



UNIVERSITAS  
**Dinamika**

**PERANCANGAN MOTION GRAPHIC PERUBAHAN FISIK REMAJA  
PEREMPUAN PADA MASA PUBERTAS SEBAGAI MEDIA KAMPANYE  
SOSIAL**

**TUGAS AKHIR**



**Program Studi  
S1 Desain Komunikasi Visual**

UNIVERSITAS  
**Dinamika**

**Disusun oleh:**

**Titama Melysa Aprilia**

**19420100075**

---

**FAKULTAS DESAIN DAN INDUSTRI KREATIF**

**UNIVERSITAS DINAMIKA**

**2023**

**PERANCANGAN MOTION GRAPHIC PERUBAHAN FISIK REMAJA  
PEREMPUAN PADA MASA PUBERTAS SEBAGAI  
MEDIA KAMPANYE SOSIAL**

**TUGAS AKHIR**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan  
Program Sarjana Desain**



Oleh:

**Nama : Titama Melysa Aprilia**  
**NIM : 19420100075**  
**Program Studi : S1 Desain Komunikasi Visual**

**FAKULTAS DESAIN DAN INDUSTRI KREATIF  
UNIVERSITAS DINAMIKA**

**2023**

## Tugas Akhir

# PERANCANGAN MOTION GRAPHIC PERUBAHAN FISIK REMAJA PEREMPUAN PADA MASA PUBERTAS SEBAGAI MEDIA KAMPANYE SOSIAL

Dipersiapkan dan disusun oleh:

**Nama: Titama Melysa Aprilia**

**NIM: 19420100075**

Telah diperiksa, diuji dan disetujui oleh dewan penguji

Pada: 14 Juli 2023

**Susunan Dewan Penguji**

### Pembimbing:

I. Siswo Martono, S.Kom., M.M.

NIDN: 0726027101

II. Evi Farsiah Utami, S.Ds., MA.

NIDN: 0717029106

Universitas  
Dinamika  
2023.07.27  
13:03:28  
+07'00'

Universitas  
Dinamika  
2023.07.28  
16:07:38 +07'00'

### Penguji:

Dhika Yuan Yurisma, M.Ds., ACA

NIDN: 0720028701

Digitally  
signed by  
Universitas  
Dinamika

Tugas Akhir ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar Sarjana

Universitas Dinamika  
2023.08.03 08:39:32  
+07'00'

**Karsam, MA., Ph.D.**

NIDN: 0705076802

Dekan Fakultas Desain dan Industri Kreatif

UNIVERSITAS DINAMIKA

**LEMBAR MOTTO**



UNIVERSITAS  
**“Trust that your beliefs will help create the facts”**  
Dinamika

## LEMBAR PERSEMBAHAN



**Kupersembahkan ini kepada keluarga terutama orang tua, mama yang sudah berjuang keras untuk saya, seluruh dosen fakultas desain dan industri kreatif universitas dinamika dan teman-teman saya tercinta yang telah turut membantu pengerjaan Tugas Akhir ini.**

UNIVERSITAS  
Dinamika

**PERNYATAAN**  
**PERSETUJUAN PUBLIKASI DAN KEASLIAN KARYA ILMIAH**

Sebagai mahasiswa Universitas Dinamika, Saya :

Nama : Titama Melysa Aprilia  
NIM : 19420100075  
Program Studi : S1 Desain Komunikasi Visual  
Fakultas : Fakultas Desain dan Industri Kreatif  
Jenis Karya : Tugas Akhir  
Judul Karya : PERANCANGAN MOTION GRAPHIC PERUBAHAN FISIK REMAJA PEREMPUAN PADA MASA PUBERTAS SEBAGAI MEDIA KAMPANYE SOSIAL

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Demi pengembangan Ilmu Pengetahuan, Teknologi dan Seni, Saya menyetujui memberikan kepada Universitas Dinamika Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty Free Right*) atas seluruh isi/sebagian karya ilmiah Saya tersebut diatas untuk disimpan, dialihmediakan, dan dikelola dalam bentuk pangkalan data (*database*) untuk selanjutnya didistribusikan atau dipublikasikan demi kepentingan akademis dengan tetap mencantumkan nama Saya sebagai penulis atau pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.
2. Karya tersebut diatas adalah hasil karya asli Saya, bukan plagiat baik sebagian maupun keseluruhan. Kutipan, karya, atau pendapat orang lain yang ada dalam karya ilmiah ini semata-mata hanya sebagai rujukan yang dicantumkan dalam Daftar Pustaka Saya.
3. Apabila dikemudian hari ditemukan dan terbukti terdapat tindakan plagiasi pada karya ilmiah ini, maka Saya bersedia untuk menerima pencabutan terhadap gelar kesarjanaan yang telah diberikan kepada Saya.

Demikian surat pernyataan ini Saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surabaya, 14 juni 2023



Titama Melysa Aprilia  
NIM : 19420100075

## ABSTRAK

Masa remaja merupakan masa peralihan dari anak-anak ke dewasa, hal menimbulkan beberapa ciri-ciri sekunder, sehingga terjadinya fertilisasi dan terjadi perubahan-perubahan psikologis serta kognitif. Berubahnya fisik dari remaja perempuan yaitu perubahan yang ditandai dengan perubahan kematangan organ reproduksi dengan menstruasi. Pubertas membuat resah, bingung dan cemas. Problema tertinggi yang dialami perubahan fisik sebesar 29,43%, masalah yang berhubungan dengan perubahan sikap dan perilaku sebesar 28%, masalah yang berhubungan dengan seks primer 25,57%. Tujuan dari penelitian ini adalah merancang *motion graphic* perubahan fisik remaja perempuan pada masa pubertas sebagai media kampanye sosial bagi remaja perempuan tentang pengenalan perubahan fisik yang terjadi selama pubertas. Jenis penelitian yang akan digunakan adalah metode kualitatif bersifat deskriptif dilakukan pendekatan deduktif. Remaja perempuan memerlukan media dalam pembelajaran pada masa pubertas dengan tujuan memberikan informasi dan pengetahuan remaja putri usia 12-15 tahun mengenai yang baik dan benar serta cara mengatasi pubertas. Kampanye sosial ini diharapkan agar remaja perempuan mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang masa remaja sebagai bagian dari kehidupan mereka. Penelitian ini menggunakan 3 tahapan dalam perancangan *motion graphic* perubahan fisik remaja perempuan pada masa pubertas sebagai media kampanye sosial yaitu pra-produksi, produksi, dan pasca produksi. Menggunakan *keyword "Cheerful"* diperoleh dari analisa USP, STP, dan SWOT Penggunaan elemen visual yang menarik dan unik menjadi daya tarik utama dalam topik yang digunakan. *Keyword "Cheerful"* memiliki makna menyenangkan.

**Kata kunci:** *Motion Graphic, Pubertas, Remaja*

## KATA PENGANTAR

Pertama kami ucapkan puji syukur kepada kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmatNya sehingga peneliti dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul “Perancangan *Motion Graphic* Perubahan Fisik Remaja Perempuan Pada Masa Pubertas Sebagai Media Kampanye Sosial” dapat terselesaikan dengan lancar. Suksesnya penyusunan laporan ini berkat adanya bantuan serta dukungan dari beberapa pihak yang terlibat, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, disampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Yang terhormat Prof. Dr. Budi Jatmiko, M.Pd. selaku Rektor Universitas Dinamika.
2. Yang terhormat Karsam, MA., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Desain dan Industri Kreatif dan penguji.
3. Yang terhormat Dhika Yuan Yurisma, M.Ds., ACA. selaku Ketua Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual.
4. Yang terhormat Siswo Martono, S.Kom., M.M. selaku dosen pembimbing I dan Evi Farsiah Utami, S.Ds., MA. selaku dosen pembimbing II mata kuliah Tugas Akhir, yang telah memberikan saran-saran sehingga Tugas Akhir ini segera terselesaikan.
5. Yang saya sayangi, seluruh keluarga terutama kedua orang tua saya dan teman-teman yang telah memberikan banyak dukungan serta doa demi kelancaran pengerjaan Tugas Akhir ini.

Besar harapan peneliti untuk Laporan Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat dan peneliti mohon maaf apabila terdapat kesalahan penulisan.

Surabaya, 2023

**Peneliti**



## DAFTAR ISI

Halaman

<b>ABSTRAK</b> .....	viii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ix
<b>DAFTAR ISI</b> .....	x
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Batasan Masalah .....	4
1.4 Tujuan .....	5
1.5 Manfaat .....	5
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	6
2.1 Penelitian Terdahulu .....	6
2.2 Pengertian Remaja .....	6
2.3 Pengertian Pubertas.....	7
2.4 Pengertian Perubahan Fisik.....	7
2.5 Perubahan Fisik yang Terjadi Pada Remaja Perempuan.....	7
2.6 Kampanye Sosial.....	8
2.6.1 Teknik Kampanye Ganjaran ( <i>pay off technique</i> ).....	8
2.7 <i>Motion Graphic</i> .....	8
2.8 Warna.....	9
2.9 Tipografi.....	10
2.9.1 Jenis-Jenis Tipografi.....	11
2.10 Media Sosial.....	11
2.10.1 Youtube .....	12
2.10.2 Instagram .....	12
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	13
3.1 Jenis Penelitian.....	13
3.2 Unit Analisis.....	13

3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	13
3.3.1 Observasi.....	13
3.3.2 Dokumentasi.....	14
3.3.3 Wawancara .....	14
3.3.4 Studi Literatur.....	14
3.4 Teknik Analisis Data.....	14
3.4.1 Reduksi Data .....	15
3.4.2 Penyajian Data.....	15
3.4.3 Penarikan Kesimpulan.....	15
3.5 Analisis S.W.O.T .....	15
3.5.1 <i>Strength</i> .....	15
3.5.2 <i>Weakness</i> .....	16
3.5.3 <i>Opportunity</i> .....	16
3.5.4 <i>Threats</i> .....	16
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>17</b>
4.1 Hasil Pengumpulan Data.....	17
4.1.1. Hasil Observasi.....	17
4.1.2 Hasil Wawancara.....	17
4.1.3 Studi Literatur.....	19
4.1.4 Studi Kompetitor .....	20
4.1.5 Dokumentasi.....	20
4.2 Hasil Reduksi Data.....	21
4.3 Hasil Penyajian Data.....	22
4.4 Kesimpulan .....	22
4.5 Konsep dan <i>Keyword</i> .....	23
4.5.1 Analisis Segmentasi, <i>Targeting, Positioning</i> ( STP).....	23
4.5.2 <i>Unique Selling Preposition</i> (USP).....	24
4.5.3 Analisis SWOT.....	24
4.5.4 <i>Keyword</i> .....	25
4.5.5 Deskripsi <i>Keyword</i> .....	26
4.6 Konsep Karya.....	26
4.6.1 Konsep Perancangan Karya.....	26
4.6.2 Tujuan kreatif .....	26
4.6.3 Model dan Teknik Perancangan Media Kampanye Sosial .....	26

4.7 Strategi Kreatif.....	27
4.7.1 <i>Visual Identity</i> Media Kampanye Sosial .....	27
4.8 Perancangan Media Utama .....	30
4.8.1. Media Utama .....	30
4.8.2 Sinopsis Motion Graphic.....	30
4.8.3 Storyline .....	31
4.8.4 Skenario.....	31
4.8.5 Storyboard .....	32
4.9 Perancangan Media Pendukung .....	32
4.10 Hasil Perancangan Desain Media.....	33
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>40</b>
5.1 Kesimpulan .....	40
5.2 Saran .....	40
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>41</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>43</b>



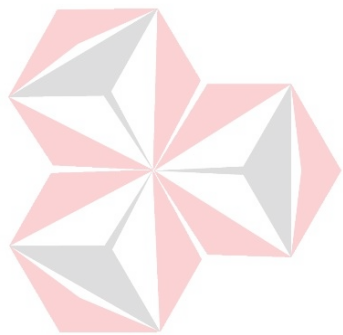
UNIVERSITAS  
**Dinamika**

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2. 1 Warna Primer.....	9
Gambar 2. 2 Warna Sekunder.....	9
Gambar 2. 3 Warna Tersier.....	10
Gambar 2. 4 Warna Netral.....	10
Gambar 4. 1 Buku the secret of teens .....	19
Gambar 4. 2 Studi Kompetitor.....	20
Gambar 4. 3 Dokumentasi di Lokasi Observasi .....	20
Gambar 4. 4 Analisis SWOT .....	24
Gambar 4. 5 Keyword.....	25
Gambar 4. 6 Sketsa Logo Kampanye Sosial.....	28
Gambar 4. 7 Logo Terpilih .....	28
Gambar 4. 8 Jenis Font .....	29
Gambar 4. 9 Warna.....	29
Gambar 4. 10 Skenario Motion Graphic.....	31
Gambar 4. 11 Storyboard motion graphic.....	32
Gambar 4. 12 Sketsa Merchandise.....	32
Gambar 4. 13 Logo gerakan kampanye sosial .....	33
Gambar 4. 14 Motion Scene awal.....	33
Gambar 4. 15 Motion Scene inti.....	34
Gambar 4. 16 Motion Scene penutup .....	35
Gambar 4. 17 Poster Kampanye Sosial.....	35
Gambar 4. 18 X-Banner Kampanye Sosial.....	36
Gambar 4. 19 Stiker.....	36
Gambar 4. 20 Gantungan Kunci .....	37
Gambar 4. 21 Kaos .....	37
Gambar 4. 22 Totebag .....	38
Gambar 4. 23 Instagram.....	38
Gambar 4. 24 Youtube.....	39

## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Biodata Penulis.....	43
Lampiran 2 Hasil Plagiasi Laporan Tugas Akhir .....	44
Lampiran 3 Kartu Bimbingan .....	49
Lampiran 4 Kartu Seminar.....	51



UNIVERSITAS  
**Dinamika**

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Masa remaja adalah periode peralihan antara masa kanak-kanak dan masa dewasa, di mana terjadi perkembangan ciri-ciri sekunder, tercapainya kemampuan reproduksi, dan perubahan psikologis dan kognitif. (Priyanti, S., & Syalfina, 2017). Menurut Agustina (2017), Remaja putri mengalami perubahan fisik yang mencakup kematangan organ reproduksi yang ditandai oleh terjadinya menstruasi. Selama masa pubertas, masalah-masalah dapat muncul karena perubahan dan pertumbuhan yang terjadi pada anak-anak, seperti perubahan kejiwaan yang dapat menyebabkan berbagai masalah seperti tekanan, perasaan cemas, dan kegoncangan jiwa. Hal ini membuat remaja yang mengalami pubertas merasa resah, bingung, dan cemas. Masalah tertinggi yang dialami selama masa pubertas adalah masalah yang terkait dengan perubahan fisik, yang menyumbang sekitar 29,43% dari masalah yang muncul. Masalah yang terkait dengan perubahan sikap dan perilaku juga signifikan, mencapai 28%. Sementara itu, masalah yang berkaitan dengan seks primer membentuk 25,57% dari masalah yang dihadapi remaja pada masa pubertas. (Hidajaturrokhmah et al. 2018).

Masa pubertas adalah fase kehidupan yang ditandai oleh pertumbuhan yang pesat dan perubahan yang mencolok. Perubahan ini bisa menyebabkan keraguan, perasaan tidak mampu, ketidakamanan, dan dalam beberapa situasi, dapat berpengaruh pada perilaku yang kurang baik. Masa remaja dianggap sebagai periode paling kritis dalam hidup seseorang, karena merupakan tahap transisi dari masa kanak-kanak menuju masa dewasa, baik dari segi fisik maupun psikis. Tahap ini memegang peran penting dalam membentuk kepribadian remaja. (BKKBN, 2017).

Menurut (World Health Organization (WHO), 2018), Remaja adalah kelompok masyarakat yang berada dalam kisaran usia antara 10 hingga 19 tahun. Berdasarkan Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2014, remaja didefinisikan sebagai individu yang berusia antara 10 hingga 18 tahun. Namun, menurut Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana (BKKBN), rentang usia remaja mencakup 10 hingga 24 tahun dan termasuk individu yang belum menikah. (Infodatin Reproduksi Remaja, 2020). Masa remaja merupakan fase perkembangan yang terjadi selama periode remaja, yang berperan sebagai persiapan untuk mencapai kesuksesan di masa dewasa. Sebagai tahap transisi, masa remaja ditandai oleh beragam perubahan fisik, mental, intelektual, dan sosial. (Angrainy, R., Fitri, L., & Wulandari, 2019) Menurut (Endar Timiyatun, Eka Oktavianto, 2021) Masa remaja atau masa pubertas adalah tahap perkembangan di mana terjadi kematangan fisik, perkembangan alat-alat seksual, dan tercapainya kemampuan reproduksi.

Proses biologis yang terjadi pada masa pubertas menandai perubahan fisik remaja sebagai ciri utama. Perubahan fisik pada masa remaja terjadi dengan cepat dan tidak selaras dengan perubahan kejiwaan atau emosi. Perubahan fisik tersebut meliputi pertumbuhan organ reproduksi untuk mencapai kematangan reproduksi. Perubahan yang signifikan ini dapat menyebabkan kebingungan bagi remaja yang mengalaminya. Oleh karena itu, sangat penting bagi remaja untuk mempelajari dan memahami setiap tahap perubahan dalam kehidupan mereka. Dengan demikian, remaja dapat belajar menerima kondisi fisik diri, serta merawat dan menjaga kesehatannya dengan baik. (Rochmania, 2020).

Pendidikan seks yang optimal pada dasarnya disampaikan oleh orang tua, karena bagi seorang anak, orang tua adalah peran teladan utama dalam proses pertumbuhan dan perkembangannya. Dengan demikian, segala informasi negatif yang mungkin didapat dari sumber pendidikan seks lain dapat diatasi melalui komunikasi yang baik antara orang tua dan anak. Namun, saat ini masih sedikit orang tua yang menyadari pentingnya memberikan pendidikan seks kepada anak pada usia yang tepat. Kendala yang muncul adalah ketika orang tua memiliki pengetahuan yang terbatas secara teoritis maupun obyektif dalam hal pendidikan seks, sehingga membutuhkan bantuan dari pihak lain yang kompeten untuk melengkapi pengetahuan mereka. Pihak ini dapat berfungsi sebagai perantara antara orang tua dan anak dalam memberikan pendidikan seks yang tepat. (Siti Mayasari 2016).

Salah satu cara untuk mengatasi masalah tersebut adalah dengan memberikan informasi melalui pendidikan kesehatan, khususnya pendidikan mengenai seksualitas. Pendidikan seksualitas bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih baik mengenai aspek-aspek seksualitas. (pendidikan seks) menurut Parents Guide (2015) penting dimulai pada saat usia 7 – 9 tahun. Pentingnya pendidikan seks tidak hanya terbatas pada memberikan informasi tentang seks, tetapi juga bertujuan untuk mengembangkan sikap dan perilaku positif, serta kemampuan untuk merenungkan secara kritis tentang pengalaman individu. Selain itu, pendidikan seks juga menekankan pentingnya memiliki pengetahuan yang akurat dan komprehensif dalam memahami seksualitas manusia sebagai bagian integral dari identitas pribadi secara keseluruhan. (Siti Mayasari 2016).

Pendidikan seks untuk remaja masih menjadi fenomena yang rumit karena adanya anggapan bahwa membicarakan topik seksual atau pubertas (termasuk menstruasi) masih dianggap tabu, dan beberapa orang berpendapat bahwa pendidikan seks dapat mendorong remaja untuk mencoba-coba perilaku seksual. Sebanyak 21,4% remaja kemungkinan akan bertanya kepada teman sebaya mereka, sementara sekitar 16,2% akan mencari informasi melalui media massa dan elektronik yang tersedia. Jika mereka mengandalkan sumber-sumber tersebut, besar kemungkinan informasi yang mereka peroleh tidak akurat dan tidak sehat untuk mereka. (Hasan, Boham, and Rembang 2016).

Menurut data yang diungkap oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2017, Persentase pengguna internet yang merupakan remaja mencapai 89,7%. Generasi muda saat ini sangat aktif dalam memanfaatkan media sosial. Media sosial tidak hanya digunakan sebagai alat komunikasi, tetapi juga menyediakan berbagai fitur untuk saling bertukar informasi, termasuk berbagi pendapat pribadi maupun dari Berdasarkan hasil survei CSIS pada Agustus 2017. Selain itu, platform media sosial juga sangat populer di kalangan generasi milenial, dengan 81,7% menggunakan Facebook, 70,3% menggunakan Whatsapp, dan 54,7% menggunakan Instagram. Temuan ini menegaskan peran penting media sosial sebagai pengaruh besar bagi generasi milenial, namun juga menunjukkan adanya potensi dampak negatif yang meningkat pada kelompok ini. (Centre for Strategic and International Studies, 2017).



Dalam rangka mengatasi permasalahan ini, seorang peneliti bermaksud membuat sebuah motion graphic yang menggambarkan perubahan fisik pada remaja perempuan saat mengalami masa pubertas. Gerakan ini bertajuk "*TEENAGE GIRL PUBERTY*" sebagai kampanye sosial. Kampanye sosial ini akan menjelaskan setiap aspek perubahan fisik yang dialami oleh remaja perempuan pada masa pubertas, dengan harapan bahwa setiap individu harus menyadari bahwa perubahan adalah bagian alami dari setiap fase kehidupan. Hal ini juga berlaku bagi remaja perempuan yang diharapkan dapat menerima dan menghadapi perubahan fisik dan psikologis yang terjadi saat memasuki masa pubertas.

Keputusan untuk menggunakan Video berbasis *motion graphic* menjadi pilihan media utama dalam kampanye sosial pada tugas akhir ini, seperti yang disebutkan oleh Ross Crook dik (2014: 74-75). *Motion graphic* merupakan salah satu bentuk dari desain grafis yang melibatkan unsur-unsur seperti ilustrasi, tipografi, fotografi, dan videografi yang dianimasikan. *Motion graphic* memiliki kemampuan untuk mengeksplorasi emosi penonton melalui penggunaan musik, pengiriman informasi, dan gambar bergerak, yang membuka peluang untuk menyampaikan pesan dengan efektif. Karena itulah, *motion graphic* memiliki daya tarik visual dan emosional yang dapat mempengaruhi penonton dengan kuat.

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, rumusan masalah yang dapat disimpulkan adalah sebagai berikut:

“Bagaimana merancang motion graphic perubahan fisik remaja perempuan pada masa pubertas sebagai media kampanye sosial?”

### **1.3 Batasan Masalah**

Untuk lebih memfokuskan rumusan masalah yang telah disebutkan sebelumnya, berikut adalah batasan masalah yang akan diuraikan:

1. Perancangan *motion graphic* perubahan fisik remaja perempuan pada masa pubertas sebagai media kampanye sosial.

2. Perancangan fokus pada pengenalan tentang perubahan fisik remaja perempuan pada masa pubertas.
3. Target audience: Remaja perempuan usia 12-15 tahun.
4. Menggunakan media pendukung seperti Poster, X-Banner, Merchandise : stiker, gantungan kunci, kaos, totebag.
5. Media saluran digital seperti: *instagram* dan *youtube*.

#### 1.4 Tujuan

Tujuan dari penelitian ini adalah menciptakan motion graphic yang bertujuan untuk menggambarkan perubahan fisik pada remaja perempuan selama masa pubertas sebagai bentuk kampanye sosial. Motion graphic ini bertujuan untuk memberikan pemahaman kepada remaja perempuan tentang perubahan fisik yang terjadi selama masa pubertas, serta memberikan informasi tentang cara mengatasi masalah yang mungkin muncul seiring dengan perubahan tersebut.

#### 1.5 Manfaat

Hasil dari perancangan *motion graphic* ini Karya ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti lain yang tertarik dengan topik yang serupa. Informasi yang disajikan dalam karya ini sangat informatif, menarik, dan relevan untuk remaja perempuan usia 12-15 tahun mengenai kesehatan reproduksi, menstruasi, dan pubertas. Selain itu, karya ini juga memberikan dukungan bagi orangtua dalam menyampaikan informasi yang penting tentang kesehatan reproduksi kepada anak-anak mereka. Penggunaan teknik *motion graphic* yang menarik dalam media kampanye sosial akan memberikan pengalaman pembelajaran yang unik dan berharga bagi remaja, membantu mereka mengatasi potensi masalah selama masa pubertas, dan berdampak pada perkembangan karakteristik dan kepribadian mereka.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1 Penelitian Terdahulu**

Penelitian terdahulu yang telah dilakukan merupakan sumber acuan yang bermanfaat bagi peneliti dalam menganalisis topik masalah yang diangkat. Penelitian tersebut dapat menjadi pembeda dan sumber informasi berharga yang membantu dalam pengembangan penelitian lebih lanjut. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Kahane Noeschi (2015) yang berjudul “Perancangan Buku Visual Informasi Kesehatan Reproduksi, Menstruasi dan Pubertas Untuk Remaja Putri Usia 12-15 Tahun”. Pada penelitian ini peneliti mengulas mengenai perubahan yang terjadi dalam masa pubertas pada remaja perempuan.

Dalam penelitian tersebut, terdapat beberapa kekurangan yang menjadi inspirasi bagi peneliti untuk mengembangkannya lebih lanjut. Salah satu kekurangan dari penelitian sebelumnya adalah fokusnya yang terbatas hanya pada kesehatan reproduksi tanpa adanya penjelasan perubahan fisik apa saja yang terjadi selama pubertas.

Perbedaan utama antara penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada media yang digunakan. Dalam penelitian sebelumnya, media yang digunakan adalah buku ilustrasi, sedangkan dalam penelitian ini, media yang digunakan adalah *motion graphic*. Ross Crook dan rekannya (2014: 74-75) menjelaskan bahwa *motion graphic* merupakan salah satu cabang dari desain grafis yang melibatkan ilustrasi, tipografi, fotografi, dan videografi dengan penggunaan teknik animasi. kemampuannya untuk menyentuh emosi penonton melalui musik dan penyampaian informasi serta citra yang bergerak, sehingga memberikan kesempatan untuk mengkomunikasikan pesan yang ingin disampaikan.

#### **2.2 Pengertian Remaja**

Remaja adalah periode di mana terjadi proses awal kematangan organ reproduksi manusia. Masa remaja adalah tahap transisi dari masa kanak-kanak menuju dewasa, dan remaja memiliki karakteristik unik, termasuk memiliki rasa ingin tahu yang tinggi dan kecenderungan untuk meniru apa yang mereka lihat dari keadaan dan lingkungan sekitar. (Kusmiran, 2012).

### 2.3 Pengertian Pubertas

Masa pubertas merupakan salah satu dari dua fase kehidupan yang ditandai oleh pertumbuhan yang pesat dan perubahan yang mencolok. Perubahan ini dapat menyebabkan keraguan, perasaan ketidakmampuan, dan ketidakamanan, dan dalam beberapa kasus, dapat mempengaruhi perilaku yang tidak diinginkan. Seberapa besar dampak perubahan masa puber terhadap perilaku anak umumnya tergantung pada kemampuan dan keinginan anak untuk berbicara tentang keprihatinan dan kecemasan mereka kepada orang lain, hal ini memungkinkan mereka mendapatkan pandangan baru dan lebih baik dalam menghadapinya. (Kurniawati et al., 2021; Passe et al, 2021).

### 2.4 Pengertian Perubahan Fisik

Masa remaja sering diidentikkan dengan fase pertumbuhan, perubahan, dan kesehatan, serta munculnya peluang dan risiko yang berkaitan dengan kesehatan reproduksi. (Prihartini, A. R., 2020). Remaja dapat memahami dan menerima kondisi fisik dirinya, serta belajar untuk merawat dan menjaga kesehatan fisiknya. (Rochmania, 2020).

### 2.5 Perubahan Fisik yang Terjadi Pada Remaja Perempuan

Urutan perubahan-perubahan fisik yang terjadi pada remaja Sarwono (2011) adalah sebagai berikut:

- a. Proses pertumbuhan tulang-tulang yang menyebabkan peningkatan tinggi badan dan panjang anggota tubuh. Pinggul juga mengalami perbesaran dan pembulatan karena berkembangnya lemak di bawah kulit.
- b. Pertumbuhan payudara, seiring dengan perbesaran pinggul, menyebabkan payudara juga membesar dan puting susu menjadi menonjol.
- c. Tumbuhnya bulu halus dan lurus yang berwarna gelap di daerah kemaluan. Pertumbuhan rambut kemaluan ini biasanya terjadi setelah perkembangan pinggul dan payudara mulai terjadi.
- d. Mencapai tinggi badan maksimal setiap tahunnya.
- e. Haid adalah perdarahan periodik dan siklik dari uterus, yang disertai dengan pelepasan endometrium.
- f. Tumbuhnya bulu ketiak.

## **2.6 Kampanye Sosial**

Dikutip dari Indonesiastudents.com (2017), kampanye sosial adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh individu atau kelompok dengan serangkaian tindakan untuk menyampaikan pesan yang bertujuan untuk membawa perubahan sosial yang positif. umumnya berkaitan dengan isu-isu sosial dan kemasyarakatan. Kampanye sosial memiliki tujuan non komersial, yaitu untuk mengubah dan memperbaiki masyarakat menjadi lebih baik.

### **2.6.1 Teknik Kampanye Ganjaran (*pay off technique*)**

Dikutip dari Indonesiastudents.com (2017) Kampanye sosial adalah rangkaian kegiatan yang dilakukan oleh individu atau kelompok untuk menyampaikan pesan yang berkaitan dengan isu-isu sosial dan kemasyarakatan. Kampanye sosial ini bersifat non komersial karena bertujuan untuk menciptakan perubahan positif dan memperbaiki kondisi masyarakat menjadi lebih baik.

## **2.7 Motion Graphic**

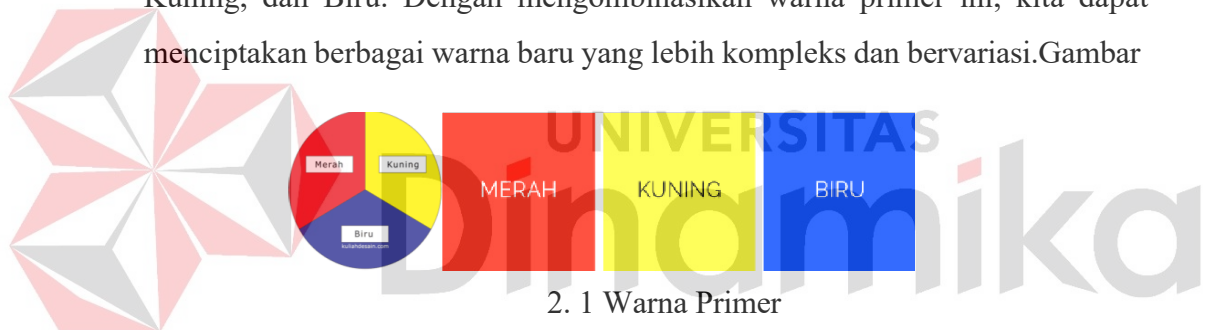
Menurut Ross Croock dkk (2014: 74-75) Motion Graphic merupakan bagian dari desain grafis yang menggabungkan berbagai elemen seperti ilustrasi, tipografi, fotografi, dan videografi dengan teknik animasi. Kelebihan dari Motion Graphic terletak pada kemampuannya untuk mengakses emosi penonton melalui penggunaan musik serta penyampaian informasi dan citra yang bergerak. Dengan menggunakan teknik ini, Motion Graphic dapat menjadi alat yang efektif untuk mengkomunikasikan pesan dengan daya tarik visual dan emosional yang mampu mempengaruhi penonton dan merangsang respon terhadap pesan yang disampaikan.

## 2.8 Warna

Warna adalah salah satu elemen visual yang memiliki peran penting dalam proses pembuatan desain. Hal ini dikarenakan warna memiliki efek cahaya yang mampu menciptakan kesan visual yang kuat bagi indera manusia. Selain itu, warna juga memiliki kemampuan untuk menggambarkan suasana hati dan kepribadian seseorang. Memilih warna yang tepat sangat berpengaruh pada tampilan visual dan estetika dari suatu karya desain. Dengan menggunakan warna yang sesuai, desain dapat menciptakan kesan yang lebih positif dan menarik bagi audiens atau pengguna yang melihatnya. (Sitepu, 2021).

### 1. Warna Primer

Warna primer merupakan warna dasar yang digunakan dalam pencampuran untuk menghasilkan warna lain. Warna-warna primer ini adalah Merah, Kuning, dan Biru. Dengan mengombinasikan warna primer ini, kita dapat menciptakan berbagai warna baru yang lebih kompleks dan bervariasi. Gambar

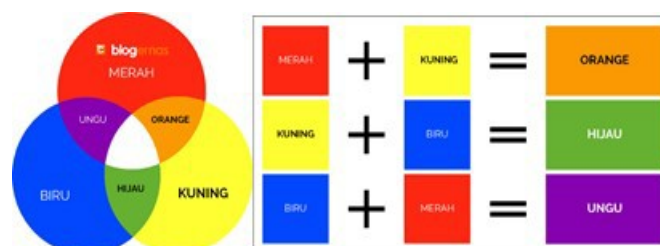


2. 1 Warna Primer

(Sumber: Mochamad Ulil Azmi 2023)

### 2. Warna Sekunder

Warna campuran adalah hasil dari mengombinasikan dua warna primer yang membentuk warna baru. Tiga warna campuran yang dimaksud adalah Warna Hijau (kombinasi Kuning dengan Biru), Warna Ungu (kombinasi Biru dengan Merah), dan Warna Orange (kombinasi Merah dengan Kuning). Dengan menggunakan warna primer dan menggabungkannya dengan cara yang tepat, kita dapat menciptakan berbagai warna campuran yang menarik dan beragam.



(Gambar 2. 2 Warna Sekunder

(Sumber: Mochamad Ulil Azmi 2023)

### 3. Warna Tersier

Warna-warna seperti Warna Coklat, Perak, dan Emas terbentuk dari campuran berbagai warna, baik itu kombinasi warna primer dengan warna sekunder maupun penggabungan warna lainnya.



Gambar 2. 3 Warna Tersier

(Sumber: Mochamad Ulil Azmi 2023)

### 4. Warna Netral

Campuran warna sebagai kombinasi baru menghasilkan Warna Hitam dan Warna Putih. Warna Hitam tercipta ketika semua warna dicampurkan secara sempurna, sehingga tidak ada refleksi cahaya yang terjadi.



Gambar 2. 4 Warna Netral

(Sumber: Mochamad Ulil Azmi 2023)

## 2.9 Tipografi

Tipografi adalah seni dan teknik mengatur tata letak, gaya, dan ukuran huruf serta elemen-elemen teks lainnya dalam desain grafis. Hal ini mencakup pemilihan dan pengaturan jenis huruf, spasi, kerning, leading, dan keputusan desain lainnya untuk menciptakan komunikasi visual yang efektif dan estetis. Tipografi digunakan dalam berbagai media, seperti poster, buku, website, dan media cetak lainnya, untuk menyampaikan pesan dan informasi dengan jelas dan menarik. Penggunaan tipografi dalam desain visual bisa disesuaikan dengan fungsinya dan dampaknya terhadap masyarakat luas. Tipografi ini digunakan untuk menyampaikan pesan yang efektif dan menarik dalam desain visual. (Eko Valentino, 2019).

### 2.9.1 Jenis-Jenis Tipografi

Menurut Kowendi C. (2019), Tipografi mempunyai empat jenis bentuk sebagai berikut:

1. Serif adalah salah satu jenis font atau gaya huruf dalam tipografi yang memiliki ciri-ciri tonjolan atau sapuan di ujung karakter, serta bentuk memanjang pada huruf-huruf "kait". Karakteristik ini memberikan kesan klasik dan elegan pada tulisan. Contoh font serif yang populer adalah Times New Roman, Georgia, dan Garamond. Serif sering digunakan dalam tulisan cetak, buku, dan media lain yang memerlukan tampilan yang formal dan terstruktur.
2. Sans serif adalah salah satu jenis font atau gaya huruf dalam tipografi yang tidak memiliki ciri-ciri tonjolan atau sapuan di ujung karakter, sehingga huruf-hurufnya memiliki garis lurus dan sederhana. Tidak adanya hiasan pada ujung karakter membuatnya terlihat lebih bersih, modern, dan minimalis. Beberapa contoh font sans serif yang umum digunakan adalah Arial, Helvetica, dan Calibri. Jenis font ini sering digunakan dalam desain digital, tampilan website, dan media sosial karena memberikan kesan yang lebih ringan dan mudah dibaca pada layar elektronik.
3. Script adalah salah satu jenis font atau gaya huruf dalam tipografi yang meniru gaya tulisan tangan atau kaligrafi. Font script memiliki bentuk huruf yang bersifat lebih kreatif, elegan, dan alami, mirip dengan tulisan tangan manusia. Karakteristiknya mencakup goresan-goresan artistik dan garis-garis yang melengkung, memberikan kesan yang lebih personal dan mewah. Font script sering digunakan dalam desain yang ingin menampilkan sentuhan kreatif, seperti logo, tanda tangan, kartu ucapan, dan materi desain lainnya yang mengutamakan estetika dan keunikan.
4. Decorative adalah jenis huruf dengan elemen artistik khusus. Font ini memberikan kesan berani dan ekspresif dalam tipografi.

### 2.10 Media Sosial

Media sosial adalah platform komunikasi online yang memfasilitasi interaksi dan sosialisasi antara pengguna secara digital. Dengan menggunakan media sosial, pengguna dapat berinteraksi dengan orang lain, mendapatkan informasi secara cepat, dan berbagi konten digital. Media sosial merupakan bentuk dari kerja komputer yang memungkinkan berbagai kegiatan dan interaksi dilakukan secara online. Selain itu, media sosial juga berfungsi sebagai wadah bagi individu atau



kelompok untuk berbagi konten digital dengan berbagai tujuan, termasuk tujuan komersial dan lainnya. (Mulawarman and Nurfitri 2017).

### **2.10.1 Youtube**

YouTube adalah platform berbagi video yang menyediakan berbagai informasi dalam bentuk "gambar bergerak" yang dapat diandalkan. Perkembangan YouTube telah berlangsung dengan pesat, dan hampir semua pengguna smartphone memanfaatkan media sosial untuk menonton video dan mengisi waktu luang. YouTube, sebagai salah satu platform media sosial, telah menerima respons yang positif dari para pengguna karena popularitasnya sebagai sumber konten video yang menarik dan menghibur. (Kiftiyah, Sagita, and Ashar 2017).

### **2.10.2 Instagram**

Instagram merupakan sebuah platform yang menawarkan berbagai fitur untuk pengguna, mulai dari kemampuan berbagi foto, video, hingga fasilitas online shop untuk berbelanja secara online. Tujuan dari platform media sosial ini mirip dengan YouTube, yaitu memberikan sarana bagi pengguna untuk mempublikasikan konten. Di aplikasi Instagram, pengguna dapat berbagi aktivitas mereka melalui foto dan video. (Mahendra, Communications, and Security 2017).

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan pada karya ilmiah ini adalah metode kualitatif. Menurut Sugiarto (2015), Metode kualitatif ini memiliki karakteristik deskriptif dan biasanya menggunakan pendekatan analisis induktif. Data dikumpulkan melalui berbagai teknik, seperti halnya wawancara, observasi, dokumentasi, dan studi literatur, proses pengumpulan data utama dilakukan melalui interaksi tanya jawab dengan narasumber yang menjadi subjek penelitian.

#### **3.2 Unit Analisis**

Menurut (Hamidi, 2010) Unit analisis adalah fokus utama dari studi dan bisa berupa individu, kelompok, objek, atau konteks peristiwa sosial. Sebagai contoh, aktivitas individu atau kelompok bisa menjadi fokus penelitian. Dalam konteks ini, peneliti meneliti dan mengamati berbagai aspek yang terkait dengan aktivitas individu atau kelompok sebagai bagian dari peristiwa sosial yang sedang dipelajari, penelitian akan berfokus pada SMP Hang Tuah 1 Surabaya sebagai lokasi yang menjadi objek penelitian.

#### **3.3 Teknik Pengumpulan Data**

Ada berbagai cara untuk mengumpulkan data dari berbagai sumber. Dalam penelitian ini, data diperoleh melalui observasi, wawancara, dan studi pustaka. Metode-metode ini digunakan untuk mendapatkan data yang akurat dan lebih memahami informasi yang akan digunakan dalam perancangan *motion graphic*.

##### **3.3.1 Observasi**

Observasi merupakan kegiatan sehari-hari yang menggunakan panca indera sebagai alat utamanya. (Morrisan, 2017). Pengamatan langsung dilakukan di SMP Hang Tuah 1, pengamatan tidak langsung dilakukan melalui data pengetahuan tentang pubertas remaja perempuan SMP Hang Tuah 1 Surabaya.

### 3.3.2 Dokumentasi

Metode dokumentasi merupakan cara yang digunakan untuk memperoleh data berupa arsip, foto, dan gambar-gambar yang relevan dengan penelitian atau proyek tertentu. Dalam konteks perancangan *motion graphic*, metode dokumentasi digunakan untuk merekam seluruh proses yang dilalui, mulai dari tahap proses pengumpulan data, pra-produksi, produksi, pasca-produksi, dan publikasi karya merupakan rangkaian tahapan yang dilakukan dalam proses pembuatan suatu karya. Hal ini bertujuan untuk mencatat dan menyimpan setiap langkah dan detail yang terjadi dalam pembuatan *motion graphic* guna melacak proses dan hasil yang telah dicapai.

### 3.3.3 Wawancara

Menurut (Sugiyono, 2011:139) Wawancara adalah metode yang digunakan untuk mengumpulkan informasi atau keterangan yang telah diketahui sebelumnya.

Dalam penelitian ini, peneliti akan melakukan wawancara dengan Guru BK untuk mendapatkan informasi tentang pengetahuan siswi perempuan mengenai pubertas. Tujuan dari wawancara ini adalah untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang tingkat pengetahuan siswi mengenai masa pubertas.

### 3.3.4 Studi Literatur

Studi literatur merupakan salah satu metode yang digunakan untuk mengumpulkan data atau sumber yang relevan dengan topik penelitian. (Habsy, B. A., 2017). Studi literatur dilaksanakan dengan membaca dan mengambil catatan dari berbagai sumber seperti buku, jurnal, dan sumber-sumber internet yang relevan dengan topik penelitian tentang Pubertas, Remaja Perempuan, Kampanye Sosial, dan *Motion Graphic*.

### 3.3.5 Studi Kompetitor

Salah satu metode yang berguna sebagai acuan dalam proses berpikir dan pengembangan adalah studi kompetitor. Dalam studi kompetitor, peneliti melakukan observasi terhadap channel atau akun Motion Graphic yang terkenal. Dari observasi tersebut, peneliti dapat mempelajari cara penyampaian pesan, penyajian informasi, dan gaya motion graphic yang ditampilkan secara visual.

## 3.4 Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses sistematis dalam mencari dan mengorganisasi catatan pengamatan, wawancara, serta fakta-fakta lain yang telah terkumpul di lapangan. merupakan langkah penting dalam pengembangan pemahaman peneliti terhadap permasalahan yang sedang diselidiki. (Ahmad Rijali, 2018).

### **3.4.1 Reduksi Data**

Reduksi data adalah metode yang digunakan untuk memperoleh data yang lebih akurat melalui rangkuman catatan hasil observasi lapangan. Tujuan dari proses ini adalah untuk mengorganisir data, mengelompokkan informasi berdasarkan topik penelitian, dan menyusun pertanyaan-pertanyaan yang relevan. Dengan demikian, proses reduksi data membantu peneliti untuk memahami topik penelitian secara lebih sistematis dan mendalam, sehingga dapat mengumpulkan informasi yang lebih realistis dan terperinci sesuai dengan tujuan penelitian.

### **3.4.2 Penyajian Data**

Dalam karya tulis ilmiah ini, data yang terkumpul dari berbagai sumber, seperti observasi, wawancara, studi literatur, dan studi kompetitor, memiliki peran penting dalam menguatkan kesimpulan penelitian ini.

### **3.4.3 Penarikan Kesimpulan**

Data yang terkumpul selama proses penelitian di lapangan dapat digunakan untuk membuat kesimpulan sementara dan membantu dalam pengambilan keputusan awal. Namun, kesimpulan akhir dari penelitian baru dapat diperoleh setelah semua data yang terkumpul telah lengkap dan dianalisis secara menyeluruh.

## **3.5 Analisis S.W.O.T**

Tahap akhir analisis data adalah Analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats) adalah suatu kerangka kerja yang digunakan untuk mengevaluasi faktor-faktor internal dan eksternal dari suatu produk atau organisasi. Tujuan dari analisis ini adalah untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan internal, serta peluang dan ancaman eksternal, guna merancang strategi yang dapat memaksimalkan manfaat produk dan potensi yang dimiliki. Dalam tahap penelitian ini, analisis SWOT digunakan sebagai alat untuk merancang kampanye sosial yang sesuai dengan target audiens dan konsumen.

### **3.5.1 Strength**

*Strength* adalah kekuatan atau potensi khusus yang menjadi keunggulan dalam suatu organisasi atau entitas tertentu. Ini adalah faktor internal yang memberikan keunggulan kompetitif dan membedakan organisasi dari yang lain.

### **3.5.2 Weakness**

*Weakness* adalah keadaan atau kelemahan yang ada dalam sebuah organisasi atau entitas tertentu. Ini mencerminkan aspek internal yang dapat menghambat kinerja atau menyebabkan kerentanan terhadap ancaman eksternal. Namun, kelemahan ini dapat diubah menjadi kelebihan jika diatasi dengan strategi yang tepat dan perbaikan yang efektif.

### **3.5.3 Opportunity**

Peluang adalah situasi atau kondisi eksternal yang menguntungkan bagi suatu organisasi atau perusahaan. Hal ini mencakup berbagai faktor eksternal yang dapat dimanfaatkan untuk memajukan organisasi, mencapai tujuan, atau meningkatkan kinerja. Peluang ini dapat muncul dari berbagai faktor, seperti perubahan pasar, perkembangan teknologi, kebutuhan konsumen yang meningkat, atau potensi kerjasama dengan pihak lain.

### **3.5.4 Threats**

Ancaman adalah situasi atau kondisi dari luar organisasi yang dapat mengganggu kelancaran pencapaian visi dan misi organisasi atau perusahaan. Hal ini mencakup berbagai faktor eksternal yang dapat menyebabkan risiko atau hambatan dalam mencapai tujuan organisasi. Ancaman ini dapat berupa persaingan yang ketat di pasar, perubahan regulasi atau kebijakan pemerintah, fluktuasi harga bahan baku, atau perubahan tren dan preferensi konsumen yang dapat mengancam stabilitas dan kelangsungan usaha.

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Hasil Pengumpulan Data**

Berdasarkan hasil wawancara selama beberapa minggu, peneliti telah menggunakan berbagai teknik pengumpulan data seperti observasi, wawancara, studi literatur, dan dokumentasi. Data-data yang berhasil dikumpulkan dari teknik-teknik tersebut kemudian akan dianalisis kembali untuk mencapai data yang diharapkan dalam proses reduksi data. Hasil dari analisis data ini merupakan hasil dari keseluruhan proses pengumpulan data yang telah dilakukan sebelumnya.

##### **4.1.1. Hasil Observasi**

Berdasarkan hasil observasi Peneliti telah melakukan observasi di SMP Hang Tuah 1 dan berkonsultasi dengan ahli tumbuh kembang anak untuk memahami perubahan fisik pada remaja perempuan selama masa pubertas. Hasil dari observasi di kedua tempat tersebut menunjukkan bahwa siswi-siswi sudah mengetahui adanya perubahan fisik yang terjadi pada masa pubertas, tetapi mereka masih kurang menyadari dan peduli terhadap perubahan tersebut. Mereka juga masih kurang memahami cara untuk menerima perubahan fisik yang terjadi pada diri mereka akibat pubertas. Contoh-contoh kecil dari perubahan fisik yang mereka alami adalah bertambahnya berat badan dengan drastis dan tumbuhnya jerawat yang mungkin semakin banyak seiring berjalannya waktu. Hal ini menyebabkan mereka merasa kurangnya rasa percaya diri terkait dengan perubahan fisik yang terjadi pada masa pubertas.

##### **4.1.2 Hasil Wawancara**

Wawancara merupakan metode yang digunakan oleh peneliti untuk mendapatkan data yang valid dari berbagai sumber yang relevan dengan penelitian ini. Peneliti telah melakukan wawancara langsung dengan beberapa narasumber yang ahli dalam bidangnya atau memiliki kompetensi yang sesuai. Tujuan dari wawancara ini adalah untuk memahami secara lebih mendalam tentang gambaran perubahan fisik yang terjadi pada remaja perempuan saat pubertas. Data dan informasi yang diperoleh dari wawancara ini diharapkan dapat memberikan informasi yang akurat dan dapat dipertanggungjawabkan dalam penelitian ini.

### **a. Wawancara dengan Siswi SMP Hangtuh 1**

Dari hasil wawancara dengan beberapa siswi smp hang tuah 1 bahwa mereka memasuki masa pubertas dengan usia yang berbeda-beda, di usia yang baru awal mengalami pubertas, mereka masih belum tertarik untuk mempelajari lebih dalam tentang apa itu pubertas dan bagaimana menanganinya, mereka hanya mendapatkan informasi dari orangtua masing-masing, sedangkan di usia 12-15 tahun dan menyadari adanya perubahan fisik yang signifikan. yang pertama mereka alami saat pubertas adalah menstruasi atau haid, awalnya mereka terkejut dengan darah yang tiba-tiba keluar, setelah menyadari bahwa mereka mengalami tanda awal masa pubertas yaitu menstruasi, mereka masih mendapat informasi dari orangtua masing-masing tentang bagaimana menangani hal itu tetapi orangtua masih belum memperhatikan dengan detail apa saja yang harus dipersiapkan saat anak mereka tidak sedang dalam pengawasan, seperti membawa pembalut dan celana dalam untuk berjaga-jaga dan lain-lain, selanjutnya untuk menangani perubahan fisik lainnya mereka mendapat bimbingan atau informasi tentang pubertas dari sekolah yang diadakan setiap satu minggu sekali, untuk informasi pubertas yang didapat dari sekolah masih kurang menarik sehingga siswi kurang bersemangat untuk mempelajari lebih tentang pubertas. Perubahan fisik yang dialami pada masa pubertas dapat bervariasi antara individu. Beberapa perubahan yang umum termasuk menstruasi, pertumbuhan rambut di area tertentu, perubahan kulit, serta menstruasi pada perempuan. Penting bagi siswa-siswi untuk memahami bahwa perubahan ini adalah bagian normal dari perkembangan tubuh mereka.

### **b. Wawancara Guru BK SMP Hangtuh 1**

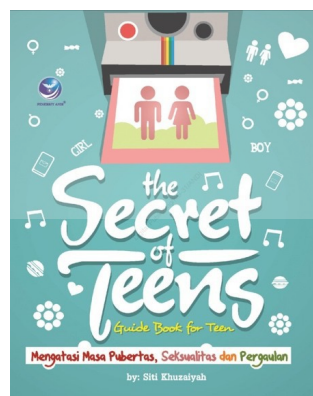
Dari hasil wawancara guru bk smp hang tuah 1 bahwa sudah adanya pembelajaran tentang pubertas diadakan pada satu minggu sekali dengan bergantian setiap kelas yang berbeda, pembelajaran tersebut masih menggunakan metode storytelling tanpa adanya media pendukung, Oleh karena itu, diperlukan sebuah media pembelajaran yang efektif untuk membantu menjelaskan masalah perubahan fisik, menstruasi, dan pubertas kepada para siswi. Media ini harus mengandung materi yang akurat dan dipastikan bersumber dari pihak yang berkompeten dan bertanggung jawab.

Dalam merancang motion graphic yang akan mengkomunikasikan masalah ini, perlu dipertimbangkan visualisasi yang menarik dan sesuai dengan usia target audiens. Dengan adanya visualisasi yang menarik, diharapkan siswi akan lebih mudah memahami materi yang disampaikan. Selain itu, diperlukan materi yang memberikan informasi tentang cara merawat organ reproduksi saat menstruasi dan dampak yang mungkin timbul jika kebersihan organ reproduksi tidak dijaga dengan baik. Hal ini penting karena masih banyak remaja yang belum memahami pentingnya menjaga kebersihan organ reproduksi mereka.

### c. Wawancara dengan Ahli Tumbuh Kembang Anak

Dari hasil wawancara dengan ahli tumbuh kembang Dapat disimpulkan bahwa penting untuk memberikan informasi tentang kesehatan reproduksi, menstruasi, dan pubertas kepada anak-anak dengan cara yang sesuai dengan perkembangan mereka. Materi, visualisasi, dan bahasa yang digunakan harus disesuaikan dengan usia dan kemampuan berpikir mereka. Selain itu, media yang digunakan juga harus sesuai dengan minat dan kebiasaan anak-anak pada masa ini, yang cenderung tergantung pada teknologi. Penggunaan media motion graphic sebagai alat pembelajaran dapat menjadi solusi yang efektif untuk meningkatkan minat anak-anak terhadap pembelajaran. Isi dari *motion graphic* tersebut sebaiknya menggunakan bahasa Indonesia yang tidak kaku, tetapi untuk istilah-istilah ilmiah tetap harus disampaikan dengan tepat sesuai dengan yang sebenarnya.

#### 4.1.3 Studi Literatur



Gambar 4. 1 Buku the secret of teens



Dalam perancangan ini, digunakan studi literatur berupa buku yang berjudul "The Secret of Teens". Buku ini memberikan penjelasan mengenai masa pubertas pada remaja.

#### 4.1.4 Studi Kompetitor



Gambar 4. 2 Studi Kompetitor

Dalam perancangan ini menggunakan studi kompetitor milik watchwellcast (2015) dengan judul karya "*what is puberty? decoding puberty in girls*".

#### 4.1.5 Dokumentasi

Berikut adalah beberapa dokumentasi yang telah diabadikan oleh peneliti untuk lebih memperdalam penelitian ini seberapa jauh pengetahuan siswi tentang pubertas.



Gambar 4. 3 Dokumentasi di Lokasi Observasi

Gambar 4.3 merupakan dokumentasi ketika peneliti sedang melakukan pengamatan langsung ke SMP hang tuah 1 dan kepada ahli tumbuh kembang anak untuk mengetahui lebih lanjut terkait pengetahuan siswi tentang pubertas.

## **4.2 Hasil Reduksi Data**

### **a. Observasi**

Hasil observasi yang dilakukan di kedua tempat tersebut menunjukkan bahwa para siswi remaja perempuan di SMP Hang Tuah 1 telah menyadari adanya perubahan fisik yang terjadi pada masa pubertas. Meskipun begitu, mereka masih memiliki keterbatasan dalam memahami cara menghadapinya. Mereka juga belum sepenuhnya memahami cara menjaga kesehatan fisik selama masa pubertas. Contoh-contoh kecil dari perubahan fisik yang terjadi adalah tumbuhnya jerawat dan penambahan berat badan secara drastis, yang menyebabkan kebingungan bagi mereka dalam menyikapinya. Karena itu, diperlukan adanya edukasi mengenai perubahan fisik yang terjadi pada masa pubertas untuk membantu mereka dalam menghadapinya dengan lebih baik dan menjaga kesehatan fisiknya.

### **b. Wawancara**

Hasil Wawancara yang dilakukan di kedua tempat tersebut ditemukan bahwa remaja perempuan siswi smp hangtuah 1 sudah mengetahui bahwa adanya perubahan fisik pada masa pubertas namun mereka masih kurang mengerti cara menyikapi hal tersebut. Mereka kurang mengerti cara untuk menjaga Kesehatan fisik yang mereka alami selama pubertas. Contoh kecil dari perubahan fisik pada masa pubertas adalah tumbuhnya jerawat serta bertambahnya berat badan yang secara drastis, sehingga mereka bingung untuk menyikapi hal tersebut. Maka dari itu, perlu adanya edukasi mengenai perubahan fisik pada masa pubertas.

### **c. Dokumentasi**

Peneliti mendapatkan dokumentasi dengan melakukan observasi langsung di dua tempat berbeda. Observasi dilakukan di SMP Hang Tuah 1 dan juga melibatkan ahli tumbuh kembang anak. Dengan mengamati dan mencatat data secara langsung, peneliti dapat mendapatkan informasi yang akurat dan detail tentang perubahan fisik yang terjadi pada remaja perempuan selama masa pubertas. Dalam dokumentasi tersebut peneliti berinteraksi dengan siswi danguru bk dan seorang ahli tumbuh kembang anak, untuk mengetahui lebih lanjut terkait pengetahuan pubertas pada remaja perempuan. Peneliti mengambil beberapa dokumentasi untuk dijadikan gambaran mengenai pubertas.

### **d. Studi Literatur**

Dalam Dalam proses perancangannya, peneliti menggunakan studi literatur berupa buku yang berjudul "The Secret of Teens". Buku ini menjadi sumber informasi yang relevan untuk memahami tentang masa pubertas pada remaja.

Dengan mengacu pada buku tersebut, peneliti dapat menggali pemahaman yang lebih mendalam tentang perubahan fisik dan perkembangan remaja selama masa pubertas.

#### e. Studi kompetitor

Riset kompetitif adalah metode untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, dan peluang dalam karya riset atau desain yang berfokus pada media tertentu. Penulis menggunakan studi kompetisi. dari *watchwellcast* (2015) yang berjudul "*what is puberty? decoding puberty in girls*" sebagai acuan dalam merancang *motion graphic* ini.

### 4.3 Hasil Penyajian Data

Berdasarkan proses reduksi data yang melibatkan observasi, wawancara, dan dokumentasi, peneliti berhasil mengumpulkan data-data sebagai berikut:

1. Pubertas merupakan aspek penting dalam kehidupan yang menjadi fokus perbincangan.
2. Setiap remaja mengalami proses pubertas pada waktu yang berbeda-beda dan durasi perubahan tersebut juga bervariasi antara satu individu dengan lainnya.
3. Target audience kampanye ini adalah remaja perempuan berusia 12-15 tahun yang sedang atau akan menjalani masa pubertas.
4. Masa pubertas menandai periode perubahan fisik yang signifikan dan berlangsung dengan cepat saat remaja memasuki masa peralihan dari anak-anak menuju dewasa.
5. Sebagian remaja masih kurang memahami perubahan yang terjadi pada diri mereka selama masa pubertas.
6. Kampanye sosial menggunakan *motion graphic* sebagai media pembelajaran yang modern dan diharapkan lebih menarik minat remaja dibandingkan media lain yang sudah ada.

### 4.4 Kesimpulan

Peneliti mengikuti beberapa tahapan analisis data, antara lain reduksi data dari observasi hingga penyajian data yang terkumpul selama beberapa bulan. Dari proses tersebut dapat disimpulkan bahwa remaja putri usia 12-15 tahun perlu diberikan pengetahuan dan informasi tentang perubahan fisik pada masa pubertas. Pendekatan yang digunakan dalam perancangan ini menarik dan praktis, sehingga remaja putri diharapkan lebih memahami dan memahami perubahan tubuh yang terjadi pada masa pubertas.

## 4.5 Konsep dan *Keyword*

Mengumpulkan konsep dan kata kunci, peneliti terlebih dahulu melakukan analisis STP (Segmentation, Targeting, Positioning), USP (Unique Selling Proposition) dan SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats) untuk memudahkan menemukan konsep yang tepat dan kata kunci terkait pada langkah pertama.

### 4.5.1 Analisis Segmentasi, *Targeting*, *Positioning* ( STP)

#### a. Segmentasi

Berikut adalah pemaparan mengenai segmentasi dari motion graphic, sebagai berikut:

##### 1. Geografis

Negara	: Indonesia
Teritorial	: Jawa Timur
Distrik	: Surabaya
Kepadatan Populasi	: Kota besar

##### 2. Demografis

Usia	: 12-15 tahun
Jenis kelamin	: Perempuan
Profesi	: Siswi SMP kelas 1-3
Ekonomi	: Semua kalangan

#### b. *Targeting Audience*

Pada perancangan motion graphic sebagai media kampanye sosial ini, peneliti mengarahkan targetnya pada siswi SMP berusia 12-15 tahun. Hal ini dipilih karena pada usia tersebut, remaja perempuan akan mengalami perubahan fisik yang signifikan saat memasuki masa pubertas, yang menjadi periode penting dalam kehidupan mereka ke depan.

#### c. *Positioning*

Motion graphic terkait perubahan fisik remaja perempuan pada masa pubertas sebagai media kampanye sosial ini topik pembahasan dalam penelitian ini akan berfokus pada pubertas yang dialami oleh remaja perempuan. Selain itu, penelitian ini juga akan menyelidiki penyimpangan-penyimpangan yang dapat terjadi selama pubertas dan akibat-akibat yang mungkin timbul akibat dari penyimpangan tersebut.

#### 4.5.2 Unique Selling Proposition (USP)

Unique Selling Point (USP) dari kampanye sosial perubahan fisik remaja perempuan pada masa pubertas ini adalah karena menggunakan video berbasis *motion graphic* memudahkan berbagi informasi untuk menjangkau remaja perempuan secara efektif dan meningkatkan kesadaran serta pemahaman tentang perubahan fisik pada masa pubertas, dalam isi video ini mereka diajarkan bahwa perubahan fisik adalah bagian normal dari perkembangan mereka sebagai individu.

#### 4.5.3 Analisis SWOT

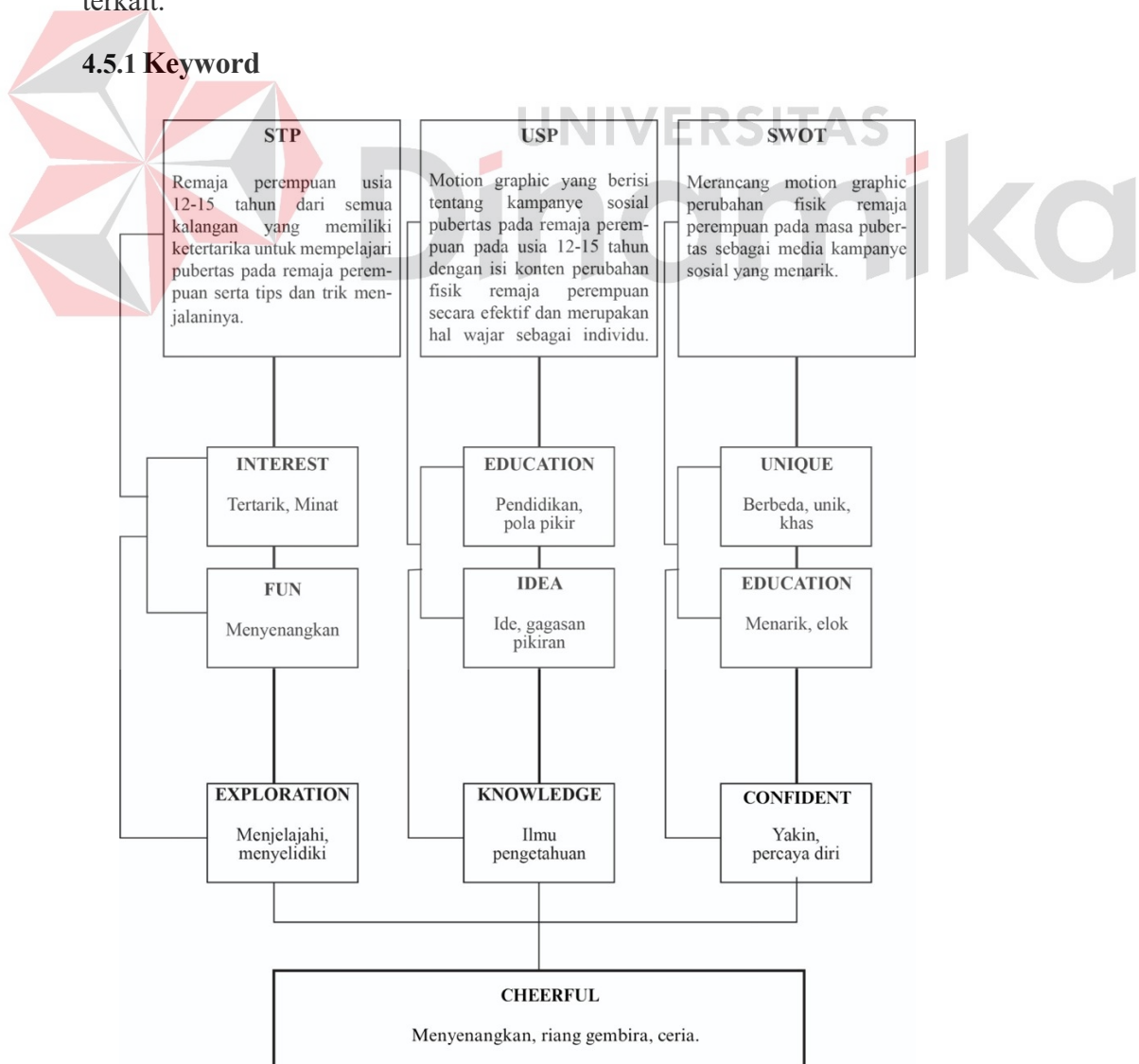
<p><i>Strenghts</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Memberikan informasi mengenai Pubertas pada perempuan.</li> <li>b. Menjadi salah satu media pembelajaran mengenai pubertas pada perempuan.</li> <li>c. Meningkatkan pemahaman untuk belajar tentang pubertas pada remaja perempuan.</li> </ul>	<p><i>Weakness</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Edukasi tentang pendidikan pubertas baik fisik maupun reproduksi.</li> <li>b. Media pembelajaran mengenai pubertas pada remaja masih kurang.</li> <li>c. Saat ini, media pembelajaran <i>motion graphic</i> masih kurang dikenal oleh sebagian besar target audience.</li> </ul>
<p><i>Opportunities</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Pemanfaatan media digital sebagai media edukasi sedang banyak diminati.</li> <li>b. Berkembangnya teknologi mempermudah penggunaannya untuk media edukasi.</li> <li>c. Ketertarikan dalam media belajar dengan penggunaan gambar dan visual yang unik.</li> </ul>	<p><i>Threats</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Penggunaan media <i>motion graphic</i> sebagai media informasi tidak dapat diterima untuk semua kalangan.</li> <li>b. Media edukasi banyak yang membuat merasa bosan</li> <li>c. Media konvensional masih digunakan dalam pemberian edukasi pada remaja.</li> </ul>
<p>S-O</p> <p>Membuat <i>motion graphic</i> dengan elemen visual unik dan menarik serta dengan penekanan edukasi pubertas melalui media digital.</p>	<p>W-O</p> <p>Merancang media edukasi mengenai pubertas pada remaja perempuan melalui media digital Untuk mempermudah pembelajaran.</p>

<p><b>S-T</b></p> <p>Gaya yang unik serta menarik pada elemen visual motion graphic dapat menjadi daya tarik dalam edukasi pubertas pada remaja.</p>	<p><b>W-T</b></p> <p>Media digital dalam pemanfaatannya menjadi lebih mudah untuk diakses dalam proses edukasi pubertas pada remaja.</p>
<p><b>Kesimpulan untuk Strategi Utama</b></p> <p>Merancang motion graphic perubahan fisik remaja perempuan pada masa pubertas sebagai media kampanye sosial dengan menarik.</p>	

Gambar 4. 4 Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan metode untuk mengevaluasi kekuatan (Strengths) dan kelemahan (Weaknesses) internal suatu produk atau hal yang sedang dipelajari, serta melihat peluang (Opportunities) dan ancaman (Threats) dari aspek eksternal terkait.

**4.5.1 Keyword**



Gambar 4. 5 Keyword

#### 4.5.2 Deskripsi *Keyword*

Berdasarkan hasil analisis data melalui SWOT, STP, dan USP, peneliti menyimpulkan bahwa keyword yang paling tepat untuk perancangan ini adalah "cheerful" yang berarti menyenangkan. Keyword ini digunakan dalam perancangan dengan tujuan agar menciptakan suasana yang menyenangkan dan menggembirakan bagi target audiens, sehingga mereka dapat lebih tertarik dan terlibat dalam kampanye sosial ini. penggunaan media motion graphic diharapkan dapat menjadi media pembelajaran yang menyenangkan untuk anak 12-15 tahun untuk belajar mengenai pubertas sehingga tidak mudah bosan dalam menerima materi atau penjelasan tentang pubertas.

#### 4.6 Konsep Karya

Proses perancangan sebuah karya melibatkan penciptaan dari gagasan, isi, dan konsep yang jelas dan menarik.

##### 4.6.1 Konsep Perancangan Karya

Dari analisis data melalui SWOT, STP, dan USP, diperoleh sebuah keyword yang akan menjadi konsep utama dalam perancangan motion graphic tentang perubahan fisik pada remaja perempuan saat pubertas.

##### 4.6.2 Tujuan kreatif

Tujuan kreatif dari perancangan ini adalah menyajikan informasi yang mengarah pada pengetahuan dan kesadaran remaja tentang pentingnya perubahan fisik saat masa pubertas sebagai bagian normal dari perkembangan sebagai individu.

##### 4.6.3 Model dan Teknik Perancangan Media Kampanye Sosial

*Motion graphic* sebagai media kampanye sosial memiliki beragam model dan teknik yang dapat digunakan dalam pembuatannya. Oleh karena itu, peneliti perlu menentukan model dan teknik yang tepat untuk menghadirkan kampanye sosial ini dengan efektif dan sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai.

- Model Kompensional Kampanye

Model yang dipilih berfokus pada cara penyampaian dan penerimaan informasi atau pesan kampanye kepada target audience. Keputusan untuk memilih model ini didasarkan pada kesesuaian dengan data temuan yang telah dikumpulkan oleh peneliti, di mana remaja diharapkan dapat menyadari dan memahami pentingnya proses pubertas dalam kehidupan mereka ke depan.

## 4.7 Strategi Kreatif

Perancangan Untuk meningkatkan daya tarik dan pemahaman target audience, perancangan motion graphic ini akan disajikan secara menarik dengan mempergunakan unsur storytelling. Hal ini bertujuan agar informasi yang disampaikan lebih mudah diterima oleh target audience. Strategi kreatif yang akan digunakan adalah sebagai berikut:

### 4.7.1 *Visual Identity* Media Kampanye Sosial

Identitas visual memainkan peran kunci dalam menggambarkan desain kampanye sosial yang pada akhirnya akan diterima oleh publik. Berikut beberapa identitas visual yang peneliti kembangkan untuk kampanye media sosial terkait dengan perubahan fisik yang terjadi pada remaja putri pada masa pubertas :

1. Judul Motion Graphic perubahan fisik remaja perempuan pada masa pubertas sebagai Media Kampanye Sosial: Berdasarkan keyword "*cheerful*", muncul ide untuk memberi nama gerakan kampanye dengan akronim "*Teenage Girl Puberty*" yang bermakna Menyenangkan Belajar Mengenai Pubertas. Nama gerakan ini bertujuan untuk mengajak remaja perempuan agar lebih aktif dan antusias dalam mempelajari dan memahami tentang pubertas, serta merasa senang dan nyaman dalam menghadapi perubahan fisik yang terjadi pada masa pubertas.

#### 2. Tagline

Tagline dari kampanye sosial ini adalah "Masa pubertas sama dengan masa mengenal diri dalam versi kamu yang berbeda". Pengertian dari tagline ini adalah mengajak remaja perempuan untuk menghadapi masa pubertas, yaitu periode perubahan fisik yang signifikan, dengan memiliki keyakinan dan kepercayaan diri yang kuat.



### 3. Logo Kampanye Sosial

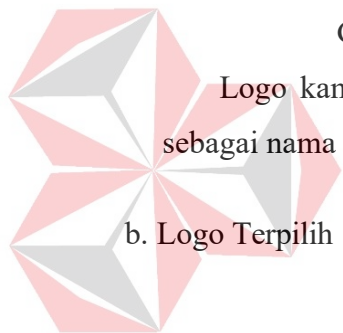
#### a. Sketsa



Gambar 4. 6 Sketsa Logo Kampanye Sosial

Logo kampanye sosial ini tercipta dari tulisan “teenage girl puberty” sebagai nama gerakan kampanye sosial.

#### b. Logo Terpilih

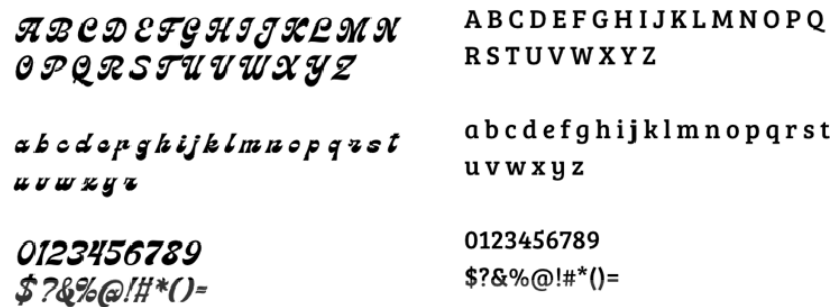


*Teenage  
Girl  
Puberty*

Gambar 4. 7 Logo Terpilih

Logo ini adalah identitas visual dari gerakan kampanye sosial “*Teenage Girl Puberty*”. Logo ini akan menjadi penggambaran utama dari kampanye dan digunakan sebagai identitas visual yang khas untuk gerakan tersebut. Selain itu, logo ini akan digunakan secara konsisten dalam berbagai media dan materi promosi sebagai elemen penting dalam mencitrakan dan mengidentifikasi gerakan kampanye ini.

### 3. Typography



Gambar 4. 8 Jenis Font

Dalam perancangan motion graphic perubahan fisik remaja perempuan pada masa pubertas sebagai media kampanye sosial "*Teenage Girl Puberty*", tipografi yang digunakan mengacu pada *keyword cheerful*. Oleh karena itu, digunakan jenis typeface "*Laries Script*" dan "*Bree Serif*" untuk menciptakan kesan yang ringan, menyenangkan, dan tidak resmi. Jenis *typeface* ini memiliki stroke tebal dan bentuk yang luwes sehingga tampilannya tampak *playful* namun tetap terlihat rapi dan mudah dibaca.

### 4. Warna

Pentingnya penggunaan warna dalam sebuah karya tak dapat diabaikan. Oleh karena itu, untuk mencerminkan konsep kata kunci "*cheerful*" yang ditujukan kepada remaja perempuan, warna-warna feminim seperti pink, ungu, dan orange menjadi dominan dalam perancangan ini. Sementara untuk latar belakang, dipilih warna yang lebih lembut seperti kuning dan abu-abu agar ilustrasi utama lebih menonjol dan terlihat lebih menyatu dengan keseluruhan desain.



Gambar 4. 9 Warna

## 4.8 Perancangan Media Utama

### 4.8.1. Media Utama

Dalam perancangan ini, video motion graphic digunakan sebagai media utama untuk menyampaikan semangat dalam mempelajari tentang pubertas. Tujuannya adalah agar remaja perempuan dapat dengan mudah memahami materi dan diharapkan dapat membentuk pola pikir yang *cheerful* atau gembira dalam menghadapi proses pubertas.

Judul Video : Teenage girl puberty

Konsep : Media untuk kampanye sosial perubahan fisik remaja perempuan pada masa pubertas

Tema : perubahan fisik remaja perempuan saat pubertas

Durasi : 2 menit 10 detik

Format ukuran: 1920 x 1080 px (1080p = full HD)

### 4.8.2 Sinopsis Motion Graphic

Dalam perancangan motion graphic perubahan fisik remaja perempuan pada masa pubertas ini menggambarkan perjalanan perubahan fisik yang dialami oleh remaja perempuan selama masa pubertas. Dengan menggunakan animasi yang menarik dan narasi yang informatif, *motion graphic* ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang jelas dan positif tentang perubahan fisik yang terjadi pada masa ini. Di video motion ini juga dijelaskan bagaimana tubuh mereka mengalami perubahan signifikan. Dalam animasi yang berwarna, gambar-gambar seperti menstruasi, pertumbuhan payudara, tumbuhnya rambut, dan perubahan kulit ditampilkan secara berurutan.

### 4.8.3 Storyline

1. Opening Credit
2. Judul Motion Graphic: Teenage girl puberty
3. Pembahasan terkait perubahan fisik yang terjadi pada masa pubertas
4. Pengenalan animasi yang menggambarkan berbagai perubahan fisik pada tubuh remaja perempuan
5. Dukungan teks yang mendorong remaja perempuan untuk berbagi pengalaman, mencari dukungan, dan merasa bahwa mereka tidak sendiri
6. Closing
7. Credit Title

### 4.8.4 Skenario

Scene	Skenario	Durasi
1	Opening credit Motion Logo "Teenage girl puber"	(00:00 - 00:03)
2	Penjelasan tentang pubertas	(00:03 - 00:18)
3	Penjelasan tentang perubahan fisik apa saja yang terjadi Selama pubertas	(00:18 - 00:25)
4	Menjelaskan bagian 1 perubahan fisik apa saja yang terjadi yaitu menstruasi	(00:25 - 00:52)
5	Menjelaskan bagian 2 perubahan fisik apa saja yang terjadi yaitu tumbuhnya rambut	(00:52 - 01:32)
6	Menjelaskan bagian 3 perubahan fisik apa saja yang terjadi yaitu pertumbuhan payudara	(01:32 - 01:45)
7	Menjelaskan bagian 4 perubahan fisik apa saja yang terjadi yaitu adanya atau muncul selulit	(01:45 - 01:58)
8	Closing credit title	(01:48 - 02:10)

Gambar 4. 10 Skenario Motion Graphic

### 4.8.5 Storyboard

No.	Storyboard	VO+Durasi	No.	Storyboard	VO+Durasi
1		VO : hai girls, hari ini kita akan membahas tentang pubertas yang terjadi pada remaja perempuan Durasi : 00:00 - 00:18	5		VO : (menjelaskan tentang payudara) pertumbuhan yg tidak sama. Durasi : 01:32 - 01:45
2		VO : pubertas dari sudut pandang wanita dan jika kamu tidak tahu atau belum memahami apa arti pubertas, jadi lihat dan dengarkan, inilah yang akan kamu alami : menstruasi, tumbuhnya rambut di area tertentu, pertumbuhan payudara, dan munculnya selulit. Durasi : 00:18 - 00:25	6		VO : (menjelaskan tentang selulit) itu hal yg normal. Durasi : 01:45 - 01:58
3		VO : (menjelaskan tentang menstruasi) perubahan suasana hati, mempersiapkan celana & pembalut. Durasi : 00:25 - 00:52	7		VO : lihatlah sekelilingmu, setiap perempuan yang kamu kenal akan mengalami hal yang sama, mari kita hadapi pubertas dengan percaya diri. Durasi : 01:58 - 02:10
4		VO : (menjelaskan tentang pertumbuhan rambut di area tertentu) rambut vellus, rambut terminal. Durasi : 00:52 - 01:32			

Gambar 4. 11 Storyboard motion graphic

### 4.9 Perancangan Media Pendukung

Media pendukung memiliki peran penting sebagai sarana promosi media utama. Beberapa media yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Poster
2. X-banner
3. Instagram
4. Youtube
5. Merchandise: Stiker, Gantungan kunci, Kaos, totebag.



**SKETSA**

**Merchandise Gantungan Kunci**

**X-Banner & Poster**

**Feed IG**

**Merchandise Sticker**

**Youtube**

**Merchandise Kaos & Totebag**

Gambar 4. 12 Sketsa

#### 4.10 Hasil Perancangan Desain Media

Kampanye media sosial menawarkan berbagai model dan teknik yang dapat digunakan untuk membuatnya. Oleh karena itu, peneliti harus memilih model dan teknik yang tepat untuk menyajikan kampanye sosial ini secara efektif dan mencapai tujuan yang diinginkan. Dalam menentukan model dan teknik yang tepat, peneliti harus mempertimbangkan karakteristik kelompok sasaran, pesan yang disampaikan, dan konteks sosial yang relevan sehingga kampanye tersebut memberikan efek positif dan memicu perubahan sosial yang diharapkan:

##### 1. Logo Gerakan Kampanye Sosial

Teenage  
Girl  
Puberty

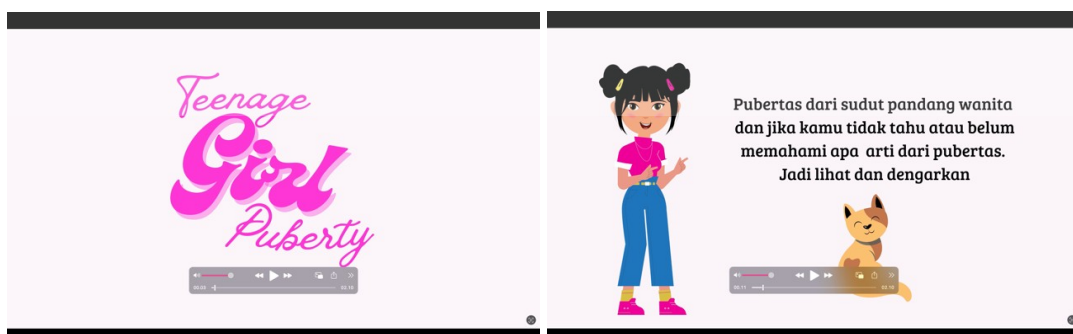
Gambar 4. 13 Logo gerakan kampanye sosial

Logo ini adalah logo dari gerakan kampanye sosial '*teenage girl puberty*', yang akan digunakan sebagai identitas visual untuk media utama dan media pendukung.

##### 2. Video Motion Graphic

Video motion graphic ini digunakan sebagai kampanye media sosial untuk mempromosikan perubahan fisik selama pubertas pada remaja putri dan diunggah ke situs media sosial seperti YouTube.

##### a. Motion Graphic Scene Awal





Gambar 4. 14 Motion Scene awal

Menampilkan logo serta voice over menjelaskan tentang pubertas itu sendiri.

b. Motion Graphic Scene Inti



Gambar 4. 15 Motion Scene inti

Menampilkan desain karakter serta menjelaskan bagian inti perubahan fisik yang terjadi pada masa pubertas.

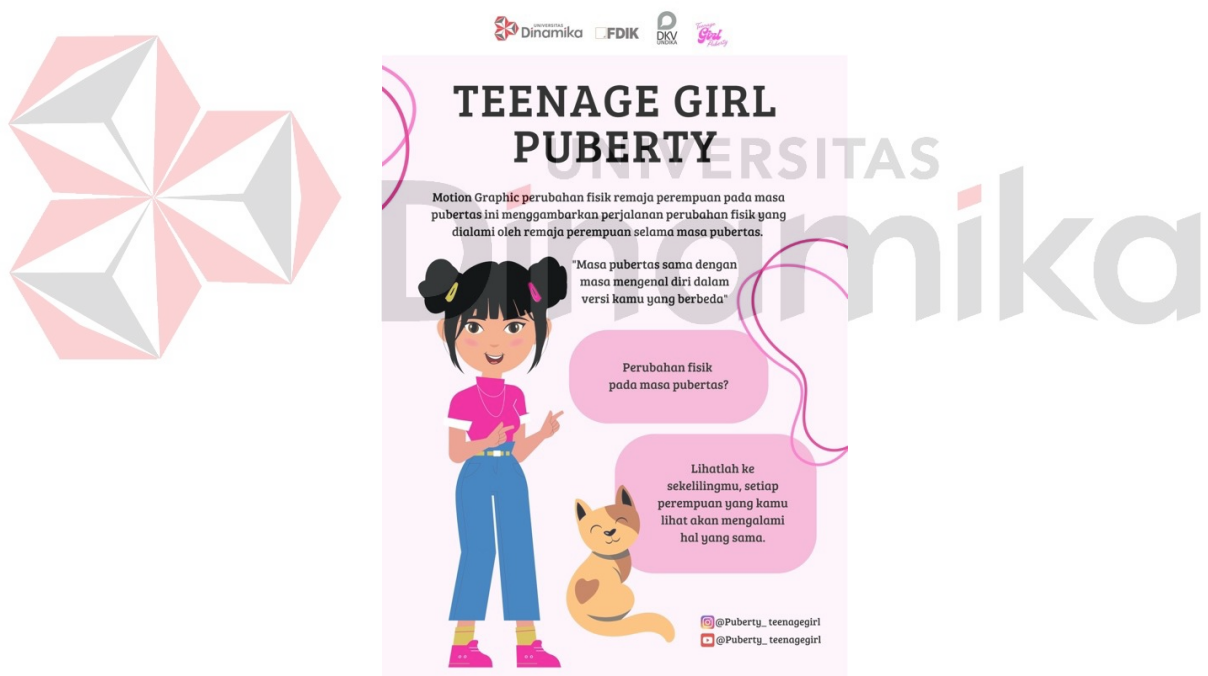
### c. Motion Graphic Scene Penutup



Gambar 4. 16 Motion Scene penutup

Dengan karakter dan kata-kata yang memotivasi remaja untuk bisa melewati masa pubertas.

### 3. Poster



Gambar 4. 17 Poster Kampanye Sosial

Berikut ini adalah poster berukuran A3 yang menjadi bagian dari media pendukung dalam perancangan motion graphic tentang perubahan fisik remaja perempuan pada masa pubertas sebagai media kampanye sosial.



#### 4. X-Banner



Gambar 4. 18 X-Banner Kampanye Sosial

X-banner yang digunakan sebagai media pendukung memiliki ukuran sekitar 160 x 60 cm. Isinya sama dengan desain poster, namun mengalami perubahan gaya atau tampilan yang berbeda.

#### 5. Sticker



Gambar 4. 19 Stiker

Stiker yang dirancang berkaitan dengan topik penelitian yaitu perubahan fisik pada remaja putri. Stiker ini berukuran 5 cm dan bahannya matte.

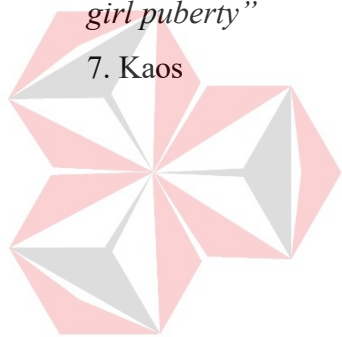
## 6. Gantungan kunci



Gambar 4. 20 Gantungan Kunci

Gantungan kunci ini memiliki dimensi sekitar 5 cm dan dilapisi dengan lapisan finish doff untuk meningkatkan daya tahan dan ketahanan. Gantungan kunci ini merupakan merchandise yang dihasilkan dari gerakan kampanye sosial “*teenage girl puberty*”

## 7. Kaos



Gambar 4. 21 Kaos

Kaos ini merupakan salah satu produk dari kampanye sosial "*Teenage Girl Puberty*". Kaos ini didesain dengan logo "*Teenage Girl Puberty*" yang menjadi ciri khasnya. Bahan kaos ini menggunakan premium cotton combat untuk memberikan kualitas yang baik.

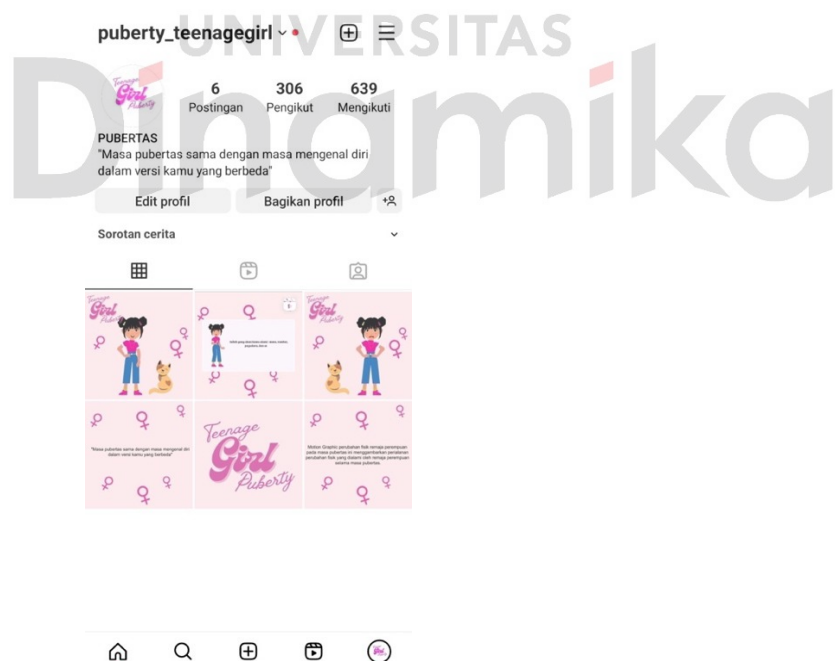
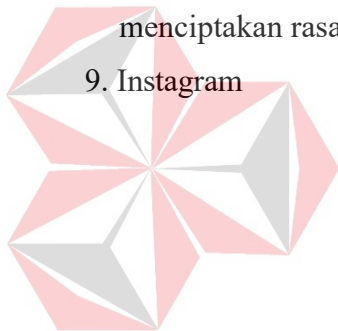
## 8. Totebag



Gambar 4. 22 Totebag

Totebag ini dijadikan sebagai merch karena dengan menggunakan tote bag desain yang terkait dengan diberi logo dari teenage girl puberty dapat menciptakan rasa identifikasi dan solidaritas di antara remaja perempuan.

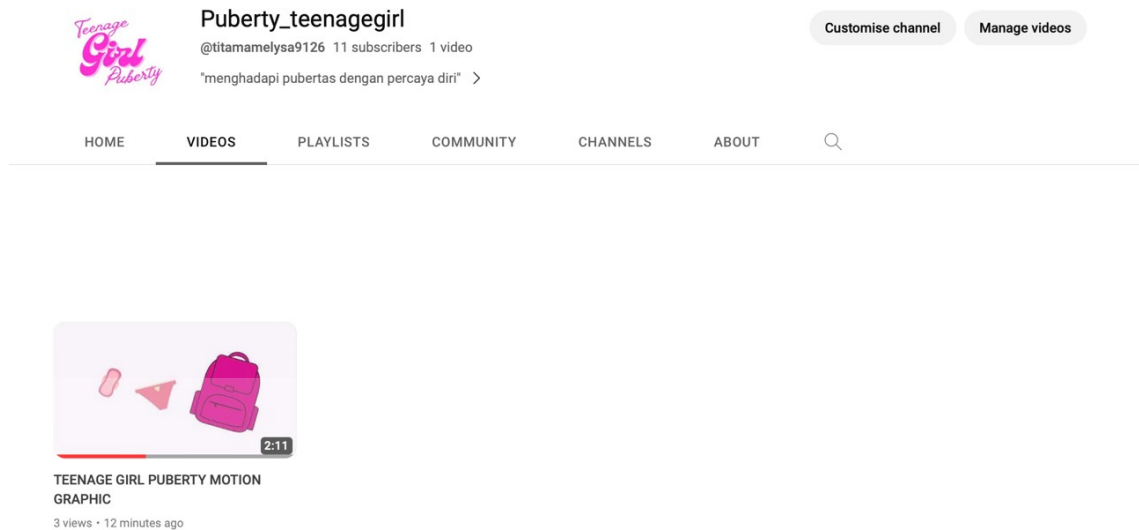
## 9. Instagram



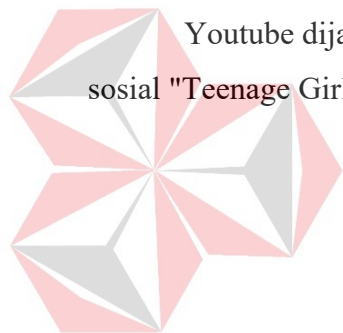
Gambar 4. 23 Instagram

Instagram merupakan platform digital yang digunakan sebagai sarana untuk menyebarkan gerakan kampanye sosial "teenage girl puberty". Konten-konten yang telah dirancang dalam perancangan ini akan diunggah ke akun Instagram sebagai cara untuk mencapai lebih banyak audiens.

## 10. Youtube



Gambar 4. 24 Youtube



Youtube dijadikan sebagai platform digital utama dari gerakan kampanye sosial "Teenage Girl Puberty" untuk mencapai audiens yang lebih luas.

UNIVERSITAS  
**Dinamika**

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Penelitian ini menggunakan 3 tahapan dalam perancangan *motion graphic* perubahan fisik remaja perempuan pada masa pubertas sebagai media kampanye sosial yaitu pra-produksi, produksi, dan pasca produksi. Menggunakan *keyword "Cheerful"* diperoleh dari analisa USP, STP, dan SWOT. Penggunaan elemen visual yang menarik dan unik menjadi daya tarik utama dalam topik yang digunakan. *Keyword "Cheerful"* memiliki makna menyenangkan, adanya *motion graphic* ini remaja dapat lebih menyenangkan untuk mempelajari masa pubertas yang membuat perubahan fisik signifikan ini. Diharapkan dengan Perancangan kampanye sosial berbasis *motion graphic "Teenage Girl Puberty"* ini didukung oleh berbagai media, termasuk poster, stiker, x-banner, totebag, kaos, gantungan kunci, dan feed Instagram. Semua media pendukung tersebut bertujuan untuk memperkuat kampanye sosial ini. Dengan menggunakan *motion graphic* sebagai mediumnya, kampanye ini diharapkan dapat menjadi alat informasi dan edukasi yang efektif dalam pembelajaran tentang masa pubertas bagi remaja perempuan.

#### **5.2 Saran**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, peneliti menyarankan agar *motion graphic* berjudul "Teenage Girl Puberty" diharapkan dapat menjadi media informasi dan edukasi yang efektif dalam pembelajaran tentang masa pubertas bagi remaja perempuan. Dengan pendekatan yang terstruktur dan menggunakan elemen visual yang menarik, kampanye ini dapat mempengaruhi secara positif dan memberikan dukungan kepada remaja perempuan dalam menghadapi perubahan fisik yang terjadi selama masa pubertas.

## DAFTAR PUSTAKA

Angrainy, R., Fitri, L., & Wulandari, V. (2019). Pengetahuan Remaja Putri Tentang Konsumsi Tablet Fe Pada Saat Menstruasi Penganemia. *Jurnal Endurance*, 4(2), Pp.343-349.

BKKBN. (2017). *Peraturan Kepala Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional Nomor 24 tahun 2017 tentang Pelayanan Keluarga Berencana Pasca Persalinan dan Pasca Keguguran*. Jakarta: BKKBN.

Eko Valentino, Dion. 2019. "Pengantar Tipografi." *Tematik* 6 (2): 54–71. <https://doi.org/10.38204/tematik.v6i2.254>.

Endar Timiyatun, Eka Oktavianto, S. N. H. (2021). Edukasi Kesehatan: Pemeriksaan Payudara Sendiri (SADARI) Secara Online Efektif Meningkatkan Pengetahuan dan Sikap Pada Remaja Endar Timiyatun, Eka Oktavianto, Sri Nur Vol. 1 No. 1, 2021 Hartiningsih STIKes Surya Global Yogyakarta. *Linggau Health Journal*, 1(1), 1–7.

Febianti, Y. N. (2018). Peningkatan Motivasi Belajar dengan Pemberian Reward and Punishment yang positif. *Jurnal Edunomic*, 97.

Hamidi. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif Pendekatan Praktis Penulis Proposaldan Laporan Penelitian*. Malang: UU Press.

Hasan, Rahmawati, Antonius Boham, and Meiske Rembang. 2016. "Peran Orang Tua Dalam Menginformasikan Pengetahuan Seks Bagi Remaja Di Desa Picuan Kecamatan Motoling Timur Kabupaten Minahasa Selatan." *Acta Diurna* V(3).

Hidajaturrokhmah, Nuryenny et al. 2018. "Sosialisasi HIV atau AIDS dalam kehamilan dirt 27 w 10 lingkungan tirtoudan kelurahan tosaren kecamatan pesantren kota kediri." *Journal of Community Engagement in Health* 1(1): 14–16.

- Khairani. (2018). *InfoDatin Pusat Data dan Informasi Kementerian Kesehatan RI. Kementerian Kesehatan RI. Jakarta Selatan.*
- Kiftiyah, Iva Nur, Shellya Sagita, and Achmad Baharudin Ashar. 2017. "Peran Media Youtube Sebagai Sarana Optimalisasi Perkembangan Kognitif Pada Anak Usia Dini." *Prosidi SEMNAS Penguatan Individu Di Era Revolusi Informasi*, no.1998:199–208.
- Kurniawati, N., Wahyu, M., Akbid, N., Putra, B., Purworejo, B., & Soekarno Hatta, J. (2021). Hubungan Tingkat Pengetahuan Tentang Pubertas Dengan Sikap Menghadapi Perubahan Fisik Pada Remaja Awal. *Jurnal Komunikasi*
- Mulawarman, Mulawarman, and Aldila Dyas Nurfitri. 2017. "Perilaku Pengguna Media Sosial Beserta Implikasinya Ditinjau Dari Perspektif Psikologi Sosial Terapan." *Buletin Psikologi* 25 (1): 36–44. <https://doi.org/10.22146/buletinpsikologi.22759>.
- Priyanti, S., & Syalfina, A. D. (2017). *Buku Ajar Kesehatan Reproduksi Dan Keluarga Berencana. CV Kekata Group.* <http://bppsdmk.kemkes.go.id/pusdiksdmk/wpcontent/uploads/2017/08/Kespro-dan-KB-Komprehensif.pdf>.
- Rochmania, B. K. (2020). Sikap Remaja Putri Dalam Menghadapi Perubahan Fisik Saat Pubertas. Rochmania, B. K. Sikap Remaja Putri Dalam Menghadapi Perubahan Fisik Saat Pubertas. *J. Vokasi Kesehatan*, 6, 42 (2020).s. *Jurnal Vokasi Kesehatan*, 6(1), 42. <https://doi.org/10.30602/jvk.v6i1.213>
- Sarwono. 2011. *Psikologi Remaja. Edisi Revisi. Jakarta: Rajawali Pers.*
- Sitepu, Vinsensius. 2021. "Panduan Desain Grafis." *Escaeva.Com*, no. May: 52. Siti Mayasari. 2016. "Gambaran Pengetahuan Remaja Mengenai Kesehatan Reproduksi Dan Sikap Menghadapi Masa Pubertas Siswa Kelas VII SMP Muhammadiyah 10 Surakarta." [http://eprints.ums.ac.id/43803/23/Naskah Publikasi skripsi.pdf](http://eprints.ums.ac.id/43803/23/Naskah_Publikasi_skripsi.pdf).