

2. IDENTIFIKASI DAN ANALISIS DATA

2.1. Tinjauan Teori

2.1.1. Nilai Gizi Makanan Sehat

2.1.1.1. Nilai Gizi Makanan Sehat

“Makanan yang sehat dan bergizi adalah jenis makanan yang mengandung nutrisi yang dibutuhkan oleh tubuh seperti vitamin, mineral, karbohidrat, protein, serat, dan air” (Realfood, 2020). Realfood (2020) menjabarkan kriteria penting yang harus ada di dalam makanan sehat dan bergizi yang terdiri dari karbohidrat, protein, lemak, vitamin, mineral, serat, dan air.

2.1.1.2. Kandungan Nilai Gizi Dalam Sayuran Kol

Sayuran merupakan salah satu jenis makanan yang dikenal mengandung banyak nutrisi dan nilai gizi yang berguna untuk kesehatan tubuh. Sayuran merupakan “sumber penting dari banyak nutrisi, termasuk didalamnya potasium, asam folat, serat makanan, vitamin A, vitamin E, vitamin C dan antara satu sayuran dengan sayuran lainnya tentu saja memiliki kandungan gizi atau nutrisi yang berbeda” (P2PTM Kemenkes RI, 2018). Salah satu jenis dari berbagai variasi sayuran yang umum diolah sebagai menu makanan sehari-hari adalah sayur kol atau dikenal dengan istilah kubis. Kemala (2021) menyatakan bahwa gizi yang diuraikan oleh Data Komposisi Pangan Indonesia dalam 100 gram sayur kol mengandung energi 51 kalori (Kal), Protein 2.5 gr, Karbohidrat 8 gr, Serat 3.4 gr, Vitamin C 16 mg, Kalsium 100 mg, Vitamin B1 0.4 mikrogram (mcg), Kalium 100 mg, Natrium 50 mg, Vitamin B2 (Ribovlavin) 0.1 mg, Niasin 0.2 mg. Kandungan nilai gizi lain yang terkandung dalam sayur kol terdiri dari zat gizi makronutrien seperti karbohidrat, protein, zat besi, folat, vitamin K, serta antioksidan dalam bentuk polifenol dan belerang. Kemala (2021) menjabarkan manfaat-manfaat yang dapat diperoleh dari sayur kol seperti melancarkan sistem pencernaan, menjaga fungsi jantung, mencegah kanker, menurunkan tekanan darah, menyehatkan otak, meredakan radang, membantu proses penyembuhan luka.

2.1.2. Animasi 2D

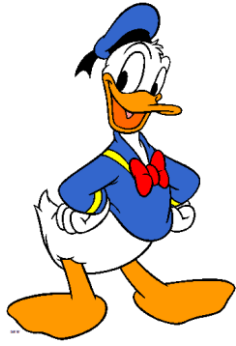
“Animasi adalah gambar bergerak yang berasal dari kumpulan berbagai objek berupa gambar manusia, tulisan teks, gambar hewan, gambar tumbuhan, gedung, dan lain sebagainya yang disusun secara khusus sehingga bergerak sesuai alur yang sudah ditentukan pada setiap hitungan waktu” (Prawiro, 2020). Animasi 2D yang dikenal dengan kartun/*cartoon*, yaitu kumpulan gambar-gambar lucu dalam film animasi untuk menghibur penonton. Beberapa contoh film kartun misalnya; Donal Bebek, Tom & Jerry, dan lain-lain. Prawiro (2020) menjabarkan 12 prinsip animasi yang terdiri dari kemampuan menggambar (*solid drawing*), menekan dan melentur (*squash and stretch*), antisipasi (*anticipation*), tata gerak (*staging*), *straight ahead and pose to pose*, gerakan mengikuti, *slow in and slow out*, konstruksi lengkung (*arcs*), penentuan paku (*timing*), gerakan pendukung (*secondary action*), melebihkan (*exaggeration*), daya tarik (*appeal*).



Gambar 2.1 Contoh Animasi 2D

Sumber: 5 Fakta menarik tentang kartun 'Tom and Jerry' yang belum kamu ketahui! (2021).

<https://m.brilio.net/famous/video/entertainment/5-fakta-menarik-tentang-kartun-tom-and-jerry-yang-belum-kamu-ketahui-180312o.html>



Gambar 2.2 Contoh Karakter Animasi 2D

Sumber: D'zz, E. *Mengupas tuntas cerita Donal bebek - Donald Duck's family*. Gado-gado Land. (2014, 08 20). <http://www.evadollz.com/2014/08/mengupas-tuntas-cerita-donal-bebek.html>

2.1.3. Tinjauan Peranan Tokoh Karakter Dalam Animasi

2.1.3.1. Penggunaan Karakter Dalam Animasi

Penggunaan karakter dalam perancangan animasi sudah menjadi hal yang umum dan banyak dijumpai terutama di era digital sekarang ini. Penggunaan tokoh karakter dalam animasi dapat membantu pembentukan kepribadian anak. “Karakter animasi bisa menjadi salah satu media untuk mengajarkan dan menanamkan perilaku yang menyenangkan buat anak-anak” (Firdaus, 2019). Menurut (2019) berpendapat bahwa faktor yang dapat mempengaruhi pembentukan karakter anak ketika memasuki masa *middle childhood* (6-12 tahun) tidak hanya orang tua, teman, guru, namun konten atau hiburan yang dikonsumsi oleh anak. Anak-anak meluangkan sekitar 2-3 jam per hari untuk menonton konten digital, baik di televisi maupun di website internet lainnya. Orang tua sangat disarankan menemani anak saat melihat konten animasi untuk membantu menanamkan karakter positif yang terdapat pada konten animasi seperti sifat kejujuran, empati, optimis, ramah, ceria, inovatif dan sebagainya kepada anak.

2.1.3.2. Penggunaan Karakter Hewan Dalam Animasi

Karakter dalam perancangan animasi sangat beragam, mulai dari karakter manusia, hewan, benda, hingga penggunaan unsur alam seperti awan, dan matahari. Sekarang ini, banyak perancangan animasi yang menggunakan karakter hewan sebagai tokoh yang berperan dalam animasi tersebut. Orami (2018) berpendapat bahwa anak-anak lebih suka bermain dengan hewan dibanding mainan walaupun sudah semenarik mungkin. Hal ini terjadi karena hewan bisa bergerak dan memiliki respon ketika anak-anak membelainya. Inilah yang membuat keingintahuan balita semakin besar dibanding mainan yang merupakan benda mati. Selain itu,

hewan mampu menjadi contoh yang baik bagi balita untuk belajar. Tokoh hewan dapat berperan penting dalam meningkatkan ketertarikan anak-anak terhadap suatu hal. Tresnawati (2015) berpendapat bahwa pandangan bayi saat mulai melihat dunia mereka, secara otomatis tertarik pada hal-hal yang bergerak, berwarna cerah, dan mudah dilihat sehingga masuk akal apabila selain orang lain, hewan adalah hal paling menarik berikutnya untuk anak kecil.

Penggunaan Tokoh Hewan dalam animasi dapat dilakukan dengan mengambil sifat-sifat, dan kepribadian manusia yang kemudian diterapkan ke karakter hewan yang digunakan dalam perancangan animasi yang disebut sebagai *anthropomorphism*. *Anthropomorphism* secara singkat berarti sifat-sifat manusia yang diterapkan kepada benda atau makhluk lain selain manusia, misalnya: hewan, tumbuhan, robot, bintang, bulan, dan lain sebagainya. New World Encyclopedia (n.d.) mengatakan bahwa *anthropomorphism* berarti sifat-sifat dan karakteristik manusia yang diterapkan kepada hal-hal selain manusia mulai dari hewan, benda atau objek hingga ke sesuatu yang tidak terlihat seperti fenomena dan kekuatan alam. Berikut merupakan contoh sederhana dari *anthropomorphism* pada hewan dapat dilihat pada gambar di bawah ini:



Gambar 2.3 Foto Kucing

Sumber: 125+ Grey cat name ideas for your silvery feline friend. (2020, 08 24).

<https://www.dailypaws.com/cats-kittens/cat-names/grey-cat-names>



Gambar 2.4 Tom and Jerry

Sumber: Agustin, D., Sopia, S., & Rezkisari, I. *Warner Bros kembangkan film Tom and Jerry*. (2018, 10 27). *Republika.co.id*. <https://www.republika.co.id/berita/ph8bxl328/warner-bros-kembangkan-filmem-tom-and-jerryem>

“Hewan yang memiliki 4 kaki menjadi 2 kaki merupakan aturan dasar dalam anthropomorphism, dengan adanya pengembangan pose dan ekspresi layaknya manusia” (Everlin & Lobianto, 2014, 2-3). Everlin & Lobianto (2014) menjabarkan beberapa alasan yang membuat *anthropomorphism* cocok diterapkan dalam cerita anak seperti adanya kesamaan dan hubungan dekat antara manusia dan hewan peliharaannya, faktor kelucuan hewan dapat menjadi daya tarik dalam cerita, banyaknya hewan yang berwarna-warni yang memancarkan ciri khas sendiri sehingga hal-hal ini dapat lebih mudah untuk digambar terutama bagi para animator baru, anak-anak akan selalu menyukai karakter binatang atau benda yang mempunyai perilaku seperti manusia karena memiliki daya tarik yang universal, memudahkan anak untuk mengerti akan suatu hal karena tingkah laku mereka seperti manusia.

Perancangan animasi menggunakan tokoh Hewan memiliki kemiripan dengan salah satu visual seperti fabel yang menggunakan hewan sebagai tokoh dalam cerita. “kisah-kisah yang diceritakan dalam dongeng biasanya sangat sederhana dan mudah dipahami. Untuk memahami dongeng, pembaca atau pendengar tidak perlu tahu semua tentang karakter, hanya satu watak penting” (Putri, 2020). Putri (2020), menjabarkan beberapa tokoh hewan dan wataknya seperti hewan singa yang bermakna kemuliaan, ayam jago yang bermakna kesombongan, merak yang bermakna kebanggaan, kancil yang bermakna kecerdikan, rubah yang bermakna kelicikan, kuda yang bermakna keberanian, kura-kura yang bermakna rendah hati, dan keledai yang bermakna pekerja keras.

“Kisah fabel cocok untuk anak-anak di bawah tujuh tahun. Anak pada usia tersebut lebih menyukai cerita yang diperankan oleh hewan, apalagi yang dipersonifikasikan, dengan tingkah laku seperti manusia. terbukti dengan banyaknya kartun dengan hewan sebagai tokoh yang dominan” (Wiwoho, 2017). Selain fabel, terdapat juga banyak acara TV dan bahkan film layar

lebar yang menggunakan tokoh Hewan seperti film animasi Zootopia, Ice Age, Finding Nemo, dan Lion King yang tentunya dapat mengajarkan banyak hal kepada penonton atau *audience*. Selain rangkaian film animasi tersebut, terdapat juga film animasi anak yang menggunakan tokoh hewan seperti Martha Speaks. Martha Speaks merupakan konten animasi edukasi anak yang menjadikan hewan peliharaan yaitu anjing sebagai pembawa pesan edukasi yang mengajarkan tentang sinonim dan juga kosa kata kepada anak-anak. Gray (2019) berpendapat bahwa hewan sebagai karakter selain dapat membawa kekonyolan yang dapat membuat cerita menjadi lebih menyenangkan, juga dapat menambahkan tingkat jarak emosional bagi pembaca ketika pesan cerita bersifat pribadi, menyakitkan, atau kuat. Apabila berbagi cerita dengan anak-anak, antropomorfisme dalam konten anak-anak menjadi bahan pembicaraan yang luar biasa.

2.1.3.3. Penggunaan Karakter Kucing Dalam Animasi

Kucing merupakan hewan yang lucu dan menggemaskan bagi banyak orang sehingga kucing merupakan salah satu hewan yang paling populer sebagai hewan peliharaan yang disukai oleh anak-anak. Menurut Nurida (2020), tanggapan banyak orang tentang memelihara hewan:

Banyak orang yang berpikir bahwa memelihara hewan di sekitar anak-anak akan berbahaya karena kotor sehingga akan menularkan banyak bakteri dan penyakit. Namun, memelihara kucing memiliki keuntungan bagi anak-anak seperti mengembangkan empati pada anak, terhindar dari rasa kesepian, menumbuhkan emosi positif, dan menjauhkan anak dari stres.

Berawal dari kehidupan nyata, kegemaran dan kesenangan bersama kucing kini telah banyak dijumpai dalam dunia film dan animasi. Meskipun terlihat dalam film dan animasi, karakter kucing tetap digemari oleh banyak orang. Tidak hanya demikian, banyak orang yang menjadi ingin memelihara kucing di rumah mereka.



Gambar 2.5 Ilustrasi Kucing Kartun

Sumber: *Is doukyonin wa hiza worth your time?* Anime Shelter. (2019, 01 30).

<https://animeshelter.com/seasonal/winter-2019/is-doukyonin-wa-hiza-worth-your-time/>

2.1.4. Tinjauan Archetype dalam perancangan Karakter

Perancangan karakter membutuhkan pembentukan dan penerapan sifat, sikap, dan kepribadian agar karakter terlihat lebih menarik. Jenis-jenis kepribadian tokoh karakter dapat disebut dengan *Archetype*. Ariko (2017) mendefinisikan *Archetype* sebagai hal-hal seperti yang dapat merepresentasikan seseorang, mempengaruhi pola pikir, dan juga menggambarkan kebutuhan yang ingin dipenuhinya. Hal-hal tersebut terdiri dari 12 jenis dengan kepribadian dan ciri-khas yang berbeda-beda. Ariko (2017) menjabarkan 12 jenis archetype yang terdiri dari *The Innocent, The Orphan, The Warrior, The Caregiver, The Seeker, The Lover, The Destroyer, The Creator, The Ruler, The Magician, The Sage, dan The Jester*. 12 *Archetype* tersebut tentu memiliki keunikan baik dari kelebihan maupun kekurangan yang berbeda-beda, misalnya *The Orphan* yang apabila bertemu dengan masalah, *The Orphan* seringkali merasa putus asa. Namun, hal tersebut tidak selalu terjadi, melainkan masalah yang dihadapi oleh *The Orphan* juga bisa memberikan kepercayaan diri *Archetype* tersebut dalam menghadapi masalah.

2.1.5. Tinjauan Warna dalam perancangan Karakter

Warna merupakan unsur atau elemen yang penting dalam perancangan karakter. Penggunaan warna dapat memberi kesan, pesan, sifat, dan arti dari sebuah karya visual seperti animasi. Warna memiliki banyak arti yang berbeda-beda. “Warna memiliki kekuatan untuk menyampaikan dan mengkomunikasikan arti dan pesan tanpa menggunakan kata” (Gross, n.d.). Menurut Gross (n.d.), Setiap warna memiliki berbagai jenis makna seperti:

- Merah – untuk Bahaya, Gairah, Kegembiraan, & Energi

- Oranye – Segar, Bermuda, Kreatif & Petualang
- Kuning – Optimistis, Ceria, Menyenangkan dan Bahagia
- Hijau – Alami, Daya Hidup, Martabat dan Kekayaan
- Biru – Komunikatif, Dapat Dipercaya, Menenangkan & Depresi
- Ungu – Kerajaan, Keagungan, Spiritual & Misterius
- Merah Muda – Feminim, Sentimentil, Romantis & Menyenangkan
- Hitam – Canggih, Formal, Mewah & Sedih
- Putih – Kemurnian, Sederhana, Tidak Bersalah & Minimalisme

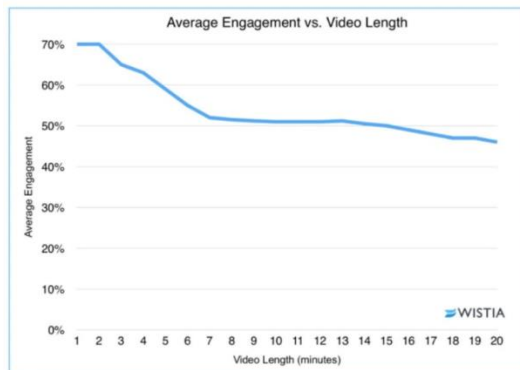
2.1.6. Tinjauan Pendekatan Dalam Berkomunikasi

Cahyadi (2018) berpendapat bahwa gambar ilustrasi yang akan disampaikan harus memiliki pendekatan yang berbeda-beda yang disebut sebagai pendekatan visualisasi sehingga penerima pesan dapat memahami pesan yang disampaikan. Cahyadi (2018) menjabarkan pendekatan visualisasi terdiri dari pendekatan *Imagery* yang menggunakan komponen dasar seperti bentuk, warna, aksara, juga simbol dan image fotografis, *Symbolism* yang menerapkan komponen, objek & image seperti symbol untuk mengekspresikan arti atau makna yang kompleks, dan pendekatan metaphor yang mengungkapkan arti yang lebih dalam & pemahaman konsep yang abstrak & kompleks seperti daun yang bermetafora dari pertumbuhan sensual atau suatu discovery.

2.1.7. Tinjauan Durasi Dalam Perancangan Animasi

Dalam konten animasi, durasi menjadi salah satu elemen yang paling penting yang berpengaruh pada tingkat ketertarikan dan tingkat kejenuhan seseorang saat melihat konten animasi. Fishman (2016) berpendapat bahwa manusia memiliki rentang perhatian yang pendek terhadap suatu hal yang menjadi semakin rentan dengan adanya gangguan seperti internet. Hal ini sangat berpengaruh terhadap berbagai kegiatan yang salah satunya yaitu menonton konten video. Fishman (2016) menemukan bahwa dalam pengamatannya 650.000 sesi, hanya 20% orang yang benar-benar membaca artikel mulai dari akhir. Hal ini dapat diasumsikan bahwa ada penurunan serupa dalam keterlibatan video sehingga dalam perancangan video, pencarian kebutuhan seperti durasi panjang atau pendeknya sebuah video, dan detik penting pada video masih dilakukan. Karena setiap video memiliki durasi yang berbeda, penjelajahan mengenai durasi vs. keterlibatan diputuskan. Fishman (2016) berpendapat bahwa lebih banyak orang yang menonton video dengan durasi 1 menit daripada video berdurasi 2 menit. Meskipun begitu, hal ini tidak berarti bahwa durasi video yang dirancang harus dipotong dari 10 menit menjadi 2

menit. Ada konten memerlukan video yang lebih panjang, namun ada juga konten yang sebaiknya menggunakan durasi yang cukup pendek.



Gambar 2.6 Grafik Keterlibatan dengan Durasi Video

Sumber: Fishman, E. *How long should your next video be?* (2016, 07 05).

<https://wistia.com/learn/marketing/optimal-video-length>

2.2. Target Market

Animasi merupakan salah satu media penyajian data agar lebih mudah untuk dipahami oleh banyak orang. Pada umumnya tidak ada batasan rentang usia setiap orang yang dapat menonton animasi bahkan masih banyak kalangan orang dewasa yang menonton animasi. Menurut Update (2020), hubungan sebagian besar orang dengan kartun:

Hampir sebagian besar orang, tumbuh dengan menonton kartun. Bahkan menerima banyak kesenangan dan pelajaran hidup di dalamnya. Bukan hanya sekadar untuk nostalgia saja saat menonton kartun, tetapi ada banyak manfaat menonton film kartun meskipun sudah dewasa seperti mendapat banyak pelajaran berharga, dapat mengontrol emosi, dapat memperbaiki *mood*, meningkatkan jiwa sosial, mendapatkan nilai moral.

Animasi sering dikenal oleh banyak orang sebagai film kartun dan sangat identik dengan anak-anak. “Film kartun adalah salah satu genre film yang kerap menghiasi layar kaca dan menjadi salah satu tontonan favorit untuk keluarga, khususnya bagi yang masih memiliki anak di usia yang perlu pengawasan orangtua saat menyaksikan acara televisi” (Halodoc, 2018). Menurut Halodoc (2018), dengan menyaksikan film kartun:

Dengan menyaksikan film kartun, tentu ini akan menjadi salah satu hiburan untuk anak-anak. Tidak hanya menghibur, saat menyaksikan film kartun anak-anak juga bisa belajar

berkomunikasi dengan orang tua. Seorang Ibu tentu juga bisa mengenalkan gambar-gambar menarik yang ada dalam tayangan film kartun.

2.3. Tinjauan Fakta Pasar

2.3.1. Faktor Trend

Perkembangan film animasi dari masa ke masa merupakan proses yang lama. Dimulai dari awal tahun 1900an ada banyak perkembangan dan perubahan yang membuat film animasi bisa seperti sekarang. “Pemanfaatan animasi terus meluas di berbagai sektor kehidupan. Animasi dapat memenuhi berbagai kebutuhan sekaligus mendatangkan keuntungan” (Pang, 2019). Menurut Masrurroh (2020), dengan perkembangan teknologi yang pesat, tren animasi:

Dengan perkembangan teknologi yang pesat, tren animasi pada aplikasi *game* semakin menarik minat pengembang maupun pengguna di seluruh penjuru hingga pelosok daerah. Tak ketinggalan, sektor pendidikan pun turut memanfaatkan animasi untuk meningkatkan dan memfasilitasi pemahaman terhadap ilmu pengetahuan yang berubah seiring waktu. Di lingkungan pendidikan formal, animasi memiliki potensi untuk mengklarifikasi konsep-konsep yang abstrak dan sulit dipahami dalam membantu pemahaman konseptual siswa. Potensi tersebut dapat dioptimalkan melalui proses pengembangan animasi yang akurat terkait topik tertentu yang akan diajarkan.

2.3.2. Faktor Needs/Insight

Dalam proses belajar, anak sering merasa bosan atau jenuh dimana salah satu penyebabnya kejenuhan anak ialah mengalami kesulitan dalam proses belajar. Biasanya, anak mengeluh bosan karena menemui kesulitan dalam proses belajar, sehingga ia tidak terdorong untuk belajar. “Kemungkinan anak mengalami kesulitan akibat keterbatasannya atau belum menemukan metode belajar yang tepat” (Tempo.co, 2017). Anak yang jenuh atau bosan belajar, seringkali melakukan hal lain seperti menonton TV atau mencari permainan sebagai pelepas kejenuhan. Hal tersebut diperoleh juga berdasarkan pengalaman pribadi. Kejenuhan akibat kesulitan memahami pelajaran membuat kegiatan belajar menjadi semakin tidak menyenangkan.

Kebutuhan terhadap media belajar alternatif yang lebih menyenangkan menjadi salah satu kebutuhan dalam proses belajar anak. Salah satu media yang dapat dijadikan media belajar ialah media hiburan kesukaan anak-anak yang salah satunya yaitu animasi atau film kartun. “Kesukaan anak-anak terhadap film kartun dipengaruhi oleh warna-warna yang cerah dan

karakter-karakter yang menyenangkan sehingga anak menjadi ingin melihat episode kelanjutan dari film kartun tersebut” (Lestari, 2020). Animasi menjadi salah satu media yang banyak digunakan dalam mengajar, mendidik, dan berkomunikasi dengan anak dikarenakan animasi, selain memiliki visual yang menarik, animasi tentu juga memiliki audio yang dapat menemani sang anak agar tidak jenuh terhadap hal-hal yang dipelajari. “Di bidang pengajaran dan pembelajaran sekolah, Animasi dibutuhkan untuk membuat media pembelajaran yang mudah dan menarik bagi para siswa agar mau belajar dengan lebih bersemangat” (Aditya, 2018).

2.3.3. Faktor Bisnis/Ekonomi & Opportunity

Animasi merupakan salah satu potensi yang memiliki factor bisnis/ekonomi yang juga merupakan *trend* yang ada pada saat ini yang dikenal dengan keunggulan dalam memainkan peran dalam dunia bisnis. Maxmanroe (n.d.) berpendapat bahwa animasi dapat membantu dan menghidupkan citra dalam bersaing di dunia bisnis dengan keunggulan sebagai media promosi suatu produk, jasa, dan bentuk usaha. Selain sebagai media promosi animasi dapat menampilkan produk dengan alur yang jelas, animasi juga berkembang di bidang industri sebagai media hiburan. Animasi telah berkembang di berbagai media dan dikenal oleh banyak orang yang salah satu studio produksinya dikenal oleh banyak orang dengan Walt Disney. Welianto (2020) mengatakan bahwa Walt Disney mengeluarkan kartun pertamanya yaitu Mickey Mouse dengan film berjudul *Steamboat Willie* pada tanggal 18 November 1928 di Colony Theatre di New York, yang kemudian diikuti dengan pengeluaran animasi pertama yang berdurasi penuh pada tanggal 21 Desember 1937 yang berjudul *Snow White and Seven Dwarfs* di Los Angeles. Pada tanggal 17 Juli 1955 pembukaan taman hiburan Disneyland di Anaheim, California.

Di masa sekarang, Walt Disney telah beredar di berbagai media sosial dan semakin digemari oleh banyak orang. Selain animasi dan taman hiburan, banyak aplikasi yang dihasilkan dari animasi Walt Disney seperti *Merchandise* berupa gantungan kunci, mainan anak-anak, dan juga peralatan rumah seperti dekorasi wallpaper, selimut, sarung bantal, dan sebagainya. Tidak hanya milik luar negeri, namun animasi yang diciptakan oleh warga lokal juga mulai berkembang dan dikenal banyak orang melalui media sosial seperti Youtube, Facebook, dan juga Instagram. Beberapa animasi lokal yang berkembang dan dikenal oleh banyak orang seperti animasi “Nussa” dari studio animasi The Little Giantz, animasi “Meraih Mimpi”, animasi “Pada Suatu Ketika”, dan animasi lokal lainnya. Terkenalnya animasi di media sosial menunjukkan bahwa animasi tersebut memiliki pesan dan nilai yang dapat diambil dan diajarkan kepada orang lain.

Semakin banyaknya *subscribers* menunjukkan bahwa, semakin banyak orang yang melihat animasi yang tersedia, dan juga dapat dikatakan bahwa semakin banyak orang mengajarkan pesan yang tersedia dalam animasi kepada orang lain.

2.3.4. Faktor Karya Sejenis yang Sudah Ada

Dengan kesempatan atau *opportunity* yang dimiliki sekarang ini, telah banyak konten animasi yang beredar semakin meningkatkan kekreatifan para konten kreator. Terdapat contoh dari usaha animasi yang beredar yang dikembangkan oleh Universitas Bina Nusantara dengan judul “Animasi Edukasi Manfaat Buah Naga Bagi Kesehatan Tubuh” yang menjelaskan asal-usul dan manfaat buah naga terhadap kesehatan tubuh.



Gambar 2.7 Animasi Edukasi Kesehatan

Sumber: Rahmani, M. A. R. *Animasi edukasi “manfaat buah naga bagi kesehatan tubuh”*.

(2018, 11 01). <https://animation.binus.ac.id/2018/11/01/animasi-edukasi-manfaat-buah-naga-bagi-kesehatan-tubuh/>

2.4. Analisis Pasar

Kesehatan sangatlah penting bagi setiap orang tidak terkecuali anak-anak yang masih berusia 6-9 tahun, informasi tentang edukasi kesehatan sangat diperlukan baik oleh anak-anak maupun orang tua. Anak-anak yang masih berumur 6-9 tahun, berada dalam fase dimana mereka masih mencari tahu tentang hal-hal di sekitar mereka akan tetapi pengetahuan yang dimiliki dan kemampuan untuk mengolah informasi masih sangat terbatas sehingga perlu dukungan yang sangat besar dari lingkungan sekitarnya di mana saja dan kapan saja. Dengan berkembangnya teknologi di masa sekarang ini, pencarian informasi mengenai kesehatan menjadi semakin mudah dan dalam berbagai bentuk di berbagai media yang salah satunya yaitu animasi. Dengan *trend* animasi yang sekarang ini, informasi yang diberikan telah menjadi semakin banyak dan bentuk penyajiannya pun beragam. Hal ini tentunya menguntungkan

berbagai pihak sehingga telah banyak konten kreator yang juga ikut membantu memberikan informasi dalam bentuk animasi agar dapat dipahami dengan lebih mudah.

2.5. Usulan Pemecahan Masalah

Perancangan animasi untuk menyampaikan edukasi tentang kesehatan menggunakan bahasa yang lebih sederhana sehingga dapat dipahami oleh target audience sebagai proses pengenalan dan pembelajaran. Di samping itu perancangan konten ini juga bisa digunakan sebagai media pendamping bagi orang tua saat menjelaskan tentang kesehatan kepada anak-anaknya. Positioning yang ingin diciptakan yaitu “belajar tentang kesehatan sangatlah mudah dan menyenangkan”. Perancangan konten animasi akan dirancang dan dikemas sesederhana dan semenarik mungkin dalam bentuk serial. Konten yang akan dibahas akan berbeda-beda, bervariasi dan menyenangkan bagi anak-anak di setiap serinya.