

## IKLAN LAYANAN MASYARAKAT PENCEGAHAN PENYAKIT KARIES PADA ANAK BERBASIS ANIMASI

**Andrian Maulana<sup>1</sup>, Mohamad Tohir<sup>2</sup>, Dony Trihanondo<sup>3</sup>**

<sup>1,2,3</sup>Prodi S1 Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom

<sup>1</sup>[andrianbachtiar@yahoo.com](mailto:andrianbachtiar@yahoo.com), <sup>2</sup>[mtohir@tcis.telkomuniversity.ac.id](mailto:mtohir@tcis.telkomuniversity.ac.id), <sup>3</sup>[donnytri@telkomuniversity.ac.id](mailto:donnytri@telkomuniversity.ac.id)

### 1. ABSTRAK

Penyakit karies atau yang biasa dikenal dengan gigi berlubang merupakan sebuah fenomena penyakit yang masih sering terjadi sampai saat ini baik di Indonesia maupun dunia. Penyakit ini dapat menyerang semua kalangan usia terutama anak-anak. Karies memiliki banyak dampak negatif bagi penderitanya, baik dampak jangka pendek maupun jangka panjang, seperti rasa sakit dan ngilu, menurunnya nafsu makan, bau mulut, konsentrasi menurun, abses, dan gigi berjejal. Mungkin orang dewasa sudah mengetahui cara mencegah penyakit karies ini, namun bagaimana dengan anak-anak?

Pola pikir anak-anak yang masih sederhana dan rasa ingin tahu mereka yang tinggi menjadi sebuah peluang untuk dapat meng-edukasi mereka mengenai cara mencegah penyakit karies, selain itu di era yang semakin erat dengan teknologi dan perkembangan ilmu desain, media kreatif yang diperuntukan bagi anak-anak semakin bervariasi, salah satunya adalah animasi. Aspek audio visual yang terdapat pada tayangan animasi membuatnya sangat disukai, bahkan bagi orang dewasa sekalipun. Berdasar pada hal-hal tersebut maka penulis memilih animasi sebagai wujud iklan layanan masyarakat yang dapat meng-edukasi anak-anak.

Penulis berusaha memperoleh data yang dibutuhkan sebagai aspek imaji, aspek pembuat, dan aspek pemirsa. Data yang didapat akan dianalisis kemudian dibuat konsep dan perancangan dari karya iklan layanan masyarakat berbasis animasi, sehingga karya yang dihasilkan dapat sesuai dengan target yang diinginkan baik dari sisi kebutuhan konsumen maupun aspek desain.

Diharapkan dengan hasil desain Tugas Akhir ini, akan dapat mengedukasi anak-anak dalam mencegah penyakit karies dengan baik dan dapat digunakan oleh klinik kesehatan gigi dan mulut, rumah sakit, puskesmas, LSM kesehatan anak, atau pihak lain sebagai sarana penyuluhan.

Kata kunci: Iklan, Animasi, Karies

### ABSTRACT

Caries disease or commonly known as tooth decay is a disease phenomenon that are still common today in both Indonesia and the world. This disease can affect all ages, especially children. Caries has many negative effects for the sufferer, both short-term impact and long-term, such as pain and aches, decreased appetite, bad breath, decreased concentration, abscesses, and dental crowding. Perhaps the adults already know how to prevent caries disease, but what about the children?

The mindset of children are still modest and their curiosity is high becomes an opportunity to be able to educate them on how to prevent caries disease, other than that in an era of increasingly closely with the development of science and technology design, creative media that are intended for children increasingly varied, one of which is animated. Audio-visual aspects contained in the animated show made it well-liked, even for adults though. Based on these things, the authors chose animation as a form of public service announcements that can to educate children.

The authors tried to obtain the required data as image aspect, maker aspects, and aspects of the viewers. The data obtained will be analyzed later created the concept and design of the work-based animated public service announcements, so that the resulting work can be in accordance with the desired target both in terms of the needs of consumers and design aspects.

It is hoped the results of this final project design, will be able to educate children in preventing caries disease properly and can be used by dental health clinics, hospitals, health centers, child health non- governmental organization, or other parties as a means of outreach.

Keywords: Ads, Animation, Caries

## 2. PENDAHULUAN

Menjaga kesehatan gigi dan mulut merupakan hal yang sangat penting untuk diperhatikan demi menjaga kesehatan, namun dewasa ini masih banyak penderita penyakit gigi dan mulut di Indonesia bahkan dunia yang menyerang anak-anak hingga orang dewasa. Menurut hasil Riset Kesehatan Dasar (Riskesdas) tahun 2013 prevalensi nasional masalah gigi dan mulut adalah 25,9 persen dan prevalensi nasional indeks DMF-T (indeks yang menggambarkan tingkat keparahan kerusakan gigi) adalah 4,6 persen, hal ini menunjukkan bahwa tingkat kesadaran masyarakat akan kesehatan gigi dan mulut masih sangat kurang.

Salah satu penyakit gigi dan mulut yang sering diderita oleh anak-anak dan dewasa baik di Indonesia maupun dunia adalah karies atau biasa dikenal dengan sebutan gigi berlubang. Hasil Riset Kesehatan Dasar (Riskesdas) Nasional tahun 2007 melaporkan prevalensi penyakit karies di Indonesia mencapai 72,1% dan skor DMF-T mencapai 4,8%. Survey Kesehatan Rumah Tangga (SKRT) tahun 2009 menunjukkan bahwa penduduk Indonesia yang menderita karies gigi sebesar 73%, dan menurut data Kementerian Kesehatan Republik Indonesia (Kemenkes RI) tahun 2009, sebanyak 89% anak Indonesia berusia di bawah 12 tahun menderita karies gigi. Banyak faktor yang menyebabkan tingginya prevalensi penyakit karies pada anak, salah satunya adalah pola makan dan gaya hidup anak-anak yang semakin buruk dalam menjaga kesehatan gigi dan mulut, selain itu kurangnya pengawasan yang baik dari orang dewasa.

Saat ini anak-anak erat dengan dunia teknologi informasi, banyak orang tua yang bahkan sudah memberikan izin kepada anaknya untuk memiliki *gadget* yang dapat memudahkan mereka dalam mengakses berbagai hasil karya desain yang ada di Indonesia bahkan dunia sekalipun, dan salah satu karya yang diminati adalah film animasi, atas dasar hal tersebut diharapkan dengan perancangan iklan layanan masyarakat berbasis animasi dapat menjadi media desain komunikasi visual yang menarik perhatian anak-anak sehingga konten pesan yang ingin disampaikan pun dapat diterima dengan baik oleh mereka.

## 3. METODE PENELITIAN DAN ANALISIS

Pengumpulan data dilakukan dengan metode observasi sebagai aspek imaji pada SDN Banjarsari kota Bandung, lembaga terkait My Dental Clinic, dan 2 proyek sejenis yang pernah dilakukan, metode wawancara dilakukan pada seorang dokter gigi anak dan seorang animator yang sekaligus seorang dosen di salah satu universitas di Indonesia, lalu metode kuesioner sebagai aspek pemirsa pada 100 anak berusia 7-12 tahun dan 100 orang tua yang memiliki anak berusia 7-12 tahun, dan yang terakhir dilakukan studi pustaka untuk mengetahui landasan teori, informasi, dan pengetahuan yang diperlukan dan akan digunakan. Sedangkan untuk analisis akan dilakukan pada semua hasil data yang didapat dan menggunakan analisis matriks perbandingan untuk data proyek sejenis yang pernah dilakukan.

## 4. KAJIAN TEORI

Bagan 1 Kerangka Teori  
Sumber: Dokumentasi Pribadi



### 4.1.1 Iklan

Menurut UU RI No. 32 Tahun 2002 tentang penyiaran siaran iklan adalah siaran informasi yang bersifat komersial dan layanan masyarakat tentang tersedianya jasa, barang, dan gagasan yang dapat dimanfaatkan oleh khalayak dengan atau tanpa imbalan kepada lembaga penyiaran yang bersangkutan.

### 4.1.2 Iklan Layanan Masyarakat

Iklan layanan masyarakat sendiri merupakan iklan non komersial dengan maksud mengajak, mendidik, mengarahkan, atau menghimbau masyarakat sebagai warga negara maupun warga dunia<sup>[9]</sup>

### 4.1.3 Aspek Yang Mendasari Sebuah Iklan

Dalam penyusunan sebuah iklan terdapat beberapa aspek yang mendasarinya, yaitu aspek rasional-fungsional dan aspek seni dan kreatifitas<sup>[11]</sup>

### 4.1.4 Teknik Penyampaian Iklan

Dalam teknik periklanan pada hakekatnya ada 4 teknik penyampaian pesan yang perlu dipelajari. Keempat teknik tersebut yaitu *Rational Approach*, *Emotional Approach*, *Normative Approach*, *Mix Approach*<sup>[11]</sup>

### 4.1.5 Media

Secara garis besar, media iklan dibagi ke dalam dua ragam: (1) media cetak, dalam hal ini surat kabar, majalah, brosur, papan iklan atau *billboard*; dan (2) media elektronik seperti radio, televisi, film<sup>[9]</sup>

Untuk memudahkan dalam pengelompokan, berdasarkan media penyampaiannya secara lebih spesifik iklan dibagi ke dalam 5 ragam iklan: (1) iklan televisi, (2) iklan surat kabar dan majalah, (3) iklan radio, (4) iklan internet, dan (5) *short message service ads* atau iklan SMS<sup>[9]</sup>

#### 4.2.1 DKV

Istilah desain sendiri secara etimologi berasal dari beberapa serapan bahasa yang diambil dari bahasa Itali yaitu “*designo*” yang secara gramatikal berarti gambar. Proses membuat desain, tentunya tidak hanya memperhatikan aspek keindahan secara visual dan estetika. Namun, dalam proses mendesain perlu memperhatikan pula hasil riset, konsep, target konsumen, keinginan konsumen, dan secara fungsi. Selanjutnya, komunikasi visual adalah sebuah rangkaian proses penyampaian informasi atau pesan kepada pihak lain. Komunikasi tersebut menggunakan media yang hanya terbaca secara visual oleh indera penglihatan atau mata. Visual sendiri berasal dari bahasa Latin “*videre*” yang berarti melihat.

Selain itu, kata komunikasi sendiri berasal dari bahasa Inggris yaitu “*communication*” yang diambil dari bahasa Latin “*communio*” yang berarti “kebersamaan” (dalam bahasa Inggris: *common*). Kemudian komunikasi dianggap sebagai proses menciptakan suatu kesamaan (*commonness*) atau suatu kesatuan pemikiran antara pengirim (komunikator) dan penerima (komunikan)<sup>[1]</sup>

#### 4.2.2 Gaya Visual

Gaya karakter unyu adalah penggabungan dari *style Chibi* (*child body*) dan *Super Deformed* dengan perubahan pada *expose* tangan dan kaki, wajah, plus *emoticon* (berbagai *facial expression* yang sering muncul dan dipergunakan dalam *socmed – social media*)<sup>[6]</sup>

#### 4.2.3 Warna

Warna adalah satu hal yang sangat penting dalam menentukan respons dari orang. Warna menjadi hal yang pertama dilihat oleh seseorang. Setiap warna memberikan kesan dan identitas tertentu, walaupun hal ini tergantung pada latar belakang pengamatnya juga<sup>[4]</sup>

Dalam penggunaan warna dapat dibedakan menjadi dua; yaitu warna yang ditimbulkan karena sinar (*Additive color/RGB*) yang biasanya digunakan pada warna lampu, layar monitor, televisi, dan sebagainya<sup>[1]</sup>

Terdapat 4 macam kombinasi warna yaitu kombinasi warna-warna analog/harmonis, kombinasi warna-warna komplementer/kontras, kombinasi warna-warna hampir kontras, kombinasi warna-warna triad<sup>[4]</sup>

#### 4.2.4 Tipografi

Huruf atau biasa disebut tipografi, merupakan bagian dari kehidupan manusia modern saat ini. Adanya kebutuhan untuk memandang yang lebih indah dari huruf, membuat insan kreatif selalu berusaha menampilkan seni “penataan huruf” semaksimal mungkin. Hal itu bisa kita lihat pada tulisan-tulisan pendek iklan di pinggir jalan. Seperti pada baliho, poster, koran, majalah, *website*, dan televisi. Di sana sering kita temukan jenis-jenis tulisan dengan corak khusus yang memiliki nilai seni. Itulah hasil dari kegiatan para desainer yang menerapkan landasan ilmu tipografi<sup>[1]</sup>

#### 4.2.5 Komposisi

Komposisi adalah suatu cara untuk meletakkan objek gambar di dalam layar sehingga gambar tampak lebih menarik, menonjol dan bisa mendukung alur cerita. Dengan komposisi yang baik, kita akan mendapatkan gambar yang lebih “hidup” dan bisa mengarahkan perhatian penonton kepada objek tertentu di dalam gambar<sup>[7]</sup>

#### 4.3.1 Animasi

Animasi berasal dari kata “*to animate*” yang artinya membuat seolah-olah hidup dan bergerak. Pengertian animasi adalah film yang berasal dari gambar-gambar yang diolah sedemikian rupa hingga menjadi sebuah gambar bergerak dan bercerita<sup>[5]</sup>

#### 4.3.2 Teknik

Berdasarkan tekniknya animasi dibagi menjadi tiga, yaitu Animasi tradisional/*Traditional Animation*, Animasi *Stop Motion*, dan *Computer Graphic Animation/Computer Generated Imagery*<sup>[3]</sup>

#### 4.3.3 Tahap Pra Produksi

Dalam membuat karya film yang berhubungan dengan kreatifitas diperlukan riset yang memadai, ide awal dan konsep yang matang sampai dengan eksekusinya. Pra produksi meliputi: konsep, cerita dan skenario, karakter-karakter yang dikreasikan, *color code*, desain *background*, *storyboard*. Lalu yang termasuk dalam produksi dimulai dari meng-*animate* atau menganimasikan atau disingkat *nganimasi* para karakternya setelah menjadi *layout*. Kemudian mengkomposisikan dengan *background* ditambahkan dengan *Special Effect*, kemudian proses *render* sampai *editing*, lalu tahap pasca produksi yang akan menyatukan semua yang sudah kita kerjakan dalam proses produksi, dilanjutkan dengan merapikan/*editing*, *mixing audio* dan musiknya. Sehingga menjadi sebuah tontonan yang siap tayang<sup>[5]</sup>

#### 4.4.1 Perkembangan Kognitif Anak

Setelah observasi cermat yang berlangsung bertahun-tahun lamanya, Piaget mengembangkan teori mengenai bagaimana kemampuan anak-anak untuk berpikir dan mempertimbangkan kehidupan mereka secara logis berlangsung melalui satu rangkaian tahapan yang berbeda sewaktu mereka berkembang, antara lain tahap sensorimotor (sejak kelahiran s/d usia 2 tahun), tahap praoperasional (2-7 tahun), tahap operasional (konkret) (7-12 tahun), dan tahap operasional formal (12 tahun ke atas)<sup>[2]</sup>

#### 4.4.2 Fantasi

Fantasi adalah kemampuan jiwa untuk membentuk tanggapan-tanggapan atau bayangan-bayangan baru. Dengan fantasi manusia dapat melepaskan diri dari keadaan yang dihadapinya dan menjangkau ke depan, ke keadaan yang akan mendatang<sup>[8]</sup>

Menurut caranya orang berfantasi, fantasi dibagi menjadi tiga cara yaitu fantasi yang mengabstraksi, fantasi yang mendeterminasi, dan fantasi yang mengkombinasi<sup>[10]</sup>

### 5. DATA DAN ANALISIS

#### Lembaga Terkait

My Dental Clinic berlokasi di Jl. Merdeka No. 49 Bandung. Berdiri di bulan November tahun 2013. Didirikan oleh Drg. Maya Sukriswatiningsih Pabowo, Sp. Pros dan Drg. Arty Cahyahatini Putri, Sp. Ort. Memiliki visi menjadi klinik terbaik dan terpercaya dengan konsep: *The most careful dental clinic*. Lalu dengan misi pelayanan yang mengutamakan kualitas, pelayanan yang cermat dan sangat hati-hati, dan menyediakan sarana dan prasarana yang terbaik. Lalu memiliki tujuan agar dapat memberikan perawatan yang terbaik bagi pasien pasien perawatan gigi dan mulut, sehingga pasien memperoleh kesembuhan. Dan indahnnya senyum yang natural dapat diperoleh tanpa kata “tapi”.

#### Khalayak Sasaran

Berdasarkan geografis pada masyarakat lokal kota Bandung secara khusus dan pada masyarakat Indonesia secara umum. Berdasarkan demografis, yang diutamakan (primer) usia anak-anak (7-12 tahun) dan secara sekunder pada orang tua. Memiliki jenis kelamin laki-laki atau perempuan. Dan secara psikografis merupakan anak-anak dengan gaya hidup menengah hingga menengah atas.

Berdasarkan tahapan Piaget mengenai perkembangan intelektual, anak-anak berusia 7-12 tahun yang menjadi target khalayak sasaran masuk pada tahapan operasional (konkret) yang salah satunya memiliki karakterisasi mampu berpikir logis secara sederhana mengenai objek dan kejadian seperti memahami proses sebab akibat pada suatu kejadian yang mereka alami atau rasakan.

#### Proyek Sejenis Yang Pernah Dilakukan



Gambar 1 Iklan Kapal Happy Gummy  
Sumber: Monso Kreatif Indonesia

- a. Kapal Happy Gummy, iklan berbasis animasi berdurasi 2 menit 25 detik tersebut merupakan hasil kerjasama antara Monso Kreatif Indonesia dengan Pepsodent.



Gambar 2 Iklan Gosok Gigi Yuk!  
Bersama Mr Pepsodent  
Sumber: Kata Pena Studio

- b. Gosok Gigi Yuk! Bersama Mr Pepsodent Iklan berbasis animasi berdurasi 3 menit 58 detik tersebut memiliki pesan utama yaitu jangan sampai kita lupa untuk menggosok gigi dengan sikat gigi serta pasta gigi setiap pagi dan malam dan jagalah selalu kebersihan gigi kita. Unsur fantasi pada iklan ini terdapat pada monster monster dari sisa makanan yang menyerang seorang bocah, namun datanglah sesosok pahlawan bernama Mr. Pepsodent yang mengalahkan monster monster itu. Dan setelah itu Mr. Pepsodent pun berteman dengan bocah tersebut dan ia memnta bocah tersebut untuk tidak lupa menggosok gigi dengan baik dan benar di pagi dan malam hari.

#### Observasi

Penulis melakukan observasi ke SD Negeri



Gambar 3 SD Negeri Banjarsari  
Sumber: SD Negeri Banjarsari

- a. SD Negeeri Banjarsari dan My Dental Clinic. Berikut hasil observasi: observasi SD Negeri Banjarsari, Terdapat banyak sekali hal baru yang didapat dari yang dilakukan oleh penulis ke SDN Banjarsari Antara lain dari tata letak setiap bagian ruangan yang ada di gedung sekolah secara garis besar, warna dari dinding kelas yang dominan hijau, seragam yang biasa anak-anak gunakan (memakai putih merah dengan rompi merah/rompi batik dan pangsi/kebaya untuk hari Rabu), suasana kelas yang penuh dengan keceriaan dan keramaian dari anak-anak, adanya beberapa anak yang membawa *gadget* ke sekolah dan karakteristik anak-anak yang memiliki rasa ingin tahu tinggi.



Gambar 4 My Dental Clinic  
Sumber: Dokumentasi Pribadi

- b. My Dental Clinic, Untuk observasi ke My Dental Clinic penulis bisa mengetahui desain tata ruang tunggu dan ruang dokter gigi anak yang sangat *colorful* sehingga membuat anak-anak/pasien yang datang menyukainya dan tidak merasa takut, terdapat buku-buku bacaan serta beberapa mainan yang bisa dinikmati oleh anak-anak ataupun orang tua

yang mengantar, baiknya fasilitas yang diberikan, pelayanan dan keramahan dokter, perawat, serta para pekerja yang ada sehingga membuat anak-anak/pasien yang datang merasa nyaman.

### Wawancara

Hasil wawancara pada Drg. Henri Hartman., Sp. KGA (dokter gigi anak di My Dental Clinic) dapat disimpulkan bahwa anak-anak penderita karies masih sangat banyak baik di Indonesia maupun dunia, pasien anak mencapai +/- 50-60 pasien tiap bulannya, terdapat banyak dampak negatif jangka pendek dan jangka panjang, terdapat dua tindakan yang dapat mengatasinya, terdapat 4 cara mencegah penyakit karies, ILM dapat menjadi media yang sangat efektif dan bermanfaat.

Hasil wawancara pada Drs. Bambang Gunawan Santoso (dosen animasi 2D, sinematografi, *screenplay*, menggambar, *shape & character design*) dapat disimpulkan bahwa animasi bukan hanya tontonan yang menghibur, perlu adanya riset atau survey dalam merancangannya khususnya kebutuhan pemirsa atau target pasar, gaya *unyu* merupakan inovasi dari gaya *child body* dan *superdeformed*, penghitungan biaya animasi iklan dari 3 tahapan proses produksi dtambahkan biaya durasi iklan.

### Kuesioner

1. Meskipun 72% anak-anak mengetahui cara mencegah penyakit karies, namun 84% anak-anak pernah merasakan rasa sakit/ngilu pada gigi mereka dan 71% diakibatkan oleh karies itu sendiri. Hanya 44% anak-anak yang mengetahui penyebab penyakit karies. Jadi pengetahuan mereka akan cara mencegah penyakit karies sebenarnya belum baik dan benar, masih kurang, serta tidak mereka aplikasikan sehingga penyakit karies itu tetap menyerang mereka.
2. Sebanyak 97% anak-anak suka menyaksikan tayangan animasi (kartun)
3. 78% orang tua menyatakan bahwa anak-anak mereka pernah merasakan sakit/ngilu pada giginya dan 70% menyatakan rasa sakit/ngilu itu karena gigi berlubang (karies)
4. 58% orang tua menyatakan bahwa anak-anak mereka takut untuk pergi ke dokter gigi, dan hanya 45% orang tua yang rutin membawa anak-anaknya ke dokter gigi untuk mengecek kesehatan gigi dan mulutnya (min 6 bulan sekali).

### Analisis Matriks Proyek Sejenis

Dari iklan animasi kapal happy gummy dapat disimpulkan bahwa iklan ini menggunakan teknik penyampaian pesan dengan pendekatan rasional, teknik animasi yang digunakan sudah CGI, gaya visual menggunakan *superdeformed* dengan ada sedikit modifikasi, kombinasi warna sesuai dengan kombinasi yang disukai oleh target konsumen (anak-anak) yaitu kombinasi analog dan monokromatik, untuk tipografi menggunakan jenis *font sans serif* yang biasa serta cocok digunakan pada layar kaca (televisi), dan untuk fantasi menggunakan cara yang mengkombinasi pengertian dan bayangan anak akan suatu hal.

Sedangkan dari iklan gosok gigi yuk! bersama mr. pepsodent dapat disimpulkan bahwa iklan ini menggunakan teknik penyampaian pesan dengan pendekatan rasional, teknik animasi yang digunakan sudah CGI, gaya visual menggunakan *child body*, kombinasi warna sesuai dengan kombinasi yang disukai oleh target konsumen (anak-anak) yaitu kombinasi analog dan monokromatik, untuk tipografi menggunakan jenis *font sans serif* yang biasa serta cocok untuk digunakan pada layar kaca (televisi), dan untuk fantasi menggunakan cara yang mengkombinasi pengertian dan bayangan anak akan suatu hal.

## 6. KONSEP

### Konsep Pesan

Menggunakan teknik penyampaian pesan dengan pendekatan rasional (*Rational Approach*) yang disesuaikan dengan target konsumen yaitu anak-anak berusia 7-12 tahun

Poin utama pesan yang akan disampaikan yaitu mari mencegah penyakit karies dengan baik dan benar

### Konsep Kreatif

Penulis berencana menggunakan pendekatan edukatif, budaya, dan fantasi. Pendekatan edukatif digunakan dalam unsur cerita yang ada pada iklan layanan masyarakat ini. Pendekatan edukatif ini terdapat pada konten pesan yang akan disampaikan berupa ilmu tentang penyakit karies (dari mulai pengertian, dampak, hingga yang terpenting adalah cara yang baik dan benar dalam mencegahnya). Lalu pendekatan budaya pada unsur visual yang sudah disesuaikan dengan target khalayak sasaran yaitu anak-anak. Pendekatan budaya ini divisualisasikan pada iket kepala yang digunakan oleh tokoh utama (Kakang). Hal ini bertujuan agar anak-anak dapat terus melestarikan budaya yang dimiliki Indonesia (salah satunya dari pakaian/aksesoris) yang masih bisa digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Pendekatan fantasi digunakan pada sisi cerita dan visual, dimana anak-anak akan dibawa untuk mengimajinasikan seperti apa penyakit karies tersebut dan cara mencegahnya agar mereka dapat mengembangkan pemahaman terhadap diri mereka sendiri untuk dapat mencegah penyakit karies

yang dapat menyerangnya dengan cara yang baik dan benar, serta mengembangkan pengetahuan mereka tentang betapa pentingnya menjaga kesehatan gigi dan mulut.

### Konsep Media

Media yang akan digunakan menggunakan animasi dengan teknik *CGI (Computer Generated Imagery)* berbentuk 2D.

### Konsep Visual

#### a. Gaya Visual



Penulis akan menggunakan gaya *unyu* dalam konten visual yang ada pada iklan layanan masyarakat animasi ini. Gaya *unyu* ini diharapkan menjadi gaya visual yang paling sesuai dengan target khalayak sasaran (anak-anak) yang dapat meningkatkan daya tarik mereka terhadap iklan layanan masyarakat ini sehingga mereka dapat tertarik untuk menyaksikannya dan memahami konten pesan yang disampaikan dengan sangat baik.

Gambar 5 Karakter Utama Dalam Gaya *Unyu*  
Sumber: Dokumentasi Pribadi

#### b. Warna

Warna yang digunakan adalah warna *Additive* karena iklan yang akan dibuat merupakan tayangan animasi yang warna didalamnya ditimbulkan karena sinar. Sedangkan berdasarkan penelitian yang dilakukan pada anak praremaja dan pascaremaja oleh F.S. Breeds dan SE, Katz dalam Sulasmi Darmaprawira (2002:33-34) dijelaskan bahwa kombinasi warna monokromatik dan kombinasi warna analog merupakan salah satu kombinasi warna yang paling mereka sukai, maka penulis akan menggunakan 2 kombinasi tersebut.



Gambar 6 Sampel Kombinasi Warna Monokromatik  
Sumber: Dokumentasi Pribadi



Gambar 7 Sampel Kombinasi Warna Analog  
Sumber: Dokumentasi Pribadi

#### c. Tipografi

Tipografi yang digunakan adalah jenis huruf *Sans serif* yaitu font *Architects Daughter*

berdasarkan hasil analisis matriks dan pertimbangan teori yang menyatakan bahwa font jenis inilah yang sering digunakan pada layar kaca atau komputer. Font ini akan digunakan pada judul dari iklan layanan masyarakat dan pada penjelasan dokter mengenai penyakit karies yang nantinya ada pada adegan di dalam iklan layanan masyarakat ini.



Gambar 8 Font *Architects Daughter*  
Sumber: Dokumentasi Pribadi

## 7. HASIL PERANCANGAN

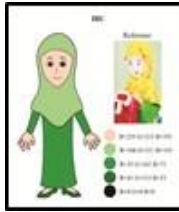
### Desain Karakter Utama



#### a. Kakang

Karakter utama dari iklan layanan masyarakat ini masih berumur 10 tahun dan kelas 5 SD. Dia senang sekali menggunakan ikat kepala kemana pun ia pergi, termasuk ke sekolahnya. Hal itu sebagai perwujudan dari cintanya terhadap tanah air.

Gambar 9 Karakter Kakang  
Sumber: Dokumentasi Pribadi



b. Ibu

Merupakan orang tua dari karakter utama. Ibu sangat sabar, murah hati, selalu tersenyum dan selalu memotivasi Kakang walaupun Kakang terus mengeluh akan rasa sakit yang menyerang giginya.

Gambar 10 Karakter Ibu  
Sumber: Dokumentasi Pribadi



c. Dokter

Seorang dokter gigi, masih muda, pintar dan baik hati. Ia mengobati rasa sakit gigi Kakang dan menjelaskan penyakit Karies dan memberi tahu cara mencegahnya.

Gambar 11 Karakter Dokter  
Sumber: Dokumentasi Pribadi

## Desain Karakter Pendukung



a. Asep

Karakter pendukung yang merupakan salah satu sahabat Kakang yang sekaligus menjadi teman sebangku Kakang. Dia sudah bersahabat dengan Kakang semenjak kelas 1 SD.

Gambar 12 Karakter Asep  
Sumber: Dokumentasi Pribadi



b. Iwan

Karakter pendukung yang merupakan salah satu sahabat Kakang. Dia sudah bersahabat dengan Kakang semenjak kelas 1 SD. Dia duduk di belakang meja Kakang dan Asep.

Gambar 13 Karakter Iwan  
*Sumber: Dokumentasi Pribadi*

## Storyboard

Tabel 1 Storyboard Iklan Layanan Masyarakat Pencegahan Penyakit Karies Pada Anak

Sumber: Dokumentasi Pribadi

[illegible][illegible][illegible]



**Cover CD**

Gambar 14 Desain Cover CD ILM Pencegahan Penyakit Karies Pada Anak  
Sumber: Dokumentasi Pribadi

**Screenshot Karya Tugas Akhir Pada Youtube**

Gambar 15 Screenshot Karya Tugas Akhir Pada Youtube  
Sumber: Dokumentasi Pribadi

**8. KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil pengamatan dan perancangan tugas akhir yang telah dilakukan oleh penulis, terdapat beberapa hal yang dapat disimpulkan terkait objek penelitian, yaitu:

- Masih banyak anak-anak yang belum peduli serta memahami cara mencegah penyakit karies dengan baik dan benar, terbukti dari masih banyaknya penderita penyakit karies di kalangan mereka (terutama usia 7-12 tahun)
- Iklan layanan masyarakat berbasis animasi dapat sangat bermanfaat dan efektif bagi anak-anak jika kita ingin menyampaikan suatu nilai pesan positif di dalamnya kepada mereka.
- Menjaga kesehatan gigi dan mulut merupakan hal yang sangat penting untuk diperhatikan demi kelangsungan hidup kita sebagai manusia. Karena dapat terlihat dari banyaknya dampak negatif yang bisa timbul jika kita tidak menjaga kesehatan gigi dan mulut kita dengan baik dan benar.

**9. REFERENSI**

- [1] Anggraini, L., Nathalia, K. (2014). *Desain Komunikasi Visual; Dasar-Dasar Panduan untuk Pemula*. Nuansa Cendekia, Bandung.
- [2] Atkinson, R., Atkinson, R., Hilgard, E. (1983). *Introduction to Psychology 8th Edition*. Harcourt Brace Jovanovich, Inc
- [3] Gumelar, Michael. (2004). *Memproduksi Animasi TV Solusi Murah dan Cepat*. PT Gramedia Widiasarana Indonesia, Jakarta.
- [4] Nugroho, Eko. (2008). *Pengenalan Teori Warna*. Andi Offset, Yogyakarta.
- [5] Santoso, Bambang Gunawan. (2013). *Nganimasi Bersama Mas Be!*. PT Elex Media Komputindo, Jakarta.
- [6] Santoso, Bambang Gunawan. (2014). *Karakter Unyu Nganimasi*. Binus Media & Publishing, Jakarta.
- [7] Semedhi, Bambang. (2011). *Sinematografi-Videografi; Suatu Pengantar*. Ghalia Indonesia, Bogor.
- [8] Subiyanto, Yanto, Suryadi, Dedi. (1980). *Tanya Jawab Pengantar Psikologi*. Armico, Bandung.
- [9] Supriadi, Yadi. (2013). *Periklanan, Perspektif Ekonomi Politik*. PT Remaja Rosdakarya Offset, Bandung.
- [10] Walgito, Bimo. (1983). *Pengantar Psikologi Umum*. Yayasan Penerbitan Fakultas Psikologi UGM, Yogyakarta.
- [11] Widyatama, Rendra. (2011). *Teknik Menulis Naskah Iklan*. Cakrawala, Yogyakarta.

**Sumber lain:**

<http://id.wikipedia.org/wiki/Iket> (dikutip pada: 19 Maret 2015 pukul 17.58 WIB)

[http://mahasiswa.ung.ac.id/931412202/home/2013/2/14/pengaruh\\_musik\\_terhadap\\_kesehatan\\_jiwa\\_fungsi\\_dan\\_kerja\\_otak\\_manusia..html](http://mahasiswa.ung.ac.id/931412202/home/2013/2/14/pengaruh_musik_terhadap_kesehatan_jiwa_fungsi_dan_kerja_otak_manusia..html) (dikutip pada: 27 Maret 2015 pukul 13.54 WIB)

<http://www.galeri-iket.com> (dikutip pada: 20 April 2015 pukul 09.31 WIB)