

ABSTRAK

**ANIMASI 2 DIMENSI SEBAGAI MEDIA KAMPANYE SOSIAL
PENGARUH LINGKUNGAN BAGI PEMBENTUKAN
KARAKTER REMAJA**

Oleh:

Iman Ma'ruf Sanjaya

Email : iman.2111070020@mail.darmajaya.ac.id

Penelitian ini membahas perancangan animasi 2 dimensi berjudul “*CONTRAST*” sebagai media kampanye sosial yang mengangkat isu pengaruh lingkungan terhadap pembentukan karakter remaja. Latar belakang penelitian ini berangkat dari fenomena remaja yang berada pada fase pencarian identitas dan penerimaan sosial, sehingga rentan terhadap pengaruh negatif dari lingkungan sekitar. Tujuan penelitian ini adalah merancang media kampanye yang komunikatif, menarik, serta mampu menyampaikan pesan sosial secara efektif kepada remaja. Proses produksi meliputi pembuatan *storyboard*, desain karakter, animasi, hingga tahap uji coba melalui distribusi di media sosial (Instagram, TikTok, dan YouTube). Hasil uji coba menunjukkan bahwa animasi yang dipublikasikan memperoleh respons positif dengan capaian ribuan penayangan, jangkauan audiens baru yang luas, serta interaksi aktif berupa *likes*, komentar, penyimpanan, dan pembagian ulang konten. Hal ini membuktikan bahwa animasi 2 dimensi merupakan media kampanye sosial yang efektif untuk meningkatkan keterlibatan audiens, membangun hubungan emosional, serta memunculkan respons yang relevan terhadap pesan yang disampaikan. pemanfaatan media animasi 2 dimensi melalui platform digital terbukti strategis untuk menyampaikan kampanye sosial yang menarik dan relevan sehingga bisa menjangkau remaja secara luas dan tepat sasaran.

Kata kunci: Animasi 2 Dimensi, Kampanye Sosial, Lingkungan Sosial, Media Sosial.

ABSTRACT

2D ANIMATION AS A SOCIAL CAMPAIGN MEDIA ON THE INFLUENCE OF ENVIRONMENT IN ADOLESCENT CHARACTER FORMATION

By:

IMAN MA'RUF SANJAYA

E-mail: iman.2111070020@mail.darmajaya.ac.id

This study discussed the design of a 2D animation entitled "*CONTRAST*" as a social campaign medium addressing the influence of environmental factors on adolescent character formation. The background of this research stems from the phenomenon of teenagers in the identity-seeking phase who are highly vulnerable to negative social and environmental influences. The purpose of this project was to design a communicative and visually appealing campaign medium capable of effectively conveying social messages to adolescents. The production process includes storyboard development, character design, animation creation, and trial distribution through digital platforms such as Instagram, TikTok, and YouTube. The evaluation results showed that the published animation received positive audience responses, achieving thousands of views, a wide audience reach, and active engagement in the form of likes, comments, saves, and shares. These findings demonstrated that 2D animation is an effective medium for social campaigns, capable of enhancing audience engagement, fostering emotional connections, and generating relevant behavioral responses to the conveyed message. The use of 2D animation through digital platforms proved to be a strategic and engaging approach for delivering social campaigns that are both relevant and accessible to a broad adolescent audience.

Keywords: 2D Animation, Social Campaign, Social Environment, Social Media

