

PERANCANGAN VIDEO ANIMASI SEBAGAI SOSIALISASI MENGENAI BAHAYA MEROKOK DAN *VAPING* BAGI REMAJA DI KELURAHAN GAYUNGAN

Gabriel Ayu Kartika Ning Dewi

Universitas Negeri Surabaya

email: gabrielayu.20029@mhs.unesa.ac.id

Received:

29-08-2025

Reviewed:

29-09-2025

Accepted:

29-10-2025

ABSTRAK : Fenomena merokok dan *vaping* di kalangan remaja menjadi isu yang memprihatinkan di Indonesia. Gaya hidup modern, tekanan lingkungan, dan kurangnya media edukasi yang menarik turut mendorong meningkatnya perilaku tersebut. Di Kelurahan Gayungan, Kota Surabaya, masih banyak remaja yang merokok atau menggunakan *vape* tanpa menyadari dampak kesehatannya. Penelitian ini bertujuan untuk merancang media edukasi berbentuk video animasi narasi visual (*storytelling*) mengenai bahaya merokok dan *vaping* bagi remaja di Kelurahan Gayungan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan Design Thinking, yang terdiri atas lima tahapan: *Empathize*, *Define*, *Ideate*, *Prototype*, dan *Test*. Media yang dirancang diuji coba kepada 20 remaja sebagai target audiens melalui metode pembagian kuesioner dan memperoleh skor kelayakan sebesar 94,8%, dinilai sangat layak digunakan sebagai media edukasi untuk remaja. Media juga telah melalui tahapan validasi dengan metode pembagian angket penilaian kepada validator ahli materi dan ahli media, yang menunjukkan tingkat keberhasilan 100% dari sisi materi, dan 90% untuk aspek media. Dengan demikian, media video animasi yang dirancang terbukti efektif, komunikatif, serta tepat sasaran dalam meningkatkan kesadaran remaja akan bahaya merokok dan *vaping*.

Kata Kunci: animasi edukatif, rokok dan *vape*, kampanye anti rokok, remaja, Kelurahan Gayungan

ABSTRACT : The phenomenon of smoking and vaping among teenagers has become a concerning issue in Indonesia. Modern lifestyles, peer pressure, and the lack of engaging educational media contribute to the increasing prevalence of this behavior. In Gayungan Subdistrict, Surabaya, many teenagers continue to smoke or use vapes without being aware of the health risks. This study aims to design educational media in the form of a visual narrative

animation (storytelling) to raise awareness about the dangers of smoking and vaping among teenagers in the area. This research employs a qualitative method using the Design Thinking approach, which consists of five stages: Empathize, Define, Ideate, Prototype, and Test. The media was tested on 20 teenagers as the target audience through a questionnaire, resulting in a feasibility score of 94.8%, indicating that the media is highly suitable for educational use. In addition, validation was conducted through expert judgment using assessment questionnaires distributed to content and media experts. The validation results showed 100% success in content quality and 90% in media aspects. Therefore, the developed animated video media is proven to be effective, communicative, and well-targeted in increasing teenagers' awareness of the dangers of smoking and vaping.

Keywords: educational animation, smoking and vaping, anti-smoking campaign, adolescents, Gayungan Sub-district

PENDAHULUAN

Remaja merupakan kelompok usia yang berada dalam masa transisi menuju dewasa dan memiliki peran strategis sebagai generasi penerus bangsa. Namun, fase ini juga rentan terhadap perilaku eksperimental, termasuk merokok dan penggunaan rokok elektrik (*vape*) yang dipengaruhi oleh lingkungan sosial maupun teman sebaya (Prasasti, 2017). Data menunjukkan bahwa perilaku merokok di kalangan remaja masih tinggi. Survei Kesehatan Indonesia (SKI) tahun 2023 mencatat sekitar 70 juta perokok aktif di Indonesia, dengan 7,4% di antaranya berusia 10–18 tahun. Data BPS Jawa Timur (2022) juga menyebutkan bahwa 13,49% remaja usia 15–24 tahun di Surabaya adalah perokok aktif. Hal ini semakin mengkhawatirkan karena banyak remaja beranggapan bahwa *vape* lebih aman dibanding rokok konvensional, padahal penelitian menunjukkan kandungan nikotin dan zat kimia di dalamnya tetap berbahaya (Widyantari, 2023).

Upaya pemerintah melalui program Perilaku Hidup Bersih dan Sehat (PHBS) dengan indikator bebas asap rokok belum sepenuhnya menjangkau kalangan remaja. Di Kelurahan Gayungan, misalnya, masih belum tersedia media khusus untuk mengedukasi remaja mengenai bahaya rokok dan *vaping* (Wawancara, 2024). Padahal, hasil kuesioner terhadap 25 remaja menunjukkan bahwa animasi dinilai sebagai media edukasi paling menarik dan mudah dipahami (52%), dengan 64% responden menyatakan animasi tentang bahaya rokok dan *vaping* sangat efektif. Animasi memiliki keunggulan visual, alur cerita, serta penggunaan karakter yang dekat dengan kehidupan remaja sehingga berpotensi menjadi media komunikasi yang lebih komunikatif, menarik, dan tepat sasaran (Rosyid, 2015).

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini berfokus pada perancangan animasi edukasi mengenai bahaya rokok dan *vaping* bagi remaja di Kelurahan Gayungan menggunakan metode *Design Thinking*. Rumusan masalah dalam penelitian ini meliputi: bagaimana konsep visual yang sesuai dengan target audiens, bagaimana proses perancangan animasi dilakukan, dan bagaimana hasil perancangan media tersebut dapat digunakan sebagai sarana sosialisasi. Tujuan penelitian ini adalah menyusun konsep visual yang menarik, mendeskripsikan proses perancangan, serta menghasilkan animasi edukatif yang efektif dalam meningkatkan kesadaran remaja mengenai bahaya rokok dan *vaping*.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa animasi maupun motion graphic terbukti efektif sebagai media edukasi kesehatan. Prihatmoko, Sumaryanto, & Zakki (2023) merancang animasi 2D tentang bahaya narkoba menggunakan metode R&D dan hasilnya dinilai layak, menarik, dan komunikatif. Zukri (2021) mengembangkan iklan layanan masyarakat berupa motion graphic untuk

sosialisasi bahaya rokok elektrik dengan metode SWOT dan AIDA, yang terbukti mampu meningkatkan pemahaman audiens. Penelitian lain oleh Prianto, Purnengsih, & Handayani (2024) menghasilkan infografik animasi mengenai bahaya nikotin pada remaja yang dinilai efektif dalam menyampaikan data kesehatan. Persamaannya dengan penelitian ini terletak pada pemanfaatan media animasi untuk edukasi remaja, sedangkan perbedaannya ada pada fokus materi, metode perancangan, serta pendekatan penyampaian pesan. Penelitian ini berupaya mengisi kesenjangan tersebut dengan menghadirkan media animasi berbasis storytelling yang menggunakan pendekatan *Design Thinking*, sehingga lebih menekankan pada empati, kedekatan emosional, serta keterlibatan audiens dalam memahami isu bahaya rokok dan *vaping*.

METODE PENELITIAN (PENCIPTAAN/PERANCANGAN)

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang dipadukan dengan metode *Design Thinking*. Pendekatan kualitatif dipilih untuk menggali fenomena secara mendalam melalui observasi, wawancara, dan kuesioner, sementara *Design Thinking* digunakan sebagai kerangka perancangan berbasis *human-centered design* yang menekankan pemahaman kebutuhan pengguna serta solusi yang kontekstual (Kelley & Brown, 2018).

Sasaran penelitian adalah remaja berusia 15–24 tahun di Kelurahan Gayungan, Kota Surabaya, baik laki-laki maupun perempuan, yang pernah maupun tidak pernah merokok atau menggunakan rokok elektrik. Pengumpulan data primer dilakukan melalui observasi langsung pada 28 Februari 2024, wawancara mendalam dengan empat informan (Lurah Gayungan, Kader Surabaya Hebat, serta dua remaja perokok aktif) menggunakan teknik *purposive* dan *convenience sampling*, serta penyebaran kuesioner online kepada 25 remaja pada 20–27 Februari 2025. Data sekunder diperoleh dari literatur, artikel, dan laporan terkait perilaku merokok dan vaping di kalangan remaja.

Analisis data dilakukan dengan model interaktif Miles dan Huberman (1992) melalui tahapan reduksi, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Proses perancangan animasi mengikuti tahapan *Design Thinking* yang meliputi: (1) *empathize*, dengan menggali kebutuhan remaja melalui wawancara dan kuesioner; (2) *define*, merumuskan masalah utama menggunakan pendekatan 5W+1H; (3) *ideate*, melakukan brainstorming ide visual dan konsep animasi; (4) *prototype*, mengembangkan storyboard, aset visual, animasi awal, dan validasi oleh ahli media serta ahli materi; dan (5) *test*, yaitu uji coba animasi pada remaja sasaran dengan kuesioner post-viewing untuk menilai pemahaman pesan, daya tarik visual, dan kelayakan media.

Metode ini dipilih karena mampu mengintegrasikan data kualitatif yang mendalam dengan proses desain yang sistematis. Dengan demikian, hasil akhir berupa animasi edukasi diharapkan dapat menjawab kebutuhan nyata remaja di Kelurahan Gayungan serta menjadi media sosialisasi yang menarik, komunikatif, dan efektif dalam menyampaikan bahaya merokok maupun penggunaan rokok elektrik.

KERANGKA TEORETIK

A. Kebiasaan Merokok dan Vaping pada Remaja

Merokok adalah aktivitas membakar tembakau dan menghirup asapnya, sedangkan vaping adalah menghirup uap rokok elektrik yang mengandung nikotin dan perasa (Mu'tadin dalam Prasasti, 2017; Ladesvita, 2017). Perilaku merokok dan vaping pada remaja dipengaruhi oleh orangtua, teman sebaya, kepribadian, media, serta persepsi positif terhadap rokok elektrik sebagai alternatif yang lebih aman (Indra et al., 2015). Observasi di Kelurahan Gayungan menunjukkan perilaku ini sudah cukup mengkhawatirkan, dengan remaja merokok atau vaping di tempat publik karena pengaruh lingkungan sosial dan media.

B. Dampak Rokok dan Vape bagi Remaja

Rokok mengandung zat berbahaya seperti nikotin, tar, karbon monoksida, dan logam berat yang dapat merusak paru-paru, meningkatkan risiko kanker, mengganggu sistem kardiovaskular, pertumbuhan, serta menimbulkan ketergantungan (Herawati, 2010; Safira, 2024). Vape, meskipun dianggap lebih aman, tetap berpotensi menyebabkan kerusakan paru-paru, inflamasi, ketergantungan, dan gangguan kognitif (Widyantari, 2023). Observasi di Gayungan memperlihatkan remaja yang merokok atau vaping mengalami batuk, kelelahan, dan penurunan stamina. Hal ini menunjukkan perlunya edukasi dan sosialisasi yang lebih intensif.

C. Media Edukasi untuk Kampanye Bahaya Merokok dan Vaping

Media edukasi digunakan untuk menyampaikan informasi secara efektif (Arsyad, 2017). Berdasarkan indera yang terlibat, media terbagi menjadi: visual (poster, infografis), audio (radio, podcast), dan audio-visual (video, animasi 2D) (Gunawan & Ritonga, 2019). Media audio-visual, khususnya animasi 2D, paling efektif untuk remaja karena mampu memvisualisasikan materi kompleks secara menarik, interaktif, dan emosional (Rahmayanti, 2018; Setiyo Prihatmoko et al., 2023; Syaiful Zukri, 2021; Fajar Prianto et al., 2024). Tingginya penggunaan media digital di kalangan remaja mendukung pemilihan animasi 2D sebagai media kampanye.

D. Prinsip Dasar Animasi dalam Video Animasi Edukatif

Animasi adalah perpaduan antara seni dan teknologi yang membuat objek tampak hidup (Soenyoto, 2017; Yasa, 2019). Dalam animasi edukatif, prinsip-prinsip dasar animasi menurut Thomas & Johnston (1930) memainkan peran penting untuk membuat visual lebih menarik dan mudah dipahami. Misalnya, prinsip *stretch and squash* digunakan untuk memperkuat ekspresi karakter, sehingga gerakan mereka terasa lebih hidup. Sementara itu, prinsip *follow through* dan *overlapping* menciptakan efek gerakan yang realistis, seperti animasi asap atau uap yang mengikuti arah pergerakan. Prinsip *anticipation* membantu membangun ekspektasi sebelum aksi utama muncul, sedangkan *staging* memastikan perhatian penonton tertuju pada elemen penting, seperti karakter, teks, atau simbol edukatif. Selain itu, *timing* dan *spacing* menentukan ritme gerakan, sehingga narasi visual tersampaikan dengan jelas dan mudah dipahami.

E. Warna dan Pengaruhnya dalam Video Animasi Edukatif

Warna memiliki peran strategis dalam animasi edukatif, karena mampu menarik perhatian, membangun suasana hati, dan menyampaikan pesan emosional secara efektif (Ulita, 2019; Paksi dkk., 2021). Pemilihan warna yang tepat dapat memperkuat makna visual dalam video. Misalnya, warna merah digunakan untuk menekankan bahaya atau efek dramatis, seperti dampak rokok atau vape pada organ tubuh. Warna kuning menghadirkan kesan ceria dan menonjolkan karakter, sehingga cocok untuk memperkenalkan remaja dalam cerita. Sementara itu, hitam atau abu-abu sering dipakai untuk menggambarkan asap atau racun, sebagai visualisasi bahaya. Warna biru membawa kesan tenang dan edukatif, sangat sesuai untuk bagian ilmiah atau infografis, sedangkan hijau menandakan harapan dan transisi positif, biasanya muncul di akhir cerita untuk menekankan gaya hidup sehat.

F. Implementasi Angle Kamera dalam Video Animasi Edukatif

Penggunaan *angle* kamera dalam animasi edukatif memiliki peran penting untuk menciptakan efek visual yang mendukung narasi (Putra, 2022). Misalnya, *wide shot* digunakan untuk menampilkan lingkungan yang luas, sehingga cocok pada bagian pembukaan animasi untuk memberikan konteks. *Long shot* memungkinkan aktivitas karakter terlihat jelas, sangat efektif untuk adegan edukatif. *Medium shot* lebih fokus pada ekspresi dan gestur, ideal untuk menggambarkan percakapan atau emosi karakter. Untuk menekankan efek dramatis, *close-up* dipakai agar perhatian penonton tertuju pada ekspresi atau objek penting. Sementara itu, *high angle*

dapat menimbulkan kesan karakter lemah atau terintimidasi, misalnya saat menampilkan tekanan sosial atau emosional. Sebaliknya, *low angle* memberikan kesan karakter besar dan kuat, menegaskan pengaruh sosial atau otoritas dalam cerita.

G. Teori Perubahan Perilaku

Teori perubahan perilaku menjelaskan bagaimana dan mengapa seseorang mengubah perilakunya, termasuk faktor motivasi dan strategi yang terlibat (Bandura, 1977; Prochaska & DiClemente, 1983). Salah satu teori yang sering digunakan adalah *Social Learning Theory* dari Bandura, yang menyatakan bahwa perilaku dipelajari melalui observasi dan imitasi. Selain itu, *Transtheoretical Model* (TTM) menggambarkan tahapan perubahan perilaku, mulai dari *precontemplation*, *contemplation*, *preparation*, hingga *action*. Penerapan teori ini dapat dilihat pada program Posyandu Remaja di Boyolali, yang melibatkan edukasi untuk berhenti merokok, pelatihan kader sebaya, dan penggunaan aplikasi pemantauan 3S (Kusumaningrum et al., 2024). Dalam animasi edukatif, tahapan ini divisualisasikan melalui karakter yang bergerak dari ketidaksadaran, mulai menyadari bahaya, mengambil tindakan, hingga akhirnya menemukan solusi.

H. Teori Penulisan Naskah

Naskah berperan sebagai dasar cerita dan mempermudah penyampaian pesan edukatif dalam animasi. Beberapa teori naratif digunakan untuk membangun alur cerita, di antaranya Three Act Structure dari Field (1979), yang membagi cerita menjadi tiga tahap, yaitu setup, confrontation, dan resolution. Selain itu, Todorov's Narrative Theory juga diterapkan, yang menekankan perjalanan cerita melalui tahap equilibrium, disruption, recognition of disruption, attempt to repair, hingga new equilibrium. Teori Todorov dipilih dalam perancangan ini karena fokusnya pada perkembangan karakter dan perubahan perilaku, sehingga sangat sesuai untuk animasi edukatif yang bertujuan mengedukasi penonton melalui perjalanan transformasi tokoh.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Empathize

Tahap *Empathize* dalam penelitian ini bertujuan untuk memahami permasalahan yang dialami remaja di Kelurahan Gayungan terkait kebiasaan merokok dan vaping. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan kuesioner. Hasil observasi menunjukkan masih banyak remaja yang merokok, baik konvensional maupun elektrik, menandakan kebiasaan ini sudah menjadi norma sosial dan minimnya edukasi yang menyasar kelompok usia tersebut. Hasil wawancara dengan pihak kelurahan, Kader Surabaya Hebat, dan remaja setempat mengungkapkan bahwa sosialisasi tentang bahaya rokok dan vape masih kurang optimal. Media edukasi yang lucu dan menarik, seperti video, dianggap lebih efektif untuk meningkatkan kesadaran remaja. Remaja sendiri mengaku mulai merokok karena pengaruh teman dan rasa penasaran, serta sulit berhenti karena sudah menjadi rutinitas yang memberi kenyamanan psikologis. Hasil kuesioner dari 25 remaja usia 15–21 tahun memperkuat temuan ini. Sekitar 28% merupakan perokok aktif dan 20% aktif menggunakan vape. Mayoritas remaja menyebut kurangnya informasi tentang bahaya rokok, pengaruh teman sebaya, dan tren gaya hidup sebagai faktor utama perilaku merokok. Sebanyak 92% remaja menyatakan pentingnya sosialisasi, dan mayoritas memilih video animasi sebagai media edukasi paling efektif dan menarik. Temuan ini menegaskan perlunya media edukasi berbasis animasi untuk menekan kebiasaan merokok dan vaping di kalangan remaja Kelurahan Gayungan.

Define

Setelah pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan kuesioner, tahap *Define* dilakukan untuk menganalisis informasi yang diperoleh. Analisis ini menggunakan model Miles & Huberman (1992), yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Pada tahap reduksi data, informasi yang dikumpulkan difokuskan dan disederhanakan agar relevan dengan tujuan penelitian. Data kemudian dikelompokkan ke dalam beberapa kategori, antara lain perilaku merokok dan vaping remaja, faktor pendorong kebiasaan tersebut, pengetahuan remaja tentang dampak bahaya, pandangan mereka terhadap sosialisasi, serta preferensi media edukasi. Berdasarkan pengelompokan ini, identifikasi kebutuhan pengguna (*user needs*) menunjukkan bahwa remaja memerlukan edukasi yang jelas mengenai dampak rokok, media yang relatable dan menarik, sosialisasi yang lebih luas, serta konten yang sesuai dengan gaya hidup kekinian mereka.

Penyajian data menunjukkan bahwa sebagian besar remaja di Kelurahan Gayungan pernah mencoba atau aktif merokok dan vaping. Perilaku ini dipengaruhi oleh rasa ingin tahu, tekanan teman sebaya, dan minimnya pengetahuan tentang risiko kesehatan. Responden menekankan pentingnya edukasi yang spesifik, dan mayoritas memilih video animasi sebagai media yang paling menarik dan mudah dipahami karena sifatnya yang menyenangkan dan visualnya yang menarik. Analisis menggunakan pendekatan 5W1H menegaskan kebutuhan akan media edukatif visual yang relevan dengan karakter remaja, di lingkungan sekitar permukiman dan tempat tongkrongan, terutama pada waktu senggang.

Tabel 1. Hasil analisis 5W+1H

U n s u r	Penjabaran (berdasarkan matriks kebutuhan)
W h a t	Remaja di Kelurahan Gayungan banyak yang sudah mencoba merokok atau <i>vaping</i> . Masih terdapat rendahnya kesadaran mereka akan bahaya jangka panjang dari kebiasaan tersebut.
W h o	Target utama adalah remaja laki-laki dan perempuan usia 15–24 tahun yang rentan terhadap pengaruh lingkungan, seperti teman sebaya atau media sosial.
W h e r e	Fenomena ini banyak terjadi di lingkungan sekitar permukiman, warung, hingga tempat tongkrongan anak muda di area Gayungan.
W h e n	Kebiasaan ini sering terjadi di waktu senggang, seperti sore atau malam hari.
W h y	Karena ada tekanan sosial, pengaruh dari lingkungan sekitar (keluarga/teman), serta kurangnya media edukasi juga memperparah kondisi.
H o w	Diperlukan media edukasi visual yang lebih menarik, seperti video animasi pendek yang menggunakan bahasa ringan dan gaya visual kekinian agar <i>relatable</i> dengan remaja.

Dapat disimpulkan bahwa remaja di Kelurahan Gayungan memiliki keterpaparan tinggi terhadap merokok dan vaping, tetapi minimnya informasi edukasi membuat mereka belum memahami dampak negatif kebiasaan tersebut. Namun, terdapat kesadaran akan pentingnya informasi ini, khususnya jika disajikan secara menarik. Dengan demikian, media edukatif berupa animasi 2D dengan pendekatan

storytelling menjadi pilihan tepat untuk menyampaikan pesan tentang bahaya rokok dan vaping kepada remaja.

Ideate

Konsep media dirancang untuk meningkatkan kesadaran remaja di Kelurahan Gayungan tentang bahaya rokok konvensional dan vape, mengingat masih rendahnya pemahaman mereka terhadap dampak negatif keduanya serta kurangnya media komunikasi visual yang menyoroti isu ini. Media yang dipilih berupa animasi 2D berdurasi sekitar tiga menit dengan pendekatan *storytelling*, karena dinilai lebih emosional dan efektif dalam menyampaikan pesan edukatif. Animasi ini kemudian disebarluaskan melalui akun Instagram resmi Kelurahan Gayungan, platform yang populer di kalangan remaja dan memungkinkan distribusi lintas media sosial lainnya. Strategi ini diharapkan mampu menjadikan animasi sebagai sarana sosialisasi yang mudah diakses dan menyenangkan.

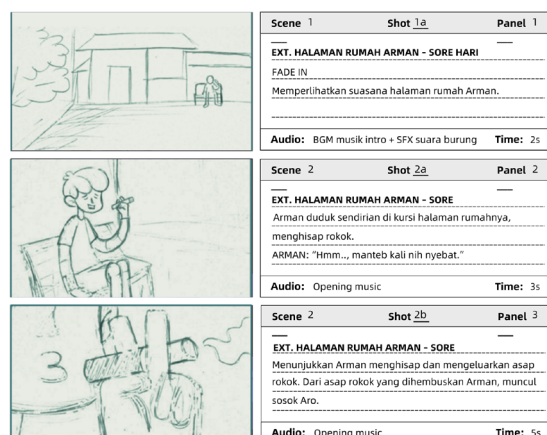
Konsep kreatif animasi dirancang untuk menghadirkan visual *storytelling* yang ringan, menyenangkan, serta tidak menggurui, namun tetap mampu menyampaikan pesan serius. Humor dan ironi digunakan sebagai pendekatan agar pesan lebih halus sekaligus menarik secara emosional. Tahap awal perancangan dilakukan melalui pembuatan moodboard dengan gaya visual kartun sederhana dan ekspresif, didukung pemilihan warna cerah seperti ungu, biru, oranye, dan merah muda untuk menciptakan kesan youthful, energik, dan engaging.



Gambar 1. Moodboard Animasi (Sumber: Pinterest, 2025)

Pada tahapan berikutnya, ditentukan konsep cerita berjudul **“Duel Maut Para Asap Kematian”** yang menggambarkan adu mulut antara karakter asap rokok dan asap vape. Meski judulnya dramatis, jalan cerita tetap ringan dan *fun*, dengan kombinasi humor dan pesan serius yang menekankan bahwa keduanya sama-sama berbahaya. Narasi disusun menggunakan teori naratif Todorov yang mencakup lima tahap alur: keseimbangan awal, gangguan, pengenalan gangguan, upaya pemulihan, dan keseimbangan baru. Teori ini dipilih agar remaja lebih mudah memahami perubahan serta pesan yang ingin disampaikan.

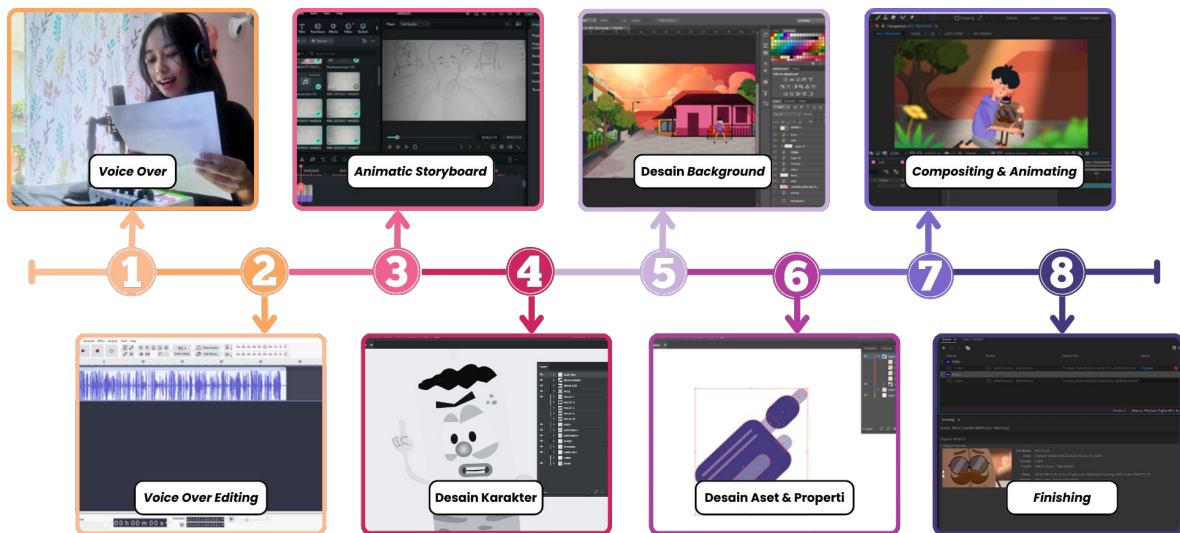
Selanjutnya, alur cerita dikembangkan ke dalam storyboard yang memuat pembagian adegan, dialog antar tokoh, serta sketsa kasar. Beberapa adegan penting antara lain saat karakter Pulmo menjelaskan dampak buruk rokok dan vape dengan visual hologram paru-paru sehat dan rusak, serta saat tokoh utama Arman akhirnya memilih meninggalkan kebiasaan lama untuk hidup sehat. Poin-poin dalam storyboard ini menjadi bagian strategis dalam menyampaikan pesan edukatif. Melalui rancangan konsep media dan kreatif tersebut, diharapkan remaja dapat lebih memahami bahaya rokok dan vape, meningkatkan kesadaran, sekaligus terdorong untuk terlibat aktif dalam isu kesehatan ini.



Gambar 2. Penggalan *Storyboard* (Sumber: Dewi, 2025)

Prototype

Setelah konsep awal terbentuk pada tahap Ideate, proses dilanjutkan ke tahap Prototype untuk menghasilkan media awal yang kemudian divalidasi oleh ahli media dan ahli materi sebelum diuji coba. Pada tahap ini, dilakukan produksi media utama berupa video animasi yang melalui serangkaian proses mulai dari perekaman *voice over*, pembuatan *animatic storyboard*, desain karakter, desain latar, perancangan aset, hingga tahap *compositing*, *animating*, dan *finishing*. *Voice over* direkam dengan perangkat audio pendukung lalu disempurnakan menggunakan *software* Audacity. Sketsa *storyboard* yang dikombinasikan dengan audio disusun menjadi *animatic storyboard* untuk mengatur durasi animasi, transisi, serta menyesuaikan visual dengan audio. Tahapan selanjutnya adalah membuat desain karakter, aset, properti, dan juga *background* yang diperlukan, yang kemudian dianimasikan dengan *software* Adobe After Effects. Setelah dirasa cukup, animasi dilakukan *rendering* menggunakan bantuan *software* Adobe Media Encoder.



Gambar 3. Tahap perancangan animasi (Sumber: Dewi, 2025)

Karakter dalam animasi meliputi Arman (tokoh remaja perokok), Aro (asap rokok), Vepo (asap vape), dan Pulmo (representasi paru-paru Arman). Setiap karakter, dirancang menggunakan pendekatan metode perancangan karakter oleh Bryan Tillman dalam bukunya yang berjudul *Creative Character Design*. Penentuan *archetype* menjadi dasar pengembangan visual dan naratif dari masing-masing karakter, sehingga interaksi antar tokoh tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga menyampaikan pesan moral mengenai bahaya rokok dan vape bagi kesehatan remaja.



Nama	Arman
Usia	18 tahun
Motivasi	Ingin terlihat keren dan mengikuti <i>trend</i> masa kini
Kekuatan	Cerdas, mudah beradaptasi, memiliki empati tinggi
Kelemahan	Rentan terpengaruh, mudah penasaran
Visual	Remaja dengan gaya kasual
Karakter Arc	Dari <i>clueless</i> menjadi sadar dan bijak
Simbolisme	Representasi remaja masa kini, khususnya remaja Kelurahan Gayungan yang mudah terpengaruh oleh <i>trend</i> negatif



Nama	Aro
Usia	-
Motivasi	Ingin mempengaruhi Arman agar menjadi kecanduan
Kekuatan	Percaya diri, persuasif, meyakinkan
Kelemahan	Keras kepala, manipulatif
Visual	Asap menyerupai bentuk rokok, berwarna abu-abu
Karakter Arc	Dari kuat menjadi kalah (menghilang)
Simbolisme	Simbol propaganda lama rokok mengenai maskulinitas



Nama	Pulmo
Usia	Sama seperti Arman (18 tahun)
Motivasi	Ingin menyadarkan Arman dan mengajak ke gaya hidup sehat
Kekuatan	Tegas, jujur
Kelemahan	Fisik lemah (karena kebiasaan buruk Arman)
Visual	Paru-paru yang gelap dan penuh luka



Nama	Vepo
Usia	-
Motivasi	Ingin mempengaruhi Arman agar memilih <i>vape</i> sebagai alternatif baru, tapi tetap menjerumuskan
Kekuatan	Charming, menarik, lucu
Kelemahan	Manipulatif, sombong
Visual	Asap menyerupai bentuk <i>vape</i> , berwarna abu-abu

Gambar 4. *archetype* tiap karakter dalam animasi (Sumber: Dewi, 2025)

Selain media utama (video animasi), penulis juga merancang media pendukung berupa *merchandise*, yakni *sticker* dan *keychain*. Media pendukung ini dapat digunakan untuk mendukung penyampaian pesan dari media utama. Dapat digunakan atau dibagikan oleh pihak KSH Kelurahan Gayungan pada saat melakukan sosialisasi, kampanye, atau penyuluhan secara langsung kepada remaja di Kelurahan Gayungan



Gambar 5. Hasil desain *Sticker* (kiri) & hasil cetak *Sticker* (kanan) (Sumber: Dewi, 2025)

Terdapat empat macam desain stiker yang dirancang, yakni (1) Judul dari video animasi, (2) Reaksiku ditawarkan rokok & vape, (3) *Love yourself*, (4) Tobat nyebat ntar kumat. Desain stiker tersebut berisi pesan kampanye penolakan terhadap rokok dan vape. Stiker kemudian dicetak dalam kertas vinyl putih dengan laminasi hologram yang berbeda pada tiap desainnya. Stiker ini dapat ditempelkan pada barang-barang milik remaja, seperti laptop, botol minum, maupun buku catatan, sehingga pesan kampanye mudah dilihat dalam kehidupan sehari-hari.



Gambar 6. Hasil desain *Keychain* (kiri) & hasil cetak *Keychain* (kanan) (Sumber: Dewi, 2025)

Desain dari *keychain* juga dibuat dengan menampilkan pesan kampanye penolakan rokok dan *vape*, yaitu “Keren tanpa rokok & *vape*”. *Keychain* ini kemudian dicetak pada bahan akrilik dengan lapisan tambahan epoxy glitter, dan tambahan pernak-pernik lainnya, seperti bintang maupun lonceng kecil. *Keychain* ini ditujukan untuk meningkatkan rasa bangga pada remaja yang berani menolak rokok dan *vape*, sekaligus menjadi simbol keterlibatan mereka dalam kampanye edukatif yang disampaikan oleh media utama.

Setelah menyelesaikan tahapan produksi media dan menghasilkan karya awal, selanjutnya karya akan dilakukan validasi terlebih dahulu, sebelum akhirnya diuji cobakan ke target audiens. Validasi ini melalui dua tahapan, yakni validasi oleh ahli materi dan ahli media. Validasi ahli materi akan dilakukan oleh salah satu perwakilan KSH (Kader Surabaya Hebat) Kelurahan Gayungan, yaitu Ibu Puji Utami. Selanjutnya, validasi ahli media akan dilakukan oleh profesional animator yaitu, Felix Jyesta Elka Aditya, S.Ds.

No.	Indikator	Skor				
		1	2	3	4	5
1.	Keakuratan animasi tentang bahaya merokok dan <i>vaping</i> .					√
2.	Relevansi dengan kondisi remaja di Kelurahan Gayungan.					√
3.	Pesan tentang bahaya merokok dan <i>vaping</i> disampaikan dengan jelas dan mudah dipahami.					√
4.	Efektifitas animasi untuk mengedukasi remaja tentang risiko kesehatan merokok dan <i>vaping</i> .					√
5.	Kelayakan animasi sebagai media sosialisasi mengenai bahaya merokok dan <i>vaping</i> bagi remaja.					√
Skor Total		25				
Kriteria		Baik Sekali				
$P = \frac{F}{N} \times 100\%$		100%				
$P = \frac{25}{25} \times 100\%$						

No.	Indikator	Skor				
		1	2	3	4	5
1.	Desain Visual	Gaya ilustrasi				√
		Desain karakter				√
		Pemilihan warna				√
		Ketepatan background				√
		Tingkat ketertarikan visual				√
		Pemilihan transisi				√
		Kualitas grafis dan editing				√
		Penerapan prinsip dasar animasi				√
3.	Audio	Kejelasan dialog				√
		Ketepatan efek suara				√
		Pemilihan backsound				√
4.	Efektivitas Media	Alur cerita dan kejelasan penyampaian pesan edukasi				√
		Kesesuaian durasi animasi				√
		Kelayakan publikasi media				√
		Skor total		63		
Kriteria		Baik Sekali				
$P = \frac{F}{N} \times 100\%$		90%				
$P = \frac{63}{70} \times 100\%$						

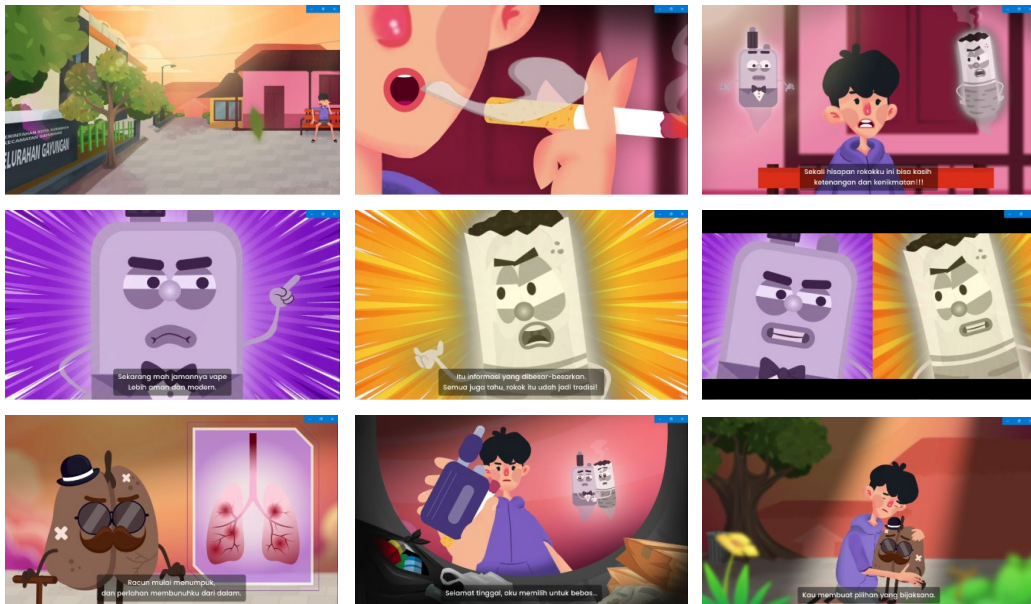
Gambar 7. Hasil validasi Ahli Materi (kiri) & hasil validasi Ahli Media (kanan) (Sumber: Dewi, 2025)

Validasi ahli materi dilakukan untuk menilai ketepatan serta kelayakan isi dari animasi yang dikembangkan. Aspek yang dinilai meliputi lima indikator utama, yaitu: (1) keakuratan animasi dalam menyampaikan informasi mengenai bahaya merokok dan *vaping*, (2) relevansi konten animasi dengan kondisi remaja di Kelurahan Gayungan, (3) kejelasan dan kemudahan pemahaman pesan tentang bahaya merokok dan *vaping*, (4) efektivitas animasi dalam mengedukasi remaja terkait risiko kesehatan akibat merokok dan *vaping*, serta (5) kelayakan animasi sebagai media sosialisasi mengenai bahaya merokok dan *vaping* bagi remaja. Berdasarkan hasil penilaian dari seluruh indikator, animasi memperoleh skor total 25 dengan persentase 100% dan kriteria “**Baik Sekali**”. Hal ini menunjukkan

bahwa materi yang disajikan dalam animasi telah sesuai, akurat, serta mampu mendukung tujuan edukasi kesehatan remaja.

Validasi ahli media dilakukan untuk menilai kualitas teknis dan estetika dari animasi yang dikembangkan. Aspek yang dinilai mencakup empat kategori utama, yaitu: (1) desain visual, (2) animasi, (3) audio, serta (4) efektivitas media. Pada aspek desain visual, penilaian meliputi gaya ilustrasi, desain karakter, pemilihan warna, ketepatan penggunaan *background*, dan tingkat ketertarikan visual. Pada aspek animasi, indikator yang dinilai meliputi pemilihan transisi, kualitas grafis dan *editing*, serta penerapan prinsip dasar animasi. Aspek audio dinilai berdasarkan kejelasan dialog, ketepatan efek suara, dan pemilihan *backsound*. Sementara itu, efektivitas media dievaluasi dari alur cerita dan kejelasan penyampaian pesan edukasi, kesesuaian durasi animasi, serta kelayakan publikasi. Berdasarkan hasil penilaian, animasi memperoleh skor total 63 dari 70 poin dengan persentase 90% dan kriteria **“Baik Sekali”**. Hal ini menunjukkan bahwa animasi tidak hanya unggul dari segi visual dan teknis, tetapi juga efektif secara komunikasi dalam menyampaikan pesan edukasi, sehingga layak digunakan sebagai media sosialisasi kepada remaja di Kelurahan Gayungan.

Tahap Prototype menghasilkan video animasi 2D berdurasi 3 menit 21 detik yang telah dipublikasikan melalui akun Instagram resmi Kelurahan Gayungan Kota Surabaya. Media ini kemudian siap diuji coba pada target audiens remaja untuk menilai sejauh mana pesan edukasi dapat tersampaikan sesuai tujuan perancangan.



Gambar 8. Penggalan hasil akhir animasi (Sumber: Dewi, 2025)



Gambar 9. Barcode animasi (Sumber: Dewi, 2025)

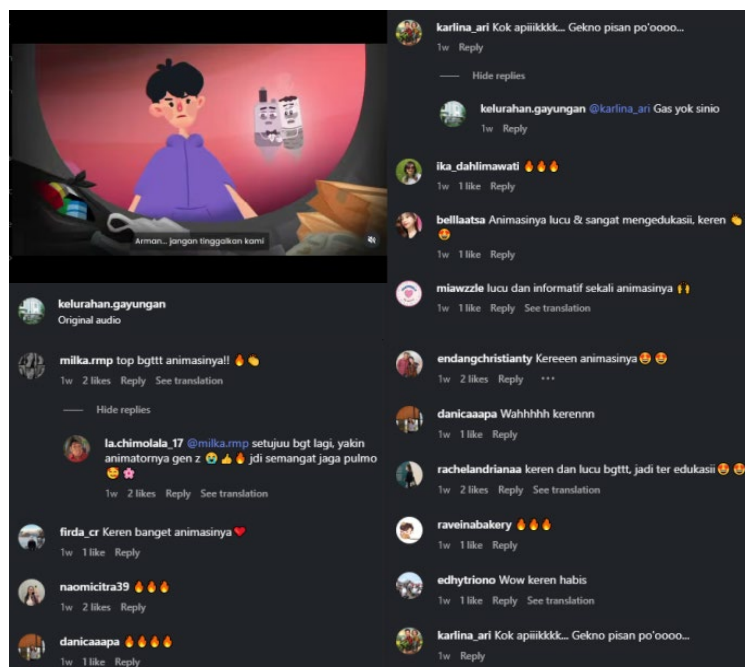
Test

Tahap akhir dilakukan dengan uji coba media animasi edukasi kepada target audiens remaja berusia 15–24 tahun melalui survei kuesioner Google Form. Uji coba ini bertujuan menilai sejauh mana media dapat memberikan dampak positif sesuai tujuan perancangan.

Tabel 2. Hasil uji coba audiens

Aspek	Skor Paling Kecil	Skor Paling Besar	Skor Rata-rata	Persentase
Tampilan visual animasi menarik	3	5	4,8	96%
Kejelasan alur dan kemudahan pemahaman pesan	4	5	4,9	98%
Kesesuaian durasi animasi	3	5	4,55	91%
Pemahaman pesan utama yang disampaikan dalam animasi	3	5	4,85	97%
Animasi memberikan informasi baru yang diketahui sebelumnya tentang bahaya rokok dan vape	4	5	4,85	97%
Motivasi untuk menjauhi rokok dan vape	3	5	4,4	88%
Kelayakan animasi sebagai media sosialisasi bagi remaja	3	5	4,85	97%
Rata-rata keseluruhan				94,8%

Dari 20 responden yang berpartisipasi, diperoleh rata-rata skor sebesar **94,8%** yang termasuk dalam kategori **sangat layak**. Hasil ini menunjukkan bahwa animasi edukasi yang dirancang efektif dan sesuai untuk digunakan sebagai media sosialisasi mengenai bahaya rokok dan vaping bagi remaja di Kelurahan Gayungan. Efektivitas media juga diperkuat oleh respons positif dari audiens terhadap video animasi yang telah dipublikasikan melalui akun Instagram resmi Kelurahan Gayungan.



Gambar 10. Respons positif terhadap video animasi (Sumber: Dewi, 2025)

SIMPULAN DAN SARAN

Perancangan animasi edukatif sebagai media sosialisasi bahaya rokok dan *vape* bagi remaja di Kelurahan Gayungan dengan metode *Design Thinking* terbukti efektif dalam menyampaikan pesan secara visual dan komunikatif. Hasil uji coba pada 20 responden remaja menunjukkan respons positif dengan skor kelayakan 94,8%, sehingga media ini dinilai sangat layak digunakan. Visual yang menarik, alur cerita relevan, serta gaya bahasa ringan dan informatif mampu meningkatkan pemahaman audiens terhadap isu yang diangkat. Dengan demikian, animasi ini berpotensi menjadi alternatif media sosialisasi yang tepat sasaran dan dapat meningkatkan kesadaran remaja mengenai bahaya rokok dan *vaping*.

Meskipun demikian, penelitian ini masih memiliki keterbatasan sehingga diperlukan pengembangan lebih lanjut. Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas konten animasi, misalnya dengan menambahkan informasi mengenai cara berhenti merokok/*vaping* serta alternatif aktivitas sehat bagi remaja. Selain itu, pengembangan media pendukung seperti poster, pamflet, maupun media visual lain dapat memperkuat kampanye. Target audiens juga dapat diperluas tidak hanya pada remaja, tetapi juga anak-anak dan orang dewasa agar dampak sosialisasi lebih luas. Aktivasi karakter dalam animasi di berbagai media kampanye juga disarankan untuk memperkuat identitas visual sekaligus meningkatkan keterlibatan emosional audiens.

REFERENSI

- Amalia, S. (2019). Perancangan Animasi 2D Sebagai Media Edukasi Tentang Menumbuhkan Rasa Percaya Diri Untuk Remaja Tunarungu. *Wimba : Jurnal Komunikasi Visual*, 10(2), 107–120. <https://doi.org/10.5614/jkvw.2019.10.2.4>
- Arsyad, A. (2017). *Media Pembelajaran*. Rajawali Pers.
- Badan Pusat Statistik. (2020). *Sensus Penduduk 2020*. Badan Pusat Statistik (BPS). <https://sensus.bps.go.id/main/index/sp2020>
- Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Jawa Timur. (2022). *Persentase Penduduk Usia 15 Tahun Ke Atas yang Merokok dalam Sebulan Terakhir Menurut Kabupaten/Kota dan Kelompok Umur di Provinsi Jawa Timur*. Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Jawa Timur. <https://jatim.bps.go.id/statictable/2023/07/24/2986/persentase-penduduk-usia-15-tahun-ke-atas-yang-merokokdalam-sebulan-terakhir-menurut-kabupaten-kota-dankelompok-umur-di-provinsi-jawa-timur-2022.html>
- Cahyadi, D. (2023). Antropomorfi Benda, Benda Imajinasi, dalam Karakter Kartun dan Animasi. *ResearchGate*, 1–21.
- Gunawan, I., & Ritonga, M. (2019). MEDIA PEMBELAJARAN BERBASIS INDUSTRI 4.0. In *Proceedings of the National Academy of Sciences*. Rajawali Pers.
- Herawati. (2010). Bahan yang Mengandung Zat Adiktif pada Produk Rokok dan Dampaknya Terhadap Kesehatan. *Prosiding Seminar Nasional XIX “Kimia Dalam Industri Dan Lingkungan,”* 11(1), 639–646.

- Indra et al. (2015). Gambaran Psikologis Perokok Tembakau yang Beralih Menggunakan Rokok Elektrik (Vaporizer). *Jurnal Online Mahasiswa Program Studi Ilmu Keperawatan Universitas Riau*, vol. 2, no. 2, Oct. 2016, pp. 1285-1291.
- Jones, C. S. (2015). *Anything But Neutral: Using Color to Create Emotional Images*. Photography.tutplus.com
- Kementerian Kesehatan (Kemenkes). (n.d.). *Perokok Aktif di Indonesia Tembus 70 Juta Orang, Mayoritas Anak Muda. Kementerian Kesehatan Republik Indonesia Tahun 2024*. Retrieved June 8, 2024, from <https://www.kemkes.go.id/id/rilis-kesehatan/perokokaktif-di-indonesia-tembus-70-juta-orang-mayoritas-anakmuda>
- Kuncoro, R. A., & Sembiring, E. B. (2020). Stenographic Learning Video: Design And Analysis of Video Production Using And Without Using The Script. *Journal of Applied Multimedia and Networking*, 4(2), 27–33. <https://doi.org/10.30871/jamn.v4i2.2246>
- Kusumaningrum, T. A. I., Umaroh, A. K., Purworini, D., Soekiswati, S., Pristianto, A., Setiyaningrum, Z., Pertiwi, N. H. N., Sandrana, S. C. P., Rini, N. S., Zahran, M. I., Santoso, F. R. I., Fitroh, Z. F. Al, & Pinandhita, P. S. (2024). Pendampingan Remaja untuk Berhenti Merokok dengan Pendekatan Transtheoretical Model (*Stages of Change*) di Posyandu Remaja Desa Mliwis Boyolali. *Warta LPM*, 27(2), 269–281. <https://doi.org/10.23917/warta.v27i2.4445>
- Ladesvita, F. dan E. (2017). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Remaja Mengonsumsi Rokok Elektrik (*Vape*) di Wilayah Jakarta Utara. *Journal Pendidikan Dan Pembelajaran Dasar*, 03(2), 48–55.
- Paksi, D. N. F. (2021). Panorama Mengamplifikasi Gagasan Melalui Media Audio-Visual. *Imaji*, 12(2), 54–103.
- Prasasti, S. (2017). Kenakalan Remaja dan Faktor Penyebabnya. *Prosiding SNBK (Seminar Nasional Bimbingan Dan Konseling*, 1(1).
- Prochaska, J. O., & DiClemente, C. C. (1983). No Title. Stages and Processes of Self-Change of Smoking: Toward an Integrative Model of Change. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 51(3), 390.
- Putra, Ricky W., A. T. S. (2022). *Pengantar Dasar Perencanaan dan Pembuatan Film Animasi*. Andi Offset.
- Rita Kartika Sari, et all. (2019). Difference of Active and Passive Smoking Knowledge About. *Articel*, 9, 85–94.
- Rosyid, A. (2015). *Media Pembelajaran Berbasis Video*. <http://blog.unnes.ac.id/mediapembelajaran/>
- Safira, A. L. et al. (2024). *Analisis hubungan antara perilaku merokok dengan kesehatan mental*. 12(April).
- Saputra, A. M., & Sary, N. M. (2013). Konseling Model Transteoritik dalam Perubahan Perilaku Merokok pada Remaja. *Kesmas: National Public Health Journal*, 8(4), 152. <https://doi.org/10.21109/kesmas.v0i0.392>

- Soenyoto, P. (2017). *Animasi 2D*. PT Elex Media Komputindo.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif dan R & D*. Alfabeta.
- Ulita, N. (2019). Tinjauan Warna Pada Visual Branding Warung Kopi Lokal. *Jurnal Dimensi DKV Seni Rupa Dan Desain*, 4(2), 205–223. <https://doi.org/10.25105/jdd.v4i2.5895>
- Waeo, V. et al. (2016). Implementasi Gerakan Manusia Pada Animasi 3D Dengan Menggunakan Menggunakan Metode Pose to pose. *Jurnal Teknik Informatika*, 9(1), 1–8. <https://doi.org/10.35793/jti.9.1.2016.14641>
- Widyantari, D. D. (2023). Dampak Penggunaan Rokok Elektrik (*Vape*) terhadap Risiko Penyakit Paru. *Lombok Medical Journal*, 2(1), 34–38. <https://doi.org/10.29303/lmj.v2i1.2477>