

# **Analisa Visual Storytelling dalam Kampanye Sosial Internet Sehat dan Aman**

(Studi Kasus : Video Animasi Pendek 'Being Safe  
Online' Karya Olivia Poretta & Tami Kim)

**Kevin Diaz Sadewa**

Desain Komunikasi Visual, Fakultas Desain dan Seni Kreatif,  
Universitas Mercubuana  
42319010007@student.mercubuana.ac.id

## **ABSTRAK**

Meningkatnya perkembangan digital dapat membantu segala aktivitas manusia. Namun masih banyak kasus pornografi dan *cyber-crime* banyak menimpa remaja usia 14-18 tahun dengan angka kasus sebanyak 3922 dan telah menempati peringkat ke-3 kasus pengaduan anak (Harjono, 2020). Maka dari itu pentingnya edukasi bagi remaja sejak dini agar mau memperhatikan keamanan dalam bermedia sosial. hal tersebut dapat dilakukan dengan upaya membuat gerakan kampanye yang disampaikan dengan video animasi terhadap kejahatan siber pada remaja. Penyampaian pesan pada video animasi tidak terlepas dari visual storytelling yang tepat sehingga pesan dapat diterima dan diingat dengan mudah oleh remaja. Dengan begitu diperlukannya penelitian mendalam terhadap video animasi yang menyuarakan kampanye sosial internet sehat dan aman. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kualitatif dengan teknik pengumpulan data: studi pustaka, dan observasi. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu 5W+1H. Penelitian ini dilakukan dengan melakukan analisis terhadap beberapa penerapan teori yang digunakan seperti teori kampanye dan teori visual storytelling pada video animasi.

Kata Kunci: Kampanye sosial, Visual Storytelling, Animasi 2D

## **PENDAHULUAN**

Cyber Crime merupakan segala macam tindakan ilegal yang memerlukan pengetahuan teknologi komputer untuk perbuatannya, penyelidikan, atau penuntutannya (Maskun, 2014: 46). Meningkatnya perkembangan teknologi dapat menyebabkan kasus cyber-crime memiliki urgensi tinggi yang harus diwaspadai dan dihentikan, terlepas dari berbagai manfaat yang dapat diperoleh dalam kehidupan manusia, teknologi juga memiliki dampak buruk yang dapat menjadi ancaman suatu individu atau kelompok tertentu terhadap cyber-crime. Banyak masyarakat yang mengetahui akan kejahatan cyber-crime, namun tidak banyak masyarakat Indonesia yang aware akan adanya hal tersebut dan cenderung menyepelekan dampak dan ancaman yang dapat terjadi suatu waktu, hal tersebut didukung oleh laporan data anomali trafik BSSN (2021) sepanjang tahun 2020 yang mengatakan bahwa Indonesia mengalami serangan siber mencapai angka

495,3 juta atau meningkat 41 persen dari tahun sebelumnya. Meskipun begitu, dalam beberapa tahun ke belakang penanganan kasus ini masih terbilang kurang maksimal karena beberapa faktor seperti kurangnya informasi yang membantu meningkatkan kesadaran masyarakat Indonesia mengenai fenomena cyber-crime, dan penyampaian pesan visual daya tarik emosional melalui visual storytelling yang kurang melekat kepada target audiens juga dapat menjadi faktor utama dalam penyebab terjadinya kasus-kasus tersebut. Terdapat survei National Centre for Strategic and International Studies (CSIS) yang menyatakan bahwa sebanyak 79,3% remaja khususnya milenial di Indonesia lebih menyukai menonton televisi dan media yang berupa video untuk mencari informasi. Hal tersebut dapat menunjukkan bahwa media audio visual seperti motion graphic, film, dan animasi dan lain sebagainya dapat menjadi media yang cukup digemari dan mudah tersampaikan.

Kampanye merupakan penyampaian pesan kepada khalayak secara persuasif agar memberikan kesadaran dan mengubah persepsi masyarakat terhadap suatu, sehingga mengajak masyarakat untuk berpartisipasi terhadap isu tersebut secara nyata dan terukur (Surantiningsih & Lukitowati. 2020). Untuk mendalami pemahaman mengenai aspek-aspek tersebut, peneliti berencana untuk melakukan analisis terhadap video kampanye cybercrime dengan lingkup analisis berupa komponen dasar visual storytelling melalui pendekatan daya tarik emosional, hal tersebut dapat penulis analisis dari video animasi pendek "Being Safe Online" Karya Olivia Poretta & Tami Kim dalam channel Amaze.org yang memiliki jumlah view dan like yang cukup banyak terhadap isu sosial cybercrime pada remaja yang disebarakan melalui media platform digital You Tube.

Being Safe Online merupakan film pendek karya Olivia Poretta dan Tami Kim yang di publish pada tahun 2016 di platform You Tube channel Amaze.org yang merupakan channel penyedia video edukasi berkampanye untuk remaja usia 10-14 tahun (hundred.org, 2022). Video kampanye animasi pendek ini menceritakan tentang remaja yang terlibat cyber-crime sexting atau pesan seksi seperti permintaan teks, gambar, video yang biasa disalahgunakan untuk menggertak, memeras, dan mengeksploitasi korban. Pemilihan video animasi pendek ini memiliki latar belakang yang sama terhadap isu sosial yang diangkat yaitu cyber-crime, selain itu juga video animasi pendek ini dapat menjadi referensi solusi untuk mengedukasi masyarakat Indonesia terhadap isu sosial cyber-crime dengan visual story telling.

Berdasarkan hal tersebut, maka penelitian ini diperlukan untuk mengetahui bagaimana elemen visual storytelling dapat mendukung penyampaian pesan melalui visual dan mempengaruhi suasana hati audiens dengan pendekatan emosional. Hal tersebut dapat penulis lakukan dengan melakukan analisis terhadap komponen dasar visual storytelling film animasi pendek 'Being Safe online' karya Olivia Poretta dan Tami Kim dari teori warna, teknik pengambilan gambar dalam visual storytelling. Dengan adanya penelitian ini dapat menambah kekayaan gagasan atau ide visual storytelling pada kampanye bagi para desain komunikasi visual.

## **KAJIAN TEORI**

### **Visual Storytelling dalam Kampanye Sosial**

Tujuan utama kampanye merupakan penyampaian pesan kepada khalayak secara persuasif agar memberikan kesadaran dan mengubah persepsi masyarakat terhadap suatu, sehingga mengajak masyarakat untuk berpartisipasi terhadap isu tersebut secara nyata dan terukur (Surantiningsih & Lukitowati: 2020).

### **Media pada Kampanye Sosial**

Menurut National Education Association (NEA) media merupakan sarana komunikasi dalam bentuk cetak maupun audio visual yang mencakup teknologi perangkat lunak dan kerasnya. Menurut Association of Education and Communication Technology (AECT) media merupakan segala bentuk dan saluran yang digunakan dalam penyampaian pesan dan informasi.

### **Visual Storytelling dalam Film Animasi**

Visual storytelling merupakan teknik penyampaian cerita melalui media visual yang bisa diceritakan melalui gambar, ilustrasi, video, atau animasi yang dapat menggunakan suara atau teks, baik yang statis atau aktif karena visual storytelling merupakan gambar yang bercerita. (Caputo, 2003). Fungsi visual storytelling bertujuan untuk membantu proses penyampaian pesan secara efektif. American Management Association (AMA) mengutip dari penelitian Robert Horn di Stanford University bahwa gabungan komunikasi visual dan verbal lebih efektif 43% dibandingkan hanya komunikasi verbal yaitu 17%.

### **Animasi**

Animasi ialah gabungan seni dengan teknologi sebagai bagian tak terpisahkan dari keilmuan perfilman atau sinematografi (Soenyoto, Partono. 2017: 1). Animasi dapat menyampaikan suatu konsep yang kompleks menjadi menarik secara visual (Purnomo & Andreas : 2013:8).

### **Warna/Color**

warna merupakan sensasi yang ditimbulkan oleh otak sebagai pemicu gelombang cahaya pada retina mata, warna itu sendiri dapat memberikan kesan berat-ringan, kedalaman, dan menciptakan suasana/mood/sifat/karakter tertentu pada rancangan (Leonardo & Andreas, 2016:31). Warna dan cahaya menurut Jasmine dalam bukunya *Lighting for Animation: The Art of visual Storytelling* (2016). yaitu; Mengarahkan mata pemirsa, memperlihatkan shape objek dengan lebih jelas, dan membantu cerita dalam memberikan mood.

## **METODOLOGI**



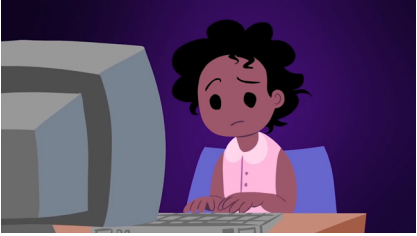
Metodologi penelitian yang dibutuhkan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan memberikan penjelasan dari permasalahan yang diteliti secara sistematis dan mendalam (Hardani, dkk. 2020: 229) terhadap elemen-elemen pembentukan video animasi. Teknik analisis yang digunakan yaitu 5W 1H dengan tujuan dapat mendeskripsikan terciptanya visual storytelling video animasi pendek 'Being Safe Online' karya Olivia Poretta dan Tami Kim. Hal

tersebut peneliti analisis berdasarkan landasan kajian teori yang telah kumpulkan sehingga dapat menjadi teori pendukung dalam penulisan.

## PEMBAHASAN

Pembahasan ini akan menjawab rumusan masalah mendeskripsikan terciptanya pesan visual storytelling dalam video kampanye animasi Being Safe Online. Video kampanye Being Safe Online ingin memberikan pesan kepada remaja terhadap kejahatan di internet (Cyber-crime) untuk selalu tetap aman dalam berinternet melalui video animasi bercerita yang menampilkan beberapa elemen visual pendukung. Pada penelitian ini penulis akan mengulas video animasi berdasarkan komponen visual storytelling pada warna dan pengambilan shot.

Table 1. Analisis Visual Storytelling

Waktu dan Tempat	Tangkapan Gambar	Analisis visual berdasarkan komponen dasar visual storytelling
00:09 (halte bus)		<p>Pada scene ini menggunakan wide shot</p> <p>Pada scene ini warna cahaya terlihat lebih warm dan cenderung berwarna terang</p>
1:22 (dunia digital)		<p>Pada scene ini menggunakan pengambilan shot medium two shot</p> <p>Pada scene ini menggunakan warna kontras dan cenderung dominan berwarna gelap dan terang</p>
2:11 (rumah)		<p>Pada scene ini pengambilan shot pada karakter yaitu medium shot</p> <p>Pada scene ini warna pada scene terlihat lebih gelap dan warna cenderung ungu</p>

2:30 - 2:33 (rumah - kelas)		Pada scene ini pengambilan shot pada subjek yaitu full shot  Pada scene ini memvisualisasikan kesedihan yang menyebabkan enggan untuk ikut berbicara seolah terdapat suatu masalah  Dan terjadi perpidahan scene dan mood dari muram menjadi cukup terang setelah memberanikan diri untuk bercerita
--------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

**Shot dan Warna**

Dalam pembuatan film terdapat teknik shot pengambilan gambar yang penting keberadaannya untuk membantu menyampaikan dan mengarahkan pesan secara baik dengan beberapa penggunaan shot. Penggunaan warna juga dapat menciptakan kesan dan emosi yang berbeda dalam suatu scene dengan scene lain. Dengan menggabungkan kedua hal tersebut dapat menciptakan video animasi cinematography dengan visual storytelling yang baik.

- a. Tangkapan gambar 1 ; Penggunaan wide shot ini menampilkan keseluruhan tampilan tempat pada scene seperti pemandangan latar belakang yang berupa gambaran besar latar tempat yang relatif berhubungan dengan object karakter (Brown, Blain. 2022: 70). Pada shot ini penggunaan wide shot berusaha menampilkan latar tempat yaitu halte bus di siang hari. Warna dan cahaya dapat mempengaruhi reaksi bawah sadar audiens saat pertama kali melihat pemandangan (Katatikarn & Tanzillo. 2016: 14) scene ini menggunakan warna dominan hangat dengan visual karakter berseragam sekolah sedang menunggu di halte bus yang cukup sepi dapat memberikan mood siang hari yang bersih, saat cahaya masuk dari luar layar menciptakan perasaan optimis dan harapan (Katatikarn & Tanzillo. 2016: 15)
- b. Tangkapan gambar 2 ; Penggunaan Medium shot hampir menyerupai wide shot yang relatif terhadap object namun dengan shot yang lebih dekat (Brown, Blain. 2022: 71). Medium shot pada scene ini menampilkan object monitor didekat karakter dengan jelas. Warna pada scene ini menggunakan kontras pada visual karakter dengan monitor yang menyala, sehingga pesan dapat tersampaikan dengan baik dengan cara mengarahkan mata audiens dengan ke cahaya tersebut. Cahaya dapat mengarahkan mata audiens dengan memfokuskan mata pada objek paling terang di layar (Katatikarn & Tanzillo.

2016: 19).

- c. Tangkapan gambar 3 ; Medium close up merupakan shot yang digunakan untuk memperlihatkan detail seperti ekspresi karakter dan bagaimana karakter berpakaian dengan demikian audiens akan lebih terlibat dalam apa yang mereka rasakan dan lakukan (Brown, Blain. 2022: 71). Warna yang digunakan pada scene ini dominan berwarna gradasi ungu ke gelap memberikan mood kegelapan yang misterius, warna ungu dapat memberikan mood sedih, termenung, dan duka. (Katatikarn & Tanzillo. 2016: 106).
- d. Tangkapan gambar 4 ; Transitional shot dapat menggabungkan dua scene dalam satu shot. terdapat banyak model transisi beberapa memiliki transisi yang simple dengan potongan sederhana ke scene selanjutnya (Brown, Blain. 2022: 77). transisi shot ini menampilkan pesan perubahan tempat dari ruangan rumah yang gelap menjadi ruangan sekolah yang cerah. Warna yang digunakan pada scene ini menggunakan dua tone warna yang berawal dari cold menjadi warm di scene selanjutnya, hal tersebut dapat memberikan pesan dari penggambaran mood yang murung menjadi ada harapan setelah memberanikan diri untuk bercerita. Warna cold dapat memberikan perasaan sedih dan murung, sedangkan warm dapat menciptakan perasaan optimis dan harapan (Katatikarn & Tanzillo. 2016: 15)

## **SIMPULAN & REKOMENDASI**

Hasil analisa komponen dasar visual storytelling video kampanye animasi pendek "Being Safe Online" terhadap isu sosial cybercrime menggambarkan temuan bahwa komponen dasar pada visual storytelling seperti penggunaan warna tersebut dapat membantu penyampaian pesan dengan pendekatan emosional melalui pengaruh warna terhadap mood atau suasana hati audiens (Katatikarn & Tanzillo. 2016). Selain itu teknik pengambilan gambar shot sinematografi yang baik dalam video animasi dapat memberikan tampilan shot dalam visual storytelling dapat mempermudah penyampaian pesan kepada target audiens serta mendukung visual storytelling agar tersampaikan dengan baik seperti mengarahkan mata audiens terhadap suatu cerita menggunakan teknik shot pada suatu scene (Brown, Blain. 2022). Video kampanye visual storytelling dengan pendekatan emosional bercerita ini dapat lebih mudah untuk diterima dan diingat oleh anak usia 10-14 karena audiens memiliki keterkaitan dengan cerita dan visual storytellingnya dan mempengaruhi pemikiran audiens terhadap isu sosial cyber-crime. Maka dari itu penulis berharap banyak masyarakat yang mulai meningkatkan awareness cyber-crime dan tertarik untuk membuat video edukasi visual storytelling sejenis sehingga dapat lebih mengajak masyarakat untuk aman dalam berinternet.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Bonsignore, Marian (Jan24, 2019). Using Visual Language to Create the Case for Change. <https://www.amanet.org/articles/using-visual-language-to-create-the-case-for-change/>

- Brown, Blain.(2022) Cinematography: Theory and Practice: For Cinematographers and Directors, 4th Edition
- Caputo, T. C. (2003). Visual Storytelling: The Art and Technique. Watson-Guption
- Christianingrum, Ratna & Nurul, Ade Aida. (2021) Analisa RUU tentang APBN: Tantangan Penguatan Keamanan Siber Dalam Menjaga Stabilitas Keamanan. <https://berkas.dpr.go.id/puskajianggaran/analisis-apbn/public-file/analisis-apbn-public-65.pdf>
- Hardani, dkk. (2020). Metode Penelitian-Kualitatif dan Kuantitatif. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Group Yogyakarta
- Harjono, Maykada (2020) KPAI: Pornografi dan Cyber Crime Masuk Tiga Besar Pengaduan Anak <https://aptika.kominfo.go.id/2020/02/kpai-pornografi-dan-cyber-crime-masuk-tiga-besar-pengaduan-anak/>
- Hundred.org (2022) Age-appropriate and medically-accurate sexual health videos for adolescents ages 10-14. <https://hundred.org/en/innovations/amaze-org#:~:text=AMAZE.org%20is%20an%20initiative,resources%20for%20educators%20and%20parents.>
- Katatikarn, Jasmine & Michael Tanzillo (2016). Lighting for Animation: The Art of Visual Storytelling.
- Maskun (2014). Kejahatan Siber (Cyber Crime) Suatu Pengantar.Publications.
- Purnomo, Wahyu & Andreas, Wahyu (2013). Animasi 2D. Penerbit: Menteri Pendidikan dan Kebudayaan.
- Soenyoto, Partono (2017). Animasi 2D. Penerbit: PT. Elex Media komputindo, Jakarta
- Surantiningsih, Dewi dan Lukitowati Suci (2020). Strategi komunikasi Dalam Diplomas Kemanusiaan : Best Practice ACT dalam Isu Kemanusiaan Palestina
- Tysara, Laudia (2021). Media adalah Alat untuk Menyampaikan Pesan dan Informasi, Ketahui Jenis-Jenisnya. <https://hot.liputan6.com/read/4467850/media-adalah-alat-untuk-menyampaikan-pesan-dan-informasi-ketahui-jenis-jenisnya>
- Wardani, H.L. (2017). Survei CSIS: Media Online dan TV Jadi Sumber Informasi Milenial.<https://news.detik.com/berita/d-3712484/survei-csis-media-online-dan-tv-jadi-sumber-informasi-milenial>
- Widya, Leonardo Adi Dharma & Darmawan, Andreas James (2016). Pengantar Desain Grafis. Source: Menteri Pendidikan dan Kebudayaan.