

PERANCANGAN ANIMASI STOP MOTION EDUKATIF UNTUK MEMAHAMI ATURAN SENSOR TAYANGAN TELEVISI BAGI REMAJA

Benny Rahmawan Noviadji^{1*}, Briantito Adiwena², Fernando Andriyanto³

Institut Informatika Indonesia, Surabaya
benny@ikado.ac.id

Abstrak

Sensor pada tayangan televisi berfungsi untuk membatasi informasi dan pesan yang tidak sesuai dengan norma yang berlaku, Akan tetapi, saat ini banyak masyarakat yang belum memahami aturan dan ketentuan tentang sensor tersebut. Keterbatasan ini telah memicu anggapan bahwa efektifitas sensor televisi di Indonesia sangat menyimpang dari tujuan utama. Dan juga banyak munculnya suatu fenomena anggapan sensor alay, sensor berlebihan dan tidak tepat sasaran. Oleh karena itu maka diperlukan suatu media yang mampu berperan dalam menjembatani masyarakat dengan lembaga sensor terkait dengan cara memberikan edukasi mengenai aturan dan ketentuan sensor televisi Metode penelitian berupa metode campuran, yaitu dengan wawancara langsung dan melalui penyebaran kuesioner. Metode perancangan yang dilakukan adalah ide cerita, pembuatan figur dengan bahan clay, proses digital dan editing. Hasil dari perancangan ini berupa tayangan video iklan layanan masyarakat sebanyak 3 episode dengan durasi 6 menit. Video ditayangkan melalui *Youtube* dengan target penonton utama remaja. Dikemas dengan gaya *stop motion* dengan tujuan agar penonton tidak merasa bosan dan fokus dengan penjelasan tentang tujuan sensor.

Kata kunci: Animasi, *Stop Motion*, Iklan Layanan Masyarakat.

Abstract

Censorship on television shows serves to limit information and messages that are not in accordance with applicable norms, however, currently many people do not understand the rules and regulations regarding censorship. This limitation has triggered the assumption that the effectiveness of television censorship in Indonesia is very deviant from the main goal. And there are also many phenomena such as alay censorship, excessive censorship and not on target. Therefore, a media is needed that is able to play a role in bridging the community with related censorship institutions by providing education about the rules and regulations of television censorship. The research method is a mixed method, namely by direct interviews and through distributing questionnaires. The design methods carried out are story ideas, making figures with clay materials, digital processes and editing.

The result of this design is a public service advertisement video show of 3 episodes with a duration of 6 minutes. The video is aired via Youtube with the main target audience of teenagers. Packaged in stop motion style with the aim that the audience does not feel bored and focus on the explanation of the purpose of censorship.

Key words: *Animation, Stop Motion, Public Service Announcement.*

PENDAHULUAN

Sensor televisi menjadi perdebatan di masyarakat, terutama ketika adegan tertentu disensor, yang menjadi kontroversial karena dianggap tidak realistis. Tidak sedikit orang yang menyalahkan pemerintah atas KPI dan LSF karena mereka tidak tahu tentang sistem sensor televisi. Fenomena penyensoran melalui pengaburan atau blur terhadap tayangan-tayangan televisi yang disiarkan secara nasional menimbulkan polemik dan sekaligus tanda tanya dikalangan publik sebenarnya apa yang dilakukan KPI (Komisi Penyiaran Indonesia) dengan melakukan sensor gambar yang sama sekali tidak diperlukan

Berdasarkan pernyataan yang diluncurkan oleh Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) melalui suatu Focus Group Discussion (FGD) yang ditayangkan pada suatu stasiun televisi Metro TV pada acara QnA, Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) menyatakan bahwa dirinya bukanlah suatu lembaga yang bertugas langsung untuk melakukan sensor pada tayangan televisi. Dan hal tersebut juga sudah tertulis pada peraturan perundang – undang tentang penyiaran (P3SPS). Menanggapi tentang fenomena anggapan masyarakat tentang sensor yang tidak tepat sasaran tersebut Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) juga menyatakan bahwa sensor yang diberikan oleh lembaga sensor yang bersangkutan pada tayangan televisi tersebut juga sudah sesuai dengan peraturan perundang – undangan tentang penyiaran (P3SPS), karena pada peraturan perundang – undangan tersebut telah dijelaskan mengenai hal apa saja yang tidak boleh ditayangkan pada pertelevisian Indonesia. Dari hal ini dapat disimpulkan bahwa masih banyak masyarakat khususnya remaja usia 12-21 tahun yang tidak mengerti dan belum paham akan aturan mengenai sensor tayangan televisi, sehingga masih banyaknya suatu fenomena anggapan masyarakat mengenai sensor tayangan televisi yang tidak tepat sasaran serta fenomena salah tuduh pada tugas lembaga sensor.

Oleh karena itu diperlukannya suatu media yang dapat menjembatani masyarakat khususnya remaja usia 12-21 tahun dengan lembaga sensor terkait. Media tersebut diharapkan dapat memberikan edukasi kepada masyarakat yang khususnya remaja usia 12-21 tahun tentang aturan sensor tayangan televisi sesuai dengan undang – undang yang berlaku, beserta edukasi mengenai tugas dari lembaga sensor terkait. Dalam hal ini media animasi menjadi media yang dipilih oleh penulis dalam menanggapi permasalahan tersebut. Karena media animasi memiliki keunggulan dalam hal mewujudkan visualisasi dari konsep imajinasi, dapat menyampaikan pesan secara audio dan visual secara jelas dan menarik serta media animasi juga dapat menggabungkan sejumlah besar data ilmiah ke dalam suatu paket yang kemudian dapat disajikan dengan lebih simpel dan menarik.

Jenis animasi yang dipilih oleh penulis dalam menanggapi hal ini adalah jenis animasi stop motion. Animasi stop motion merupakan animasi yang teknik pembuatannya menggunakan teknik frame by frame. Tingkat kesulitan dalam pembuatannya menjadikan animasi stop motion ini memiliki suatu ciri khas dan keunikan tersendiri dalam menarik perhatian masyarakat.

KAJIAN TEORI

Sensor Televisi

Beberapa penelitian telah mengkaji terkait bagaimana seharusnya pengaturan stasiun televisi ini diberlakukan, beberapa penelitian menyebutkan bahwa siaran televisi sudah seharusnya menjaga koridor siaran agar sesuai dengan standar dan berdasar pada konsep inspirasi dan edukatif. Selain itu, kesadaran akan para produser dan gatekeeper penyiaran program acara televisipun dihimbau agar lebih waspada dalam melakukan penyensoran secara internal, hal tersebutpun akan dipantau oleh KPI. Di sisi lain KPI tidak memiliki wewenang dalam penyensoran namun merupakan inisiatif dari lembaga penyiaran (Sari, 2021).

Kurangnya kualitas sensor yang dilakukan oleh stasiun televisi adalah akibat dari SPS KPI tahun 2009, yang memberikan wewenang kepada perusahaan televisi untuk menyensor tayangannya sendiri. Dengan menyerahkan tugas menyensor kepada perusahaan televisi, sensor akan semakin beragam karena perbedaan kualitas sumber daya manusia dan teknologi yang digunakan oleh setiap perusahaan media.

Perbedaan SDM dan teknologi akan membuat output tayangan televisi yang memiliki sensor beragam (Khotimah & Kushardiyanti, 2022).

Iklan Layanan Masyarakat

Iklan yang berguna untuk mendorong solidaritas masyarakat saat menghadapi masalah sosial adalah iklan layanan masyarakat. Iklan tersebut menyajikan pesan-pesan sosial dengan tujuan untuk meningkatkan kepedulian masyarakat terhadap berbagai masalah yang harus mereka hadapi, termasuk kondisi yang dapat mengancam keserasian dan kehidupan umum. Tujuan utama dari iklan tersebut adalah untuk mendorong masyarakat secara luas untuk berkontribusi pada masalah yang terjadi di sekitar mereka, seperti program pemerintah, lalu lintas, anjuran kesehatan, dan lainnya. Ini menunjukkan bahwa iklan layanan masyarakat sendiri adalah bentuk kampanye pemasaran sosial yang bertujuan untuk mengubah perilaku masyarakat. (Kasali, 1992).

Salah satu bagian dari kampanye sosial marketing adalah iklan layanan masyarakat, yang menjual ide atau konsep untuk kepentingan atau layanan masyarakat. (Madjadikara, 2005). Iklan bergantung pada apakah pelanggan ingat pesannya, memahaminya, terpengaruh olehnya, dan akhirnya membeli barang yang diiklankan. Efektivitas iklan juga dapat diukur dengan menggunakan Epic model.

Epic Model mencakup empat dimensi kritis, yaitu empati (*empathy*), persuasi (*persuasion*), dampak (*impact*) dan komunikasi (*communications*) (Pancaningrum & Sari, 2019). *Empathy* (empati), berhubungan dengan emosional yang memberikan informasi, apakah konsumen menyukai iklan yang disampaikan dan menggambarkan bagaimana konsumen melihat hubungan antara iklan dengan pribadi konsumen. *Persuasion* (persuasi) berusaha mempengaruhi sikap dan perilaku pelanggan melalui media persuasif. Persuasi adalah suatu perubahan sikap, perilaku dan kepercayaan berperilaku yang disebabkan suatu komunikasi promosi. *Impact* (dampak) merupakan dampak yang diinginkan dari hasil promosi di media sosial yang artinya meningkatkan pengetahuan tentang media sosial dan melihat respon penonton. *Communication* (komunikasi) dimaknai sebagai kemampuan konsumen untuk mengingat pesan utama iklan yang disampaikan, pemahaman

konsumen serta kekuatan pesan yang tertanam di benak konsumen (Hasanah et al., 2015).

Animasi Stop Motion

Animasi terbentuk dari adanya benda-benda mati yang dapat diartikan sebagai gambar atau objek lain, apabila gambar-gambar atau objek lain tersebut digabungkan atau disatupadukan maka akan tercipta suatu gambar atau objek yang bergerak. Gambar atau objek yang bergerak tersebut akan memberikan kesan hidup kepada penontonya. Di dalam animasi memiliki jenis-jenis animasi. Jenis-jenis animasi inilah yang membedakan antara tampilan animasi satu dengan yang lainnya. Pada umumnya jenis-jenis animasi dikategorikan menjadi tiga jenis diantaranya animasi manual, komputer dan campuran. Namun pada umumnya sekarang yang banyak digunakan adalah komputer animasi. Komputer animasi yang didalamnya terdiri dari animasi 2D dan 3D, dan object animation atau yang disebut juga dengan stop motion (Rahmah & Kaulam, 2014).

Animasi object atau stop motion adalah gerakan atau manipulasi objek 3 dan 2 dimensional yang direkam, dipotret secara frame-per-frame. Teknik stop motion pada prinsipnya sama dengan animasi lainnya yaitu menggunakan frame-per-frame dalam pembuatannya. Perbedaan pembuatan teknik ini adalah proses adegan frame-per-frame dengan teknik animasi object dibuat dengan memotret frame-per-frame tersebut, sehingga tidak heran apabila di dalam teknik ini memerlukan jepretan kamera yang banyak. Animasi dan film live action juga memerlukan adanya sebuah cerita yang diangkat untuk dijadikan film ataupun animasi. Cerita dalam sebuah film atau animasi banyak sekali jenisnya yaitu cerita percintaan, persahabatan, perjuangan atau bahkan sejarah dan lain sebagainya (Prakosa, 2010).

Animasi stop motion adalah jenis animasi yang terdiri dari potongan gambar yang disusun sehingga bergerak. Seorang animator harus mematuhi dua belas prinsip teknis animasi saat membuat animasi dan memiliki pemahaman yang kuat tentang timing, pergerakan, pengamatan, dan tingkah laku. Agar animator dapat membuat sesuatu menjadi hidup dan natural, mereka harus menjadi seorang aktor, memiliki perasaan yang peka, dan logika. Prinsip- prinsip tersebut antara lain (Maestri, 2006):

1. *Timing*

Timing dapat didefinisikan sebagai tindakan dan waktu satu karakter bergerak dalam satu scene. Akibatnya, gerakan animasi dapat terlihat tidak teratur atau bahkan sangat lambat.

2. *Arc*

Gerakan yang mengikuti pola berbentuk lengkung, seperti parabola, elips, atau lingkaran. Prinsip ini biasanya diterapkan pada karakter yang akan melempar bola, menunjukkan kehadiran "Arc" pada lintasan tangan atau gerak bola di udara. Contoh lain adalah ketika seorang animator membuat karakter menggelengkan kepala, gerakan yang dihasilkan akan sedikit melengkung ke atas atau bawah hingga membentuk lingkaran.

3. *Squash and Stretch*

Prinsip pertama ini berkaitan dengan penambahan efek lentur, juga dikenal sebagai plastis, pada karakter atau objek sehingga membuatnya terlihat memuai atau menyusut. Dengan demikian, karakter akan memiliki efek gerak yang lebih hidup. Prinsip ini berlaku untuk semua makhluk hidup, mulai dari manusia hingga binatang. Setelah itu, gerakan tertentu akan menerima "perbaikan" dan efek dinamis.

4. *Anticipation*

Anticipasi adalah persiapan untuk gerakan awal, terdiri dari tiga bagian: antisipasi (bagian awal), gerakan itu sendiri, dan follow-through (bagian akhir). Prinsip ini mirip dengan mempersiapkan gerak. Dalam contoh ini, karakter harus didahului dengan gerakan membungkuk sebelum dapat melompat. Dalam contoh lain, karakter harus memukul dengan tangannya ke arah mundur sebelum maju.

5. *Easy In and Easy Out*

Hampir sama dengan prinsip jarak yang berkaitan dengan akselerasi dan dekerasi, yang juga menyatakan bahwa setiap gerakan yang ada pada karakter harus memiliki percepatan dan perlambatan yang berbeda-beda.

6. *Secondary Action*

adalah gerakan tambahan yang dimaksudkan untuk meningkatkan gerakan utama agar karakternya terlihat lebih nyata. Misalnya, dalam gerakan melangkah, posisi tangan harus seimbang dengan langkah kaki. Begitu juga, posisi pinggang akan berputar ketika badan tengah bergerak ke kanan atau kiri.

7. *Follow Through and Overlapping*

Konsep follow through berarti bahwa bagian tubuh harus tetap bergerak meskipun karakter tersebut telah berhenti bergerak. Dalam situasi di mana kepala menoleh ke arah kanan, rambut juga akan bergerak. Overlapping terjadi ketika dua gerakan mendahului satu sama lain. Misalnya, ketika seekor hewan melompat di tengah, telinganya terus bergerak meskipun gerakan utamanya telah berhenti.

8. *Staging*

Prinsip staging animasi ini mencakup bagaimana "lingkungan" di sekitar karakter dibuat untuk mendukung suasana dari sebagian atau keseluruhan scene. Oleh karena itu, prinsip ini sangat berkaitan dengan sinematografi dan siluet karakter, khususnya posisi kamera dalam pengambilan gambar. Posisi kamera yang paling efektif adalah di samping, membuat karakter terlihat dinamis dan menarik; sebaliknya, jika kamera berada di atas, akan membuat karakter terlihat lebih kecil.

9. *Straight Ahead Action and Pose to Pose Action*

Prinsip straight ahead ini memungkinkan animasi dibuat satu per satu, frame per frame, dari awal hingga akhir. Meskipun prinsip ini tampaknya membutuhkan banyak waktu, kualitas gambarnya tetap sama karena hanya dilakukan oleh satu orang. Untuk membuat gerakan karakter terlihat lebih natural, prinsip straight ahead mengharuskan animator untuk bereksperimen. Gambar karakter sering membesar atau mengecil karena prinsip ini, kadang-kadang tanpa disadari oleh sang animator.

Namun, prinsip pose-to-pose memungkinkan animasi dengan menggambar hanya dalam keyframe tertentu. Animator lainnya akan menggambar interval di antara keyframe atau interval di antara frame. Karena melibatkan

banyak sumber daya, metode ini biasanya digunakan dalam industri animasi karena lebih hemat waktu.

10. Personality/Appeal

Prinsip appeal terkait erat dengan gaya visual animasi. Penonton sering dapat mengetahui dari mana animasi berasal. Karakter yang memiliki kepribadian akan mampu menyampaikan emosi kepada penonton. Dua komponen daya tarik karakter adalah kompleksitas dan konsistensi gerakan, yang dapat dengan mudah dikembangkan dalam komputer animasi 3D hingga mampu mendefinisikan karakteristik utama kepribadian karakter.

11. Exaggeration

Prinsip ini lebih menekankan gerakan animasi yang memiliki elemen dramatis, bahkan mungkin hiperbola. Prinsip ini biasanya diterapkan pada animasi komedi, yang membutuhkan gerakan dramatis yang cenderung ekstrim terutama dalam ekspresi tertentu.

12. Soild Drawing

Soild Drawing yaitu rasa tentang cara pandang tiga dimensi terhadap penokohan seorang karakter goresan garis, shading serta warna. Dalam kebanyakan kasus, ketika pusat menerapkan prinsip ini, seorang animator akan tetap mempertimbangkan seluruh karakteristik karakter. Gambar harus dilakukan secara konsisten, termasuk letak mata, model pakaian, dan aksesoris karakter. Selain itu, seorang animator harus peka terhadap komposisi, berat, pencahayaan, dan keseimbangan karakter.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif berupa kuesioner yang ditujukan untuk mengetahui sejauh mana masyarakat memahami tentang sensor yang dilakukan oleh KPI kepada tayangan yang ada di televisi, serta melakukan pendekatan kualitatif dalam bentuk wawancara dengan narasumber yang terlibat langsung dalam kegiatan penyiaran tayangan televisi. Wawancara pertama ditujukan kepada narasumber yang bekerja di salah satu stasiun televisi swasta untuk memahami bagaimana stasiun televisi memahami peraturan tentang sensor televisi

dan menjalankannya. Wawancara kedua ditujukan kepada salah satu anggota komisioner Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) untuk mendapatkan data terkait maksud dan tujuan dari peraturan sensor televisi.

Kuesioner adalah lembaran yang berisi beberapa pertanyaan yang disusun secara sistematis. (Kusumastuti et al., 2020). Kuesioner ini digunakan untuk mendapatkan data awal terkait variabel apa saja yang menjadi permasalahan dalam fenomena sensor pada tayangan televisi. Berdasarkan kuesioner yang telah diisi oleh 109 orang responden dengan rata – rata usia 12 – 21 tahun, didapati sebuah data bahwa banyak sekali responden yang mengungkapkan bahwa mereka sering mendapati / melihat sensor pada tayangan televisi yang mereka lihat. Banyak responden yang tidak sepenuhnya mengetahui tentang aturan dan undang – undang tentang sensor dan mereka cenderung ragu, akan tetapi banyak juga responden yang memiliki minat untuk belajar dan memahami tentang aturan perundang – undangan tentang sensor.

Penelitian ini juga menggunakan metode wawancara untuk mendapatkan informasi yang tidak dapat diperoleh melalui observasi maupun kuesioner. Metode wawancara digunakan untuk menangkap persepsi, pikiran, pendapat, perasaan responden terhadap suatu gejala, peristiwa, fakta atau realita (Raco, 2010). Sehingga dengan metode ini peneliti melakukan wawancara kepada narasumber yang bekerja di salah satu stasiun televisi swasta nasional sebagai bagian dari divisi *Quality Control*. Hasil wawancara menyatakan bahwa pemberian sensor pada tayangan televisi sudah mengikuti arahan KPI berdasarkan peraturan undang-undang yang berlaku, akan tetapi dalam menanggapi fenomena tentang anggapan masyarakat tentang sensor yang tidak tepat sasaran beliau mengatakan bahwa salah satu faktor dan alasan bagi stasiun televisi untuk melakukan suatu sensor yang dianggap tidak tepat sasaran tersebut adalah karena suatu kesalahpahaman antar individu internal stasiun televisi yang bertugas pada divisi sensor, beliau mengatakan demikian karena menurutnya undang – undang dan arahan dari Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) sudah cukup jelas, namun pada internal stasiun televisi masih sering terjadi suatu miss komunikasi antar individu mengenai pemberian sensor ke arah mana atau ke arah apa.

Wawancara juga dilakukan kepada salah satu anggota komisioner Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) pusat periode 2019-2022. Beliau mengutarakan ada beberapa hal yang menyebabkan munculnya anggapan tentang sensor tayangan televisi yang tidak tepat sasaran, diantaranya adalah minimnya sosialisasi tentang tugas dan kewenangan Komisi Penyiaran Indonesia (KPI), sehingga masyarakat masih banyak yang memiliki anggapan bahwa sensor dilakukan oleh Komisi Penyiaran Indonesia (KPI), padahal kewajiban sensor dilakukan oleh lembaga penyiaran, yang berikutnya adalah karena masyarakat juga masih minim informasi tentang UU (beserta turunannya / P3SPS) dan UU perfilman yang didalamnya mengatur tentang sensor dan lembaga sensor film, dan yang terakhir disebabkan oleh minimnya literasi tentang penyiaran.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan fenomena tersebut, maka dirancangkan sebuah animasi stop motion yang bertujuan sebagai suatu media yang memberikan edukasi tentang aturan perundang – undangan sensor tayangan televisi, serta dapat bertujuan sebagai suatu jembatan antara masyarakat dengan lembaga sensor terkait. Perancangan ini menggunakan media animasi *stop motion* sebagai media utamanya karena animasi *stop motion* merupakan animasi yang dianggap menarik bagi mayoritas remaja, karena memiliki ciri khas dan keunikannya tersendiri dan juga dapat menyampaikan pesan secara audio dan visual secara jelas dan unik.

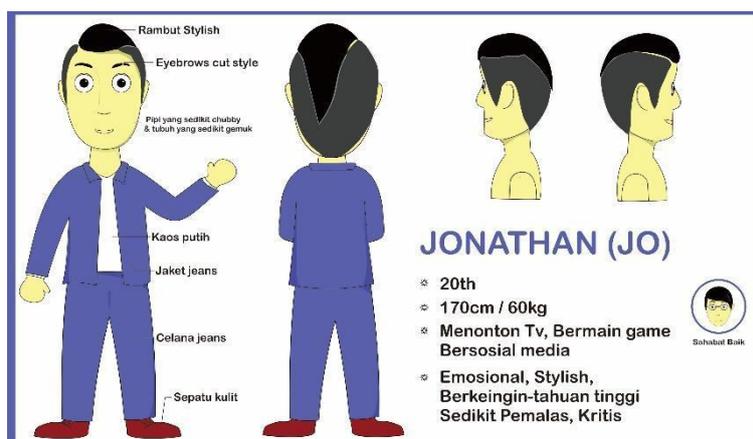
Media utama berupa animasi edukasi yang menggunakan teknik *stop motion* dengan asset pendukung berupa objek 3 Dimensi. Konten atau isi dari animasi tersebut berisi tentang pemberian edukasi tentang aturan sensor tayangan televisi sesuai dengan aturan perundang – undangan yang berlaku dan membahas seputar fenomena – fenomena sensor tayangan televisi, serta penjelasan tentang tugas dari masing-masing lembaga sensor televisi. Animasi ini berjumlah sebanyak 3 seri yang masing-masing serinya berdurasi kurang lebih 6 menit, animasi ini akan dipublikasikan melalui Youtube.

Tabel 1. **Spesifikasi Media Animasi Stop Motion**

1	Media utama	Animasi <i>Stop Motion</i>
2	Bahan	Clay, Stik es krim, sterofom, kertas karton Kertas HVS, Kapas, Cat AGA, Isolasi kertas,
3	Ukuran	1920px x 1080px
4	Format	Video Mp4
5	Aspek Rasio	16:9
6	Software	Adobe Photoshop, Adobe Premiere
7	Alat	Kamera Sony Alpha 6000, <i>Tripod</i> , <i>Smartphone</i> , Peralatan <i>lighting</i>
8	Publikasi	<i>Youtube</i>
9	Audio	<i>Dubbing audio, background music dan sound effect free copyright (mp3)</i>

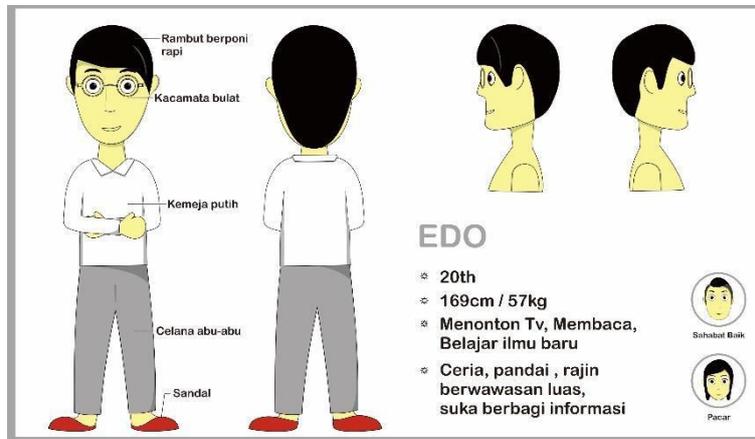
Sumber: Arsip Pribadi

Pemilihan karakter diambil berdasarkan dengan cerminan kehidupan remaja usia 12-21 tahun yang merasa resah dan memiliki banyak pertanyaan seputar efektifitas sensor televisi, seperti karakter Jo yang mencerminkan remaja kritis yang suka menghujat KPI, karakter Edo yang merupakan cerminan remaja yang mandiri dan cerdas dalam menonton televisi, karakter Edna yang menggambarkan seorang kakak yang selalu mendampingi sang adik saat menonton televisi serta karakter Riko yang merupakan cerminan remaja polos yang masih awam mengenai sensor televisi. Karakter tersebut kemudian ditunjang dengan atribut yang digunakan yang bertujuan untuk memunculkan identitas karakter sesuai dengan sifat dan watak. Sketsa karakter mencakup sketsa tampak depan, belakang, kiri dan kanan. Hal ini bertujuan untuk mempermudah dalam mengenali ciri khas style tiap karakter dengan jelas.



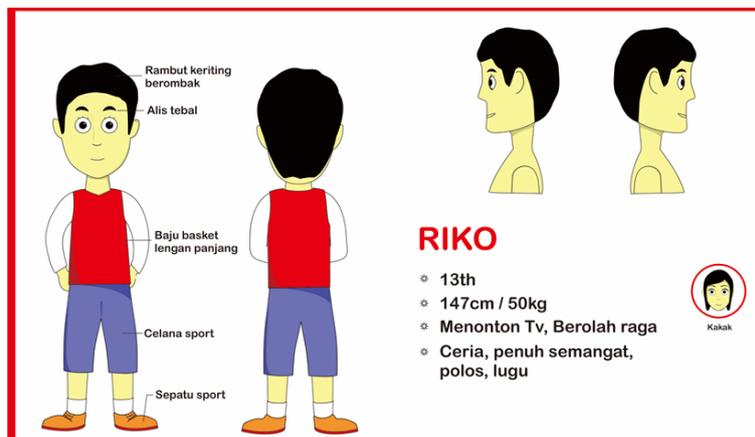
Gambar 1. **Sketsa Karakter Jo**

Sumber: Arsip Pribadi



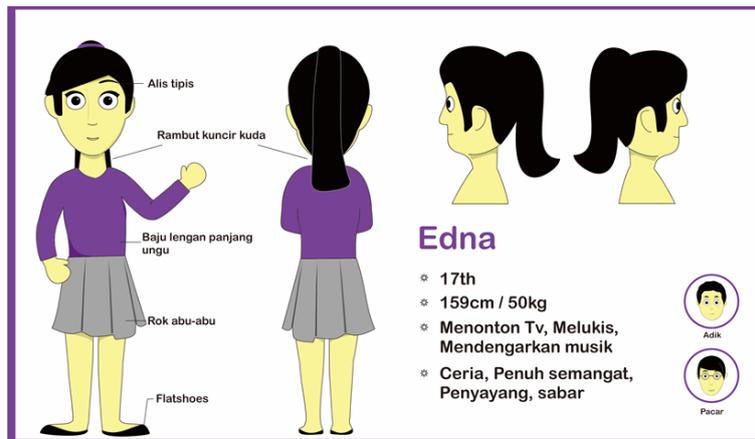
Gambar 2. Sketsa Karakter Edo

Sumber: Arsip Pribadi



Gambar 3. Sketsa Karakter Riko

Sumber: Sumber Gambar



Gambar 4. Sketsa Karakter Edna

Sumber: Arsip Pribadi

Storyboard dibuat sebagai alur ide cerita, menjelaskan pembagian topik dalam setiap episode yang akan dibuat. Topik yang diambil dari tiap episode merupakan topik utama tentang ketentuan dalam penggunaan sensor tayangan televisi yang sesuai dengan undang-undang P3SPS.

Tabel 2. Storyboard Animasi *Stop Motion*

No	Topik	Keterangan	Jumlah Seri & Durasi
1	Topik Pelarangan dan Pembatasan Konten Seksualitas	Membahas tentang fenomena anggapan masyarakat tentang sensor tayangan televisi yang tidak tepat sasaran pada konteks seksualitas, yang diambil dari beberapa contoh kasus tentang sensor yang berlebihan pada bagian tubuh perempuan pada beberapa tayangan di televisi.	1 seri >6 Menit
2	Topik Pelarangan dan Pembatasan Konten Kekerasan	Membahas tentang fenomena anggapan masyarakat tentang sensor tayangan televisi yang tidak tepat sasaran pada konteks kekerasan, yang diambil dari beberapa contoh kasus tentang sensor yang berlebihan pada adegan pertarungan dan darah.	1 seri >6menit
3	Topik Pelarangan dan Pembatasan Konten Bermuatan Mistis	Membahas tentang fenomena anggapan masyarakat tentang sensor tayangan televisi yang tidak tepat sasaran pada konteks muatan mistis, yang diambil dari contoh kasus tayangan menembus mata batin ANTV	1 seri >6 menit

Sumber: Arsip Pribadi

Judul yang dipilih untuk animasi ini adalah “SensorTV Pedia” yang terdiri dari kata SensorTV dan Pedia yang memiliki arti sumber pengetahuan, jadi SensorTV Pedia merupakan sajian edukatif pengetahuan umum tentang sensor televisi, yang memuat tentang aturan sensor televisi.



ANIMASI EDUKATIF TENTANG ATURAN SENSOR TELEVISI

Gambar 5. Logo SensorTV Pedia

Sumber: Arsip Pribadi

Pada episode 1 topik permasalahannya diambil dari kasus permasalahan mengenai banyaknya anggapan sensor yang tidak tepat sasaran dalam topik seksualitas, contohnya seperti sensor pada sandy si tupai pada kartun spongebob squarepants, shizuka doraemon, sensor pada miss universe, serta pertanyaan-pertanyaan mengenai adegan sinetron vulgar yang bebas tayang tanpa sensor.

Alur cerita pada episode ini berlatarkan pada suasana sore hari dimana terdapat seorang remaja yang menonton televisi dan secara tidak sengaja menjumpai suatu fenomena sensor yang berlebihan dan tidak tepat sasaran. Adegan ini diambil dari cerminan kisah nyata dimana seringkali banyak remaja yang sedang menonton televisi di sore hari dan secara tidak sengaja menjumpai fenomena seperti itu, dan pada akhirnya remaja tersebut langsung berspekulasi bahwa KPI adalah penyebab dari munculnya fenomena tersebut.



Gambar 6. Cuplikan Episode 1
Sumber: Arsip Pribadi

Pada episode 2 topik permasalahannya diambil dari pertanyaan mengenai sensor tayangan televisi dalam topik kekerasan, contohnya adalah “Kenapa senjata tajam dan adegan bertarung yang berdarah-darah disensor? Akan tetapi adegan sinetron yang memiliki unsur intimidasi pada anak-anak, kekerasan verbal dan juga adegan tawuran pelajar bebas ditayangkan?”

Alur cerita animasi ini berlatarkan pada suasana malam hari pada sebuah cafe dimana terdapat remaja yang berbincang-bincang dan melanjutkan topik pembicaraan tentang sensor televisi. Pada episode kali ini lebih banyak menekankan pada edukasi tentang tugas dari Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) beserta pemberian informasi mengenai channel untuk dapat melapor dan juga ajakan untuk jadi penonton yang cerdas.



Gambar 7. Cuplikan Episode 2
Sumber: Arsip Pribadi

Pada episode 3 topik permasalahannya diambil dari tayangan Menembus Mata Bathin ANTV yang pernah menayangkan adegan mistis memakan tikus secara hidup-hidup, topik permasalahan juga diambil karena banyak sekali pertanyaan mengenai tayangan berbau spiritual yang masih boleh ditayangkan meskipun tayangan tersebut melanggar peraturan perundang-undangan.

Alur cerita berlatarkan pada suasana malam hari dimana terdapat seorang anak remaja awal yang menonton televisi hingga larut malam, dan menjumpai tayangan televisi yang menyiarkan adegan memakan tikus secara hidup-hidup tanpa sensor.



Gambar 8. Cuplikan Episode 3
Sumber: Arsip Pribadi

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Sensor televisi sangat dibutuhkan dan diperlukan oleh pertelevisian di Indonesia, karena Indonesia memiliki norma dan adat tersendiri yang berbeda dari negara-negara lainnya. Tayangan video stop motion mampu memberikan daya tarik secara visual dengan cirikhasnya yaitu berupa boneka bergerak. Penjelasan tentang peraturan sensor televisi juga dikemas dengan sketsa kehidupan sehari-hari sehingga penonton dapat memahami maksud dan tujuan dari sensor yang dilakukan di televisi. Melalui bentuk iklan layanan masyarakat yang kreatif akan mempermudah masyarakat dari segala lapisan untuk dapat dengan mudah memahami maksud dan tujuan dari peraturan-peraturan yang telah ditetapkan karena penting bagi masyarakat untuk membekali diri tentang pengetahuan akan peraturan perundang-undangan dan ketentuan tentang sensor televisi dan penting juga untuk lembaga sensor terkait agar membuat suatu peraturan perundang-undangan yang dapat terbilang konkrit dan jelas, sehingga tidak menyebabkan adanya salah pemahaman antar lembaga satu dengan lembaga yang lain.

Saran

Perancangan ini dapat dikembangkan lebih lanjut untuk mensosialisasikan peraturan-peraturan pemerintah kepada masyarakat karena dengan pengemasan

studi kasus yang terjadi di lingkungan sehari-hari akan mempermudah penyampaian maksud dan tujuan dari peraturan tersebut. Penggunaan animasi *stop motion* juga dapat dikembangkan lebih lanjut dengan konsep yang lebih kreatif karena salah satu kekuatan dari animasi adalah mampu memvisualisasikan imajinasi sesuai dengan keinginan kreator tanpa perlu membutuhkan lokasi yang luas dan tidak melibatkan banyak pihak. Hal ini juga sebagai solusi untuk menghindari kejenuhan penonton dalam memahami peraturan-peraturan yang terkesan formal dan cenderung baku.

DAFTAR PUSTAKA

- Hasanah, N., Nugroho, L. E., & Nugroho, E. (2015). Analisis Efektivitas Iklan Jejaring Sosial sebagai Media Promosi Menggunakan EPIC Model. *Scientific Journal of Informatics*, 2(2), 99–109.
- Kasali, R. (1992). *Manajemen periklanan: Konsep dan aplikasinya di Indonesia*. Pustaka Utama Grafiti.
- Khotimah, N. K., & Kushardiyanti, D. (2022). Sensor Penyiaran Televisi Indonesia: Menyoal Muatan Negatif Dalam Konten Siaran Televisi. *Mediakita*, 6(1), 1–16.
- Kusumastuti, A., Ahmad Mustamil Khoiron, M. P., & Taofan Ali Achmadi, M. P. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Deepublish. <https://books.google.co.id/books?id=Zw8REAAAQBAJ>
- Madjadikara, A. (2005). *Bagaimana Biro Iklan Mempromosikan Iklan*. Jakarta: Penerbit Gramedia Pustaka Utama.
- Maestri, G. (2006). *Digital character animation 3*. New Riders.
- Pancaningrum, E., & Sari, D. K. (2019). Analisa Epic model: Mengukur efektivitas iklan Indomie versi ayam geprek di televisi. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 2(1), 53–62.
- Prakosa, G. (2010). *Animasi: Pengetahuan Dasar Film Animasi Indonesia*. Fakultas Film dan Televisi, Institut Kesenian Jakarta.
- Rahmah, R. L., & Kaulam, S. (2014). Penciptaan Karya Animasi Stop Motion “Kobaran Semangat Bung Tomo.” *Jurnal Pendidikan Seni Rupa*, 2(2), 129–136.
- Sari, U. R. (2021). *Menguatkan Sensor KPI*.