

## ABSTRAK

Senyuman merupakan hal yang memengaruhi penampilan seseorang terutama saat bersosialisasi dalam suatu komunitas, karena mulut merupakan bagian dari wajah yang sering menjadi perhatian saat berkomunikasi. *Digital Smile Design* dapat digunakan sebagai sarana untuk mendapatkan senyuman yang diinginkan seiring dengan keinginan masyarakat luas untuk memiliki senyuman yang estetik. Media promosi dalam bentuk media cetak dan media non-cetak dapat digunakan untuk memberikan informasi mengenai *Digital Smile Design*, baik kepada masyarakat yang belum mengenal *Digital Smile Design* maupun yang sudah.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya perbedaan media cetak (brosur) dan media non-cetak (video) terhadap intensi subjek penelitian untuk melakukan *Digital Smile Design*. Desain penelitian ini adalah analisis komparatif. Populasi yang diteliti adalah mahasiswa dan mahasiswi Fakultas Kedokteran Gigi Universitas Kristen Maranatha dengan jumlah sampel penelitian sebanyak 100 orang yang dibagi menjadi 2 kelompok yang berisi 50 subjek per kelompok.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa rata-rata skor intensi kelompok subjek penelitian yang diperlihatkan video memiliki rata-rata sebanyak 68,85, lebih tinggi dibandingkan dengan kelompok subjek penelitian yang diperlihatkan brosur yang memiliki skor 36,15. Analisis data hasil penelitian secara statistik menggunakan *Wilcoxon-Mann Whitney Test* dengan hasil *p value* = 0,00, yaitu sangat signifikan ( $p \leq 0,01$ ).

Berdasarkan hasil penelitian ini, maka dapat disimpulkan bahwa media non-cetak dalam bentuk video lebih dapat meningkatkan intensi dalam melakukan *Digital Smile Design* dibandingkan media cetak berupa brosur.

**Kata kunci :** *Digital Smile Design*, media cetak, media non-cetak, brosur, video, intensi.

## **ABSTRACT**

*Smile is one of a thing that influenced a person's appearance especially when socializing with others in a community, because mouth is a part of the face that usually become center of attention when communicating. Digital Smile Design can be used as a platform to achieve a smile that a person want along with people's desire to have an aesthetic smile. Promotion media in a form of print and non-print can be used to inform people for those who don't know and for those who already know about Digital Smile Design.*

*This research aims to know if there's a different between print (brochure) and non-print media (video) toward the intention of the research subject to do the Digital Smile Design. The design of this study is an analysis comparative. This research used Maranatha Christian University Faculty of Dentistry students as research subjects as there were 100 peoples used for this research subjects that divided to 2 groups that contain 50 subjects per group.*

*The results of this research shows that the average intention score of the research subjects group that shown the video have the average of 68.85, higher than the research subjects group that shown the brochure that have the average score of 36.15. Data analysis of this research, statically using Wilcoxon-Mann Whitney Test, has a very significant result ( $p \leq 0.01$ ) of  $p$  value = 0.00.*

*Based on the research result, it can be concluded that non-print media in a form of video is able to increase the intention on doing the Digital Smile Design procedure more than print media in a form of brochure.*

*Keywords : Digital Smile Design, print media, non-print media, brochure, video, intention.*

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	ii
<b>SURAT PERNYATAAN</b> .....	iii
<b>ABSTRAK</b> .....	iv
<b>ABSTRACT</b> .....	v
<b>PRAKATA</b> .....	vi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiv
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Identifikasi Masalah .....	3
1.3. Tujuan Penelitian .....	4
1.4. Manfaat Penelitian .....	4
1.4.1. Manfaat Bagi Praktik .....	4
1.4.2. Manfaat Bagi Masyarakat .....	4
1.4.3. Manfaat Bagi Akademik .....	4
1.5. Kerangka Pemikiran dan Hipotesis .....	5
1.5.1. Kerangka Pemikiran .....	5

1.5.2. Hipotesis.....	8
1.6. Metode Penelitian .....	9
1.7. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>10</b>
2.1 <i>Smile Design</i> .....	10
2.1.1 Pengertian <i>Smile Design</i> .....	10
2.1.2 Tujuan <i>Smile Design</i> .....	10
2.1.3 Prinsip Persepsi Visual dari <i>Smile Design</i> .....	11
2.1.4 Elemen Vital dalam <i>Smile Design</i> .....	12
2.2 <i>Digital Smile Design</i> .....	20
2.2.1 Pengertian <i>Digital Smile Design</i> .....	20
2.2.2 Keuntungan <i>Digital Smile Design</i> .....	21
2.2.3 Langkah-Langkah <i>Digital Smile Design</i> .....	24
2.3 Pemasaran .....	28
2.3.1 Manajemen Pemasaran .....	28
2.3.2 <i>Marketing Mix</i> .....	29
2.4 Promosi Kesehatan.....	31
2.4.1 Pengertian Promosi Kesehatan dan Media Promosi Kesehatan.....	31
2.4.2 Manfaat Media Promosi.....	31
2.4.3 Macam-Macam Alat Bantu Promosi.....	33
2.4.4 Sasaran yang Dicapai Alat Bantu Promosi .....	34
2.4.5 Macam-Macam Media Promosi Dalam Bidang Kesehatan.....	34
2.5 Teori <i>Planned Behaviour</i> .....	36
2.5.1 Pengertian <i>Planned Behavior</i> .....	36
2.5.2 <i>Attitude Toward the Behavior</i> .....	37
2.5.3 <i>Subjective Norms</i> .....	37
2.5.4 <i>Perceived Behavioral Control</i> .....	38

2.5.5 Intensi.....	38
<b>BAB III BAHAN DAN METODE PENELITIAN .....</b>	<b>40</b>
3.1. Alat dan Bahan Penelitian.....	40
3.2. Populasi dan Sampel Penelitian.....	40
3.2.1. Populasi Penelitian.....	40
3.2.2. Sampel Penelitian.....	40
3.3. Metode Penelitian .....	41
3.3.1. Desain Penelitian.....	41
3.3.2. Variabel Penelitian.....	41
3.3.3. Definisi Operasional.....	42
3.4. Prosedur Penelitian .....	43
3.5. Uji Validitas dan Reliabilitas Kuisisioner.....	45
3.5.1. Uji Validitas Kuisisioner.....	45
3.5.2. Uji Reliabilitas Kuisisioner.....	45
3.6. Analisis Data.....	45
3.7. Hipotesis Penelitian .....	46
3.8. Etik Penelitian.....	46
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>48</b>
4.1. Hasil Penelitian .....	48
4.2. Pembahasan.....	51
4.3. Hasil Uji Hipotesis.....	56

<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b> .....	57
5.1. Simpulan .....	57
5.2. Saran .....	57
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	55
<b>LAMPIRAN</b> .....	61



## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	42
Tabel 4.1 Karakteristik Subjek Penelitian.....	49
Tabel 4.2 Rata-Rata Hasil Skor Kuisisioner.....	49
Tabel 4.3 Hasil Statistik Non-Parametrik <i>Wilcoxon-Mann Whitney Test</i> .....	50



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka pemikiran .....	8
Gambar 2.1 Proporsi gigi .....	12
Gambar 2.2 Bibir atas sebagai pedoman garis midline.....	14
Gambar 2.3 Mulut dalam keadaan isitrahah ( <i>rest</i> ).....	15
Gambar 2.4 Embrasur insisal .....	16
Gambar 2.5 Area kontak interdental .....	17
Gambar 2.6 Garis senyum.....	19
Gambar 2.7 Pengambilan foto dan video ekstra dan intra-oral.....	25
Gambar 2.8 Proses <i>Digital Smile Design</i> menggunakan program <i>Keynote</i> .....	26
Gambar 2.9 Proses transfer desain <i>digital</i> ke cetakan diagnostik.....	27
Gambar 2.10 Pemasangan <i>mock-up</i> pada pasien ( <i>the smile design test drive</i> ) .....	28
Gambar 3.1 Bagan prosedur penelitian.....	44
Gambar 4.1 Diagram hasil rata-rata skor intensi responden .....	51



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Lembar Persetujuan Komisi Etik Penelitian.....	61
Lampiran 2 <i>Informed Consent</i> .....	62
Lampiran 3 Lembar Data Penunjang Kuisisioner.....	63
Lampiran 4 Lembar Kuisisioner .....	64
Lampiran 5 Hasil Pengujian Validitas dan Reabilitas.....	66
Lampiran 6 Alat dan Bahan .....	68
Lampiran 7 Dokumentasi Penelitian.....	69
Lampiran 8 Data Penelitian.....	70
Lampiran 9 Brosur <i>Digital Smile Design</i> .....	76

