

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Perancangan video musik animasi 2D sebagai media kampanye sosial penerimaan diri wanita dengan bekas luka ini merupakan sebuah upaya pengkaryaan dalam bidang Desain Komunikasi Visual yang menempatkan animasi bukan hanya sebagai media hiburan, melainkan sebagai sarana komunikasi visual yang memiliki fungsi memotivasi dan persuasif. Karya ini dirancang untuk menyampaikan pesan penerimaan diri secara emosional dan empatik melalui pendekatan visual, narasi, serta musik.

Kebaruan dalam perancangan ini terletak pada penggabungan format video musik dengan animasi 2D sebagai medium kampanye sosial yang secara spesifik mengangkat isu penerimaan diri wanita dengan bekas luka di kulit. Berbeda dengan kampanye sebelumnya yang dikaitkan dengan kepentingan komersial, karya ini berfokus pada pengalaman emosional dan psikologis individu tanpa mengaitkannya dengan promosi produk tertentu.

Dari sisi pengkaryaan visual, gaya ilustrasi animasi 2D yang terinspirasi dari estetika *anime* dipilih sebagai strategi komunikasi untuk mendekatkan pesan kepada target audiens wanita dewasa awal yang aktif di media sosial dan memiliki ketertarikan terhadap budaya visual populer seperti *anime*. Pemilihan gaya visual, warna, gerak, serta ekspresi karakter dirancang untuk merepresentasikan kondisi emosional tokoh dan memperkuat makna lagu sebagai narasi utama.

Melalui perancangan ini, dapat disimpulkan bahwa animasi 2D dalam format video musik memiliki potensi besar sebagai media kampanye sosial di ranah Desain Komunikasi Visual, khususnya dalam menyampaikan isu-isu sensitif yang berkaitan dengan tubuh, identitas, dan

penerimaan diri. Karya ini diharapkan dapat menjadi alternatif referensi bagi perancang visual dalam mengembangkan media kampanye sosial yang lebih empatik, naratif, dan relevan dengan karakteristik audiens masa kini.

B. Saran

Penelitian ini membuka ruang bagi kajian lanjutan yang lebih mendalam mengenai pengalaman wanita dengan bekas luka yang tidak hanya berdampak pada aspek psikologis dan estetik penampilan, tetapi juga mengganggu fungsi tubuh dan menurunkan kualitas hidup. Diperlukan penelitian yang menggabungkan perspektif Desain Komunikasi Visual dengan bidang kesehatan, psikologi, dan rehabilitasi untuk memahami kebutuhan yang khusus untuk mereka.

Selain itu, perancangan karya visual di masa depan dapat diarahkan pada bentuk kampanye yang lebih inklusif, dengan menampilkan representasi wanita yang menghadapi keterbatasan fisik akibat bekas luka. Pendekatan ini akan memperluas cakupan isu, sehingga kampanye tidak hanya berfokus pada aspek estetika saja, tetapi juga pada perjuangan sehari-hari dalam menjalani aktivitas dan mempertahankan kualitas hidup.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Arnett, Jeffrey. 2019. *Emerging Adulthood: The Winding Road from the Late Teens Through the Twenties (2nd edition)*. Amerika Serikat: Oxford University Press.
- Blazer, Liz. 2016. *Animated Storytelling Simple Steps for Creating Animation & Motion Graphics*. USA: Peachpit Press.
- Grogan, Sarah. 2021. *Body Image: Understanding Body Dissatisfaction in Men, Women and Children (4th Edition)*. London: Routledge.
- Krakowski, Andrew & Shumaker, Peter (Ed.). 2017. *The Scar Book*. Amerika Serikat: Wolters Kluwer.
- Marotta, J. 2018. *50 mindful steps to self-esteem: Everyday practices for cultivating self-acceptance and self-compassion*. Oakland, California: New Harbinger Publications.
- Reddi, C. V. N. 2009. *Effective Public Relations and Media Strategy*. New Delhi: PHI Learning Pvt. Ltd.
- Rice, R. E., & Atkin, C. K. (2012). *Public communication campaigns* (4th ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Wells, P. 1998. *Understanding animation*. London: Routledge.
- Wells, Paul. 2006. *The fundamentals of animation*. Lausanne: AVA Publishing.
- Williams, Richard. 2009. *The animator's survival kit: Expanded edition*. London: Faber and Faber Limited.

Jurnal

- Ardiana, Njoo P.L., Damajanti, Maria N., & Muljosumarto, Cindy. 2016. Perancangan Kampanye Sosial Tentang Pemahaman Eksistensi dan Esensi Keragaman Lintas Etnis di Semarang. *Adiwarna Vol. 5 No. 2 (2016): July 2016*.

- Ardilla, Fauziya & Herdiana, Ike. 2012. Penerimaan diri pada narapidana wanita. *Jurnal Psikologi Kepribadian dan Sosial*, 1(3), 160–166. Surabaya: Fakultas Psikologi Universitas Airlangga.
- Chaerunnisa, Sherinne & Nalendra, Muhammad A.S. 2023. Perancangan Kampanye Sosial Tentang Peningkatan Self-Esteem Dalam Menanggulangi Stereotipe Negatif Standar Kecantikan Fisik Bagi Perempuan (studi kasus Kota Batam). *Jurnal Rupa Matra*, 1(2), 75–94.
- Handayani, M., Ratnawati, S., & Helmi, A. 1998. Efektifitas Pelatihan Pengenalan Diri Terhadap Peningkatan Penerimaan Diri Dan Harga Diri. *Jurnal Psikologi*, 25(2), 47 - 55.
- Hijrianti, U. R., & Taqiyah, I. 2024. *A Self-acceptance and Body Image on Student Self-confidence*. KnE Social Sciences, International Conference of Applied Psychology (ICAP-H), 110–123.
- Jaya, I Made R. A. 2020. Pengembangan Film Animasi 2 Dimensi Sejarah Perang Jagaraga. *Karmapati: Journal of Educational Technology*, vol. 9, no. 3, 2020.
- Kezia, Beby., Ardianto, Deny Tri.,z & Srisanto, Erandaru. 2015. Perancangan Video Musik Voice of the Restless: "My Guiding Star". *Jurnal Desain Komunikasi Visual Adiwarna*, 1(6).
- Mathews, A., Costa, B., Mikkola, A., & Harcourt, D. 2023. 'Scars: How Our Wounds Make Us Who We Are': Improving appearance-based stigma, conceptualisation of beauty and body esteem through a documentary. *Scars, Burns & Healing*, 9, Article 20595131231205398.
- Nur Fadila, S. 2021. Pendampingan Untuk Meningkatkan Self-Acceptance Pada Peserta Didik. *Counselia; Jurnal Bimbingan Konseling Pendidikan Islam*, 2(2), 44–52.
- Pratami, V. T., Nuryani, R., & Lindasari, S. W. 2023. Tingkat Kepercayaan Diri pada Wanita Dewasa Awal dengan Adanya Tren Beauty Privilege. *Jurnal Keperawatan*, 15(3), 1101–1108.

- Rahmah, Hardiyanti. 2019. Konseling realitas untuk meningkatkan penerimaan diri pada anak di usia sekolah dasar. *Al-Madrasah: Jurnal Ilmiah Pendidikan Madrasah Ibtidaiyah Vol. 4, No. 1, 2019*.
- Ud-Din, S., & Bayat, A. 2022. Classification of Distinct Endotypes in Human Skin Scarring: S.c.a.r.-a Novel Perspective on Dermal Fibrosis. *Advances in wound care, 11*(3), 109–120.
- Yasa, G.P.P.A., Narpaduhita, K.A.S., & Purwita, D.G. 2019. Perancangan Film Animasi Pendek 2D Sebagai Media Kampanye Penanganan Anxiety Disorder. *Jurnal Bahasa Rupa, Vol.2 No. 2*.

Tautan

- HelloGiggles. 2016. *Rebecca Sugar partners with Dove*. <https://hellogiggles.com/rebecca-sugar-dove>. Diakses 5 Oktober 2025.
- Indonesia Trip News. 2022. *Kampanye #SetiapLukaPunyaCerita: Hansaplast hadirkan inovasi terbaru plester bekas luka*. <https://indonesiatripnews.com/gaya-hidup/gelar-kampanye-setiaplukapunyaCerita-hansaplast-hadirkan-inovasi-terbaru-plester-bekas-luka>. Diakses 22 Desember 2025.
- LadiesStory. 2022. *Kampanye #SetiapLukaPunyaCerita: Hansaplast luncurkan plester bekas luka*. <https://www.ladiestory.id/kampanye-setiaplukapunyaCerita-hansaplast-luncurkan-plester-bekas-luka-63282>. Diakses 20 Desember 2025.
- StudioBinder. 2023. *Different types of camera movements in film*. <https://www.studiobinder.com/blog/different-types-of-camera-movements-in-film/>. Diakses 22 Januari 2025.
- StudioBinder. 2023. *Types of camera shots: Sizes in film*. dari <https://www.studiobinder.com/blog/types-of-camera-shots-sizes-in-film/>. Diakses 22 Januari 2025.
- ZAP Clinic. 2023. *ZAP Beauty Index 2023*. https://zapclinic.com/files/ZAP_Beauty_Index_2023.pdf. Diakses 11 November 2024.

ZAP Clinic. 2024. *ZAP Beauty Index 2024 dan Men-o-logy Index*.
<https://zapclinic.com/article/zap-beauty-index-2024-dan-men-o-logy-index>. Diakses 10 Januari 2025.

ZAP Clinic. 2024. *ZAP Beauty Index 2024*.
https://zapclinic.com/files/ZAP_Beauty_Index_2024.pdf. Diakses 10 Januari 2025.

