

## KAMPANYE SOSIAL PENTINGNYA PENGGUNAAN *SUNSCREEN* SEBAGAI UPAYA PENCEGAHAN DAMPAK BURUK SINAR UV TERHADAP KULIT PADA REMAJA USIA 12-17 TAHUN DI KOTA PALEMBANG

Dita Aulia<sup>1</sup>, Yosef Yulius<sup>2</sup> dan Heri Iswandi<sup>3</sup>

<sup>1), 2), 3)</sup> Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Ilmu Pemerintahan dan Budaya  
Universitas Indo Global Mandiri. Jl. Jend. Sudirman No.62 Km.4, 20 ilir, Kota Palembang

Email Korespondensi : 2019620035@students.uigm.ac.id<sup>1)</sup>

Received: 13 November 2024

Revised: 23 November 2024

Accepted: 23 Desember 2024

**Abstrak:** Sinar UV yang berlebihan akan berdampak negatif pada kulit salah satu dampak negatifnya terbakar matahari bahkan bisa menyebabkan kanker kulit. Masalah utama yang dihadapi adalah masih banyak masyarakat yang belum mengetahui bahaya dari sinar UV terhadap kulit dan belum banyak juga yang mengetahui bagaimana cara pencegahannya. Perancangan ini memiliki tujuan utama yakni untuk melakukan kampanye yaitu mengajak remaja usia 12-17 tahun menggunakan *sunscreen* untuk menghindari paparan tersebut. Disini menggunakan beberapa metode yang salah satunya adalah pengumpulan data melalui kusioner, hasil perolehan ini dapat disimpulkan bahwa masih banyak warga di Indonesia yang menyepelekan tentang penggunaan *sunscreen*, khususnya pada laki-laki yang meraup data jumlah terbanyak pada kuisisioner mengenai mengapa tidak menggunakan *sunscreen*. Kampanye sinar UV ini menghadirkan kampanye unik mengenai ajakan dan pemakaian *sunscreen* yang baik dan benar, serta membantu dalam pemilihan *sunscreen* yang tepat untuk kulit.

**Kata kunci :** Kampanye Sosial, *Sunscreen*, Kesehatan Kulit, Remaja, Sinar UV

**Abstract:** Excessive UV rays will have a negative impact on the skin, one of the negative effects of which is sunburn and can even cause skin cancer. The main problem faced is that there are still many people who do not know the dangers of UV rays on the skin and not many people know how to prevent them. This design has the main objective, namely to carry out a campaign, namely to encourage teenagers aged 12-17 years to use *sunscreen* to avoid this exposure. Here using several methods, one of which is collecting data through questionnaires, the results of this collection can be concluded that there are still many people in Indonesia who underestimate the use of *sunscreen*, especially men who collected the largest amount of data in the questionnaire regarding why they don't use *sunscreen*. This UV light campaign presents a unique campaign regarding the invitation and use of *sunscreen* properly and correctly, as well as helping in choosing the right *sunscreen* for the skin.

**Keywords :** Social Campaign, *Sunscreen*, Skin Health, Youth, UV Light

## **PENDAHULUAN**

Indonesia adalah negara yang memiliki iklim tropis hal ini membuat Indonesia terpapar sinar matahari sepanjang tahun, sinar matahari merupakan sumber energi yang bermanfaat bagi kehidupan manusia. Matahari dapat memancarkan berbagai macam sinar baik yang dapat dilihat (visibel) maupun yang tidak dapat dilihat. Sinar matahari yang dapat dilihat adalah sinar yang dipancarkan dalam gelombang lebih dari 400nm, sedangkan sinar matahari dengan panjang gelombang 10nm- 400nm yang disebut dengan sinar ultraviolet tidak dapat dilihat dengan mata. Sinar Ultraviolet (UV) adalah sinar tidak tampak yang merupakan bagian energi yang berasal dari matahari. (Sofia & Minerva, 2021). Sinar ultra violet (UV) dapat digolongkan menjadi UV A dengan panjang gelombang diantara 320 - 400 nm, UV B dengan panjang gelombang 290– 320 nm dan UV C dengan panjang gelombang 10- 290 nm. Semua Sinar UV A di emisikan ke bumi, sedangkan sinar UV B sebagian diemisikan ke bumi (terutama yang panjang gelombangnya mendekati UV A). Sinar UV B dengan panjang gelombang lebih pendek dan sinar UV C tidak dapat diemisikan ke bumi karena diserap lapisan ozon di atmosfer bumi. Dengan demikian apabila lapisan ozon yang ada di atmosfer rusak, sinar UV B yang masuk ke bumi akan semakin banyak, (BPOM, 2009). (Fadilah Mumtazah et al., 2020).

Sinar ultraviolet sebenarnya memiliki manfaat bagi manusia diantaranya adalah untuk membunuh bakteri dan mensintesa vitamin D, namun hal tersebut akan menjadi sebaliknya apabila manusia terpapar sinar ultraviolet secara berlebihan dan terus-menerus, apabila hal tersebut terjadi maka akan menimbulkan dampak yang buruk terutama pada kulit diantaranya dapat menyebabkan kemerahan pada kulit, kulit terasa terbakar, dapat menimbulkan eritema kondisi yang disebabkan sinar UV B dimana kulit kaki mengalami kemerahan dan bengkak, dapat memicu pertumbuhan sel kanker, kehilangan elastisitas kulit, penuaan dini, sinar UV A yang menembus dermis menyebabkan kerusakan sel kulit, kulit cepat keriput, hingga kanker kulit. (Hapsah Isfardiyana et al., 2014).

Tahun 1938, seorang mahasiswa kimia Franz Greiter mengalami sengatan matahari setelah mendaki gunung Piz Buin. Sejak saat itu, ia mulai menciptakan produk bernama Glacier Cream dengan SPF 2. Meskipun SPF-nya hanya 2,

*sunscreen* itu dinilai efektif untuk meredakan sensasi terbakar di kulit. Di dunia militer, *sunscreen* mulai digunakan pada tahun 1944. Seorang penerbang sekaligus apoteker Benjamin Green meracik zat berminyak yang disebut 'red vet pet' (petrolatum veteriner merah) yang berguna untuk melindungi dirinya dan tentara lainnya saat Perang Dunia II. Awalnya, *sunscreen* racikan Benjamin Green punya tekstur yang sangat kental dan berat. Ketika dipakai di kulit pun kurang terasa nyaman meskipun cukup ampuh untuk melindungi kulit para tentara. Saat ini sudah banyak sekali produk *sunscreen* yang bisa kamu coba. Inovasinya pun nggak sebatas SPF yang semakin tinggi tapi juga tekstur yang beragam mulai dari krim, gel, stick, hingga spray. UV Filter ini terdiri dari banyak jenis, mulai dari kandungan yang hanya mampu melindungi kulit dari sinar UVA, kandungan yang hanya mampu melindungi kulit dari sinar UVB, atau keduanya yang biasa disebut sebagai broad spectrum. *Sunscreen* melindungi kulit kita dengan dua cara, tergantung dari jenis *sunscreen* itu sendiri. Pertama, physical *sunscreen* atau dikenal dengan sunblock bekerja dengan membuat lapisan pelindung pada kulit dan memantulkan sinar UV menjauh dari kulit. Kedua, chemical *sunscreen* atau dikenal dengan *sunscreen* yang mengandung karbon, *sunscreen* akan membentuk film pelindung tipis yang menyerap radiasi UV sebelum menembus kulit.

*Physical Sunscreen* Spektrum Perlindungan Lebih Luas dan Mungkin Menimbulkan Whitecast Memiliki titanium *dioxide* dan *zinc dioxide* sebagai bahan aktif utama, *physical sunscreen* bekerja dengan cara membentuk sebuah layer perlindungan pada kulit dan kemudian memantulkan dan menghancurkan sinar UV yang hendak menembus kulit. Menurut penelitian dari jurnal *Photodermatology, Photoimmunology & Photomedicine*, jenis *sunscreen* ini efektif memantulkan dan menghancurkan sinar UV yang hendak menembus kulit hingga sebesar 95%. Kelebihan dari *sunscreen* ini adalah spektrum perlingungannya yang lebih luas dan cenderung tidak menimbulkan *clogged pores*. Sementara itu, di sisi lain, *physical sunscreen* berpotensi untuk menimbulkan *whitecast* pasca diaplikasikan ke wajah.

Berdasarkan masalah tersebut, maka solusi yang ditawarkan dalam perancangan ini menggunakan media utama yaitu, *box dingdong* yang berfungsi

sebagai kamera pendeteksi *sunscreen* dari sinar UV dan juga menampilkan video singkat mengenai bahaya sinar UV dan pentingnya penggunaan *sunscreen* sebelum beraktivitas di luar ruangan. Media utama ini dirancang sedemikian rupa dengan tujuan utamanya adalah mengedukasi masyarakat secara langsung dan secara interaktif mengenai bahaya sinar UV dan juga cara pencegahannya dengan menggunakan *sunscreen*.

Selain media utama pada perancangan ini juga merancang *pre media* yaitu *experiment sunscreen test* yang berfungsi sebagai simulasi secara langsung kepada masyarakat bagaimana *sunscreen* dapat melindungi kulit dari paparan sinar matahari, poster yang berisi informasi mengenai sinar UV dan *sunscreen*, dan video yang berisi tentang mengajak target sasaran untuk menggunakan *sunscreen* dalam kehidupan sehari-hari. *Follow up media* pada perancangan ini perancang juga merancang *follow up media* yang berfungsi menarik perhatian target sasaran yaitu, maskot yang dapat berjalan dan membagikan sample *sunscreen* secara langsung kepada masyarakat, *x-banner*, *topi*, *t-shirt*, gantungan kunci, kacamata *photocromic*, *slin bag*, dan juga *tote bag* yang dapat dijadikan sebagai media promosi berjalan ketika digunakan oleh target sasaran.

## **METODE PENELITIAN**

Metode perancangan yang digunakan pada Perancangan ini yaitu menggunakan metode *Design Thinking*. Metode ini digunakan agar pesan untuk masyarakat mengenai Kampanye Pentingnya Penggunaan Tabir Surya (*Sunscreen*) Sebagai Upaya Pencegahan Dampak Buruk Sinar UV Terhadap Kulit Remaja Usia 12-17 Tahun di Kota Palembang sehingga tumbuhnya kesadaran mengenai pentingnya penggunaan *sunscreen* di kehidupan sehari-hari. Menurut *Stanford design school* yang mengemukakan *Design Thinking* merupakan metodologi desain yang memberikan pendekatan berbasis solusi untuk memecahkan masalah. Metode ini memiliki beberapa tahapan seperti (*Empathize*) memahami masalah yang ada, (*Define*) identifikasi masalah, (*Ideate*) mencari ide, (*Prototype*) pengaplikasian ide, dan (*Test*) penerapan kepada masyarakat.

*Emphatize* merupakan tahap pertama pada suatu perancangan, bertujuan untuk mendapatkan pemahaman rasa dari masalah yang ingin dipecahkan. Pada tahap ini penulis akan melakukan pendekatan terhadap objek yang akan diteliti dengan melalui dua cara yakni *pertama* mengumpulkan data primer seperti observasi dan wawancara serta kusioner. *Kedua* mengumpulkan sumber dari buku, majalah, surat kabar, internet, jurnal dan lain sebagainya.

*Define* adalah tahap dimana informasi yang telah dikumpulkan selama tahap *empathize*, kemudian dianalisis dan disintensis agar dapat menentukan masalah inti yang akan diidentifikasi. Pada tahap ini penulis akan melakukan analisis data dengan menggunakan metode 5W+1H (*what, who, why, when, where and how*). Metode 5W+1H adalah metode yang dapat membantu penulis menemukan permasalahan dan jawaban secara rinci dengan mengajukan pertanyaan.

Tahap *ideate* adalah tahap menghasilkan ide. Semua ide akan ditampung untuk menyelesaikan masalah yang sudah ditetapkan pada tahap *define*. Pada tahap ini penulis membuat sebuah konsep perencanaan, yaitu perencanaan media dalam menyampaikan informasi dibutuhkan sebuah perencanaan media untuk mengenalkan Makanan Khas Kota Palembang Berbahan Baku Ikan. Perencanaan kreatif dibutuhkan media yang dapat digunakan pada Perancangan ini seperti Perancangan dengan format *motion graphic*.

*Prototype* meliputi *Layout* gagasan/ide, menentukan ide-ide, konsep visual dan gagasan yang akan digunakan dari suatu desain pada perancangan komunikasi visual. Kemudian, *rough layout*, setelah adanya ide-ide, konsep visual dan gagasan maka dilakukan pada tahapan selanjutnya yaitu membuat sketsa kasar. Terakhir, final Desain, merupakan hasil dari sketsa sebelumnya yang telah dirancang sehingga menghasilkan akhir desain yang dapat digunakan.

*Test*, pada tahapan ini dilakukan pengujian dan hasilnya akan diterapkan kepada masyarakat sehingga dapat mengetahui solusi dan kekurangan pada perancangan yang penulis buat pada sidang Tugas Akhir dan Pameran hasil Tugas Akhir.

## **HASIL DAN DISKUSI**

### **A. Gagasan Kreatif (*Big Idea*)**



**Gambar 1** Matahari  
Sumber: [www.pinterest.com](http://www.pinterest.com)

*Big idea* Perancangan Kampanye Pentingnya Penggunaan Sunscreen Sebagai Upaya Pencegahan Dampak Buruk Sinar UV Terhadap Kulit Pada Remaja Usia 12-17 Tahun Di Kota Palembang adalah Matahari, yang dimana matahari ini adalah penyebab utama timbulnya masalah bagi kesehatan kulit yang diakibatkan sinar UV.

### **B. Tujuan Kreatif**

Tujuan Kreatif pada perancangan kampanye ini adalah sebagai media yang informatif untuk Masyarakat guna mengajak Masyarakat untuk mulai peduli dengan Kesehatan kulit dan mulai menggunakan sunscreen pada kehidupan sehari-hari. Media yang digunakan dalam perancangan ini pun menyesuaikan dengan target sasaran dan dengan mempertimbangkan beberapa aspek. Perancang menjadikan beberapa aspek diatas menjadi acuan pada Perancangan Kampanye Pentingnya Penggunaan Sunscreen Sebagai Upaya Pencegahan Dampak Buruk Sinar UV Terhadap Kulit Pada Remaja Usia 12-17 Tahun di Kota Palembang.

### **C. Pesan Visual**

Sebagai contoh, dalam Perancangan Kampanye Pentingnya Penggunaan *Sunscreen* Sebagai Upaya Pencegahan Dampak Buruk Sinar UV Terhadap Kulit Pada Remaja Usia 12-17 Tahun Di Kota Palembang, Pesan visual dapat mencakup gambar-gambar seperti remaja dengan berbagai aktivitasnya, warna-warna yang digunakan adalah warna-warna cerah yang

menggambarkan keceriaan dan kebebasan masa remaja untuk mengekspresikan diri dan meraih prestasi tanpa terhalang bahaya sinar UV.

### 1. *Object*



**Gambar 2.** Matahari  
Sumber: [www.pinterest.com](http://www.pinterest.com)

Pada gambar 2 di atas adalah objek matahari Dalam Perancangan Kampanye Pentingnya Penggunaan *Sunscreen* Sebagai Upaya Pencegahan Dampak Buruk Sinar UV Terhadap Kulit Pada Remaja Usia 12-17 Tahun Di Kota Palembang ini menggunakan visual matahari yang mana matahari merupakan objek utama sebagai penyebab dari dampak buruk yang ditimbulkan sehingga kemudian adanya upaya perlindungan dari bahaya tersebut dengan menggunakan *sunscreen*.

### 2. Warna

Pada Perancangan Kampanye Pentingnya Penggunaan *Sunscreen* Sebagai Upaya Pencegahan Dampak Buruk Sinar UV Terhadap Kulit Pada Remaja Usia 12-17 Tahun Di Kota Palembang yaitu menggunakan *tone* warna cerah yang memberi kesan *fun*. Warna tersebut antara lain adalah jingga, kuning, biru, merah muda dan warna cerah lainnya. Dan berikut adalah palet warna yang akan digunakan pada perancangan ini, Lihat gambar 3.



**Gambar 3** Palet Warna yang digunakan  
Sumber: [www.pinterest.com](http://www.pinterest.com)

### 3. Tipografi

Pemilihan jenis huruf "*Cakecafe*" untuk Perancangan Kampanye Pentingnya Penggunaan Sunscreen Sebagai Upaya Pencegahan Dampak Buruk Sinar UV Terhadap Kulit Pada Remaja Usia 12-17 Tahun Di Kota Palembang dapat menjadi pilihan yang sangat baik. *Cakecafe* adalah jenis huruf yang memiliki karakteristik yang *fun, modern*, dan serbaguna. Jenis huruf ini umumnya mudah dibaca, yang sangat penting untuk menyampaikan pesan dengan jelas, terutama dalam komunikasi visual. *Cakecafe* dapat digunakan dengan baik dalam berbagai ukuran dan media, termasuk di layar digital dan cetakan, lihat gambar 4.



**Gambar 4** Gaya Huruf  
Sumber : [www.pinterest.com](http://www.pinterest.com)

### 4. Gaya Tampilan Desain

Desain retro adalah sebuah gaya yang mengadopsi dan menghidupkan kembali elemen-elemen visual dari era masa lalu, sering kali mengambil inspirasi dari dekade-dekade seperti 1920-an hingga 1980-an. Istilah "retro" sendiri berasal dari kata Latin "*retrospectus*," yang berarti melihat ke belakang, dan mulai digunakan secara luas pada akhir abad ke-20 untuk menggambarkan gaya yang terinspirasi oleh masa lalu. Desain *retro* mencakup berbagai disiplin, termasuk grafis, arsitektur, mode, interior, dan produk, yang semuanya berkontribusi pada cara masyarakat modern memahami dan



menghargai estetika historis, lihat gambar 5



**Gambar 5** *Design Retro*  
Sumber: [www.pinterest.com](http://www.pinterest.com)

#### D. Visualisasi Desain

##### 1. Logo

*Ide layout* dalam merancang logo perancangan kampanye *sunscreen* ini adalah matahari yang merupakan bagian dari perancangan ini dan diharapkan dapat mewakili dari perancangan kampanye yang akan berlangsung ini, lihat gambar 6.



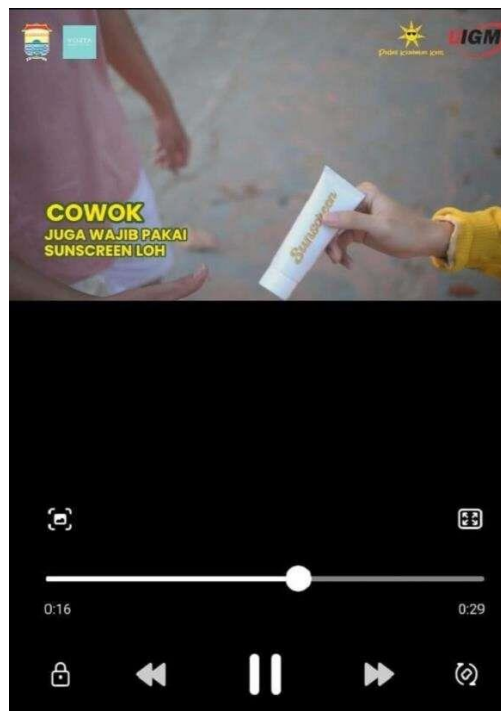
**Gambar 6** Final Logo  
Sumber: Dita Aulia, 2024

## 2. *Pre Media*

Media isu digunakan untuk menyoroti masalah atau isu yang ingin disampaikan. Media isu dapat berupa gambar atau teks yang menonjolkan isu tersebut sehingga bisa menarik perhatian dan memberikan fokus pada isu yang ingin disampaikan padatarget *audien*, lihat gambar 7.



**Gambar 7.** Final Desain *Experiment Sunscreen Test*  
Sumber: Dita Aulia, 2024



**Gambar 9.** Final Desain Video  
Sumber: Dita Aulia, 2024

### 3. *Main Media*

Pada media utama ini tampilan pada media ini akan dibuat dengan ide visual game jadul yaitu ding dong, bentuk visual ini unik sehingga dapat menarik perhatian *audience*, lihat gambar 10.



**Gambar 10.** Final *Layout Sunscreen Bank*  
Sumber: Dita Aulia, 2024

### 4. *Follow Up Media*

Media pendukung yang digunakan untuk memberikan informasi tambahan atau mendukung pesan yang disampaikan melalui media utama. Media pendukung bisa berupa gambar atau teks, atau elemen visual lainnya yang membantu untuk memperjelas atau memperkuat pesan yang disampaikan melalui media utama, lihat gambar di bawah ini



**Gambar 11** Final Desain *Tote Bag*  
Sumber: Dita Aulia, 2024



**Gambar 12** Final Desain Maskot  
Sumber: Dita Aulia, 2024



**Gambar 13** Final Desain Topi  
Sumber: Dita Aulia, 2024



**Gambar 14** *T-Shirt*  
Sumber: Dita Aulia, 2024



**Gambar 14** Final Desain *Photobooth*  
Sumber: Dita Aulia, 2024

## KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa temuan penting terkait penggunaan *sunscreen* dan upaya meningkatkan kesadaran masyarakat, khususnya remaja di Kota Palembang. Penelitian ini menegaskan bahwa *sunscreen* memiliki peran yang sangat krusial dalam melindungi kulit dari paparan sinar *ultraviolet* (UV). Sinar UV dapat menyebabkan berbagai masalah serius seperti *sunburn*, penuaan dini, hingga meningkatkan risiko kanker kulit. Oleh karena itu, penggunaan *sunscreen* seharusnya menjadi bagian dari rutinitas perawatan harian, terutama bagi mereka yang sering beraktivitas di luar ruangan.

Namun, penelitian ini juga mengungkapkan bahwa kesadaran masyarakat, khususnya di kalangan remaja, tentang pentingnya penggunaan *sunscreen* masih tergolong rendah. Banyak yang masih beranggapan bahwa *sunscreen* hanya diperlukan saat berlibur atau tidak penting untuk digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Selain itu, persepsi yang salah bahwa *sunscreen* hanya untuk perempuan juga menjadi salah satu hambatan utama dalam meningkatkan kesadaran akan pentingnya perlindungan kulit.

Faktor lain yang berkontribusi pada rendahnya penggunaan *sunscreen* adalah minimnya informasi yang tersedia dari sumber terpercaya serta kurangnya kampanye edukatif yang luas dan efektif. Penelitian ini

menunjukkan bahwa kampanye edukatif yang tepat sasaran memiliki potensi besar untuk mengubah perilaku masyarakat dalam hal penggunaan *sunscreen*.

Dalam upaya meningkatkan kesadaran ini, penting untuk menargetkan remaja usia 12-17 tahun di Kota Palembang, karena mereka merupakan kelompok yang sangat aktif dan sering terpapar sinar matahari. Dengan pendekatan yang tepat, diharapkan dapat tercipta perubahan positif dalam kesadaran dan kebiasaan penggunaan *sunscreen* di kalangan remaja, yang pada akhirnya akan membantu melindungi kulit mereka dari dampak buruk sinar UV.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aldrian, E., Pengkajian, B., Teknologi, P., & Thamrin, J. M. H. (n.d.). *Sistem Peringatan Dini Menghadapi Iklim Ekstrem Early Warning System for Climate Extreme*.
- Ariska, M., Akhsan, H., Muslim, M., Romadoni, M., & Putriyani, F. S. (2022). Prediksi Perubahan Iklim Ekstrem di Kota Palembang dan Kaitannya dengan Fenomena El Niño- Southern Oscillation (ENSO) Berbasis Machine Learning. *JIPFRI (Jurnal Inovasi Pendidikan Fisika Dan Riset Ilmiah)*, 6(2), 79–86. <https://doi.org/10.30599/jipfri.v6i2.1611>
- Atina, A., & Prasetio, H. (2022). Pengamatan Lamanya Penyinaran Matahari di BMKG Kelas II Kota Palembang Menggunakan Alat Campbell Stokes. *Jurnal Penelitian Fisika Dan Terapannya (JUPITER)*, 3(2), 10. <https://doi.org/10.31851/jupiter.v3i2.7148>
- Ahmad, G. (2020). Pengetahuan Mengenai Sunscreen Dan Bahaya Paparan Sinar Matahari Serta Perilaku Mahasiswa Teknik Sipil Terhadap Penggunaan Sunscreen. *Jurnal Farmasi Komunitas*, 7(2), 63–68.
- Hapsah Isfardiyana, S., Sita, ;, & Safitri, R. (2014). Pentingnya Melindungi Kulit dari Sinar Ultraviolet dan Cara Melindungi Kulit dengan Sunblock Buatan Sendiri. *Jurnal Inovasi Dan Kewirausahaan*, 3(2), 126–133.
- Hujjah, S., & Siahaan, S. (2022). Pengetahuan Sikap dan Perilaku Anak Remaja Usia 15-18 Tahun terhadap Penggunaan Sunscreen di SMK Kesehatan Yannis Husada Bangkalan. *Jurnal Health Sains*, 3(1), 117–128. <https://doi.org/10.46799/jhs.v3i1.404>
- Idrus, Muh. R. H., & Usi, Ur. A. N. (2024). Realisasi Penanganan Perubahan Iklim Di Indonesia Melalui Implementasi Sustainable Development Goals (SDGs): TUJUAN-13.1.3. *Indonesian Journal of International Relations*, 8(1), 77–100. <https://doi.org/10.32787/ijir.v8i1.509>

Nurauliani, Y., Iswandi, H., & Patriansyah, M. (n.d.). Perancangan Kampanye Kesadaran Pola Makan Sehat Bagi Masyarakat Kota Palembang. *Besaung Jurnal Seni Desain Dan Budaya Volume 4 No 2 Maret 2019*