

**Perancangan *Motion Graphic* Anti Stigma Negatif terhadap Orang dengan HIV dan AIDS oleh Komisi Penanggulangan AIDS Kota Bandung untuk Usia 15 -19 Tahun di Kota Bandung (Studi Kasus di SMA YWKA Bandung)**

**Banon Gilang, Gamal Abdul Citra Kemala Putri**

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Komunikasi dan Desain

Universitas Informatika Dan Bisnis Indonesia

Email: banongilang@unibi.ac.id, ggamalA.nazer@gmail.com, citrakemalaputri@unibi.ac.id

**Abstrak**

Remaja lebih rentan memiliki stigma negatif terhadap Orang Dengan HIV AIDS (ODHA) dibandingkan dengan orang dewasa. Hal ini disebabkan oleh kurangnya informasi dan edukasi kepada remaja. Salah satu penyebabnya adalah media konvensional yang kurang diminati oleh para remaja karena kurang menarik. Apabila dibiarkan saat dewasa para remaja akan memiliki pandangan buruk kepada para ODHA. Salah satu media yang paling diminati remaja adalah video animasi *motion graphic*. Perancangan ini dilakukan menggunakan metode kualitatif yang didukung dengan teori Soekarno (2008:2) dengan menggabungkan berbagai elemen-elemen seperti animasi 2D dan 3D, video, film, tipografi, ilustrasi, fotografi, dan musik. Hasil dari perancangan ini adalah sebuah media edukasi berbentuk *motion graphic* anti stigma negatif terhadap ODHA. Konten dari *motion graphic* ini berasal hasil wawancara bersama Kepala POKJA Remaja Komisi Penanggulangan AIDS Kota Bandung ditambah dengan beberapa jurnal. Dengan demikian, perancangan ini dilakukan untuk menyajikan *motion graphic* dengan tema anti stigma yang bergambar dan berwarna sesuai dengan remaja usia 15-19 tahun.

**Kata Kunci:** Stigma Negatif ODHA, HIV, AIDS, *Motion Graphic* Anti Stigma ODHA

**Abstract**

*Adolescents are more prone to have negative stigma against people living with HIV/AIDS (PLWHA) compared to adults. This is due to the lack of information and education for youth. One of the reasons is that conventional media are less attractive to teenagers because they are less attractive. If left unchecked, teenagers will have a bad view of PLWHA. One of the most popular media for teenagers is motion graphic animation videos. This design was carried out using qualitative methods supported by Soekarno's theory (2008:2) by combining various elements such as 2D and 3D animation, video, film, typography, illustration, photography, and music. The result of this design is an educational media in the form of motion graphic anti-negative stigma against PLWHA. The content of this motion graphic comes from interviews with the Head of the Youth Working Group, the Bandung City AIDS Commission, plus several journals. Thus, this design was carried out to present a motion graphic with an anti-stigma theme that is illustrated and in color according to adolescents aged 15-19 years.*

**Keywords:** Negative Stigma of PLWHA, HIV, AIDS, *Motion Graphic* Anti Stigma of PLWHA

## 1 PENDAHULUAN

ODHA adalah singkatan dari Orang Dengan HIV/AIDS, sebagai pengganti istilah penderita yang mengarah pada pengertian bahwa orang tersebut secara positif di diagnosa terinfeksi HIV. HIV adalah virus penyebab AIDS yang menyerang sistem kekebalan tubuh (Diane, 2002:1).

ODHA merupakan entitas masyarakat yang membutuhkan banyak bentuk dukungan, salah satunya berupa dukungan psikologis. Hal ini disebabkan oleh banyaknya stigma negatif HIV/AIDS yang dimilikinya serta kekhawatiran masyarakat mengenai potensi tertular. Hal tersebut memunculkan banyak tekanan secara psikologis pada ODHA. Maka dari itu edukasi mengenai HIV/AIDS sangat diperlukan untuk meminimalisir tekanan yang diberikan oleh masyarakat kepada ODHA.

Stigma dan diskriminasi terhadap ODHA menjadi salah satu faktor yang membuat kasus HIV/AIDS di Indonesia terus meningkat dari tahun ke tahun. Salah satu faktor diskriminasi terhadap ODHA yang membuat kasus HIV/AIDS meningkat di Kota Bandung, Kasus HIV/AIDS di Kota Bandung cukup tinggi. Berdasarkan data Dinas Kesehatan Kota Bandung jumlah kasus infeksi HIV di Kota Bandung terdapat sebanyak 5.716 kasus dengan penambahan kasus baru setiap tahunnya mencapai 300 hingga 400 kasus (Dinas Kesehatan Kota Bandung, 2021).

SMA YWKA Bandung merupakan salah satu sekolah di Bandung yang didirikan pada tahun 1972. SMA YWKA melaksanakan edukasi mengenai HIV dan AIDS pada acara masa orientasi sekolah dan kegiatan lainnya seperti pada mata pelajaran PJOK dan kegiatan keputrian, beberapa acara bekerja sama dengan kepolisian dan puskesmas di Kota Bandung (Wawancara dengan staf kesiswaan SMA YWKA Kota Bandung pada tanggal 16 Desember pukul 09.30).

Komisi yang membantu menanggulangi Stigma dan Diskriminasi ODHA adalah Komisi Penanggulangan AIDS Kota Bandung (KPA). KPA adalah sebuah lembaga yang dibentuk oleh walikota untuk membantu dalam pencegahan dan

penanggulangan HIV dan AIDS di Kota Bandung.

Saat ini Komisi Penanggulangan AIDS Kota Bandung belum memiliki media yang berbentuk animasi atau *motion graphic*. Kebanyakan media video animasi atau *motion graphic* yang digunakan adalah video dari pihak lain. Kebanyakan media yang dimiliki KPA Kota Bandung adalah media konvensional seperti brosur, *banner*, *leaflet*, infografis, buku dan lainnya. Media konvensional dirasa kurang menarik bagi remaja usia 15-16 tahun di Kota Bandung yang sudah memiliki *gadget* baik milik sendiri atau milik sekolah.

Penulis juga melakukan survey menggunakan *Google Form* dan mendapatkan hasil 53 dari 85 orang remaja yang berusia 15-19 tahun lebih menyukai media video *motion graphic*.

Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa media konvensional kalah menarik dengan media video animasi atau *motion graphic*. Oleh karena itu penulis ingin membuat media edukasi yang berbentuk *motion graphic*, karena dapat menyampaikan informasi mengenai penghapusan stigma negatif terhadap ODHA lebih efektif dan efisien.

## 2 KAJIAN PUSTAKA

### 2.1 *Motion Graphic*

Menurut Sukarno (2008:2) dalam tugas akhirnya mengatakan bahwa: *Motion graphic* adalah potongan-potongan media visual berbasis waktu yang menggabungkan film dan desain grafis. Hal tersebut bisa dicapai dengan menggabungkan berbagai elemen-elemen seperti animasi 2D dan 3D, video, film, tipografi, ilustrasi, fotografi, dan musik. Adanya media *motion graphic* ini akan meminimalisir biaya, karena media *motion graphic* dianggap efektif, gambar objek lebih fleksibel, lebih menarik serta penyampaian informasi kepada target audiens dengan rentang umur 20 sampai dengan 40 tahun akan lebih komunikatif (Bukharla dkk., 2017).

## 2.2 Penggunaan *Motion Graphic*

Penggunaan motion graphic umumnya adalah sebagai title sequence atau adegan pembuka pada film atau pun serial televisi, logo-logo yang bergerak di akhir iklan, elemen- elemen seperti logo yang berputar di sebuah siaran televisi, dll. (Humairah, 2015 dalam Saputra, 2018). Elemen-elemen yang digunakan adalah: *bumper, storyline, storyboard, selection, video editing, layer mask, effect, rendering, voice over, background* dan *sound effect*.

## 2.3 HIV dan AIDS

*Human Immunodeficiency Virus* (HIV) adalah sejenis virus yang menginfeksi sel darah putih yang menyebabkan turunnya kekebalan tubuh manusia. Penderita HIV memerlukan pengobatan dengan *Antiretroviral* (ARV) untuk menurunkan jumlah virus HIV di dalam tubuh agar tidak masuk ke dalam stadium AIDS, sedangkan penderita AIDS membutuhkan pengobatan ARV untuk mencegah terjadinya infeksi oportunistik dengan berbagai komplikasi nya (Kemenkes RI, 2020).

AIDS atau *Acquired Immune Deficiency Syndrome* adalah suatu sindrom (kumpulan gejala) yang menyebabkan turunnya/hilangnya sistem kekebalan tubuh manusia. AIDS adalah tahap akhir dari infeksi virus HIV ketika sistem kekebalan tubuh telah sangat rusak, sehingga tidak dapat melawan infeksi ringan sekali pun dan pada akhirnya menyebabkan kematian.

## 2.4 Orang dengan HIV dan AIDS (ODHA)

Menurut Diane (2002:1) ODHA adalah singkatan dari Orang Dengan HIV/AIDS, sebagai pengganti istilah penderita yang mengarah pada pengertian bahwa orang tersebut secara positif didiagnosa terinfeksi HIV. HIV adalah virus penyebab AIDS yang menyerang sistem kekebalan tubuh.

ODHA sering mendapatkan pandangan negatif dari orang sekitarnya

karena takut tertular. Pandangan negatif ini membuat ODHA enggan untuk melakukan pengobatan untuk mengurangi dampak dari virus HIV, oleh karena itu banyak jumlah infeksi yang terselubung. ODHA memiliki hak yang sama dengan orang sehat lainnya namun sering mendapat pandangan dan perlakuan negatif.

## 2.5 Stigma

Pengertian stigma sendiri menurut Goffman (2003) merupakan tanda atau tanda yang dibuat pada tubuh seseorang untuk diperlihatkan dan menginformasikan kepada masyarakat bahwa orang-orang yang mempunyai tanda tersebut merupakan seorang budak, kriminal, atau seorang pengkhianatan serta suatu ungkapan atas ketidakwajaran dan keburukan status moral yang dimiliki oleh seseorang. Jadi stigma ini mengacu kepada atribut yang memperburuk citra seseorang (Purnama dkk., 2016).

## 3 METODE PENELITIAN

Perancangan media edukasi ini menggunakan metode kualitatif untuk mendapatkan data- data yang dibutuhkan dalam penelitian. Menurut Moleong (2007:6) metode penelitian kualitatif adalah jenis penelitian dengan tujuan untuk memahami fenomena mengenai apa yang dialami subjek penelitian secara menyeluruh dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata serta bahasa, pada konteks khusus yang dialami serta memanfaatkan berbagai metode ilmiah.

Teknik pengumpulan data yang digunakan penulis menggunakan teknik pengumpulan data primer sebagai data utama penelitian seperti observasi, kuesioner dan wawancara.

Observasi yang dilakukan terhadap orang dengan gangguan HIV dan AIDS agar dapat mengetahui yang dialami dan dirasakan oleh ODHA terhadap stigma dan diskriminasi terhadap mereka. Dan observasi terhadap remaja usia 15-19 tahun agar dapat mengetahui karakteristik dan kebiasaan

remaja dalam memahami materi mengenai ODHA.

Wawancara juga dilakukan terhadap Pak Okeu Supriyadi selaku Kepala Pokja Remaja KPA Kota Bandung dan Bu Ade selaku kesiswaan SMK YWKA Bandung. Kuesioner yang disebarakan kepada siswa SMK YWKA untuk menambah informasi yang dibutuhkan dalam penelitian.


#### 4 HASIL DAN PEMBAHASAN

##### 4.1 Observasi Referensi Karya Sejenis

Karya proyek sejenis adalah sumber acuan atau media sejenis yang serupa dengan hasil rancangan. GERMAS atau Gerakan Kesehatan Masyarakat merupakan media kegiatan untuk remaja yang menjadi referensi penulis guna menjadi acuan visual seperti karakter dan animasi.

Tabel 1. Analisis Media Sejenis.

Tampilan Media	Analisis Media
Warna yang menarik dan seimbang 	Dalam motion graphic GERMAS memiliki prinsip keselarasan. Karena menggunakan warna turunan dan warna yang berdekatan. Menggunakan warna hangat yang kontras yang nyaman dilihat mata. Namun tidak menggunakan ruang dengan seimbang. Keseimbangan mempunyai suatu yang menarik perhatian, dan mempunyai irama yang tepat. Keselarasan adalah kesatuan diantara macam-macam desain walaupun berbeda tetapi membuat tiap-tiap bagian ini kelihatan menyatu (Sri Widarwati, 1993).
Tipografi yang menarik 	Tipografi Aplikatif Usia remaja yaitu anak-anak yang baru meningkat dewasa antara SLTP-SLTA, proporsi jumlah gambar dikurangi atau

Tampilan Media	Analisis Media
	tidak sebanyak bukuSD. Besar huruf lebih diperkecil dan ukuran buku dibawah A4 karena kemampuan membacanya lebih banyak dari masa-masa sebelumnya. Karena jumlah teksnyamulai banyak, maka perlu dipilih jenis huruf yang legalitasnya baik. (Garamond, Baskerville, dsb).
Desain karakter pada animasi menarik 	Remaja menyukai desain karakter yang tidak terlalu sederhana, seperti pada anime Jepang atau kartun Spongebob. Animasi merupakan sekumpulan gambar yang disusun secara berurutan. Ketika rangkaian gambar tersebut ditampilkan dengan kecepatan yang memadai, maka rangkaian gambar tersebut akan terlihat bergerak (Hidayatullah dkk, 2011:63).

Sumber: Youtube IndonesiabaikID

Dari beberapa referensi yang telah penulis analisa dapat disimpulkan bahwa *motion graphic* yang penulis buat harus memiliki huruf dan gambar yang seimbang. Gaya gambar yang digunakan tidak boleh terlalu sederhana karena tidak terlalu disukai remaja. Gambar dan huruf harus memiliki proporsi yang seimbang.

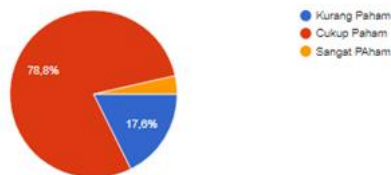
##### 4.2 Hasil Data

Melalui hasil kuesioner yang disebarakan kepada siswa/i di SMK YWKA Bandung dengan mengambil sampel remaja berusia 15-19 tahun untuk mencari pemahaman mereka terhadap HIV AIDS, respon siswa terhadap ODHA, pemilihan

media yang efektif dan menarik,serta gaya visual dan gaya penyampaian materi dapat disimpulkan sebagai berikut :

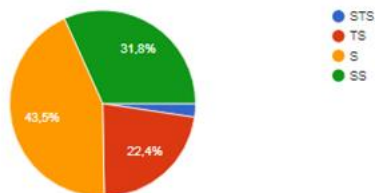
Sebanyak 50 orang (58,8%) responden berusia 16 tahun dengan persentase jenis kelamin perempuan lebih banyak 61 orang (71,8%) daripada laki-laki dan paham akan HIV AIDS sebanyak 67 orang (78,8%) mengatakan takut terhadap ODHA sebanyak 37 orang (43,5%). Ini dapat disimpulkan masih ada stigma negatif terhadap ODHA yang beredar pada remaja.

Tingkat Pemahaman HIV dan AIDS  
85 jawaban



Sumber: Angket kuesioner penulis (2021)  
 Gambar 1. Tingkat pemahaman responden.

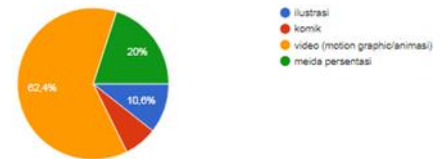
Anda takut terhadap Orang Dengan HIV/AIDS (ODHA)  
85 jawaban



Sumber: Angket kuesioner penulis (2021)  
 Gambar 2. Responden takut terhadap ODHA

Dari pertanyaan kuesioner yang disebar menunjukkan 53 orang (62,4%) menyukai motion graphic sebagai media penyampaianya. Pada pemilihan warna sebanyak 17 orang (15,9%) responden menyukai kombinasi warna c , untuk pemilihan gaya gambar sebanyak 48 orang (56,5%) menyukai gaya gambar b dan untuk pemilihan font responden memilih gaya font Raleway Crimson untuk digunakan pada media motion graphic.

media apa yang disukai oleh anda untuk menyampaikan informasi tentang HIV dan AIDS?  
85 jawaban



Sumber: Angket kuesioner penulis (2021)  
 Gambar 3 Media yang disukai responden



Sumber : Olah data penulis (2021)  
 Gambar 4. Gaya gambar, font dan kombinasi warna yang disukai responden

### 4.3 Analisis SWOT

#### 1. Strength (Kekuatan)

- A. Media buku dapat bertahan lama.
- B. Topik beragam dalam satu media.
- C. Menjangkau semua generasi.
- D. Bisa disimpan sebagai referensi.

#### 2. Weakness (Kelemahan)

- A. Terlalu banyak tulisan
- B. Gambar hitam putih
- C. Desain kurang menarik
- D. Menggunakan Comic sans.

#### 3. Opportunity (Peluang)

- A. Buku masih diminati oleh beberapa kalangan.

#### 4. Threat (Ancaman)

- A. Media sejenis memiliki banyak kompetitor yang lebih unggul

### 4.4 Analisis 5W+1H

Analisa ini dilakukan agar perancangan dapat dilakukan dan berjalan secara efektif dan baik, demi sebuah hasil yang baik pula. Adapun pengertian dari analisis 5W+1H pada perancangan ini adalah sebagai berikut:

#### 1. What (apa?)

Perancangan ini adalah perancangan motion graphic Anti Stigma Negatif

Terhadap ODHA oleh Komisi Penanggulangan AIDS Kota Bandung.

2. *WHO* (Siapa?)  
Target sasaran atau audiens perancangan ini adalah remaja berusia 15-19 tahun di Kota Bandung dengan studi kasus di SMA YWKA Bandung dengan sampel kelas 10-12. Sedangkan klien dalam perancangan ini adalah Komisi Penanggulangan AIDS Kota Bandung.
3. *Where* (dimana?)  
*Motion Graphic* ini akan dilakukan di sosial media Youtube KPA Kota Bandung menggunakan gaya visual menarik bagi remaja usia 15-19 tahun agar tepat sasaran.
4. *When* (Kapan?)  
Perancangan *Motion Graphic* Anti Stigma negatif terhadap ODHA ini dibuat pada tahun 2021.
5. *Why* (Mengapa?)  
Penyampaian *Motion Graphic* Anti Stigma negatif terhadap ODHA ini dibuat karena Komisi Penanggulangan AIDS Kota Bandung tidak memiliki *Motion graphic* atau animasi sendiri. Kebanyakan konten dan media yang disajikan oleh Komisi Penanggulangan AIDS Kota Bandung adalah untuk semua umur, tidak ada konten yang khusus untuk remaja usia 15-19 tahun.
6. *How* (Bagaimana?)  
Penyampaian *motion Graphic* mengenai anti stigma negatif terhadap Orang Dengan HIV AIDS disampaikan melalui visual yang menarik bagi remaja usia 15-19 tahun.

#### 4.5 Perancangan

Pada perancangan ini penulis membuat media utama video animasi *motion graphic* yang sesuai untuk remaja usia 15-19 tahun. Kemudian untuk mendukung media utama penulis membuat *thumbnail* untuk menarik perhatian audiens, beberapa *feed* instagram untuk meningkatkan rasa penasaran target audiens, dan *reels* instagram yang berfungsi untuk mengajak dan mengarahkan audiens yang berada di instagram untuk menonton *motion graphic* yang ada di Youtube.

#### 4.6 Strategi Komunikasi

Strategi yang digunakan penulis dalam perancangan ini adalah metode AISAS. Menurut Sugiyama dan Andree (2011:79) pendapat bahwa AISAS adalah model yang dirancang untuk melakukan pendekatan secara efektif kepada target audiens dengan melihat perubahan perilaku yang terjadi khususnya terkait dengan latar belakang kemajuan teknologi internet.

##### 1. *Attention*

Komisi Penanggulangan AIDS Kota Bandung memberikan informasi melalui feed media sosial Instagram mengenai dampak buruk stigma negatif terhadap ODHA dalam penanggulangan HIV AIDS di Kota Bandung. Isi dari kontennya berupa mitos dan fakta mengenai HIV AIDS, menjelaskan sebab, dampak dan cara mengurangi stigma negatif HIV AIDS.

##### 2. *Interes*

Target audiens tertarik dengan topik yang telah disampaikan melalui feed Instagram KPA kota Bandung.

##### 3. *Searching*

Setelah audiens tertarik dengan konten anti stigma negatif terhadap orang dengan HIV AIDS oleh KPA kota Bandung, target audiens mulai melakukan subscribe ke kanal Youtube KPA kota Bandung yang tertera di bio instagram KPA Kota Bandung.

##### 4. *Action*

Target audiens menonton *motion graphic* tentang stigma negatif terhadap ODHA yang membahas tentang informasi dasar mengenai HIV AIDS, penyebab stigma buruk, dan cara mengurangi dampak buruk stigma negatif.

##### 5. *Share*

Setelah audiens mengetahui dampak buruk dari stigma negatif terhadap ODHA, maka target audiens akan menyebarkan informasi dan edukasi tersebut kepada lingkungan dan juga sosialnya.

#### 4.7 Strategi Pesan

Strategi pesan adalah taktik pendekatan untuk menyampaikan isi pesan agar mudah diterima (Claw dan Donald, 2016). Strategi pesan pada perancangan ini digunakan untuk melakukan pendekatan pada remaja dengan rentang usia 15-19 tahun di Kota Bandung sebagai target audiens.

Dengan mengambil pendekatan melalui judul "Apa salah ODHA?" diharapkan menimbulkan rasa penasaran pada target audiens, lalu pendekatan afektif yang diwujudkan dengan membuat karakter Duha, dengan menyampaikan informasi mengenai hal-hal yang dialami oleh ODHA diharapkan audiens tidak takut dan memberi dukungan terhadap ODHA.

#### 4.8 Strategi Kreatif

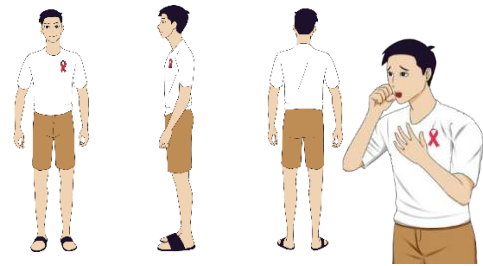
Strategi kreatif merupakan bagian yang sangat penting dalam proses periklanan. Strategi kreatif adalah suatu proses untuk mengkomunikasikan pesan yang akan disampaikan melalui pendekatan gambar (visual) atau kata (verbal). Di dalam strategi kreatif, suatu pesan iklan harus bisa menginformasikan dan mengkomunikasikan tujuannya secara efektif, informatif dan komunikatif (Suprpto, 2019).

#### 4.9 Strategi Visual

Perancangan meliputi penggunaan karakter, warna, tipografi, dan *visual* lainnya. **Karakter**, pada perancangan karakter dilakukan beberapa tahapan seperti *brainstorming*, studi karakter hingga tahap *finishing* pembuatan karakter.



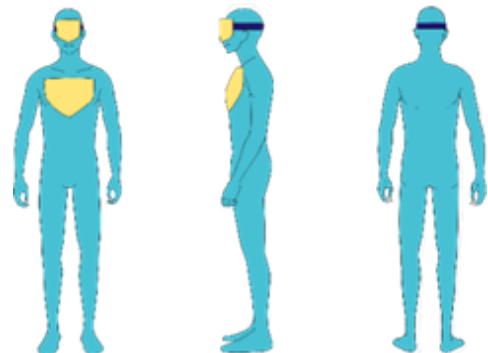
Sumber: Olah data penulis (2022)  
 Gambar 5. Studi karakter kak Duha



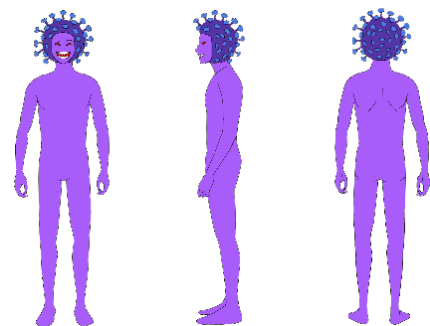
Sumber: Olah data penulis (2022)  
 Gambar 6. Studi karakter kak Dhani (ODHA)



Sumber: Olah data penulis (2022)  
 Gambar 7 Studi karakter Dokter Indah



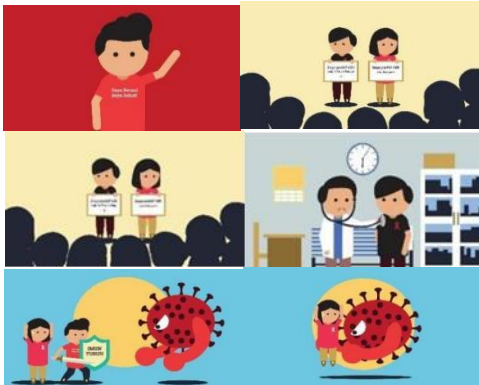
Sumber: Olah data penulis (2022)  
 Gambar 8 Studi karakter Sistem Imun



Sumber: Olah data penulis (2022)  
 Gambar 9 Studi karakter Virus HIV

Dalam perancangan ini terdapat tiga alternatif karya yang telah dibuat penulis, dari

ketiga alternatif yang telah dibuat dipilih lah alternatif ketiga untuk menjadi karya final dalam perancangan ini.



Sumber: Olah data penulis (2022)

Gambar 10. Alternatif 3

## PRA-PRODUKSI

Pada tahapan ini ada beberapa proses yaitu pembuatan materi alur cerita, *storyline* dan *storyboard*.

- A. **Materi Motion Graphic**, penulis memuat materi perancangan *motion graphic* ini berdasarkan dengan data hasil wawancara bersama pihak KPA Kota Bandung yaitu kepala POKJA remaja Okeu Supriyadi didukung dengan data-data yang berasal dari jurnal.
- B. **Storyline**, adalah alur cerita yang akan dibuat pada sebuah karya animasi atau film sehingga jelas dan terarah. Disini penulis membagi bagian adegan animasi, kemudian memberikan teks *voice over*.
- C. **Storyboard**, Menurut Jubilee Enterprise dalam buku 30 bisnis berbasis ide bagi siapa pun (2010) secara sederhana *storyboard* adalah papan cerita. Setelah *storyline* dibuat, penulis kemudian merencanakan menambahkan adegan, aset visual, narasi, *voice over*, musik dan perkiraan durasi. Tujuannya agar saat proses produksi dapat berjalan lebih efektif dan efisien.

## PRODUKSI

Pada tahapan ini adalah penggabungan antara satu bagian kebagian lainnya. Proses ini ada beberapa bagian yaitu, pembuatan asset digital, membuat sendi dan

layer untuk animasi, proses animasi dan *voice over* dan *editing* video animasi.



Sumber: Olah data penulis (2022)

Gambar 11. Proses Pembuatan Asset yang Dipecah Pada Photoshop



Sumber: Olah data penulis (2022)

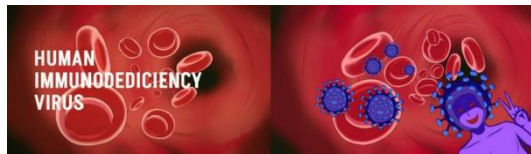
Gambar 12. Proses pembuatan animasi

Pada proses *finishing* setelah proses pembuatan animasi, penulis kemudian melakukan *rendering* animasi juga menggabungkan *background*, *voice over* dan juga *sound effect* pada perancangan *motion graphic*.

## 4.10 Media Utama

Media utama pada perancangan ini adalah *motion graphic* yang menampilkan media edukasi dan informasi tentang dampak stigma negatif terhadap ODHA oleh KPA Kota Bandung. Video *motion graphic* ini akan

diupload di kanal Youtube KPA Kota Bandung.



Sumber: Olah data penulis (2022)

Gambar 13. Media Utama *Motion Graphic* Anti Stigma Terhadap ODHA



Sumber: Olah data penulis (2022)

Gambar 16 Media pendukung thumbnail youtube

#### 4.11 Media Pendukung

Media pendukung pada perancangan ini digunakan untuk mendukung media utama *motion graphic* yaitu, *reels* instagram, *feed* instagram dan juga *thumbnail* youtube.



Sumber: Olah data penulis (2022)

Gambar 14 Media pendukung reels instagram



Sumber: Olah data penulis (2022)

Gambar 15. Media pendukung feed instagram

### 5 SIMPULAN

Perancangan *motion graphic* anti stigma negatif terhadap ODHA oleh KPA Kota Bandung telah diselesaikan melalui berbagai proses perancangan, dilakukan sebagai bentuk perancangan media edukasi dan informasi. Perancangan ini dilakukan agar remaja yang berusia 15-19 tahun tidak mudah terkena pengaruh stigma buruk yang beredar dimasyarakat terhadap Orang dengan HIV AIDS.

Perancangan *motion graphic* ini dilakukan dengan tujuan membuat media edukasi yang disukai oleh remaja dengan hasil observasi, kuesioner dan wawancara oleh penulis. Selain itu, perancangan *motion graphic* ini juga diharapkan dapat membantu Komisi Penanggulangan AIDS Kota Bandung menghapus stigma negatif terhadap orang dengan HIV AIDS. Serta dapat memberikan manfaat yang maksimal terhadap penanggulangan HIV AIDS di Kota Bandung.

### DAFTAR PUSTAKA

Bukharla, F. A., Dini Faisal, S. D., Ds, M., & Wikarya, Y. (2017). Perancangan Iklan Layanan Masyarakat dalam Bentuk Motion Graphic Tentang Wawasan HIV/AIDS Kota Payakumbuh. *DEKAVE: Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 5(2).

Dinas Kesehatan Kota Bandung. (2021). *Pengidap HIV AIDS di Kota Bandung Tiap Tahun Bertambah, ini Upaya pemkot.*  
<https://bandung.bisnis.com/read/20210824/549/1433602/pengidap-hiv->

- aids-di-kota-bandung-tiap-tahun-bertambah-ini-upaya-pemkot  
Kemenkes Republik Indonesia. (2020). *Infodatin* 2020  
<https://www.kemkes.go.id/download/resources/download/pusdatin/infodatin/infodatin%202020%20HIV.pdf>
- Moleong. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Purnama, G., Yani, D. I., & Sutini, T. (2016). Gambaran stigma masyarakat terhadap klien gangguan jiwa di rw 09 desa cileles sumedang. *Jurnal Pendidikan Keperawatan Indonesia*, 2(1), 29-37.
- Rahakbauw, N. (2017). Dukungan Keluarga dalam kelangsungan hidup ODHA (Orang Dengan HIV AIDS). *INSANI*, 3(2), 64-82.
- Saputra, A. B. (2018). Pembuatan Motion Graphic Sebagai Media Promosi Untuk Proyek Datsun Sigap. *KOPERTIP: Scientific Journal of Informatics Management and Computer*, 2(2), 84-97.
- Saputra, A. B. (2018). Pembuatan Motion Graphic Sebagai Media Promosi Untuk Proyek Datsun Sigap. *KOPERTIP: Scientific Journal of Informatics Management and Computer*, 2(2), 84-97.
- Sukarno, I. S. (2008). *Perancangan Motion Graphic ilustratif Mengenai Majapahit untuk Pemuda-Pemudi*. (Tugas Akhir tidak diterbitkan, Fakultas Seni Rupa dan Desain (FSRD) ITB).
- Suprpto, R. (2019). Analisa Strategi Kreatif Pendekatan Unique Selling Proposition Dalam Iklan Nissan 4x4s. *Jurnal Adat*, 2, 58-74.