

**JURNAL TUGAS AKHIR
PERANCANGAN VIDEO ANIMASI
MENJAGA KESEHATAN MATA
DI MASA PANDEMI**



PERANCANGAN

Oleh:

Muhammad Ega Zakariyya

NIM. 1710236124

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN DESAIN FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2022**

JURNAL TUGAS AKHIR
PERANCANGAN VIDEO ANIMASI
MENJAGA KESEHATAN MATA
DI MASA PANDEMI



Tugas Akhir ini Diajukan kepada Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta Sebagai
Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana S-1 dalam Bidang
Desain Komunikasi Visual

2022

Jurnal Tugas Akhir yang Berjudul:

PERANCANGAN VIDEO ANIMASI MENJAGA KESEHATAN MATA DI MASA PANDEMI diajukan oleh Muhammad Ega Zakariyya, NIM 1710236124, Program Studi S-1 Desain Komunikasi Visual, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta, telah dipertanggungjawabkan di depan tim penguji Tugas Akhir pada tanggal 13 Juni 2022 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.



**Ketua Program Studi S-1
Desain Komunikasi Visual**

Daru Tunggal Aji, S.S., M.A.
NIP. 19870103 201504 1 002 /
NIDN 0003018706

ABSTRAK

PERANCANGAN VIDEO ANIMASI MENJAGA KESEHATAN MATA DI MASA PANDEMI

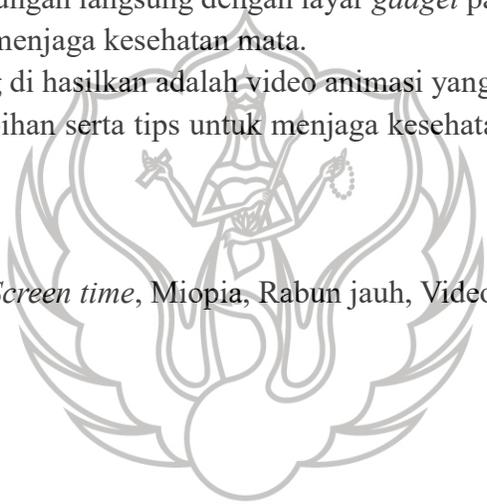
Muhammad Ega Zakariyya
1710236124

Pandemi Covid-19 membuat pemerintah mengeluarkan kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar dengan menerapkan sistem bekerja di rumah atau *Work from Home* (WFH) dan pembelajaran di rumah yang mana segala aktivitas berlangsung secara daring. Hal tersebut berakibat pada peningkatan *screen time* yang mengganggu kesehatan mata.

Screen time yang berlebihan dapat mengakibatkan gangguan mata salah satunya adalah miopia atau rabun jauh, yang mana merupakan gangguan mata dengan prevalensi tertinggi di dunia. Perancangan ini bertujuan untuk memberikan edukasi bagi masyarakat terutama yang bersinggungan langsung dengan layar *gadget* pada masa pandemi untuk lebih sadar akan pentingnya menjaga kesehatan mata.

Rancangan yang di hasilkan adalah video animasi yang berisi mengenai dampak dari *screen time* yang berlebihan serta tips untuk menjaga kesehatan mata dari kebiasaan *screen time* tersebut.

Kata kunci : Pandemi, *Screen time*, Miopia, Rabun jauh, Video animasi, Mata



ABSTRACT

THE DESIGN OF ANIMATION VIDEO FOR KEEPING EYES HEALTH IN PANDEMIC TIMES

Muhammad Ega Zakariyya

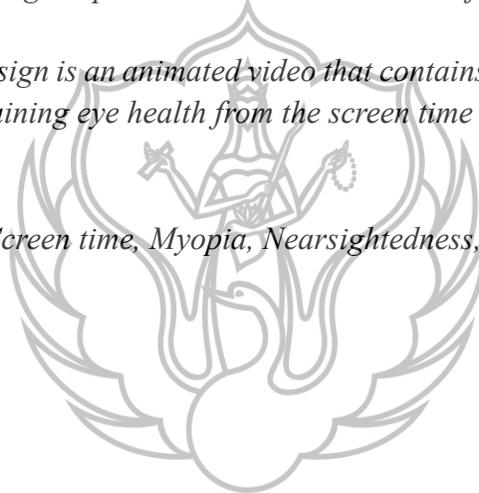
1710236124

The Covid-19 pandemic has forced the government to issue a policy of Large-Scale Social Restrictions by implementing a Work from Home (WFH) system and learning at home where all activities take place online. This results in an increase in screen time which interferes with eye health.

Excessive screen time can cause eye problems, one of which is myopia or nearsightedness, which is an eye disorder with the highest prevalence in the world. This design aims to provide education for the public, especially those who are in direct contact with gadget screens during the pandemic to be more aware of the importance of maintaining eye health.

The resulting design is an animated video that contains the impact of excessive screen time and tips for maintaining eye health from the screen time habit.

Keywords: Pandemic, Screen time, Myopia, Nearsightedness, Animated video, Eyes



A. Pendahuluan

1. Latar Belakang Masalah

Seluruh dunia dikejutkan dengan munculnya virus Corona (Covid-19) pada awal 2020 lalu, virus ini pertama kali muncul pada Desember 2019 di Wuhan, Tiongkok (Yuliana, 2020: 187). Pada tahun 2020 sampai 2021 kasus Covid-19 dunia sudah mencapai lebih dari 200.000.000 kasus dimana terdapat 4.000.000 kasus meninggal. Di Indonesia sendiri kasus Covid-19 sudah lebih dari 4.000.000 kasus dengan 100.000 lebih kasus meninggal (Worldometer, 2021). Virus ini masuk di Indonesia pada awal Maret 2020 dan menyebar dengan cepat ke seluruh provinsi yang ada di Indonesia. Dari tahun 2020 sampai 2021 Indonesia sudah menetapkan berbagai kebijakan sebagai upaya untuk menekan penularan Covid-19 dari PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) yang dilakukan pada bulan April 2020 sampai pada kebijakan PPKM yang dilakukan di awal tahun 2021 (Permatasari, 2021). Banyak sekali sektor yang dirugikan pada saat pandemi Covid-19 berlangsung diantaranya sektor pariwisata, ekonomi dan pendidikan, beberapa kebijakan lain juga dilakukan untuk menangani masalah yang terjadi di sektor – sektor tersebut.

Dalam penetapan PSBB yang dilakukan pemerintah untuk mengurangi penyebaran Covid-19, pemerintah juga menerapkan sistem bekerja di rumah atau *Work From Home* yang biasa disingkat WFH, dengan diterapkannya WFH para pekerja tidak lagi bekerja di kantor dan dirumahkan sehingga segala aktivitas pekerjaan akan berjalan secara online dengan menggunakan *platform* yang dapat membantu proses bekerja. Dalam dunia pendidikan hal ini juga terjadi, kegiatan belajar mengajar menjadi terkendala akibat adanya pandemi Covid-19 yang semula kegiatan belajar mengajar berlangsung secara luring atau tatap muka di tempat belajar atau sekolah namun saat pandemi ini kegiatan belajar mengajar menjadi daring atau sistem pembelajaran yang dilakukan dengan tidak bertatap muka, tetapi menggunakan *platform* yang dapat membantu proses belajar mengajar yang dilakukan meskipun jarak jauh (Nafrin & Hudaidah, 2021: 458). Selain itu dikarenakan kegiatan di luar ruangan berkurang, masyarakat dari muda maupun tua akan mencari kegiatan yang dapat dilakukan di dalam ruangan sebagai sarana hiburan, seperti menonton film atau bermain *game* secara offline maupun online.

Berkegiatan di rumah juga memiliki berbagai dampak, salah satunya jika terlalu sering menggunakan *gadget*, laptop maupun komputer sangat berdampak pada kesehatan mata yang mengakibatkan mata menjadi mudah lelah. Seperti pada saat WFH dan pembelajaran daring bagi para pekerja dan pelajar yang mengharuskan mereka untuk menatap layar *gadget*, laptop maupun komputer dalam jangka waktu yang cukup lama sehingga *screen time* bertambah dan risiko untuk terkena miopia menjadi lebih tinggi. *Screen time* sendiri merupakan jumlah waktu yang dihabiskan dalam menatap layar *gadget*, laptop, TV, dan komputer. Dari beberapa artikel memperlihatkan bahwa penggunaan *gadget*, laptop ataupun komputer meningkat secara signifikan selama pandemi sehingga mengakibatkan kelelahan mata terutama di kalangan pelajar yang melakukan pembelajaran secara daring, pada kasus lain pekerja juga menjadi kalangan yang memiliki prevalensi kelelahan mata tinggi yaitu meningkat 5 jam per hari, sedangkan untuk masyarakat yang telah memiliki gangguan mata saat sebelum pandemi juga dilaporkan memiliki peningkatan keluhan sebanyak 3 kali lipat pada masa pandemi. Durasi maksimal yang dianjurkan dalam menatap layar *gadget* atau media elektronik lainnya adalah 4 jam sehari, dalam masa pandemi peningkatan *screen time* terjadi dari 4 jam menjadi 7 jam per hari bahkan dari beberapa artikel ada yang mencapai 12 jam sehari. Rata-rata durasi *screen time* pada masa pandemi yaitu 9 jam per hari, ini meningkat lebih dari sebelum pandemi (Khurya & Prayoga, 2021: 516).

Dari penggunaan *gadget* yang berlebihan tersebut selain mengakibatkan mata lelah juga dapat mengakibatkan gangguan mata seperti miopia (Khurya & Prayoga, 2021: 520). Miopia merupakan kelainan mata yang mengakibatkan penderita merasa jelas saat melihat dengan jarak yang dekat namun akan merasa kabur saat melihat dengan jarak yang jauh atau jarak tertentu (Ilyas, 2012). Oleh karena itu diperlukan media penunjang yang mudah diakses oleh masyarakat dari berbagai kalangan dari anak-anak hingga remaja, serta bermanfaat dengan memberikan edukasi mengenai bahaya dari pemakaian *gadget* terhadap kesehatan mata. Media yang cocok untuk menunjang kampanye tersebut ialah dengan video animasi. Video animasi merupakan salah satu media kampanye yang mudah dipahami oleh khalayak sasaran karena di dalam sebuah animasi terdapat sebuah cerita yang divisualisasikan melalui gambar

dan suara, video animasi juga sangat mudah untuk diakses, dapat melalui *gadget* dan perangkat lain seperti laptop dan komputer, pada masa pandemi yang mengakibatkan masyarakat untuk terus berada di dalam ruangan, animasi ini menjadi salah satu media yang dapat meluas serta menjangkau para khalayak sasaran yang sedang menjalani kegiatan belajar dan bekerja di rumah. Selain itu animasi memiliki fungsi untuk menyederhanakan pesan yang rumit menjadi sebuah gambar dan kata-kata yang sederhana. Dalam hal ini animasi menjadi media yang dapat memberikan sebuah visualisasi yang imajinatif seperti berbagai tambahan efek yang tidak dapat dilakukan di dunia nyata sehingga memberikan informasi yang lebih mudah diterima oleh penonton (Adnyana Yasa, Satyasusmaya Narpaduhita, & Purwita, 2019: 147).

Dengan perancangan video animasi ini diharapkan dapat menjadi suatu pembelajaran bagi masyarakat tentang pentingnya menjaga kesehatan mata terutama bagi para pelajar dan pekerja agar dapat lebih menjaga kesehatan mata mereka ketika menggunakan perangkat laptop, komputer maupun *gadget* pada masa pandemi saat ini.

2. Rumusan Masalah

Bagaimana merancang video animasi menjaga kesehatan mata akibat pandemi Covid-19 yang efektif bagi masyarakat?

3. Metode Perancangan

a. Data yang dibutuhkan :

- 1) Primer : menyebarkan angket kepada masyarakat terutama pelajar dan pekerja terkait dengan berapa lama waktu yang mereka habiskan untuk menatap layar komputer atau laptop selama masa pandemi Covid-19.
- 2) Sekunder : referensi mengenai cara menjaga kesehatan mata serta berbagai akibat yang ditimbulkan karena terlalu lama menatap layar komputer maupun laptop, data dapat diperoleh dari internet, jurnal, buku, maupun dari Dinas Kesehatan.

b. Metode Pengumpulan Data

- 1) Mencari referensi melalui jurnal, naskah publikasi, artikel dan internet.
- 2) Menyebarkan angket kepada masyarakat yang sesuai dengan kriteria yang dibutuhkan untuk memperoleh data mengenai *screen time* dan keseharian apa

saja yang bersinggungan langsung dengan menatap layar alat elektronik seperti *gadget*, komputer ataupun laptop.

4. Landasan Teori

a. Kampanye

Dalam buku (Ruslan, 2007: 22-23) yang berjudul *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*, kampanye merupakan suatu gerakan atau aktivitas komunikasi secara terbuka yang dilakukan dengan tujuan untuk mempengaruhi massa tertentu untuk menciptakan suatu dampak yang sudah direncanakan terlebih dahulu. Dalam hal ini kampanye memiliki suatu perencanaan yang rinci dengan memiliki suatu tema dan narasumber yang jelas.

b. Animasi

Animasi berasal dari bahasa latin *Animare* yang berarti membentuk sebuah kehidupan atau memberikan napas (Wright, 2005: 1). Animasi merupakan kumpulan atau rangkaian gambar yang disusun secara berurutan. Seperti pada namanya yang mengandung arti kehidupan dan nyawa, animasi sendiri bertujuan untuk menggerakkan suatu objek mati sehingga dapat terlihat hidup (Firmansyah & Kurniawan, 2013: 10-11).

c. Animasi *Stop Motion*

Animasi *stop motion* merupakan animasi yang dibuat dengan menggunakan potongan-potongan gambar atau benda yang dipotret dan disusun secara frame per frame untuk menghasilkan suatu gerakan, ini dilakukan secara berulang untuk menghasilkan gerakan yang terlihat hidup. Teknik ini awalnya menggunakan objek boneka *clay* yang digerakkan untuk pembuatannya. Untuk membuat animasi ini diperlukan kesabaran karena dalam satu gerakan terdapat banyak frame sehingga untuk menghasilkan animasi yang sempurna memerlukan proses yang panjang.

d. Animasi Vektor

Animasi vektor merupakan animasi dengan sistem digital, ini menjadi langkah lebih modern dari pembuatan animasi sebelumnya yang masih menggunakan gambar manual. Animasi vektor bergerak secara mandiri atau

setiap objeknya bergerak secara terpisah dengan background yang tidak bergerak, animasi ini terdiri dari garis dan bentuk yang di gerakkan.

e. Media Sosial

Media sosial adalah sebuah media yang terdiri dari perangkat lunak yang memungkinkan suatu individu ataupun kelompok untuk saling bertukar informasi, berkolaborasi, berkomunikasi dan bermain. Proses ini memungkinkan individu atau kelompok untuk berinteraksi dengan siapapun tanpa ada kekhususan atau batasan apapun (Nasrullah, 2015: 8).

5. Analisis Data

Analisis data menggunakan metode 5W+1H dimana objek perancangannya adalah permasalahan mengenai dampak yang ditimbulkan dari penggunaan *gadget*, laptop ataupun komputer selama berkegiatan di rumah semasa pandemi Covid-19, yang mengakibatkan permasalahan mata terutama miopia yang merupakan salah satu gangguan mata dengan prevalensi tertinggi di seluruh dunia dibandingkan dengan gangguan mata lainnya, ini dikarenakan miopia yang dapat menyerang siapapun dan tidak memandang usia selain itu tingginya dengan adanya pandemi jumlah waktu saat menatap layar *gadget* sangatlah bertambah sehingga dapat meningkatkan tingginya risiko terkena miopia. Kebanyakan masyarakat menggunakan *gadget* secara berlebihan pada masa pandemi, dari kusioner yang telah disebar 60,3% responden menggunakan *gadget* dengan durasi lebih dari 6 jam perhari, serta ketidaktahuan dan ketidaksadaran masyarakat mengenai bagaimana menjaga mata jika harus berada di depan layar *gadget*, laptop atau komputer.

Solusi yang ditawarkan perancang adalah menciptakan karya berupa video animasi yang dapat mengedukasi masyarakat mengenai bahaya screen time dan miopia, sekaligus memperkenalkan tips 20:20:20 sebagai upaya menjaga kesehatan mata. Pengambilan tips ini di karenakan belum banyak yang mengetahui mengenai tips 20:20:20 yang diciptakan untuk mengurangi dampak kelelahan mata akibat terlalu sering menatap layar *gadget* dalam waktu yang lama. Dari hasil kusioner, sebagian besar responden belum mengetahui mengenai tips 20:20:20.

B. Pembahasan dan Hasil

1. Konsep Media

a. Tujuan Media

Video animasi dipilih sebagai media karena dapat menyampaikan secara langsung pesan yang ditujukan kepada khalayak sasaran serta dapat menjangkau khalayak luas dengan bantuan media perantara yaitu YouTube dan Instagram. Dengan menggunakan media YouTube dan Instagram video animasi mengenai kesehatan mata akan dapat tersebar dengan luas dan dapat menjangkau khalayak sasaran, serta mempermudah mereka dalam melihat informasi yang disampaikan.

b. Khalayak Sasaran

1) Demografis

Laki-laki dan perempuan, anak-anak, remaja dan dewasa. Dengan usia masing-masing 7-11 tahun, 17-20 tahun, 24-30 tahun

2) Geografis

Negara Indonesia

3) Psikografis

Orang-orang yang terdampak pandemi Covid-19, dan mengharuskan mereka bekerja atau belajar di rumah dengan bersinggungan langsung dengan *gadget* pada waktu yang lama.

2. Konsep Kreatif

a. Tujuan Kreatif

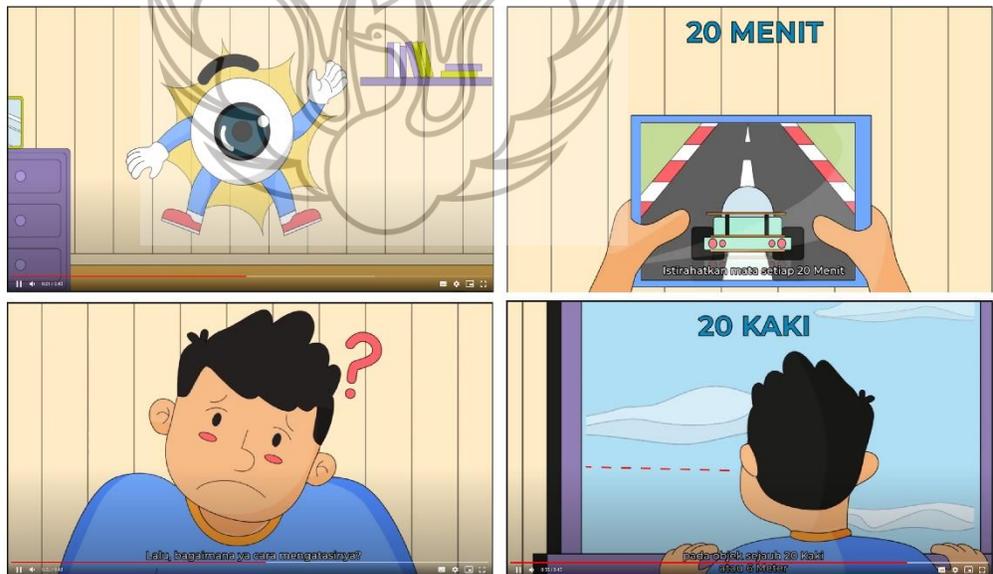
Setelah melihat video animasi ini, masyarakat dapat memahami apa itu arti dari tips 20:20:20 bagi keseharian mereka dalam memakai *gadget*, dan masyarakat dapat menerapkannya pada saat memakai *gadget*, laptop atau komputer sehingga setiap 20 menit menatap *gadget* mereka harus istirahat selama 20 detik dengan memandang objek lain dalam jarak 20 kaki atau 6 meter untuk mengurangi efek kelelahan mata. Serta mengerti mengenai gejala yang dialami pada orang yang terkena miopia dan akibat yang ditimbulkan karena terlalu lama menatap layar *gadget*.

b. Strategi Kreatif

Video ini akan dibagi menjadi 3 video, dengan visualisasi yang sama menggunakan gaya *flat vector*. Ini dilakukan untuk menyesuaikan 3 khalayak sasaran sehingga informasi dari isi video tersebut dapat tersampaikan secara maksimal. Yang pertama merupakan video yang ditujukan untuk anak-anak dimana karakter yang dibuat akan menyesuaikan karakter anak-anak dalam keseharian mereka saat bermain *gadget* dan informasi mengenai tips 20:20:20 akan disesuaikan dalam penyampaian sehingga anak-anak dapat memahami arti dibalik tips tersebut. Selanjutnya video untuk remaja yang akan disesuaikan juga karakter dari animasi tersebut sesuai dengan keseharian mereka selama di rumah, dan penyampaian tipsnya juga akan berbeda sehingga para remaja dapat memahami juga tips tersebut. Lalu video ketiga untuk orang dewasa yang juga disesuaikan agar informasi dapat tersampaikan secara maksimal dan khalayak sasaran dapat memahami informasi tersebut.

3. Hasil Karya

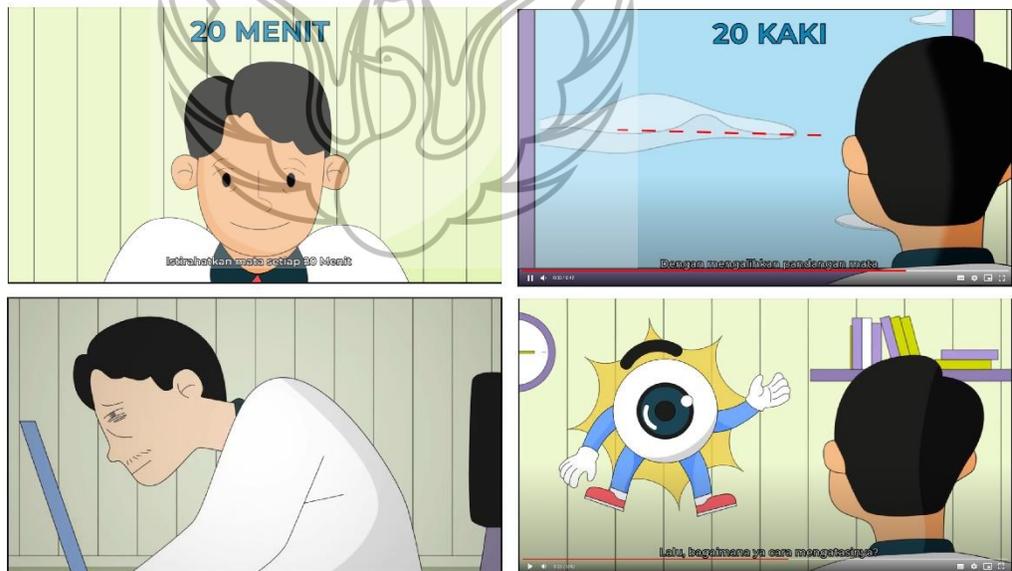
a. Media Utama



Gambar 1 Cuplikan animasi untuk khalayak sasaran anak-anak



Gambar 2 Cuplikan animasi untuk khalayak sasaran remaja



Gambar 3 Cuplikan animasi untuk khalayak sasaran dewasa

b. Media Pendukung



Gambar 4 Media pendukung berupa akun dan feed Instagram

C. Kesimpulan

Pandemi Covid-19 tidak hanya mengakibatkan virus corona merugikan manusia tetapi juga memberikan dampak pada permasalahan lain yaitu mengenai kesehatan mata, yang mana akibat dari pandemi ini masyarakat tidak dapat beraktivitas sebagaimana mestinya serta lebih banyak waktu di habiskan di dalam rumah. Dengan diterapkannya sistem PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) yang dilakukan pada bulan April 2020 sampai pada kebijakan PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat) di Indonesia, aktivitas masyarakat sangat di batasi dan hanya dapat melakukan aktivitas secara daring di rumah, ini mengakibatkan meningkatnya prevalensi *screen time* pada masyarakat. Untuk memecahkan permasalahan tersebut perancang terinspirasi untuk membentuk suatu media yang dapat memberikan edukasi kepada masyarakat luas mengenai tips bagaimana menjaga kesehatan mata sehingga dapat membantu masyarakat untuk menjaga kesehatan mata mereka. Pemilihan media animasi dipilih karena animasi dapat menjangkau masyarakat luas baik itu anak-anak maupun dewasa, selain itu di karenakan pandemi Covid-19 yang mengakibatkan pelarangan aktivitas di luar ruangan maka media animasi menjadi pilihan karena dapat dilihat di mana saja dan kapan saja dengan perantara internet yang dapat diakses secara luas oleh masyarakat.

Proses awal perancangan diawali dengan mencari berbagai macam data melalui jurnal mengenai bahaya dari *screen time* yang berlebihan sampai pada akibat

yang ditimbulkan dari kebiasaan tersebut, dilanjutkan dengan penyaringan data yang sudah di dapat sehingga di dapatkan beberapa data mengenai bahaya *screen time* seperti mengakibatkan gangguan mata yaitu miopia serta bahaya miopia bila tidak di tangani dengan baik, dengan ditemukannya banyak data perancang dapat memberikan informasi secara akurat dalam perancangan tersebut sesuai dengan khalayak sasaran yang di tuju. Perancang juga mencari data sekunder berupa angket yang disebarakan melalui google form, dari angket tersebut perancang mendapatkan data bahwa sebagian besar khalayak sasaran belum tahu cara untuk menjaga kesehatan mata.

Dengan data-data yang telah diperoleh, perancang mulai memproduksi animasi tersebut, dalam perancangan ini maka dibuatlah naskah cerita terlebih dahulu dengan menyesuaikan khalayak sasaran maasing-masing yaitu anak-anak, remaja dan dewasa, isi dari animasi tersebut akan menggunakan komunikasi persuasif dimana para khalayak sasaran akan di tunjukkan dampak dari *screen time* yang berlebihan lalu diajak untuk menjaga kesehatan mata dengan menggunakan tips 20:20:20 sebagai cara untuk mengatasi persoalan tersebut. Karakter dari setiap animasi juga disesuaikan dengan khalayak sasaran dan juga menyesuaikan kegiatan mereka selama di rumah. Gaya animasi yang digunakan adalah gaya animasi vektor serta animasi motion untuk menyesuaikan dengan khalayak sasaran yang merupakan anak-anak sampai orang dewasa. Setelah produksi selesai maka dilanjutkan dengan pasca produksi di mana memasukkan *backsound*, *voice over* dan *sound effect* dan menyesuaikan scene dengan suara yang di masukkan tersebut agar animasi terlihat lebih hidup.

D. Daftar Pustaka

- Adnyana Yasa, G. P., Satyasusmaya Narpaduhita, K. A., & Purwita, D. G. (2019). Perancangan Film Animasi Pendek 2D Sebagai Media Kampanye Penanganan Anxiety Disorder. *Jurnal Bahasa Rupa*, 147.
- Firmansyah, A., & Kurniawan, M. P. (2013). PEMBUATAN FILM ANIMASI 2D MENGGUNAKAN METODE FRAME BY. 10-11.
- Ilyas. (2012). *Ilmu Penyakit Mata Edisi 4*. Jakarta: Balai Penerbit FK UI.
- Khurya, K. R., & Prayoga, D. (2021). Kelelahan Mata Selama Pandemi Covid-19: Literature Review. *Jurnal Ilmiah Permas: Jurnal Ilmiah STIKES Kendal*, 516.

- Nafrin, I. A., & Hudaidah. (2021). Perkembangan Pendidikan Indonesia Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmu Pendidikan*, 458.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Pellegrini, M., Bernabei, F., Scordia, V., & Giannaccare, G. (2020). *May home confinement during the COVID-19 outbreak worsen the global of myopia?*
<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7197632/>.
- Permatasari, D. (2021). Kebijakan Covid-19 Dari PSBB Hingga PPKM Empat Level.
<https://kompaspedia.kompas.id/baca/infografik/kronologi/kebijakan-covid-19-dari-psbb-hingga-ppkm-empat-level>.
- Ruslan, R. (2007). *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*. Jakarta.
- Worldometer. (2021, October 1). Corona Virus Cases.
- Wright, J. A. (2005). *Animation Writing and Development From Script Development to Pitch*. Focal Press.

