

orang yang menggunakannya dalam melakukan kehidupan sehari-hari. Dari permasalahan ini dibuatnya sebuah media komunikasi visual berupa audio visual berdurasi sekitar 1 menit. Audio visual menunjukkan menunjukkan orang yang mengonsumsi kafein setiap hari dengan jumlah yang cukup banyak dan akibat yang dirasakannya. Media Audio visual yang didukung dengan desain sosial media dan billboard dibuat agar masyarakat yang merasakan dampak-dampak tersebut dapat melakukan perubahan dalam perilakunya untuk membatasi konsumsi kafeinnya.

5.2 SARAN

Tentu saja, desain yang telah dibuat masih memiliki banyak kekurangan, yang hanya memiliki satu media utama berupa audio visual berdurasi pendek. Untuk perancang selanjutnya yang ingin mengembangkan mengenai dampak buruk konsumsi kafein setiap hari, dapat mempelajari lebih lanjut tentang kafein melalui penelitian atau wawancara dan memperhatikan tren di komunitas mereka untuk mempelajari lebih lanjut tentang kasus ini. Dan terus memperhatikan preferensi target agar dapat mengkomunikasikan desain yang efektif agar pesan dapat tersampaikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Attipoe, Selasi, Jeffrey Leggit, and Patricia A. Deuster. 2016. "Caffeine Content in Popular Energy Drinks and Energy Shots." *Military Medicine* 181(9):1016–20. doi: 10.7205/MILMED-D-15-00459.
- Br Ginting, Sarah Stephanie, Yunisa Astiarani, Bryany Titi Santi, and Vetinly Vetinly. 2022. "TINGKAT PENGETAHUAN EFEK KONSUMSI KAFEIN DAN ASUPAN KAFEIN PADA MAHASISWA." *Journal of Nutrition College* 11(4):264–71. doi: 10.14710/jnc.v11i4.32930.
- Brice, Carolyn, and Andrew Smith. 2001. "The Effects of Caffeine on Simulated Driving, Subjective Alertness and Sustained Attention." *Human Psychopharmacology: Clinical and Experimental* 16(7):523–31. doi: 10.1002/hup.327.
- Chin, J. M., M. L. Merves, B. A. Goldberger, A. Sampson-Cone, and E. J. Cone. 2008. "Caffeine Content of Brewed Teas." *Journal of Analytical Toxicology* 32(8):702–4. doi: 10.1093/jat/32.8.702.
- Dews, P. B., C. P. O'Brien, and J. Bergman. 2002. "Caffeine: Behavioral Effects of Withdrawal and Related Issues." *Food and Chemical Toxicology* 40(9):1257–61. doi: 10.1016/S0278-6915(02)00095-9.
- Flowers, Julianne F., Audrey A. Haynes, and Michael H. Crespin. n.d. "The Media, the Campaign, and the Message."

- Günay, Mustafa. 2021. "Design in Visual Communication." *Art and Design Review* 09(02):109–22. doi: 10.4236/adr.2021.92010.
- Hanipradja, Raden Ajeng Sukma Ayu, Elly Rasmikayati, and Bobby Rachmat Saefudin. 2022. "PERILAKU KONSUMEN KOPI DI MASA PANDEMI COVID-19 (Suatu Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Padjadjaran)." *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis* 8(2):1338. doi: 10.25157/ma.v8i2.7992.
- Hassan, Amir, Muhammad Ashfaq, Ali Khan, and Muhammad Shakeel Khan. 2020. "Isolation of Caffeine from Carbonated Beverages." *Journal of Tropical Pharmacy and Chemistry* 5(1):33–38. doi: 10.25026/jtpc.v5i1.234.
- M. Syam, Hamdani, Asnawi Muslem, and Bustami Usman. 2017. "A SURVEY ON YOUNG PEOPLE'S PURPOSES AND COMMUNICATIONS ACTIVITIES IN COFFEE SHOPS IN BANDA ACEH." *Humanities & Social Sciences Reviews* 5(2):149–54. doi: 10.18510/hssr.2017.5211.
- McCusker, R. R., B. A. Goldberger, and E. J. Cone. 2003. "Caffeine Content of Specialty Coffees." *Journal of Analytical Toxicology* 27(7):520–22. doi: 10.1093/jat/27.7.520.
- Nehlig, Astrid. 2022. "Effects of Coffee on the Gastro-Intestinal Tract: A Narrative Review and Literature Update." *Nutrients* 14(2):399. doi: 10.3390/nu14020399.
- Postgraduate School, Business management, Institut Pertanian Bogor, Muhamad Syahid Abdurrahim, Mukhamad Najib, Postgraduate School, Business management, Institut Pertanian Bogor, Setiadi Djohar, and Postgraduate School, Business management, Institut Pertanian Bogor. 2019. "DEVELOPMENT OF AISAS MODEL TO SEE THE EFFECT OF TOURISM DESTINATION IN SOCIAL MEDIA." *JURNAL APLIKASI MANAJEMEN* 17(1):133–43. doi: 10.21776/ub.jam.2019.017.01.15.
- Yadav, Preeti, Debkumar Chakrabarti, and Dandeswar Bisoyi. 2014. "Typography as a Statement of Design."
- Kitchen, P. J., & Burgmann, I. (2010). Integrated marketing communication. Wiley international encyclopedia of marketing.
- Sugiyono. (2008.). Metode penelitian pendidikan : (pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R & D) / Sugiyono. Bandung :: Alfabeta,.