

PERANCANGAN VIDEO *MOTION GRAPHIC* SEBAGAI MEDIA EDUKASI TENTANG PERILAKU *BODY SHAMING* DI MEDIA SOSIAL

Adhitya Ramadhani¹, Aditya Tama Isdiarto² dan Gusnita Linda³
^{1,2,3}Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom Purwokerto,
Jalan DI Panjaitan Nomor. 128, Banyumas, Jawa Tengah 53147
Ramadhaniadhitya11@gmail.com

Abstrak: *Body shaming* merupakan bentuk perilaku negatif yang melibatkan penghinaan atau kritik terhadap penampilan fisik seseorang, yang sering kali terjadi di ruang digital seperti media sosial. Fenomena ini semakin meningkat dengan dampak psikologis yang besar pada korban, seperti penurunan rasa percaya diri, kecemasan, hingga depresi. Penelitian ini bertujuan untuk merancang dan menciptakan sebuah *motion graphic* yang mengangkat tema perilaku *body shaming* yang terjadi di media sosial. Sebagai respons terhadap masalah ini, *motion graphic* dipilih sebagai medium komunikasi yang efektif untuk menyampaikan pesan secara audio visual. Proses perancangan *motion graphic* ini dimulai dengan pengumpulan data mengenai fenomena *body shaming* dengan pendekatan kualitatif melalui wawancara, observasi, dokumentasi dan studi literatur analisis data. *Motion graphic* yang dihasilkan diharapkan dapat menjadi alat edukasi yang efektif, mampu meningkatkan kesadaran mengenai bahaya *body shaming* dan mengajak audiens untuk lebih berhati-hati dalam menggunakan media sosial. Selain itu, melalui visualisasi yang menarik, *motion graphic* ini bertujuan untuk mendorong perubahan perilaku dengan memberikan kontribusi positif dalam membangun lingkungan digital yang lebih inklusif dan mendukung.

Kata kunci: *Motion Graphic*, *Body Shaming*, Media Sosial, Edukasi.

Abstract: *Body shaming* is a form of negative behavior that involves insulting or criticizing someone's physical appearance, which often occurs in digital spaces such as social media. This phenomenon is increasing with a major psychological impact on victims, such as decreased self-confidence, anxiety, and even depression. This research aims to design and create a *motion graphic* that addresses the theme of *body shaming* behavior that occurs on social media. As a response to this problem, *motion graphics* were chosen as an effective communication medium to convey

messages audio-visually. The motion graphic design process began with collecting data regarding the body shaming phenomenon using a qualitative approach through interviews, observation, documentation and data analysis literature studies. It is hoped that the resulting motion graphics can be an effective educational tool, able to increase awareness about the dangers of body shaming and encourage audiences to be more careful in using social media. In addition, through attractive visualization, this motion graphic aims to encourage behavioral change by making a positive contribution in building a more inclusive and supportive digital environment.

Keywords: Motion Graphic, Body Shaming, Social Media, Education.



PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi dan informasi yang cepat telah menyebabkan perubahan besar dalam banyak aspek kehidupan masyarakat saat ini. Lahirnya sosial media sebagai sarana komunikasi yang tidak lepas dari keseharian merupakan salah satu dampak terbesar dari kemajuan peradaban. (Sari et al., 2018) Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat bertukar informasi dan berinteraksi, tetapi juga telah menjadi bagian dari budaya digital modern. Menurut *Cambridge Dictionary*, media sosial merupakan platform yang memberikan kemungkinan untuk para penggunanya saling berinteraksi dan berbagi informasi melalui perangkat seluler dan internet. Hal ini membuka peluang untuk bisa terkoneksi dengan siapa saja, tanpa adanya batasan geografis, saling kenal maupun tidak, sehingga menjadikannya kebutuhan utama, terutama bagi generasi muda.

Namun, dibalik manfaat besar yang diperoleh dari media sosial, terdapat juga kerugiannya, terutama dalam masalah penyebaran informasi negatif dan berperilaku tidak etis. (Devaga, 2017) Salah satu jenisnya adalah *body shaming*, yaitu tindakan memperlakukan atau merendahkan seseorang berdasarkan ukuran atau bentuk tubuh orang lain. *Body shaming* merupakan

salah satu bentuk *cyberbullying* yang memiliki dampak buruk terhadap kesehatan mental seseorang yang mengalaminya. (Schluter et al., 2021) Seperti yang diungkapkan oleh Karyanti dan Aminudin dalam *Cyberbullying & Body shaming*, tindakan tersebut merupakan kegiatan negatif yang ditujukan untuk individu terkait penampilan fisik mereka. Akibat dari *body shaming* tidak hanya berupa tekanan emosional, tetapi juga dapat mengalami gangguan psikologis yang serius seperti kecemasan, depresi, gangguan dismorfik tubuh, hingga munculnya keinginan untuk bunuh diri. (Aminudin, 2019)

Berbagai studi menunjukkan bahwa *body shaming* dapat berdampak merusak kesehatan mental. Penelitian yang dilakukan oleh Marney A. White dalam *Psychcentral.com* mengungkapkan bahwa korban *body shaming* rentan mengalami gangguan psikologis. Bahkan penelitian oleh Dalley (2020) yang melibatkan 237 perempuan korban *fat shaming* menunjukkan adanya hubungan signifikan antara *body shaming* dan ide bunuh diri, dengan risiko sebesar 12%. (White, 2022) Di Indonesia juga banyak tokoh publik yang mengalami *body shaming* di media sosial seperti Rahmawati Kekeyi Putri Cantika (Kekeyi), Aurel Hermansyah, dan masih banyak tokoh-tokoh publik lainnya, sehingga dapat dikatakan bahwa isu ini merupakan isu yang serius dan tidak bisa diabaikan begitu saja. Dampak dari komentar negatif di media sosial menimbulkan kepentingan untuk menemukan solusi yang efektif dalam memberikan edukasi kepada masyarakat mengenai bahaya *body shaming*. (Dalley et al., 2020)

Tindakan *body shaming* dapat dikenakan sanksi pidana sesuai dengan Pasal 27 ayat (3) Undang- Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE), yang mengatur tentang larangan melakukan penghinaan dan/atau pencemaran nama baik. Menurut Pasal tersebut, setiap orang yang melanggarnya dapat dijerat hukuman penjara maksimal 4 tahun

dan/atau denda hingga 750 juta rupiah. Walaupun peraturan tentang hal tersebut sudah ada namun, tantangan terbesarnya adalah mengedukasi dan meningkatkan kesadaran masyarakat tentang bahaya dari perilaku *body shaming* yang disertai dengan konsekuensi psikologis dan hukumnya.

Salah satu cara untuk mengatasi *body shaming* adalah melalui media edukasi yang mudah diakses dan dipahami oleh semua kalangan, yaitu *motion graphic*. *Motion graphic* adalah media visual yang terdapat gambar, teks, audio dan animasi. (Fattahi et al., 2014) Menurut Krasner, *motion graphic* berfungsi sebagai jembatan yang mampu menyampaikan pesan secara efektif melalui gerakan visual. Dengan kemampuannya untuk memberikan informasi yang kompleks menjadi sederhana dan menarik, membuat *motion graphic* menjadi sarana yang ideal untuk memberikan edukasi ke masyarakat tentang dampak negatif *body shaming*. (Krasen, 2013)

Perancangan pembuatan video *motion graphic* memiliki tujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat agar berhati-hati dalam bertindak di media sosial. Dengan memanfaatkan kekuatan visual dan narasi, diharapkan dapat tersampaikan pesan yang bertujuan untuk mendorong perubahan perilaku dan mengedukasi betapa bahayanya *body shaming* ini, sehingga diharapkan kontribusi masyarakat dalam menciptakan lingkungan di media sosial menjadi lebih sehat, inklusif, dan terbebas dari perilaku negatif.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif, yang bertujuan untuk menerjemahkan ide gagasan ke dalam bentuk narasi. (Fadli, 2021) Dengan menggunakan metode ini, data yang didapatkan saat wawancara sesuai, terperinci dan dapat menunjang dalam perancangan video tentang edukasi mengenai perilaku *body shaming* di media sosial

dengan teknik *motion graphic*. Teknik pengumpulan datanya seperti wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan analisis dokumen. Objek penelitian ini adalah *body shaming* yang terjadi di media sosial. Penelitian ini menggunakan data primer yang berupa wawancara secara langsung dengan Kepala Bidang Perlindungan dan Pemenuhan Hak Anak (DPPKBP3A), dimana hasil wawancara menunjukkan bahwa DPPKBP3A belum pernah mengedukasi tentang perilaku *body shaming* pada media *motion graphic* di media sosial. Sedangkan data sekunder yang digunakan diambil dari sumber-sumber seperti publikasi ilmiah, database, atau dokumen yang dirilis oleh organisasi atau lembaga tertentu. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*). (Prasetya, 2023)

<i>Strength</i>	<i>Weakness</i>
1. Menggunakan pendekatan visual yang lebih menarik dan interaktif	1. Masih dalam tahap pengembangan, belum memiliki audiens yang besar
2. Dikemas dengan <i>storytelling</i> yang <i>relatable</i> bagi pengguna media sosial	2. Memerlukan strategi promosi yang efektif agar dapat menjangkau target audiens
3. Dapat disesuaikan dengan tren desain dan animasi terbaru	3. Terbatasnya sumber daya dalam produksi
<i>Opportunity</i>	<i>Threats</i>
1. Dapat menyasar segmen audiens yang lebih spesifik	1. Kompetisi dengan karya sejenis yang sudah lebih dulu dikenal
2. Dapat memanfaatkan platform media sosial seperti youtube, instagram, facebook dan tiktok untuk meningkatkan jangkauan	2. Memungkinkan muncul suatu kritik jika pesan atau informasi tidak disampaikan dengan tepat
3. Potensi kolaborasi dengan <i>influencer</i> atau komunitas yang peduli terhadap isu <i>body shaming</i>	3. Perubahan tren digital yang cepat dapat membuat konsep <i>motion graphic</i> menjadi kurang relevan

Gambar 1. Tabel Analisis SWOT
 (Sumber: Data Peneliti)

HASIL DAN DISKUSI

Perancangan

1. Pra Produksi

Proses yang dilakukan pada tahap ini meliputi *storyline*, *storyboard* dan desain karakter. *Storyline* terdiri dari *scene*, visual, audio dan durasi. *Storyboard* terdiri dari *shot*, *scene*, naskah, dan musik. Sedangkan desain karakter yang dilakukan pada tahap ini adalah menentukan warna-warna yang akan dituangkan pada karakter, jenis kelamin karakter dan juga *angel* karakter. Ada karakter yang menunjukkan bentuk *fat shaming* (karakter gemuk), karakter kurus, dan karakter berkulit hitam.

2. Produksi

a. *Modeling*

Pada tahap ini, pembuatan karakter dalam penelitian ini dilakukan secara digital dengan bantuan *software* Adobe Illustrator.

b. *Rigging*

Proses *rigging* dalam *motion graphic* ini dilakukan dengan bantuan aplikasi After Effects. Gambar yang digerakan terpisah tiap *scene* yang bertujuan untuk mempermudah pengerjaan.

c. *Music & Sound*

Proses perekaman *voice over* untuk *motion graphic* pada penelitian ini dilakukan menggunakan perangkat lunak Adobe Audition.

3. Pasca Produksi

a. *Editing*

Pada tahap ini setelah semua proses selesai yaitu menyatukan semua *scene* yang sudah digerakan sebelumnya dengan audio. Proses penggabungan ini menggunakan bantuan Adobe Premiere Pro yang juga menyediakan beberapa efek transisi sesuai kebutuhan.

b. *Rendering*

Tahap rendering merupakan tahap akhir dari proses pembuatan *motion graphic* dengan hasil output video berupa H-264/Mp4.

Media Utama

Media utama pada penelitian ini adalah *Motion Graphic* berisikan informasi mengenai edukasi tentang Perilaku *Body Shaming* di Media Sosial yang di *upload* pada Instagram dan Youtube dari DPPKBP3A Kabupaten Banyumas.



Gambar 2. Visualisasi Media Utama
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Judul : Stop *Body Shaming* di Media Sosial

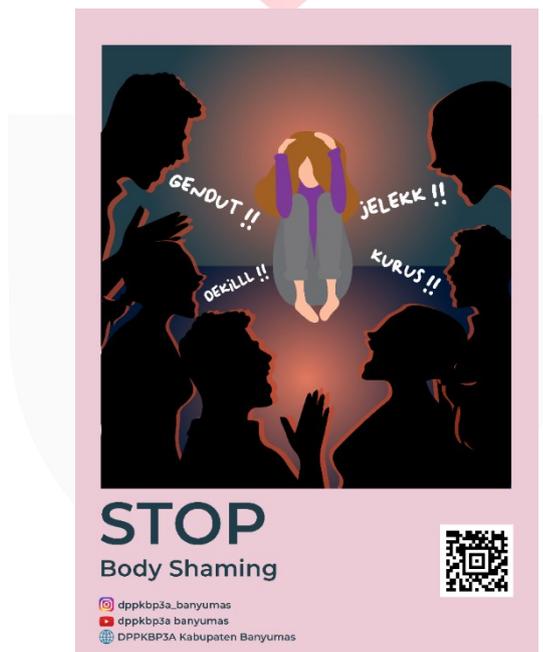
Durasi : 3 menit 34 detik

Ukuran : 1920px 1080px
Format : Mp4
Tipografi : Oliver
Visualisasi : Adobe Illustrator, Photoshop, After Effect, Adobe Premiere Pro

Media Pendukung

Media pendukung yang digunakan untuk membantu audiens menuju media utama pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

- Poster



Gambar 3. Poster
(Sumber: Dokumen Pribadi)

Media : Art Paper 230 gr
Ukuran : A3, 29.7 x 42cm
Tipografi : Montserrat & Oliver
Visualisas : Adobe Illustrator

- X-Banner



Gambar 4. X-Banner
(Sumber: Dokumen Pribadi)

Media : X-Banner
Ukuran : 50cm x 150cm
Tipografi : Montserrat & Oliver
Visualisasi : Adobe Illustrator

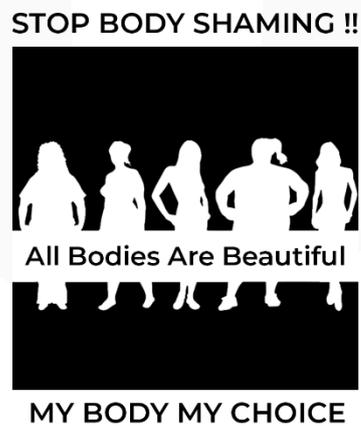
- **Feed Instagram dan Facebook**



Gambar 5. Feed Instagram dan Facebook
(Sumber: Dokumen Pribadi)

Media : Digital Instagram & Facebook
 Ukuran : 1080x1080 px
 Tipografi : Montserrat
 Visualisasi : Adobe Illustrator

- **Kaos**

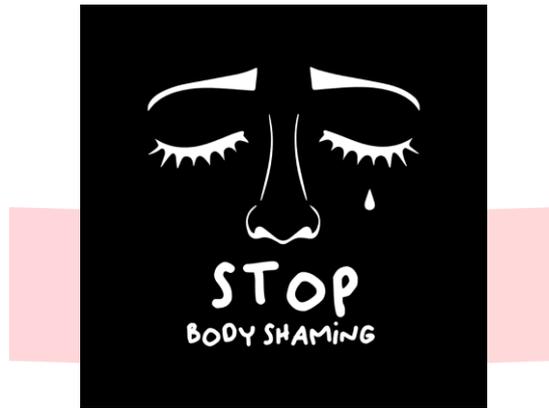


Gambar 6. Desain Kaos
(Sumber: Dokumen Pribadi)

Media : Cotton Combed
 Ukuran : 20 x 25cm

Tipografi : Montserrat
Visualisasi : Adobe Illustrator

- *Tote Bag*



Gambar 7. Desain *Tote Bag*
(Sumber: Dokumen Pribadi)

Media : Kanvas
Ukuran : 30cm x 30cm
Tipografi : Oliver
Visualisasi : Adobe Photoshop

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dari perancangan *motion graphic* sebagai media edukasi mengenai perilaku *body shaming* di media sosial dapat menjadi alat yang efektif untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat akan dampak negatif dari perilaku ini. Dengan pendekatan visual yang menarik dan pesan informasi yang jelas, video *motion graphic* dapat menggugah emosi dan memotivasi audiens untuk lebih menghargai diri sendiri dan orang lain. Penyampaian pesan melalui animasi dan grafis yang informatif akan mempermudah audiens, terutama generasi muda yang aktif di media sosial, untuk menerima dan memahami pesan edukatif yang

disampaikan. Selanjutnya saran kepada pihak terkait, dalam kasus ini yaitu pihak Dinas Pemerintahan agar lebih intensif dalam melakukan sosialisasi terkait kasus *body shaming* yang terjadi di media sosial. Diperlukan juga peran orang tua dalam mengawasi dan mengatur penggunaan media sosial yang dikonsumsi oleh anggota keluarga agar lebih bijak dalam menggunakan media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Aminudin, K. (2019). *Cyberbullying & Body Shaming*.
- Dalley, S. E., Bron, G. G., Hagl, I. F. A., Heseding, F., Hoppe, S., & Wit, L. (2020). Bulimic Symptoms in a Sample of College Women: Disentangling The Roles of Body Size, Body Shame and Negative Urgency. *Eating and Weight Disorders*, 25(5), 1357–1364.
- Devaga, E. (2017). *Medsos Ibarat Pisau Bermata Dua*.
- DPRI. (2008). Pasal 27 ayat (3) Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.
- Fadli, M. R. (2021). Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif. *Humanika: Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum*, 21, 33–54.
- Fattahi, M., Shir, D., & Asadollahi, M. (2014). The Position of Motion Graphic in Communication Media. *Indian J.Sci.Res*, 7(1), 815–819.
- Kemenkes. (2014). Undang-Undang Nomor. 18 Tahun 2014 Tentang Kesehatan Jiwa.
- Krasen, J. (2013). *Motion Graphic Design: Applied History and Aesthetics*. <https://doi.org/10.4324/9780080887326>
- Luther. (2016). Memahami Storyboard. Jakarta: Gramedia Pustakka Utama.
- Melfianora. (2019). Penulisan Karya Tulis Ilmiah dengan Studi Literatur. *Open science Framework*.
- Prasetya, D. A. (2023). *Teknik Analisis SWOT*. Anak Hebat Indonesia.
- Santyo, S. E. (2017). Nirmana: Elemen-Element Seni dan Desain, 13(3).
- Sari, A. C., Hartina, R., Awalia, R., Irianti, H., & Ainun, H. (2018). Komunikasi dan Media Sosial. *Jurnal The Messenger*, 3(2), 69.
- Schluter, C., Kraag, G., & Shmidt, J. (2021). Body Shaming: an Exploratory Study on its Definiyion and Classification. *International Journal of Bullying Prevention*. <https://doi.org/10.1007/s42380-021-00109-3>
- White, M. A. (2022). *Body Shaming: Uncovering It and Understanding It*. Psychcentral.Com.