

PERANCANGAN *MOTION GRAPHICS* UNTUK EDUKASI CARA MEMILIH OBAT HERBAL YANG TEPAT

Farahdisa Az Zahra¹, Rendy Pandita Bastari², Adya Mulya Prajana³

^{1,2,3} Universitas Telkom, Bandung

farahdisaa@student.telkomuniversity.ac.id¹, rendypanditabastari@telkomuniversity.ac.id²,
adyaprajana@telkomuniversity.ac.id³

ABSTRAK

Dalam upaya pemeliharaan kesehatan masyarakat, WHO atau Organisasi Kesehatan Dunia telah merekomendasikan penggunaan obat herbal untuk pencegahan dan pengobatan penyakit. Obat-obatan herbal dibuat dari ekstrak tumbuh-tumbuhan. Tetapi di tengah masyarakat, penggunaan obat herbal masih sering disalahpahami. Meskipun terbuat dari bahan alami, nyatanya obat herbal tidak dapat dikonsumsi sembarang orang. Akan sangat bahaya jika ternyata obat herbal yang dikonsumsi merupakan obat ilegal dan tercampur bahan kimia obat. Kurangnya edukasi tentang cara memilih obat herbal yang tepat adalah salah satu diantara penyebab terjadinya kesalahpahaman di tengah masyarakat. Jika dibiarkan, hal tersebut tentu saja akan sangat berpengaruh dan berdampak terhadap masyarakat yang tidak tahu menahu mengenai obat herbal yang benar dan sangat berbahaya jika obat herbal ilegal tersebut sampai ke tangan masyarakat. Di era modern ini, media informasi sudah sangat mudah diakses dan didapat. Salah satu media alternatif yang dapat menarik perhatian adalah *motion graphics*. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam perancangan ini dengan menggunakan teknik observasi, wawancara, studi pustaka dan kuesioner. Dari hasil perancangan *motion graphics*, didapatkan kesimpulan bagaimana *motion graphics* dapat digunakan sebagai alat edukasi kepada masyarakat yang memilih obat herbal untuk dikonsumsi, namun pengetahuan mengenai obat herbal tersebut masih kurang.

Kata kunci : edukasi, *motion graphic*, obat herbal

ABSTRACT

In efforts to maintain public health, WHO or the World Health Organization has recommended the use of herbal medicine for the prevention and treatment of disease. Herbal medicines are made from plant extracts. But in society, the use of herbal medicine is often misunderstood. Even though it is made from natural ingredients, in fact herbal medicine cannot be consumed by just anyone. It would be very dangerous if it turns out that the herbal medicines that are consumed are illegal drugs and are mixed with medicinal chemicals. Lack of education on how to choose the right herbal medicine is one of the causes of misunderstanding in the community. If left unchecked, this is of course very influential and has an impact on people who do not know anything about the correct herbal medicine and it is very dangerous if the illegal herbal medicine reaches the community. In this modern era, information media is very easy to access and obtain. One of the alternative media that can attract attention is motion graphics. Data collection methods used in this design using observation techniques, interviews, literature study and questionnaires. From the results of the design of motion graphics, it is concluded how motion graphics can be used as an educational tool for people who choose herbal medicines for consumption, but knowledge about these herbal medicines is still lacking.

Keywords : education, *motion graphic*, herbal medicine

PENDAHULUAN

WHO (World Health Organization) atau Organisasi Kesehatan Dunia telah merekomendasikan penggunaan obat herbal sebagai upaya dalam pemeliharaan kesehatan masyarakat, pencegahan dan pengobatan penyakit. WHO juga telah mendukung segala upaya-upaya dalam peningkatan keamanan dan khasiat dari obat tradisional (Sari, 2006:2).

Hasil Riskesdas dari tahun 2010 menunjukkan bahwa 55,3% penduduk Indonesia menggunakan ramuan tradisional (jamu) untuk memelihara kesehatannya dan 95,6% mengakui ramuan tradisional yang digunakan sangat bermanfaat bagi kesehatan, hingga pada tahun 2018, sebesar 44,3% masyarakat di Indonesia yang

menggunakan upaya kesehatan tradisional dengan menggunakan pengobatan tradisional dan obat-obatan dari bahan alami (Kemenkes, 2019).

Selain karena obat herbal dibuat dari bahan-bahan alami, masyarakat pun berpikir bahwa obat herbal lebih aman dari obat modern, pengetahuan ini diambil berdasarkan dari pengalaman dan keterampilan yang sudah digunakan sejak lama secara turun-temurun dan telah diwariskan dari satu generasi ke generasi berikutnya (Sari, 2006:1).

Dari tahun ke tahun minat masyarakat terhadap obat herbal ini mulai meningkat, sementara itu masih banyak masyarakat yang masih belum memiliki pengetahuan yang memadai untuk dapat memilih obat herbal yang tepat dan aman, yang mana pengetahuan tersebut tersebut harus diketahui agar masyarakat dapat terhindar dari hal-hal yang tidak diinginkan seperti terkena penipuan atau obat palsu (obat ilegal) dan obat yang mengandung Bahan Kimia Obat (BKO), menurut Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) obat herbal mengandung BKO memiliki risiko kesehatan, seperti kehilangan penglihatan dan pendengaran, stroke, serangan jantung, kerusakan hati, bahkan kematian (BPOM, 2020).

Saat ini banyak oknum-oknum yang tidak bertanggung jawab telah memalsukan obat herbal dan dijual dengan harga yang lebih murah dipasaran. Contoh kasus yang baru terjadi adalah ditemukannya barang bukti sebanyak 78.412 butir Obat Herbal tanpa izin edar atau mengandung Bahan Kimia Obat (BKO) di Rawalumbu, Bekasi pada bulan September tahun 2020, Diketahui bahwa modus operasi yang dilakukan pelaku adalah mengedarkan obat herbal ilegal melalui platform *e-commerce* (BPOM, 2020).

Jika dibiarkan, hal tersebut tentu saja kan sangat berpengaruh dan berdampak terhadap masyarakat yang tidak tahu menahu mengenai obat herbal yang benar dan sangat berbahaya jika obat herbal ilegal tersebut sampai ke tangan masyarakat. Oleh sebab itu, masyarakat harus paham terlebih dahulu sebelum memilih obat herbal yang akan dikonsumsi, serta perlu mengetahui apa tujuan, manfaat, serta keamanan obat herbal tersebut.

Untuk menyampaikan pengetahuan mengenai obat herbal tersebut kepada masyarakat bukanlah sesuatu yang mudah dilakukan, dibutuhkan suatu media informasi alternatif selain media-media konvensional. Diperlukan adanya sebuah perancangan agar dapat menghasilkan media yang bisa diterima oleh masyarakat seperti *motion graphics*.

Motion graphics dapat memberikan ilustrasi informasi yang akurat sekaligus efisien karena dibuat menggunakan visual yang tidak dapat menggambarkan situasi didunia nyata yaitu dengan menggunakan ikon, sehingga dapat melajukan pemahaman dengan lebih baik (Putri, 2021). Serta penggunaan media *audiovisual* yang dapat diakses oleh publik melalui *platform*, seperti YouTube, Instagram, Twitter, Facebook, TikTok, dan sebagainya yang mana berdasarkan riset dari agensi *marketing* We Are Social dan *platform* manajemen media sosial Hootsuite mengungkap bahwa lebih dari separuh penduduk di Indonesia kini banyak aktif dalam menggunakan *platform* tersebut (Kompas.com, 2021).

MEDOTE PENELITIAN

Untuk pengumpulan data, menggunakan tiga aspek visual (Soewardikoen, 2019:42) yaitu, aspek imaji, aspek pembuat, dan aspek pemirsa selain itu juga menggunakan metode berupa:

1. Observasi

Observasi yang dilakukan adalah secara tidak langsung, yang dilakukan secara online untuk mencari data-data tertentu untuk memperkuat data hasil wawancara dari narasumber dan analisis lainnya.

2. Wawancara

Wawancara yang dilakukan adalah wawancara terstruktur yang dilakukan kepada ahli/narasumber sebagai salah satu instrumen penting dalam arah perancangan. Narasumber dalam perancangan ini merupakan seorang yang bekerja di dalam lembaga BPOM, apoteker, ahli *motion graphics* dan pengguna obat herbal yang menjadi korban obat herbal palsu.

3. Studi Pustaka

Studi pustaka berupa data dan informasi yang bisa didapatkan melalui buku, jurnal, artikel internet dan dokumen yang berkaitan dengan topik permasalahan terkait dan latar belakang. Penggunaan teori yang diperlukan untuk membantu proses perancangan yang akan dibuat, seperti teori desain komunikasi visual yang berisikan unsur desain (garis, bentuk atau bidang, ruang, warna, dan gelap-terang) dan prinsip desain yaitu komposisi (*composition*), keseimbangan (*balance*), irama (*rhythm*), proporsi (*proportion*), kontras (*costrast*) dan kesatuan (*unity*) (Widya & Darmawan, 2016). Selain itu terdapat teori infografis

berupa ilustrasi, ikon, tipografi, dan layout (Kementerian Komunikasi Dan Informatika Republik Indonesia, 2018). Seperti teori tipografi yang harus memperhatikan beberapa hal (Isnandar & Wantoro, 2016; Arifrahara, 2021:95) seperti *readability*, *legibility*, *clarity*, dan *visibility*. Serta teori *motion graphics* yang akan berisikan faktor terpenting yang ada di dalam video *motion graphics*, yaitu berdasarkan buku Krasner (2008) seperti *storyline* dan *storyboard*, animasi objek, transformasi, arah, pertimbangan waktu, kecepatan, transisi, musik latar, *sound effect*, dan *voice over*.

4. Kuesioner

Kuesioner sederhana dilakukan terhadap target sasaran sebagai data pendukung perancangan *motion graphics* serta pengetahuan masyarakat mengenai obat herbal. Kuesioner disebarluaskan secara daring dengan target seluruh kalangan masyarakat dengan segmentasi ibu rumah tangga atau pekerja, berumur 36-45 tahun dan mengonsumsi obat herbal.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Konsep Pesan

Perancangan *motion graphics* ini adalah untuk menyampaikan informasi mengenai cara memilih obat herbal yang tepat dengan tujuan mengedukasi masyarakat akan bahayanya jika mengonsumsi sembarang obat herbal atau obat ilegal yang tidak memiliki izin edar dari BPOM, yaitu dengan memberitahukan (*to inform*), membujuk (*to persuade*), dan mengingatkan (*to reminding*) serta menggunakan pendekatan AISAS (*Attention, Interest, Search, Action, Share*).

2. Konsep Kreatif

Konsep kreatif ini berdasarkan bukti kuat jika masih ada masyarakat yang belum mengetahui akan resiko yang terjadi jika salah mengonsumsi obat herbal. Maka akan dilakukan dengan cara pendekatan secara emotional yang bertujuan untuk menimbulkan rasa waspada kepada masyarakat sehingga memberi urgensi untuk bertindak dan mempraktekan cara memilih obat herbal.

3. Konsep Visual

A. Warna

Warna yang digunakan adalah berdasarkan psikologi warna, berikut adalah arti atau makna dari warna yang dipakai dalam perancangan *motion graphics* ini (Kliever, 2018):

- Merah : Karena merah berasosiasi dengan api, sehingga merah dapat merepresentasikan bahaya.
- Kuning : Warna ini bisa menjadi peringatan sinyal atau perhatian terhadap bahaya pada beberapa konteks. Berdasarkan sejarah, kuning terkadang diasosiasikan dengan penyakit.
- Biru : Warna biru dapat membawa aspek positif dalam hidup.
- Hijau : Ini adalah warna alam, tumbuhan hidup, dan pertumbuhan. Contohnya, hijau sering dikomunikasikan dengan kesehatan.

B. Ikon

Ikon yang digunakan cukup mudah untuk diingat, sederhana dan mudah untuk dimengerti dalam waktu yang singkat (*simple*). Serta mudah dikenali atau diasosiasikan dengan konsep yang dimaksud, yaitu dengan menggunakan ikon yang berhubungan dengan farmasi seperti obat-obatan, alat-alat kesehatan, apotek, herbal dan organ tubuh manusia.

C. Ilustrasi

Penggunaan ilustrasi sederhana dalam menyampaikan pesan lebih cepat dipahami daripada ilustrasi detail. Penggunaan flat design juga dapat membuat ruang tata letak (*layout*) lebih efisien dan terstruktur, serta dapat membuat teks lebih mudah dibaca (Anindita & Riyanti, 2016:8).

D. Tipografi

Penggunaan typeface jenis sans-serif ini cocok jika dipadukan dengan ilustrasi gaya flat design. Jenis sans serif terlihat lebih bersih dan menarik, selain itu font ini juga memberikan kesan yang lebih modern dan keterbacaan yang jelas (Anindita & Riyanti, 2016:10).

E. Layout

Dengan menggunakan layout pada flat design karena bersih dan memiliki banyak ruang kosong, karena membuang elemen-elemen dekoratif sehingga dapat menyampaikan informasi langsung to the point (Anindita & Riyanti, 2016:10)

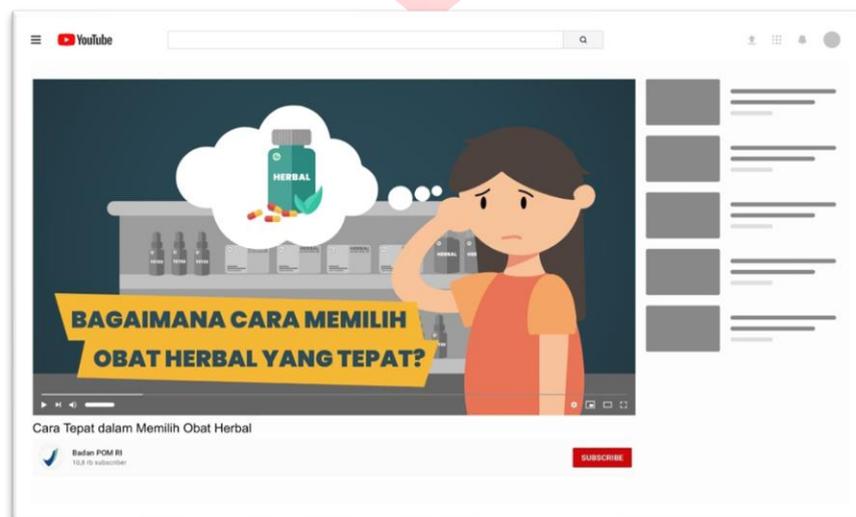
4. Konsep Media

Media utama yang akan digunakan adalah menggunakan media digital yang dapat diakses melalui laptop atau *smartphone*, yaitu *platform* Youtube, Instagram, Twitter dan Facebook melalui akun resmi BPOM RI.

5. Hasil Perancangan

Perancangan ini dibuat dengan 3 tahap, yaitu praproduksi, produksi dan pascaproduksi. Pada tahap praproduksi adalah tahap awal dimana terdapat pembuatan sinopsis, kerangka struktur, *storyline*, dan *storyboard*. Masuk ke tahap produksi yaitu proses pembuatan aset visual berupa ikon dengan menggunakan *flat design* yang nantinya akan digunakan, selain itu ada proses *layouting* dan pembuatan *voice over*. Tahap terakhir yaitu pascaproduksi adalah proses dimana penggabungan *scene* dari *layout* berdasarkan *storyboard* yang telah dibuat sebelumnya serta dimasukkan *audio* berupa musik latar, *sound effect* dan *voice over*. Berikut adalah salah satu contoh pergerakan animasi dalam *motion graphics*. Berikut adalah hasil perancangan yang telah dibuat:

A. Thumbnail



Gambar 2 *Thumbnail*
Sumber : Dokumen Pribadi

Thumbnail biasanya dibuat dengan menampilkan point atau maksud yang ingin disampaikan dalam video Youtube, tujuannya adalah untuk menarik perhatian *audience* agar membuka video tersebut dan kemudian menontonnya.

B. Motion Graphics



Gambar 2 Hasil Perancangan
Sumber : Dokumen Pribadi

Dalam video *motion graphics* tersebut terdapat beberapa *scene* berdasarkan *storyboard* dan telah disatukan seperti aset visual yang telah diatur tata letak (*layout*) lalu digerakkan menggunakan Adobe After Effect dan juga telah dimasukkan *audio* untuk melengkapi elemen pada *motion graphics*.

Dapat melihat karya melalui *link* berikut : <https://www.youtube.com/watch?v=cl6Bz3GQ9jE>



Gambar 3 Pergerakan *Motion Graphics*
Sumber : Dokumen Pribadi

Pada scene ini menggabungkan teknik 2D, 3D dan pergerakan sendi pada tangan karakter. Teknik 2D yang digunakan adalah *position* dan *rotation*. Sedangkan untuk teknik 3D menggunakan sumbu x untuk memunculkan ikon obat ilegal dan BKO.

- 6. Media Pendukung
 - A. IGTV



Gambar 0.1 *Mockup IGTV*
Sumber : Dokumen Pribadi

Selain menggunakan *platform* Youtube untuk mengunggah video *motion graphics*, IGTV yang merupakan fitur dari Instagram ini juga memungkinkan untuk mengunggah video dengan durasi lebih panjang tanpa terpotong, karena berbeda dari fitur *posting* biasa yang videonya hanya bisa ditampilkan dalam durasi 60 detik saja.

B. Instagram Story



Gambar 0.2 *Mockup Instagram Story*
 Sumber : Dokumen Pribadi

Berikut adalah tampilan *Instagram Story (InstaStory)*, karena fitur InstaStory ini hanya dapat menampilkan video dalam durasi 15 detik saja, maka akan diberi sebuah QR Code agar langsung diarahkan menuju video yang telah diunggah di *channel* Youtube BPOM RI.

C. Feed Instagram

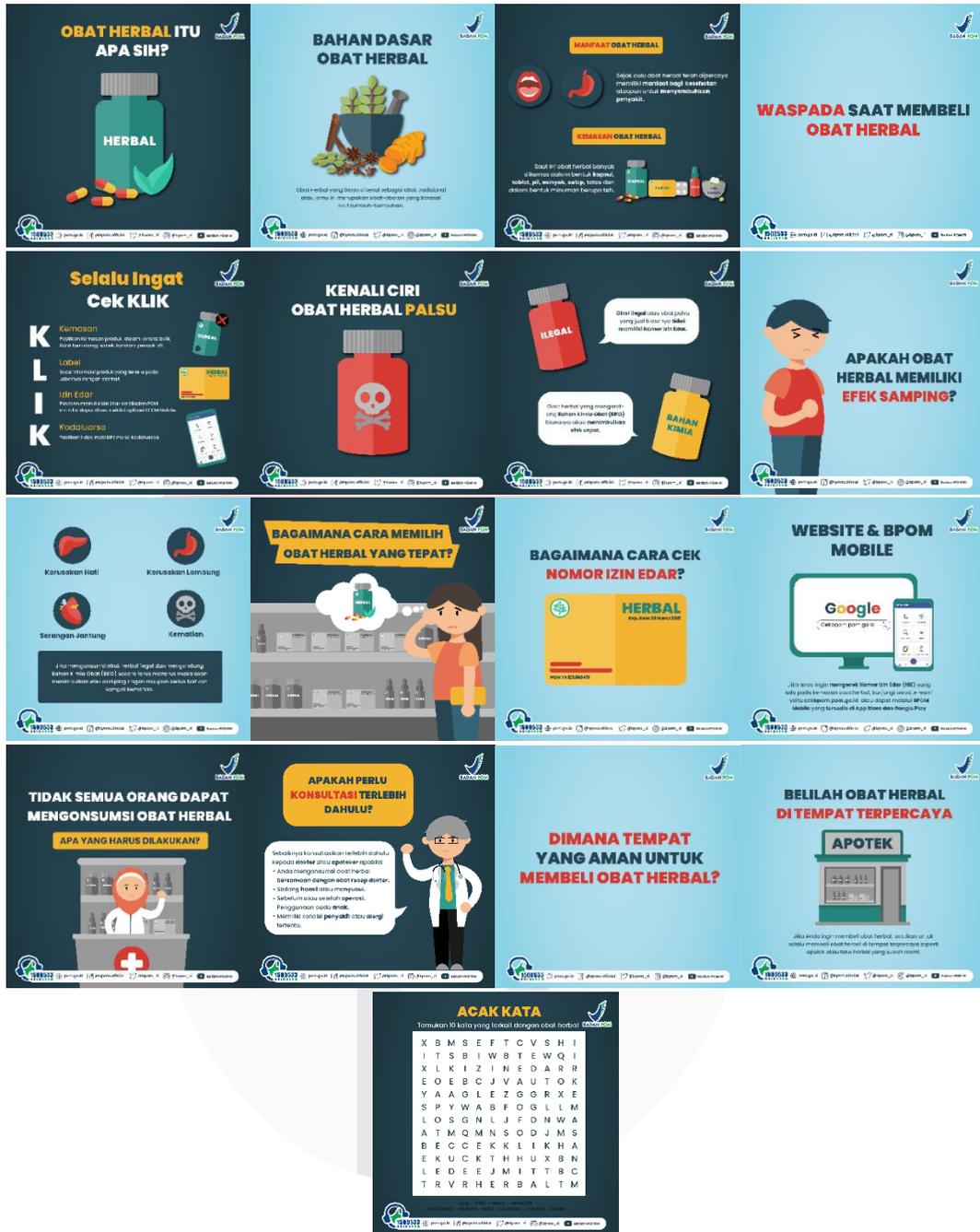


Gambar 0.3 *Feed Instagram*
 Sumber : Dokumen Pribadi

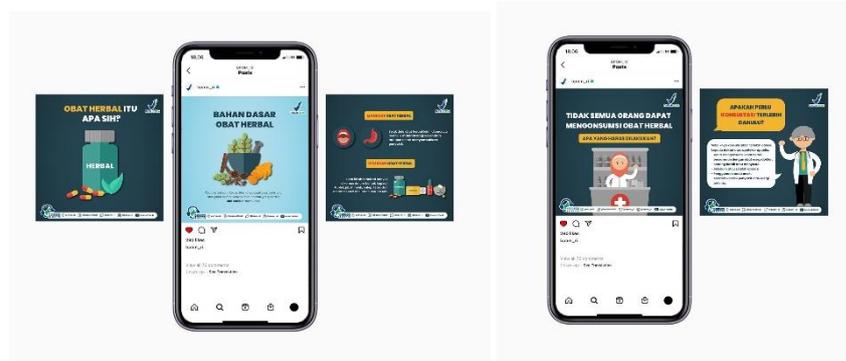
Pembuatan *Feed Instagram* ini bertujuan agar hasil foto pada *display* akun Instagram terlihat sinkron dan memperapikan tampilan foto-foto pada *display*.

D. E-Poster

Berikut adalah e-poster berdasarkan urutan tampilan *feed instagram*.



Gambar 0.4 E-Poster
Sumber : Dokumen Pribadi

Gambar 0.5 *Mockup* e-poster di Instagram

Sumber : Dokumen Pribadi

Terdapat e-poster yang berisikan informasi tar'bahan mengenai maksud dari dalam video *motion graphics* serta menjelaskan tampilan pada *display feed* sebelumnya.

E. Infografis

Jika *motion graphics* merupakan infografis dinamis, maka dibuatkan juga infografis statis yang dapat dibaca dengan mudah dan cepat (Kementerian Komunikasi Dan Informatika Republik Indonesia, 2018).



Gambar 0.6 Infografis

Sumber : Dokumen Pribadi

Infografis statis ini akan diunggah melalui *platform* BPOM lainnya yaitu Twitter dan Facebook.

KESIMPULAN

Perancangan *motion graphics* sebagai sarana edukasi cara memilih obat herbal yang tepat telah terselesaikan melalui berbagai proses perancangan. Dalam proses perancangan tersebut maka dapat ditarik beberapa kesimpulan yaitu, Masih terjadi fenomena berupa oknum yang tidak bertanggung jawab yang menjual obat herbal palsu dan masyarakat yang masih salah dalam membeli obat herbal dan mengakibatkan hal buruk terjadi.

Diambil dari data hasil kuesioner, masyarakat yang mengonsumsi obat herbal didominasi oleh ibu rumah tangga dan pekerja wanita maupun pria yang berumur 36-45 tahun dan ternyata masih ada yang tidak tahu cara memilih obat herbal yang benar dan resiko jika salah mengonsumsinya. Dengan melakukan riset, penulis dapat menjadikan hal tersebut sebagai rujukan atas jenis *motion graphics* yang akan dirancang.

Penggunaan gaya visual yang cenderung dinamis dan sederhana sangat cocok untuk *target audience*, karena *target audience* membutuhkan informasi yang dapat dimengerti dan dipahami.

REFERENSI

- Anindita, M., & Riyanti, M. T. (2016). TREN FLAT DESIGN DALAM DESAIN KOMUNIKASI VISUAL. *TREN FLAT DESIGN DALAM DESAIN KOMUNIKASI VISUAL*, 1, 8-10. BPOM. (2020a, July 2). *Lindungi Masyarakat dari Obat Tradisional, Suplemen Kesehatan, dan Kosmetik yang Berisiko terhadap Kesehatan, Badan POM Kembali Terbitkan Public Warn.* <https://www.pom.go.id/new/view/more/pers/551/Lindungi-Masyarakat-dari-Obat-Tradisional--Suplemen-Kesehatan--dan-Kosmetik-yang-Berisiko-terhadap-Kesehatan--Badan-POM-Kembali-Terbitkan-Public-Warning.html>
- Arifrahara, G. (2021). ANALISIS PENGGUNAAN TIPOGRAFI SPASIAL SANS SERIF. *Andharupa*, 07(01), 95.
- BPOM. (2020b, September 25). *3,2 Miliar Rupiah Obat Tradisional dan Pangan Olahan Ilegal Ditemukan di Bekasi.* <https://www.pom.go.id/new/view/more/pers/563/3-2-Miliar-Rupiah-Obat-Tradisional-dan-Pangan-Olahan-Ilegal-Ditemukan-di-Bekasi.html>
- Kemendes. (2019, August 20). *Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. Biro Komunikasi Dan Pelayanan Masyarakat, Kementerian Kesehatan RI.* <https://www.kemkes.go.id/article/view/19082100002/kemendes-dorong-pengembangan-industri-obat-tradisional.html>
- Kompas.com. (2021, February 24). *Riset Ungkap Lebih dari Separuh Penduduk Indonesia "Melek" Media Sosial.* <https://tekno.kompas.com/read/2021/02/24/08050027/riset-ungkap-lebih-dari-separuh-penduduk-indonesia-melek-media-sosial>
- Putri, P. S. (2021, February 6). *Video Animasi Motion Graphic dalam Komunikasi Sains | kumparan.com.* <https://kumparan.com/pennytjondronegoro/video-animasi-motion-graphic-dalam-komunikasi-sains-1v7jZYqP6px/full>
- Sari, L. O. R. K. (2006). Pemanfaatan Obat Tradisional Dan Keamanannya. *Majalah Ilmu Kefarmasian*, III(1), 1-7.
- Soewardikoen, D. W. (2019). *Metodologi Penelitian Desain Komunikasi Visual* (Anangga (ed.)). PT Kanisius.
- Widya, L. A. D., & Darmawan, A. J. (2016). *BAHAN AJAR DESAIN GRAFIS : Pengantar Desain Grafis.* Jakarta: Direktorat Pembinaan Kursus dan Pelatihan Kemendikbud RI.