

**PERANCANGAN KAMPANYE  
BANTUAN DAN SANTUNAN KEPADA  
PANTI ASUHAN DENGAN VIDEO MOTION COMIC**

**SKRIPSI**

**MUHAMMAD IKHBAR HADIAN**  
20200060082



**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL  
FAKULTAS TEKNIK, KOMPUTER DAN DESAIN  
UNIVERSITAS NUSA PUTRA  
SUKABUMI  
JULI 2024**

**PERANCANGAN KAMPANYE  
BANTUAN DAN SANTUNAN KEPADA  
PANTI ASUHAN DENGAN VIDEO *MOTION COMIC***

**SKRIPSI**

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Dalam  
Menempuh Gelar Sarjana Desain*

**Muhammad Ikhbar Hadian**

**20200060082**



**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL  
FAKULTAS TEKNIK, KOMPUTER DAN DESAIN  
UNIVERSITAS NUSA PUTRA  
SUKABUMI  
JULI 2024**

## **PERNYATAAN PENULIS**

JUDUL : Perancangan Kampanye Bantuan dan Santunan Kepada Panti Asuhan  
Dengan Video Motion comic

NAMA : Muhammad Ikhbar Hadian

NIM : 20200060082

“Saya menyatakan dan bertanggungjawab dengan sebenarnya bahwa Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri kecuali cuplikan dan ringkasan yang masing-masing telah saya jelaskan sumbernya. Jika pada waktu selanjutnya ada pihak lain yang mengklaim bahwa Skripsi ini sebagai karyanya, yang disertai dengan bukti- bukti yang cukup, maka saya bersedia untuk dibatalkan gelar Sarjana Desain saya beserta segala hak dan kewajiban yang melekat pada gelar tersebut”.

Sukabumi, Juli 2024



Muhammad Ikhbar Hadian

## PENGESAHAN SKRIPSI

JUDUL : Perancangan Kampanye Bantuan dan Santunan Kepada Panti Asuhan  
Dengan Video *Motion comic*

NAMA : Muhammad Ikhbar Hadian

NIM : 20200060082

Skripsi ini telah diujikan dan dipertahankan di depan Dewan Penguji pada Sidang Skripsi tanggal 11 Juli 2024. Menurut pandangan kami, Skripsi ini memadai dari segi kualitas untuk tujuan penganugerahan gelar Sarjana.

Sukabumi, 25 Juli 2024

Pembimbing I

Tulus Rega Wahyuni E. S.Kom.I., M.Sn  
NIDN 0430109501

Pembimbing II

Agus Darmawan, S.Sn., M.Sn  
NIDN 0431088506

Ketua Penguji

Agus Darmawan, S.Sn., M.Sn  
NIDN 0431088506

Ketua Program

Studi Desain Komunikasi Visual

Agus Darmawan, S.Sn., M.Sn  
NIDN 0431088506

PLH Dekan Fakultas Teknik, Komputer dan Desain

Ir. Paikun, S.T., M.T., IPM.ASEAN.Eng  
NIDN. 0402037410

*Skripsi ini saya tujuhan kepada Keluarga, terutama untuk orang tua saya yang tersayang, yang secara konsisten menunjukkan cinta, dukungan, dan doa sepanjang hidup saya. Terimakasih atas semua cinta dan pengorbanan yang tidak pernah berhenti diberikan kepada saya.*

*Adikku tersayang,*

*yang selalu memberikan semangat dan perhatian. Terima kasih atas kebahagiaan dan dorongan yang tidak pernah gagal memberi saya kekuatan.*

*dosen di Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Nusa Putra yang telah membantu dan memberi saran kepada saya dalam menyelesaikan skripsi saya. Terima kasih atas waktu dan kesabaran Anda.*

*Sahabat-sahabat saya, yang mendukung dan menyemangati saya tanpa henti, ada untuk saya di saat-saat senang dan sedih. Saya bersyukur telah mengenal dan bertemu kalian semua.*



*Semua pihak yang telah membantu dan mendukung, yang tidak bisa disebutkan satu per satu, terima kasih atas doa, dukungan, dan bantuan yang telah diberikan. Tanpa kontribusi Kalian, skripsi ini tidak dapat diselesaikan.*

## ***ABSTRACT***

*Children are an important asset because they determine the future of a nation. It is very important for children to receive affection and fulfillment of their rights from their parents. But not all children are that lucky. Most of these disadvantaged children live in orphanages as an alternative to caring for children whose rights are not fulfilled. However, there are still some orphanages that have limitations and need help. This research aims to design a social campaign to raise awareness and invite the community to participate in the welfare of orphanages. The research method used is a mixed method of conducting interviews, distributing questionnaires to obtain field data, and also measuring the effectiveness of motion comics as the main medium for aid and compensation campaigns to orphanages. Based on the questionnaire, motion comic received an overall score of 89.19% in the assessment of the effectiveness of the campaign media and received a good response to increase and grow awareness among the target audience regarding the condition of several orphanages that need help.*

*Keywords: Campaign, Motion comic, Abandoned children, Orphanages*



## ABSTRAK

Anak merupakan aset penting karena menjadi penentu masa depan suatu bangsa. Sangat penting bagi anak untuk menerima kasih sayang dan pemenuhan hak-haknya dari pihak orang tua. Namun tidak semua anak seberuntung itu. Sebagian besar anak-anak yang kurang beruntung ini tinggal dipanti asuhan sebagai alternatif pengasuhan bagi anak-anak yang tidak terpenuhi haknya. Akan tetapi masih ada beberapa panti asuhan yang memiliki keterbatasan dan butuh bantuan. Penelitian ini bertujuan untuk merancang kampanye sosial untuk memberikan kesadaran dan mengajak masyarakat untuk ikut berpartisipasi dalam penyejahteraan panti asuhan. Metode penelitian yang dipakai adalah metode campuran dengan melakukan wawancara menyebarluaskan kuesioner untuk mendapatkan data lapangan dan juga mengukur keefektivinan *motion comic* sebagai media utama kampanye bantuan dan santunan kepada panti asuhan. Berdasarkan kuesioner, *motion comic* mendapatkan skor keseluruhan 89.19% dalam penilaian efektivitas media kampanye dan mendapatkan respon baik untuk meningkatkan dan menumbuhkan kesadaran kepada target audiens mengenai kondisi beberapa panti asuhan yang membutuhkan bantuan.

Kata Kunci: Kampanye, *Motion comic*, Anak terlantar, Panti Asuhan

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Allah SWT, berkat rahmat dan karunia-Nya akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi Perancangan Kampanye Bantuan dan Santunan Kepada Panti Asuhan Dengan Motion Comic. Tujuan penulisan skripsi ini adalah untuk mengajak dan menumbuhkan kesadaran pada masyarakat khususnya anak muda untuk ikut berpartisipasi dalam penyejahteraan panti asuhan.

Sehubungan dengan itu penulis menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih yangsebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Rektor Universitas Nusa Putra Sukabumi Dr. H. Kurniawan, ST., M.Si., MM.
2. Wakil Rektor I Bidang Akademik Universitas Nusa Putra Sukabumi bapak Anggy Pradithra Junfithrana, MT.
3. Kepala Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Nusa Putra Sukabumi bapak Agus Darmawan, S.Sn., M.S.
4. Dosen Pembimbing I Universitas Nusa Putra Sukabumi bapak Tulus Rega Wahyuni E, S.Kom.I., M.Sn.
5. Dosen Pembimbing II Universitas Nusa Putra Sukabumi bapak Agus Darmawan, S.Sn., M.S.
6. Dosen Penguji 1 bapak Agus Darmawan, S.Sn., M.S. dan Dosen Penguji 2 Bapak M. Ficky Aulia, S.Ds., M.Sn.
7. Para Dosen Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Nusa Putra Sukabumi
8. Keluargaku, Ibu, Ayah dan Adikku
9. Rekan –rekan mahasiswa dari kelas DKV20B, Kelompok KKN Desa Cirumput, Sahabatku Ihsan Ulumuddin, Silvi Maharani, Sylvia Farha Sundari, Syifa Ananda Gusar, Anisah Fauziah Mutmainah dan RD M Rafli Nursiddiq
10. Pihak terkait LKSA Ghafururrahim dan Panti Asuhan Wijaya Kusuma.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak sangat kami harapakan demi perbaikan. Amin YaaRabbal 'Alamiin.

Sukabumi, 25 Juli 2024

Muhammad Ikhbar Hadian

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN  
PUBLIKASI**

**TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik UNIVERSITAS NUSA PUTRA, saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Ikhbar Hadian

NIM : 20200060082

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Jenis karya : Tugas Akhir/Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Nusa Putra **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul :

**PERANCANGAN KAMPANYE BANTUAN DAN SANTUNAN KEPADA PANTI ASUHAN DENGAN VIDEO MOTION COMIC**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Nusa Putra berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Sukabumi

Pada tanggal : 25 Juli 2024

Yang menyatakan



( Muhammad Ikhbar Hadian)

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL .....</b>	<b>I</b>
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>II</b>
<b>PERNYATAAN PENULIS .....</b>	<b>III</b>
<b>PERSETUJUAN SKRIPSI.....</b>	<b>IV</b>
<b>PENGESAHAN SKRIPSI.....</b>	<b>V</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>VI</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>VII</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>VIII</b>
<b>PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....</b>	<b>IX</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>X</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>XII</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>XIII</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>XVI</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Batasan Masalah.....	5
1.4 Tujuan Penelitian .....	5
1.5 Manfaat Penelitian .....	6
1.6 Kerangka Penelitian .....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>7</b>
2.1 Landasan Teori.....	7
2.1.1 Panti Asuhan .....	7
2.1.2 Komik.....	7
2.1.3 Jenis-Jenis Komik .....	8
2.1.4 Pengertian <i>Motion comic</i> .....	11
2.1.5 Layout .....	11
2.1.6 Gaya Gambar .....	12
2.1.7 Tokoh/Penokohan .....	14

2.1.8 Kampanye .....	15
2.1.9 Branding.....	21
2.2 Kerangka Teori.....	22
2.3 Penelitian Terdahulu .....	23
Kesimpulan Deskriptif .....	26
<b>BAB III METODOLOGI PERANCANGAN.....</b>	<b>27</b>
3.1 Metode Penelitian.....	27
3.2 Metode Pengumpulan data.....	27
3.2.1 Observasi.....	27
3.2.2 Wawancara.....	28
3.2.3 Aspek perancangan .....	31
3.3 Metode Analisis Data.....	31
3.3.1 Analisis 5W+2H Kedataan.....	32
3.4 Objek Penelitian .....	34
3.5 Metode dan Konsep Perancangan .....	34
3.5.1 Metode Perancangan .....	34
3.5.2 Konsep & Strategi Pesan/Komunikasi .....	47
3.5.3 Konsep & Strategi Kreatif.....	48
3.5.4 Konsep & Strategi Media.....	49
3.5.6 Konsep dan Strategi Visual.....	50
3.6 Alat dan Bahan Yang Digunakan.....	52
3.6.1 Hardware .....	52
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>55</b>
4.1 Hasil Perancangan dan Pembahasan .....	55
4.1.1 Hasil Perancangan .....	55
4.1.2 Pembahasan.....	79
4.1.3 Efektivitas Media .....	89
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>92</b>
5.1 Kesimpulan.....	92
5.2 Saran.....	92
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>93</b>

## DAFTAR TABEL

TABEL 2. 1 PENELITIAN YANG SEDANG DITELITI DALAM PENULISAN KARYA ILMIAH .....	24
TABEL 3. 1 ROADMAP KAMPANYE BANTUAN DAN SANTUNAN KEPADA PANTI ASUHAN .....	42
TABEL 4. 1 SKENARIO MOTION COMIC.....	56
TABEL 4. 2 HASIL KUESIONER EFEKTIVITAS MOTION COMIC .....	89

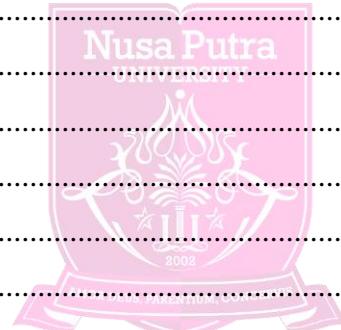


## DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1. 1 KERANGKA PENELITIAN.....	6
GAMBAR 2. 1 KOMIK STRIP SAMPAHISASI .....	8
GAMBAR 2. 2 WEBCOMIC WEBTOON .....	9
GAMBAR 2. 3 KOMIK TAHUNAN SUPERMAN .....	9
GAMBAR 2. 4 KOMIK BUKU ATTACK ON TITAN .....	10
GAMBAR 2. 5 KOMIK KARIKATUR SOSIAL .....	10
GAMBAR 2. 6 MOTION COMIC BOBOIBOY GALAXY .....	11
GAMBAR 2. 7 GAYA GAMBAR KARTUN AVATAR: THE LAST AIR BENDER.....	12
GAMBAR 2. 8 GAYA GAMBAR REALISME MONA LISA .....	13
GAMBAR 2. 9 GAYA GAMBAR SEMI REALISME TRUE BEAUTY .....	13
GAMBAR 2. 10 GAYA GAMBAR FINE ART.....	14
GAMBAR 2. 11 MODEL KOMPONEN KAMPANYE .....	16
GAMBAR 2. 12 MODEL PROSES PENGARUH KAMPANYE .....	16
GAMBAR 2. 13 MODEL KAMPANYE OSTERGAARD.....	17
GAMBAR 2. 14 MODEL KAMPANYE THE FIVE FUNCTIONAL STAGES DEVELOPMENT .....	18
GAMBAR 2. 15 MODEL KAMPANYE THE COMMUNICATIVE FUNCTION .....	18
GAMBAR 2. 16 MODEL KAMPANYE NOWAK DAN WARNERYD .....	19
GAMBAR 2. 17 MODEL KAMPANYE THE DIFFUSION OF INNOVATIONS .....	19
GAMBAR 2. 18 MODEL KAMPANYE KOMUNIKASI KESEHATAN STRATEGIS .....	20
GAMBAR 2. 19 MODEL KAMPANYE KOMPONEN DAN TAHAPAN KAMPANYE SIMON .....	20
GAMBAR 2. 20 MODEL MANAJEMEN KAMPANYE .....	21
GAMBAR 2. 21 PEMETAAN MERK .....	22
GAMBAR 2. 22 TEORI-TEORI RELEVAN YANG DIBUAT KERANGKA	

TEORITIK .....	22
GAMBAR 3. 1 DOKUMENTASI WAWANCARA BERSAMA PAK BEBEN SUHERMAN .....	30
GAMBAR 3. 2 DOKUMENTASI WAWANCARA BERSAMA BU DEWI YANA FITRI .....	31
GAMBAR 3. 3 KLASTER 1 PLANNING MAP .....	34
GAMBAR 3. 4 KLASTER 2 KEDATAAN .....	35
GAMBAR 3. 5 KLASTER 3 BRAINSTORMING .....	35
GAMBAR 3. 6 BRAINSTORMING PENCARIAN KATA KUNCI .....	36
GAMBAR 3. 7 PEMETAAN BRAINSTORMING .....	37
GAMBAR 3. 8 KERANGKA PENETAPAN INTEGRITAS, VARIABEL DAN BRAND AMBITION.....	40
GAMBAR 3. 9 KLASTER 4 & 5 PRODUKSI, IMPLEMENTASI & EVALUASI	
.....	47
GAMBAR 3. 10 MOTION COMIC GROWTHESEED .....	50
GAMBAR 3. 11 MOTION COMIC BOBOIBOY GALAXY.....	51
GAMBAR 3. 12 MOTION COMIC ROMANSA RAHASIA.....	51
GAMBAR 3. 13 PC .....	52
GAMBAR 3. 14 SMARTPHONE XIAOMI .....	53
GAMBAR 3. 15 APPLE IPAD.....	53
GAMBAR 3. 16 SOFTWARE MICROSOFT WORD 365.....	53
GAMBAR 3. 17 SOFTWARE PROCREATE .....	54
GAMBAR 3. 18 SOFTWARE ADOBE AFTER EFFECT .....	54
GAMBAR 4. 1 SKETSA KASAR STORYBOARD.....	66
GAMBAR 4. 2 KARAKTER QISTINA.....	67
GAMBAR 4. 3 KARAKTER GALIH .....	68
GAMBAR 4. 4 KARAKTER BU FITRI .....	69
GAMBAR 4. 5 LATAR TEMPAT .....	71
GAMBAR 4. 6 JUDUL MEDIA KAMPANYE .....	72
GAMBAR 4. 7 PALET WARNA KARAKTER .....	73
GAMBAR 4. 8 WARNA LATAR.....	74

GAMBAR 4. 9 SKETSA POSTER .....	75
GAMBAR 4. 10 POSTER KRAYON HARAPAN .....	75
GAMBAR 4. 11 SKETSA X BANNER KRAYON HARAPAN .....	76
GAMBAR 4. 12 X BANNER KRAYON HARAPAN.....	77
GAMBAR 4. 13 MOCKUP POSTER KRAYON HARAPAN.....	78
GAMBAR 4. 14 MOCKUP X BANNER KRAYON HARAPAN .....	78
GAMBAR 4. 15 MOCKUP CHANNEL YOUTUBE KRAYON HARAPAN....	79
GAMBAR 4. 16 MOCKUP BUKU KOMIK KRAYON HARAPAN .....	79
GAMBAR 4. 17 SCENE 1.....	80
GAMBAR 4. 18 SCENE 2.....	81
GAMBAR 4. 19 SCENE 3.....	81
GAMBAR 4. 20 SCENE 4.....	82
GAMBAR 4. 21 SCENE 5.....	83
GAMBAR 4. 22 SCENE 6.....	83
GAMBAR 4. 23 SCENE 7.....	84
GAMBAR 4. 24 SCENE 8.....	85
GAMBAR 4. 25 SCENE 9.....	85
GAMBAR 4. 26 SCENE 10.....	86
GAMBAR 4. 27 SCENE 11.....	86
GAMBAR 4. 28 SCENE 12.....	87
GAMBAR 4. 29 SCENE 13.....	87
GAMBAR 4. 30 SCENE 14.....	88
GAMBAR 4. 31 SCENE 15.....	88
GAMBAR 4. 32 SCENE 16.....	89
GAMBAR 4. 33 DIAGRAM KUESIONER .....	91



## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1. SPESIFIKASI WAWANCARA DENGAN NARASUMBER ..	95
LAMPIRAN 2. DOKUMENTASI WAWANCARA .....	99
LAMPIRAN 3. SPESIFIKASI ANGKET DENGAN AUDIENS .....	100
LAMPIRAN 4. DOKUMENTASI PENYEBARAN ANGKET .....	103
LAMPIRAN 5. HASIL PERSENTASE PLAGIASI .....	104



## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Latar Belakang Anak merupakan aset penting yang paling berharga karena seorang anak dapat menjadi kunci penentu masa depan suatu bangsa dan negara. Kemunduran dan kemajuan suatu bangsa ada di tangan anak-anak sebagai generasi penerus. Seorang anak memiliki peran penting dalam melanjutkan estafet generasi sebelumnya dan memiliki pengaruh yang sangat besar dimasa yang akan datang. Keputusan kebijakan, pengembangan dan investasi anak yang dibuat hari ini akan memiliki pengaruh signifikan terhadap masa depan negara. dengan membuat kebijakan yang tepat, Indonesia akan terus bergerak ke arah masyarakat madani yang berkualitas, adil, dan sejahtera (Unicef Indonesia, 2020). Penting bagi setiap anak untuk mendapatkan perlakuan yang merata guna menunjang kualitas hidupnya.

Sejak kecil, Pundak kecil mereka sudah diberi beban pengharapan yang sangat besar demi mencapai masa depan yang cerah bagi keluarga, bangsa dan agama. Untuk memperringankan beban tersebut, maka dibutuhkan peranan dari pihak keluarga agar memberikan perhatian dan memenuhi hak-hak anak guna membantu, mengantar dan membimbing anak-anak untuk mendapatkan hidup yang layak dan bahagia. Menurut UNICEF Indonesia (2018), dengan menyetujui Konvensi Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) terkait hak anak pada tahun 1989, negara-negara dari seluruh dunia berjanji bahwa semua anak akan memiliki hak yang sama. Konvensi ini menetapkan langkah yang harus dilakukan setiap negara untuk memastikan bahwa setiap anak memiliki kesempatan terbaik untuk tumbuh sehat, berpendidikan, dilindungi, didengar, dan mendapatkan perlakuan yang adil. Sangat penting untuk setiap anak mendapatkan hal-hal tersebut guna mendukung dan memberikan dorongan guna menyukseskan dan meneruskan estafet generasi sebelumnya untuk mendapatkan masa depan yang lebih cerah bagi keluarga, bangsa dan agama.

Namun, tidak semua anak-anak beruntung mendapatkan perhatian dan

pemenuhan hak-hak dari keluarganya Sebagian besar anak-anak di Indonesia ada yang tidak mendapatkan dan tidak terpenuhi hak-hak mereka sebagai seorang anak. Masih banyak anak-anak yang kurang beruntung, diantaranya anak dengan kondisi ekonomi lemah dan anak yatim piatu yang kehilangan sosok pencari nafkah dalam keluarga. Anak-anak yang kurang beruntung tersebut seringkali tidak mendapat jaminan atas perhatian, hak-hak atas pendidikan, kesehatan dan kehidupan yang layak. Menurut buku Hak dan Perlindungan Anak dalam Islam (Unicef Indonesia dan Universitas Al-Azhar, 2022, hal. 147) aspek penting yang tidak dimiliki anak yatim piatu ialah hilangnya panutan dan makna kasih sayang dan perhatian, yang tidak mereka terima dari salah satu atau kedua orang tua mereka. Kondisi seperti ini dapat merugikan baik secara fisik, mental, emosional bahkan sosial. Anak menjadi terlantar, kurang mendapatkan perhatian, tidak melanjutkan pendidikan, terpaksa bekerja dan keluyuran tanpa adanya pengawasan. Kebanyakan anak yatim piatu mengalami kondisi ekonomi yang lemah karena telah kehilangan sosok pencari nafkah dalam keluarga. Sebagai manusia, kita adalah makhluk yang tidak bisa hidup sendiri. Kita sebagai makhluk sosial perlu saling merangkul dan membantu satu sama lain agar setiap individu dapat hidup dengan layak beserta hak-haknya. Anak-anak yang kurang beruntung ini perlu sosok pahlawan yang dapat merangkul dan menyelamatkan mereka dari kondisi keterpurukan ini. Oleh sebab itu, penting untuk masyarakat sekitar untuk membantu, menyantuni dan mengasuh mereka dengan layak. Sebagaimana tertulis pada Konvensi Hak-Hak Anak Pasal 20 yang berbunyi "Tiap anak yang tidak bisa diasuh oleh keluarganya sendiri berhak diasuh secara layak oleh orang-orang yang menghormati agama, budaya, bahasa, dan aspek-aspek lain dari kehidupan sang anak" (Unicef Indonesia, 2018).

Sudah umum diketahui bahwa tidak akan ada lagi individu miskin atau anak yatim piatu yang ditelanjangi jika masyarakat melangkah untuk memenuhi tanggung jawab ini dengan benar (Unicef Indonesia dan Universitas Al-Azhar, 2022, hal. 137). Panti asuhan dapat menjadi jawaban dan pahlawan bagi anak-anak yang kurang beruntung tersebut. Selain menjadi rumah bagi anak-anak yatim piatu dan terlantar, panti asuhan juga berperan sebagai wali untuk menggantikan tugas dan peranan orang tua bagi anak-anak yang kurang beruntung tersebut.

Panti asuhan adalah suatu yayasan perlindungan anak yang bertindak sebagai wakil orangtua dan bertanggung jawab untuk mengasuh dan memenuhi kebutuhan sosial beserta hak-hak bagi anak-anak yang diasuh. Panti asuhan menjadi harapan dan tempat bagi anak-anak yang kurang beruntung untuk mendapatkan kehidupan yang lebih layak dari sebelumnya. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, panti asuhan digambarkan sebagai rumah, fasilitas, atau tempat tinggal yang digunakan untuk memelihara (merawat) anak yatim, piatu, dan anak-anak terlantar. Selain menyediakan tempat tinggal dan keamanan bagi anak-anak yang tidak merasakan peran orang tua atau kehilangan orang tua, panti asuhan juga menerima anak-anak dari rumah tangga yang tidak mampu dan rumah tangga yang bermasalah.

Dikutip dari Orami.co.id (2022). Menurut Departemen Sosial Republik Indonesia (Depsoz RI) (1997). Panti asuhan atau Lembaga Kesejahteraan Sosial Anak (LKSA) berfungsi sebagai pusat pelayanan kesejahteraan sosial anak, serta pusat pemulihan, pengembangan, perlindungan, pusat data, informasi dan konsultasi kesejahteraan sosial anak. Sedangkan untuk tujuan, Depsoz RI (1997) menyatakan bahwa tujuan panti asuhan adalah untuk membantu dan membimbing anak-anak menuju pengembangan pribadi yang matang serta mengembangkan keterampilan kerja yang tepat sehingga mereka dapat hidup bermasyarakat dengan harapan bisa menjalani kehidupan yang layak dan tumbuh menjadi orang dewasa yang dapat memenuhi tanggung jawab mereka baik sebagai individu maupun anggota masyarakat.

Panti asuhan memiliki peranan dan jasa yang sangat besar bagi negara. Ditempat inilah anak-anak yang kurang beruntung dapat hidup dan mendapatkan dukungan dan bimbingan untuk mengemban beban berat sebagai generasi penerus bangsa. Ditempat inilah anak-anak tersebut dapat tercukupi hak-haknya sebagai seorang anak. Adapun hak-hak anak asuh di panti asuhan diatur dalam Undang-Undang Nomor 35 Tahun 2014 tentang perlindungan anak diantaranya hak untuk diasuh, hak perawatan, hak perlindungan, hak kesehatan, hak pendidikan dan yang lainnya. Selain fasilitas tempat tinggal yang disediakan, panti asuhan juga berperan untuk membentuk moral dan etika anak asuh. Ditempat ini anak-anak diberikan bimbingan dan hal-hal yang dapat mendukung pengembangan karakter anak. Dengan segala fasilitas yang disediakan, panti asuhan tetap sangat

bergantung pada donasi. Meskipun pemerintah, swasta dan masyarakat sekitar menyediakan dan menyisihkan uang untuk panti asuhan, namun pembiayaannya seringkali tidak mencukupi dikarenakan beberapa faktor seperti meningkatnya jumlah anak yang diasuh dan meningkatnya harga-harga kebutuhan anak-anak panti. Dikutip dari cakrawalanews.co (2021) dinas sosial menyortir sebanyak 29 panti asuhan di kota surabaya yang memprihatinkan. Hal sama juga terjadi di kota samarinda, dinas sosial menyortir sebanyak 7 panti asuhan yang membutuhkan bantuan tambahan, dari 7 panti yang diberi bantuan tambahan, terdapat 1 panti yang kondisinya sangat memprihatinkan yaitu panti asuhan kasih bunda utari (Damayanti, 2024). Contoh lainnya yaitu Panti Asuhan Wijaya Kusuma yang terletak di Kabupaten Cianjur. Panti asuhan yang sudah berdiri sejak 1988 ini mengalami krisis ekonomi semenjak wabah Covid-19. Memaksa panti asuhan ini untuk memangkas beberapa biaya operasional guna mencegah krisis ekonomi yang lebih parah lagi. Beberapa pada akhirnya, fungsi dan kelangsungan hidup panti asuhan sangat bergantung pada para donatur baik material maupun nonmaterial. Selain krisis ekonomi yang dirasakan, beberapa panti asuhan juga mengalami kekurangan tenaga pengasuh. Kekurangan tenaga pengasuh ini dapat memberikan kemungkinan tidak meratanya kasih sayang pada anak-anak yang berada di panti. Oleh sebab itu, butuh dorongan yang besar untuk masyarakat sekitar untuk ikut berperan, membantu dan ikut andil dalam penyejahteraan dan pemenuhan hak-hak anak yatim piatu.

Hal ini menarik perhatian penulis untuk melakukan perancangan kampanye agar masyarakat terutama anak muda terdorong untuk membantu, menyantuni dan mengunjungi panti asuhan dengan harapan agar anak-anak asuh mendapatkan kehidupan yang lebih layak, merasakan perhatian dan menerima kasih sayang yang lebih banyak dari sebelumnya. Oleh karena itu, Penulis bertujuan untuk merancang sebuah video *motion comic* sebagai media utama dalam mengkampanyekan bantuan dan santunan kepada anak yatim piatu di panti asuhan. Dengan media komunikasi *motion comic*, diharapkan anak muda dan masyarakat sekitar dapat ikut berperan sebagai donatur dan membantu tugas pengasuh dalam memperhatikan dan mengasihani anak-anak di panti asuhan.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Penelitian terdahulu mengenai perancangan *motion comic* sudah banyak dilakukan. *Motion comic* menjadi salah satu media komunikasi untuk menyampaikan pesan dan media kampanye dengan tujuan menciptakan kesadaran dan ajakan kepada audiens. Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas. Pertanyaan penelitian yang diajukan pada penelitian ini ialah sebagai berikut:

1. Media apa yang efektif untuk dijadikan media utama kampanye bantuan dan santunan anak yatim?
2. konsep media seperti apa yang dapat menunjang dan mendukung media utama kampanye?

## **1.3 Batasan Masalah**

Batasan dalam penelitian ini yaitu:

3. Merancang sebuah video *motion comic* sebagai media utama dalam kampanye bantuan dan santunan kepada anak yatim di panti asuhan.
4. Menargetkan pria & wanita berusia 18 tahun keatas yang sudah berpenghasilan dan ikhlas menjadi sukarelawan.
5. Hasil akhir video *motion comic* berdurasi kurang lebih 3 menit.
6. Mengangkat konsep panti asuhan yang sedang mengalami krisis ekonomi dan pengasuh.
7. Menyusun dan menangani proses jalannya projek dari pra-produksi, produksi hingga pasca produksi.
8. Mengunggah media utama *motion comic* ke kanal Youtube dengan harapan dapat menjangkau khalayak yang lebih luas.
9. Merancang media pendukung untuk menunjang video *motion comic* sebagai media utama dari kampanye bantuan dan santunan anak yatim seperti brosur, x banner, Instagram, poster, *trailer* dan *merchandise*.

## **1.4 Tujuan Penelitian**

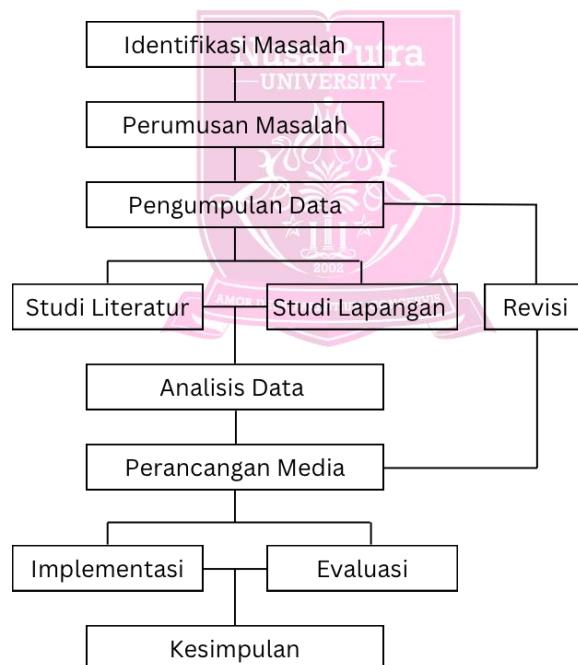
Berdasarkan pada batasan masalah diatas, penelitian ini hendak menjelaskan proses perancangan dari media utama kampanye dengan tujuan mengajak anak-anak muda dan masyarakat sekitar agar berkontribusi memberi bantuan dan

santunan kepada anak yatim piatu berbasis video *motion comic* 2 dimensi dengan konsep panti asuhan yang tidak jarang mengalami krisis ekonomi dan pengasuh.

### 1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian mengenai perancangan *motion comic* ini memiliki beberapa manfaat dan diharapkan berguna untuk kedepannya, yang pertama adalah manfaat teoritis yaitu diharapkan dapat memberikan sebuah kontribusi menjadi referensi perancangan *motion comic* dalam ruang lingkup keilmuan desain komunikasi visual (DKV). Yang kedua adalah manfaat praktis, diharapkan anak muda dan masyarakat sekitar dapat tergerak hatinya untuk ikut andil mengambil peran dalam pemenuhan hak-hak anak di panti asuhan. dan yang ketiga, setidaknya penulis dapat sedikit membantu agar anak-anak yang kurang beruntung ini berkesempatan mendapatkan hidup yang layak dan bahagia.

### 1.6 Kerangka Penelitian



**Gambar 1. 1 Kerangka Penelitian**

(Sumber: Dokumentasi penulis)

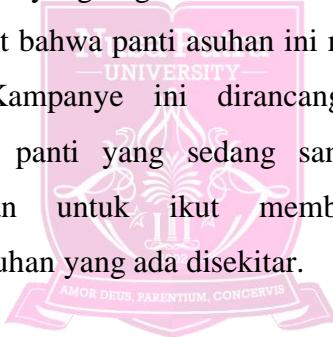


## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil pembahasan mengenai perancangan sampai dengan penilaian efektivitas media. Dapat ditarik kesimpulan bahwa penggunaan *motion comic* sebagai media utama kampanye mendapatkan skor yang besar yaitu 89,19% untuk penilaian keseluruhan efektivitas media. Berdasarkan kuesoner yang disebar, *motion comic* ini mendapatkan respon baik untuk meningkatkan dan menumbuhkan kesadaran kepada target audiens mengenai kondisi beberapa panti asuhan yang serba kekurangan. Dengan menunjukkan situasi dan kondisi panti yang kosong, lalu menampilkan seberapa besar pengharapan dan cita-cita yang digambarkan oleh penghuni panti asuhan, memberikan pesan tersirat bahwa panti asuhan ini membutuhkan bantuan dan dorongan dari kita. Kampanye ini dirancang dengan tujuan untuk memperlihatkan kondisi panti yang sedang sangat berjuang dan untuk meningkatkan kesadaran untuk ikut membantu, menyantuni dan menyejahterakan panti asuhan yang ada disekitar.



#### **5.2 Saran**

Saran untuk penelitian selanjutnya yang ingin menggunakan topik bantuan kepada panti asuhan dan menggunakan media kampanye, yaitu membuat narasi cerita yang lebih dramatis untuk memicu rasa keterharuan dari target audiens, memberikan cerita yang lebih inspiratif untuk memicu kesadaran akan membantu panti asuhan, memberikan informasi edukatif agar pesan yang ingin disampaikan lebih jelas dan interaktif, mengandung pesan persuasi agar target audiens lebih yakin untuk ikut berpartisipasi dan yang terakhir adalah penggunaan audio visual yang menarik seperti penggunaan efek suara, musik, dan gaya gambar yang sesuai dengan target audiens.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afdhal, V., Edwardi, F., & Aldina, D. (2021). PERANCANGAN *MOTION COMIC* KABA. Vol.9, No.1, September 2021,, 120-130.
- Ahmad, F. (2023). *PERANCANGAN MOTION GRAPHIC SEBAGAI MEDIA KAMPANYE SOSIAL UNTUK MENGGUGAH KESADARAN LITERASI DIGITAL GENERASI MUDA*. Skripsi Sarjana S1 Desain Komunikasi Visual, UNIVERSITAS DINAMIKA.
- Aristo, H. M. (2022). *PEMBUATAN FILM MOTION COMIC 2D BERTEMA NOMOPHOBIA*. Skripsi Sarjana S1 Desain Komunikasi Visual, UNIVERSITAS DINAMIKA.
- Aulia, & Atmami. (2023). SKEMA PERANCANGAN MEDIA VISUAL KAMPANYE (IDEOLOGICAL) BAGI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL. Vol 6, nomor 1, Juni 2023, 48-60.
- Cakrawalanews.com. (2021). *Sebanyak 29 Panti Asuhan Minim Donatur Terima Bantuan Dari Pemkot Surabaya*. Diakses pada 22 April 2023,: dari <https://cakrawalanews.co/news/51584/sebanyak-29-panti-asuhan-minim-donatur-terima-bantuan-dari-pemkot-surabaya/>.
- Damayanti, N. A. (2024). *Panti Asuhan di Samarinda Ini Memprihatinkan, Akmal Malik: Dinsos-Pemkot Mesti Bantu*. Diakses Pada 23 April 2024,: dari <https://www.niaga.asia/panti-asuhan-di-samarinda-ini-memprihatinkan-akmal-malik-dinsos-pemkot-mesti-bantu/>.
- Fauzi. (2023). PERANCANGAN MOTION GRAPHIC SEBAGAI MEDIA KAMPANYE SOSIAL UNTUK MENGGUGAH KESADARAN LITERASI DIGITAL GENERASI MUDA.
- Hasanah. (2016). TEKNIK-TEKNIK OBSERVASI (SEBUAH ALTERNATIF METODE PENGUMPULAN DATA KUALITATIF ILMU-ILMU SOSIAL. Vol.8 , No 1, Juli 2016, 21-46.
- Hau. (2022). PEMBUATAN FILM *MOTION COMIC* 2D BERTEMA NOMOPHOBIA.
- Mascelli, J. V. (2005). *THE FIVE C's OF CINEMATOGRAPHY*. Los Angeles: James Press.
- McCloud. (1993). *UNDERSTANDING COMICS THE INVISIBLE ART*. New York: HarperCollins Publisher.
- McCloud. (2006). *MAKING COMICS, STORYTELLING SECRETS OF COMICS, MANGA AND GRAPHIC NOVELS*. New York: HarperCollins Publisher.
- Muli, M. S. (2022). *PERANCANGAN MEDIA KAMPANYE SOSIAL MENTAL HEALTH BERBASIS VIDEO MOTION COMIC SEBAGAI UPAYA MENJAGA KEJIWAAN PARA REMAJA PASCA PANDEMI COVID-19*. Skripsi Sarjana s1 Desain Komunikasi Visual, UNIVERSITAS DINAMIKA.
- Oktyandito, Y. (2024). *Asal-Usul Istilah Hijau Miskin yang Viral, Ini Penjelasannya*. diakses pada 7 Juli 2024 dari: <https://www.idntimes.com/men/attitude/yogama-wisnu-oktyandito/asal-usul-istilah-hijau-miskin-yang-viral?page=all>.
- Pramita. (2023). *Makna Daster bagi Jessica Mila dan Nycta Gina, Baju Kesayangan yang Wajib Ada di Lemari*. diakses pada 23 April 2024,: dari <https://www.cantika.com/read/1780367/makna-daster-bagi-jessica-mila->

- dan-nycta-gina-baju-kesayangan-yang-wajib-ada-di-lemari.
- Rachmawati. (2007). PENGUMPULAN DATA DALAM PENELITIAN KUALITATIF: WAWANCARA. *Vol. 11, No 1, Maret 2007*, 35-40.
- Ramadhani, Sumarlin, & Afif. (2023). PERANCANGAN ANIMASI DALAM SEBUAH *MOTION COMIC* BERJUDUL "KECEMASAN: SEBUAH PERJUANGAN TAK TERLIHAT. *Vol.10, No.6 Desember 2023*.
- Rozi. (2018). PERANCANGAN *MOTION COMIC* CERITA RAKYAT PASURUAN: PAK SAKER.
- Setiawan, R. (2022). *Mengenal Panti Asuhan: Pengertian, Fungsi, dan Tujuannya*. Diakses pada 23 Maret 2024,: dari <https://www.liputan6.com/hot/read/4464136/cara-menulis-daftar-pustaka-dari-internet-dengan-format-apa-lengkap-dengan-contohnya?page=6>.
- UNICEF. (2022). *hak dan perlindungan anak dalam islam*. Jakarta: UNICEF Indonesia.
- Venus. (2019). *MANAJEMEN KAMPANYE, PANDUAN TEORITIS DAN PRAKTIS DALAM MENGEFEKTIFKAN KAMPANYE KOMUNIKASI PUBLIK (EDISI REVISI)*. Bandung: Simbiosa Rekatama Media.



