenti pada tahap ini.</p>	

Data diri	<p>Nomor telepon (Whatsapp) dianggap privasi oleh sebagian orang. Untuk menghormati itu, peneliti memberi kesempatan pada responden untuk tidak menyebarkan nomor teleponnya walau tujuan sebenarnya hanya satu, yaitu akan digunakan untuk kepentingan undian hadiah.</p>	
Verifikasi pengakses	<p>Apabila responden menjawab tidak, responden tidak</p>	

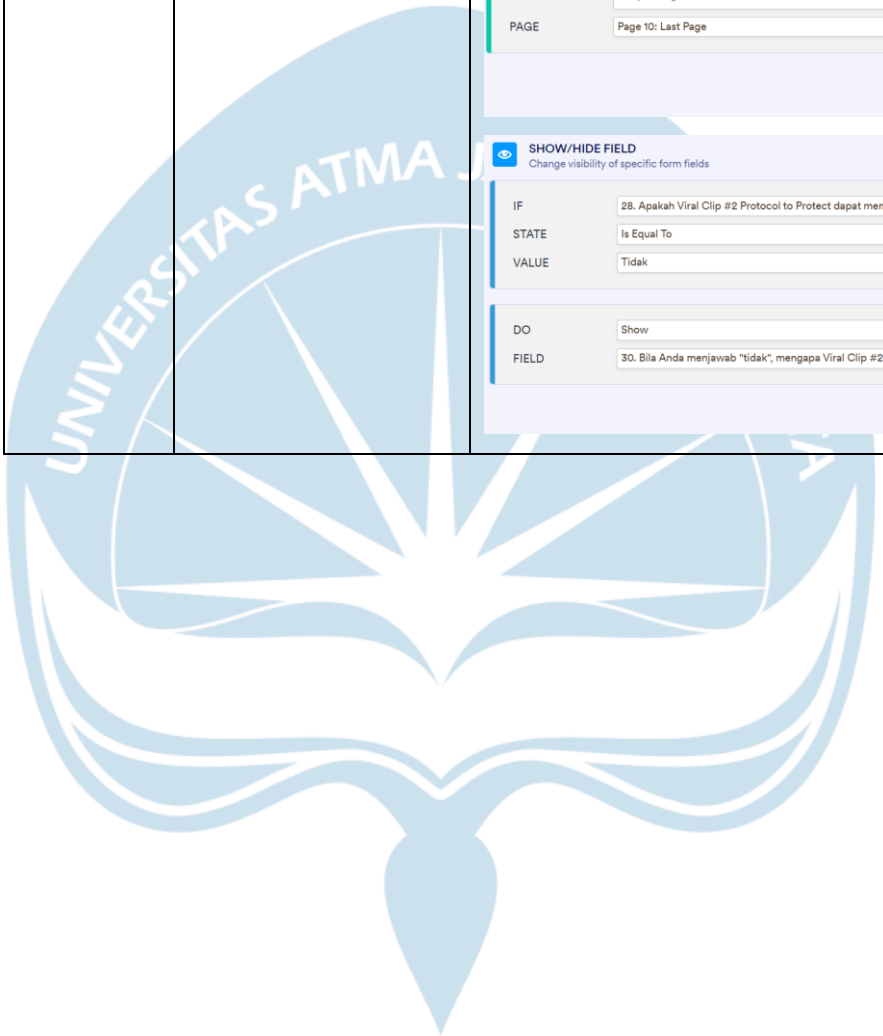
<p>an VC #2 PTP</p>	<p>akan melanjutkan (diarahkan keluar dari) kuesioner ini karena menjawab ‘tidak’ artinya responden telah berhenti pada tahap ini.</p>	
<p>Comprehe nd</p>	<p>Pada perhitungan CRI, alasan responden menjawab ya/tidak akan dipertanyakan. Maka itu, ketika menjawab iya/tidak, bagian kuesioner yang akan diisi dengan ‘alasan menjawab iya/tidak’ oleh responden akan dimunculkan sesuai jawaban yang dipilih. Bila menjawab ‘tidak’, responden juga akan diarahkan keluar dari kuesioner karena menjawab ‘tidak’ artinya responden telah berhenti pada tahap ini.</p>	




		
<p><i>Interest</i></p>	<p>Pada perhitungan CRI, alasan responden menjawab ya/tidak akan dipertanyakan. Maka itu, ketika menjawab iya/tidak, bagian kuesioner yang akan diisi dengan ‘alasan menjawab iya/tidak’ oleh responden akan dimunculkan sesuai jawaban yang dipilih. Bila menjawab ‘tidak’, responden juga akan diarahkan keluar dari kuesioner karena menjawab ‘tidak’ artinya responden telah</p>	

	<p>berhenti pada tahap ini.</p>	 <p>The screenshot shows two logic rule configurations in SurveyMonkey. The first rule, 'SHOW/HIDE FIELD', has the condition 'IF' set to '24. Apakah Viral Clip #2 Protocol to Protect dapat mem...', 'STATE' set to 'Is Equal To', and 'VALUE' set to 'Tidak'. The action 'DO' is 'Show' for 'FIELD' '26. Bila Anda menjawab "tidak", mengapa Viral Clip #2 ...'. The second rule, 'SKIP TO/HIDE A PAGE', has the condition 'IF' set to '26. Bila Anda menjawab "tidak", mengapa Viral Clip #2 ...', 'STATE' set to 'Is Filled', and the action 'DO' set to 'Skip to Page' for 'PAGE' 'Page 10: Last Page'. Both rules have a 'SAVE' button.</p>
<p><i>Intention</i></p>	<p>Pada perhitungan CRI, alasan responden menjawab ya/tidak akan dipertanyakan. Maka itu, ketika menjawab iya/tidak, bagian kuesioner yang akan diisi dengan ‘alasan menjawab iya/tidak’ oleh responden akan dimunculkan sesuai jawaban yang dipilih. Bila menjawab ‘tidak’, responden juga akan diarahkan keluar dari kuesioner karena menjawab ‘tidak’ artinya</p>	 <p>The screenshot shows two logic rule configurations in SurveyMonkey. The first rule, 'SHOW/HIDE FIELD', has the condition 'IF' set to '28. Apakah Viral Clip #2 Protocol to Protect dapat mem...', 'STATE' set to 'Is Equal To', and 'VALUE' set to 'Ya'. The action 'DO' is 'Show' for 'FIELD' '29. Bila Anda menjawab "ya", mengapa Viral Clip #2 Pro...'. The second rule, 'SKIP TO/HIDE A PAGE', has the condition 'IF' set to '29. Bila Anda menjawab "ya", mengapa Viral Clip #2 Pro...', 'STATE' set to 'Is Filled', and the action 'DO' set to 'Skip to Page' for 'PAGE' 'Page 9'. Both rules have a 'SAVE' button.</p>

	<p>responden telah berhenti pada tahap ini.</p>	<div data-bbox="852 304 1356 598"><h4>SKIP TO/HIDE A PAGE</h4><p>Skip to or hide a specific page</p><p>IF: 30. Bila Anda menjawab "tidak", mengapa Viral Clip #2 ...</p><p>STATE: Is Filled</p><p>DO: Skip to Page</p><p>PAGE: Page 10: Last Page</p><p>SAVE</p></div> <div data-bbox="852 619 1356 913"><h4>SHOW/HIDE FIELD</h4><p>Change visibility of specific form fields</p><p>IF: 28. Apakah Viral Clip #2 Protocol to Protect dapat mem...</p><p>STATE: Is Equal To</p><p>VALUE: Tidak</p><p>DO: Show</p><p>FIELD: 30. Bila Anda menjawab "tidak", mengapa Viral Clip #2 ...</p><p>SAVE</p></div>
--	---	--



<p><i>Action</i></p>	<p>Pada perhitungan CRI, alasan responden menjawab ya/tidak akan dipertanyakan. Maka itu, ketika menjawab iya/tidak, bagian kuesioner yang akan diisi dengan ‘alasan menjawab iya/tidak’ oleh responden akan dimunculkan sesuai jawaban yang dipilih. Bila menjawab ‘tidak’, responden juga akan diarahkan keluar dari kuesioner karena menjawab ‘tidak’ artinya responden telah berhenti pada tahap ini.</p>	 <p>The screenshot displays three configuration panels for a survey:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><b>SHOW/HIDE FIELD (Top):</b> Configured for question 32. IF: 32. Setelah mengakses Viral Clip #2 Protocol to Protec...; STATE: Is Equal To; VALUE: Ya; DO: Show; FIELD: 33. Bila Anda menjawab "ya", mengapa Anda menerapkan L...</li> <li><b>SKIP TO/HIDE A PAGE (Middle):</b> Configured for question 33. IF: 33. Bila Anda menjawab "ya", mengapa Anda menerapkan L...; STATE: Is Filled; DO: Skip to Page; PAGE: Page 10: Last Page.</li> <li><b>SHOW/HIDE FIELD (Bottom):</b> Configured for question 32. IF: 32. Setelah mengakses Viral Clip #2 Protocol to Protec...; STATE: Is Equal To; VALUE: Tidak; DO: Show; FIELD: 34. Bila Anda menjawab "tidak", mengapa Anda tidak men...</li> </ul>
----------------------	---	---

Lampiran 6 Aturan CRI di Kuesioner

## 4. Hasil Turnitin

untuk diturnitin

---

ORIGINALITY REPORT

---

<b>8%</b>	<b>7%</b>	<b>2%</b>	<b>2%</b>
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

---

PRIMARY SOURCES

---

<b>1</b>	<b>fisip.uajy.ac.id</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>2</b>	<b>aqualestari.aqua.co.id</b> Internet Source	<b>&lt;1%</b>
<b>3</b>	<b>text-id.123dok.com</b> Internet Source	<b>&lt;1%</b>
<b>4</b>	<b>Submitted to Universitas Pendidikan Indonesia</b> Student Paper	<b>&lt;1%</b>
<b>5</b>	<b>repository.ar-raniry.ac.id</b> Internet Source	<b>&lt;1%</b>
<b>6</b>	<b>id.123dok.com</b> Internet Source	<b>&lt;1%</b>
<b>7</b>	<b>e-journal.uajy.ac.id</b> Internet Source	<b>&lt;1%</b>
<b>8</b>	<b>eprints.umm.ac.id</b> Internet Source	<b>&lt;1%</b>
<b>9</b>	<b>123dok.com</b> Internet Source	<b>&lt;1%</b>

---

Lampiran 7 Hasil Turnitin

## 5. Penyebaran Kuesioner

### a. *Caption*

Halo Aquawan dan Aquawati!

Nama saya Cinthia, mahasiswi Ilmu Komunikasi di Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang pernah magang di Operations HRBP Danone AQUA.

Saat ini saya sedang melakukan penelitian skripsi terhadap salah satu proyek yang pernah saya kerjakan selama magang. Saya mohon bantuan dari Aquawan dan Aquawati untuk #BantuSayaLulus dengan mengisi kuesioner ini ya. Tenang saja, semua data **hanya** akan digunakan untuk keperluan skripsi ini. Maka itu, saya berharap Aquawan dan Aquawati dapat menyelesaikan kuesioner ini dengan baik 😊  
Terima kasih banyak untuk bantuannya ya, semoga Aquawan dan Aquawati sehat selalu!

psssttt, akan ada hadiah sejumlah Rp200.000,00 untuk dua pemenang lho 🤗

Berikut adalah link kuesioner saya:

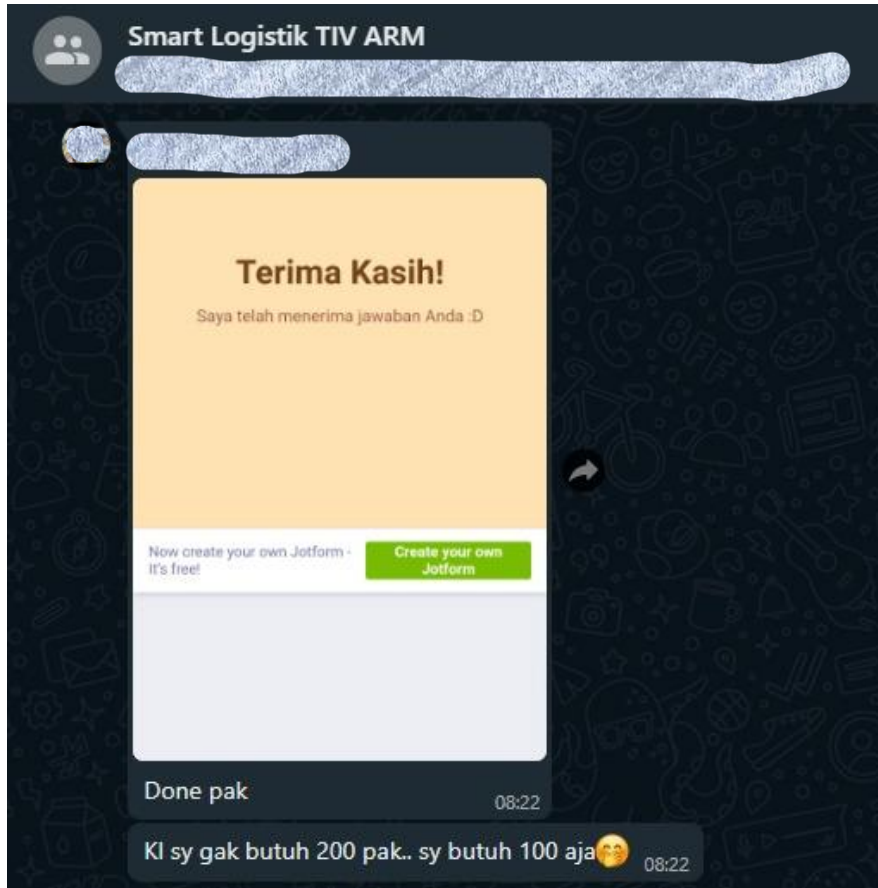
🔗 [https://bit.ly/Skripsi\\_CNB](https://bit.ly/Skripsi_CNB)

\*catatan: detail mengenai skripsi hanya ada di dalam kuesioner karena objek penelitian perlu disembunyikan terlebih dahulu.

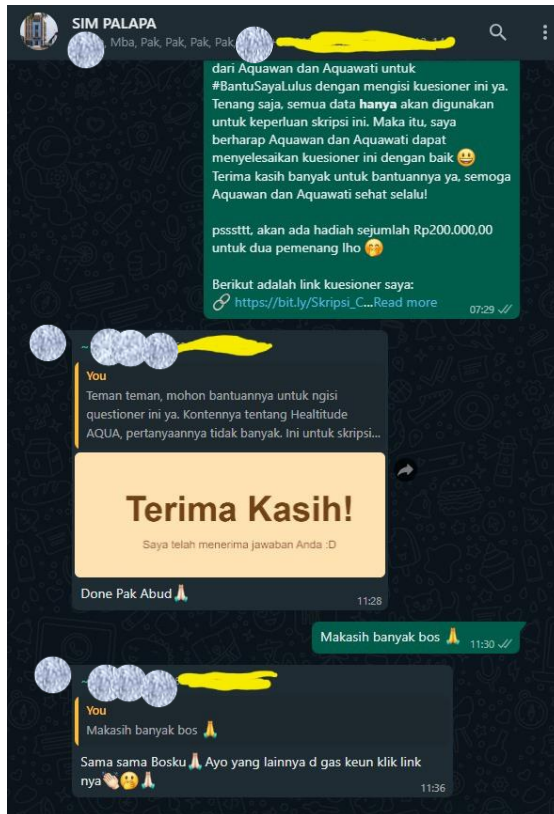
11:47 AM ✓

Lampiran 8 *Caption* Pesan Penyebaran Kuesioner

b. Pesan dari Operations Excellence kepada responden



Responden tersebut berasal dari pabrik di Airmadidi, Sulawesi Utara



Responden tersebut berasal dari pusat distribusi di Palapa, Jakarta Barat

Lampiran 9 Pesan dari Responden