

# PERANCANGAN ANIMASI *REELS* INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI *MERCHANDISE* HNS INVASION DI HNS STUDIO

Ni Putu Elly Kisna Antari<sup>1</sup>, Ida Bagus Ketut Trinawindu<sup>2</sup>, I Gusti Ngurah Wirawan<sup>3</sup>

Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia Denpasar, Jl. Nusa Indah, Sumerta, Kec. Denpasar Timur, Kota Denpasar, 80235, Indonesia

E-mail : ellykisna@gmail.com

## Abstrak

Hope Never Sleep (HNS) Studio merupakan perusahaan kreatif yang bergerak dibidang ilustrasi, desain grafis dan animasi. Strategi kreatif yang diterapkan oleh studio dalam perancangan suatu proyek. Proyek animasi *reels* instagram sebagai media promosi *merchandise* HNS Invasion. Untuk mempelajari strategi kreatif dari HNS Studio dalam menangani proyek animasi ini, menerapkan pemahaman prinsip-prinsip yang terdapat pada animasi. Animasi merupakan gambar yang seolah-olah ditampilkan hidup, hal ini disebabkan oleh kumpulan gambar berubah-ubah secara beraturan dan ditampilkan bergantian. Objek gambar dapat ditampilkan dalam bentuk tulisan, benda, warna ataupun spesial efek. Promosi *merchandise* di HNS Invasion pada umumnya dilakukan hanya dengan postingan instagram dalam bentuk foto. Pengemasan promosi kedalam bentuk media animasi menjadi media yang baru dilakukan di HNS Invasion. Perancangan animasi *reels* instagram sebagai media promosi *merchandise* HNS Invasion di HNS Studio menggunakan identifikasi dan pengumpulan data primer dan sekunder dengan metode wawancara, observasi, kepustakaan, dan dokumentasi mengenai HNS Studio. Manfaat dari perancangan promosi *merchandise* dengan media animasi ini menambah daya tarik dari konsumen dan calon konsumen HNS Invasion untuk membeli *merchandise* yang dipromosikan.

Kata Kunci : Animasi, Strategi Kreatif, HNS Studio

## Abstract

*Hope Never Sleep (HNS) Studio is a creative company engaged in illustration, graphic design and animation. Creative strategies applied by the studio in the design of a project. Instagram reel animation project as a promotional media for HNS Invasion merchandise. To learn the creative strategy of HNS Studio in handling this animation project, apply an understanding of the principles contained in animation. Animation is an image that seems to be displayed alive, this is caused by a collection of images that change regularly and are displayed alternately. Image objects can be displayed in the form of text, objects, colors or special effects. Merchandise promotions at HNS Invasion are generally done only by posting Instagram in the form of photos. Promotional packaging in the form of animated media has become a new medium at HNS Invasion. The design of Instagram reels animation as a promotional media for HNS Invasion merchandise at HNS Studio uses identification and primary and secondary data collection by interview, observation, literature, and documentation methods about HNS Studio. The benefits of designing merchandise promotions with animated media add to the attractiveness of consumers and potential consumers of HNS Invasion to buy promoted merchandise.*

*Keywords: Animation, Creative Strategy, HNS Studio*

## PENDAHULUAN

Program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) adalah salah satu bentuk kebijakan dari Menteri Pendidikan dan Kebudayaan. Mahasiswa diberikan kebebasan untuk memilih salah satu dari delapan bentuk kegiatan pembelajaran yang ada. Bentuk-bentuk program MBKM dalam kegiatan pembelajaran ini antara lain adalah; pertukaran pelajar; magang/praktik kerja; asistensi mengajar di satuan pendidikan; proyek kemanusiaan; kegiatan wirausaha; studi/proyek independen; serta membangun desa/kuliah kerja nyata tematik. Salah satu program kegiatan yang dapat dipilih ialah magang/praktik kerja. Magang dapat menjadi suatu cara yang dilakukan untuk mendapatkan pengalaman dalam berkontribusi dan berkarya di sebuah industri. Melalui magang, setiap mahasiswa dapat mengikuti, memahami kegiatan kerja di dunia usaha dan menunjangkinerjanya secara maksimal. Saat ini magang/praktik kerja dilakukan pada mitra kampus atau perusahaan yang telah menjalin kerjasama dengan Institut Seni Indonesia Denpasar. Program magang/praktik kerja ini dilaksanakan pada perusahaan Hope Never Sleep (HNS) Studio yang berlokasi di Jalan Dr. Ir Soerkarno Tampaksiring, Gianyar, Bali.

HNS Studio merupakan studio kreatif yang bergerak dibidang ilustrasi, desain grafis dan animasi. Dewa Gede Raka Jana Nuraga S.Ds merupakan owner dari HNS Studio. Berdiri sejak tahun 2015 membuat HNS Studio memiliki banyak pengalaman dalam menangani berbagai proyek desain, dan telah menarapkan manajemen desain dalam studio kreatifnya. Salah satu proyeknya ialah desain maskot Gianyar Youth Fest 2019, Jalbo Bali United FC, Prambanan Jazz Festival, *merchandise* Bali Zoo, *merchandise* BIKA Fest dan masih banyak yang lainnya.

Dalam melaksanakan kegiatan magang kami dipercaya untuk ikut terlibat dalam berbagai proyek desain seperti pembuatan layout, konten media sosial dan animasi. Salah satu proyek yang dipercayakan ialah perancangan animasi *reels* instagram sebagai media promosi *merchandise* HNS Invasion di HNS Studio. Pelaksanaan kegiatan MBKM yang bertepatan dengan hari *launching merchandise* HNS Invasion, sehingga diperlukan media promosi yang baru selain dalam bentuk postingan foto.

Instagram merupakan salah satu sosial media yang banyak digunakan sebagai tempat memperoleh hiburan, perantara informasi dan bahkan sebagai media promosi. Fitur pada sosial media instagram terus berkembang salah satu fitur yang baru-baru ini diluncurkan oleh instagram ialah fitur *reels*. Pada fitur ini memungkinkan penggunanya dalam membuat video berdurasi singkat yang digabungkan dengan musik pilihan dan kemudian dapat dibagikan kepada teman ataupun pengguna instagram lainnya, sehingga jangkauan penikmatnya menjadi lebih luas.

Dilihat dari perkembangannya, banyak perusahaan yang memanfaatkan *reels* instagram sebagai media promosi. Hal tersebut juga dimanfaatkan oleh pihak HNS Studio. Perancangan animasi *reels* instagram sebagai media promosi *merchandise* HNS Invasion di HNS Studio mejadi media terbaru dalam promosi *merchandise* HNS Invasion. Animasi ini diwujudkan dan dipublikasikan pada *reels* instagram HNS Invasion. Animasi menjadi bagian dari Desain Komunikasi Visual karena memiliki strategi kreatif yang didalamnya terdapat elemen-elemen visual yang dapat dijadikan strategi dalam mempromosikan produk yang dikemas secara kreatif, informatif serta komunikatif. Dalam perancangannya telah mempelajari manajemen HNS Studio dalam menangani proyek. Perancangan promosi melalui media animasi yang dikemas dengan baik akan menarik perhatian konsumen, sehingga dapat meningkatkan penjualan *merchandise* dan memaksimalkan pendapatan HNS Studio.

Berdasarkan latar belakang di atas, adapun rumusan masalah dari laporan akhir program MBKM magang/praktik kerja di HNS Studio ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana sistem manajemen dalam menangani suatu proyek animasi *reels* instagram sebagai media promosi *merchandise* HNS Invasion di HNS Studio?
2. Bagaimana strategi kreatif yang digunakan dalam perancangan animasi *reels* instagram sebagai media promosi *merchandise* HNS Invasion di HNS Studio?

Judul kasus yang diangkat ialah “Perancangan Animasi *Reels* Instagram Sebagai Media Promosi *Merchandise* HNS Invasion Di HNS Studio”. Perencanaan yang disusun dan ditampilkan secara bergantian dengan waktu tertentu melalui fitur *reels* instagram. HNS Invasion memanfaatkan media *reels* instagram menjadi perantara promosi *merchandise* kepada konsumennya.

## METODE PENELITIAN

Dalam menyusun “Perancangan Animasi *Reels* Instagram Sebagai Media Promosi *Merchandise* HNS Invasion Di HNS Studio” tentunya diperlukan metode perancangan sehingga proses perancangan dapat terlaksana dengan baik karena didukung oleh data berupa data primer dan data sekunder. Berikut merupakan data primer yang diperoleh secara langsung dari perusahaan yang diangkat dalam penelitian ini adalah :

- a. Wawancara merupakan salah satu teknik yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data penelitian dimana kegiatan ini dilakukan bersama dengan pihak mitra yakni HNS Studio.
- b. Observasi, adalah metode pengumpulan data dengan pengamatan secara langsung pada media-media promosi lain yang memiliki konsep dan sesuai dengan hasil yang diinginkan oleh HNS Studio.
- c. Kepustakaan, menggunakan literatur untuk data komperatif dalam menunjang semua data untuk memperoleh teori-teori dimana dalam penelitian ini, metode kepustakaan menggunakan referensi yang ada dalam buku, literatur, jurnal, catatan, yang memiliki informasi tentang hal-hal yang berkaitan dengan perancangan promosi melalui media animasi.
- d. Dokumentasi, merupakan teknik pengumpulan data dengan mencatat data-data dari hasil survei baik berupa artikel, selebaran, foto dokumentasi dan sebagainya (Saifuddin Azwar, 2004:109). Metode ini mendokumentasikan segala hal yang berkaitan dengan perancangan animasi *reels* instagram sebagai media promosi *merchandise* HNS Invasion di HNS Studio.

## Manajemen Di HNS Studio

Manajemen adalah upaya untuk memberikan saran dan orientasi dengan perencanaan, koordinasi, integrasi, pembagian tugas profesional atau proporsional, organisasi,

kontrol dan penggunaan sumber daya yang ada untuk mencapai tujuan yang telah diperbaiki (Rohman & Ap, 2017). Manajemen yang terdapat di HNS Studio, dapat dilihat dari unsur unsur manajemen yang dikemukakan George R. Terry (Rohman & Ap, 2017), seperti :

### a. *Men and women* (manusia/orang)

HNS Studio mempunyai tim yang terdiri dari berbagai divisi sesuai dengan keahliannya masing-masing. Untuk tetap menjaga kinerja dan kerjasama dalam tim, setiap akhir bulannya HNS rutin untuk melakukan evaluasi. Adapun tim dari HNS Studio berjumlah 23 orang yang berdasarkan struktur organisasinya terdiri dari *CEO*, *Manager*, *Quality Control*, *Illustrator*, *Accounting*, *Admin*, *Clothing*, *Production*, dan *Graphic Designer*.

### b. *Materials* (material)

Setiap aktivitas dalam implementasi manajemen umumnya membutuhkan material, yang dalam konteks ini adalah alat atau sarana. HNS Studio telah menyediakan dan menggunakan alat dan sarana yang sangat berkualitas, untuk mendukung dan meningkatkan produktivitas di studio. Alat-alat yang tersedia seperti komputer, *pen tablet*, *ipad*, *wifi* dan lainnya.

### c. *Machines* (mesin)

Mesin berguna untuk membantu efisiensi kerja dan meningkatkan produktivitas. Saat ini, HNS Studio memiliki printer dengan teknologi dan kapasitas yang hebat, oleh karena itu untuk tujuan pencetakan hingga ukuran A3, tidak perlu dilakukan di luar studio.

### d. *Methods* (metode)

DI HNS Studio, terdapat beberapa langkah untuk mengerjakan suatu proyek. Secara umum alur atau cara kerja yang ada di HNS Studio adalah seperti, *manager* terlebih dahulu menyampaikan proyek dan membagikan tugas sesuai dengan keahlian tenaga kerja pada divisinya masing-masing. Setelah selesai mengerjakan tugas yang diberikan, tenaga kerja wajib melaporkan kepada seorang *quality control*, setelah melalui tahap koreksi, hasil dapat dikirimkan kepada klien melalui admin.

e. **Money (uang)**

Uang dapat menjadi modal, seperti pengadaan alat untuk menunjang pelaksanaan kegiatan. Saat ini, HNS Studio memiliki divisi *accounting* yang bertugas untuk mengatur keuangan seperti membuat anggaran, mencatat pemasukan, pengeluaran dan menyusun laporan keuangan setiap bulannya.

f. **Markets (pasar)**

Seseorang yang membutuhkan ahli dalam pembuatan jasa desain melalui konsultasi desain maupun pemesanan desain.

### Strategi Kreatif

Strategi kreatif yang dimaksudkan dalam perancangan ini adalah strategi pesan, strategi visual, gaya visual, dan *positioning*. Pesan yang disampaikan dalam animasi promosi *merchandise* ini bersifat persuasi. Kata persuasi diartikan sebagai ajakan kepada seseorang dengan cara memberikan alasan dan prospek baik yang meyakinkannya (membujuk secara halus). Dalam animasi ini terdapat teks “*Get It Now*” yang artinya mengajak konsumen agar membeli *merchandise* yang diproduksi oleh HNS Invasion.

Pada tahap strategi visual, dalam perancangan animasi *reels* instagram sebagai media promosi *merchandise* HNS Invasion di HNS Studio sebagai berikut:

- a. Ilustrasi : ilustrasi animasi yang digunakan berupa animasi dua dimensi yang dibuat dengan teknik ilustrasi digital. Konsep dari *merchandise* ini ialah *last samurai* terinspirasi melalui perang kerajaan yang melawan kesatria samurai.
- b. Warna : dominan pemilihan warna yang digunakan pada animasi ini ialah warna panas seperti, merah dan orange. Karena warna ini menunjukkan kekuatan, bertenaga dan semangat.
- c. Tipografi : jenis huruf yang digunakan adalah huruf berjenis serif, karena jenis huruf ini sesuai dengan tema dari desain *merchandise* yang dipromosikan.

Gaya visual dalam perancangan ini ditampilkan menggunakan gaya *Conceptual Art*. Gaya ini digunakan karena memiliki karakteristik mengandung elemen realitas, serta terdapat interpretasi desain sendiri berdasarkan model objek yang digunakan. Gaya visual yang

diterapkan di HNS Invasion menggunakan gaya visual *Conceptual Art*.

Terkait dengan *positioning*, animasi ini dipublikasikan pada akun instagram HNS Invasion. Untuk menarik perhatian, postingan animasi ini berkolaborasi dengan akun Instagram HNS Studio. Saat ini sudah mendapatkan lebih dari 7000 penonton.



Gambar 1. Jumlah Penonton  
(Sumber : Dokumen Pribadi, 2022)

### Target Pasar

a. **Demografi**

Demografi mencakup seluruh kalangan maupun golongan masyarakat dari berbagai lapisan. Faktor demografi yang digunakan paling luas adalah gender, usia, keluarga, pendapatan, pekerjaan, pendidikan, agama, ras, kebangsaan dan kelas sosial. Peninjauan dilakukan terhadap target sasaran yang akan diperuntukkan dalam merancang media animasi.

Sasaran promosi dari faktor demografi adalah:

1. Gender : Laki-laki dan perempuan
2. Usia : 15 - 40 tahun
3. Keluarga : Seluruh anggota keluarga
4. Pendapatan : Pendapatan menengah hingga pendapatan tinggi
5. Pekerjaan : Seluruh jenis pekerjaan
6. Agama : Seluruh Agama yang ada di Indonesia
7. Ras : Seluruh Ras yang ada di Indonesia

b. **Geografi**

Pendekatan geografi memfokuskan pada pemikiran pelaku terhadap luas wilayah yang ingin dijangkau (Nitisusastro, 2010: 145). Wilayah yang akan di jangkau dalam mempromosikan

produk HNS Invasion ini adalah seluruh lapisan masyarakat pada umumnya, dan masyarakat yang khususnya menggunakan sosial media instagram.

### c. Psikografi

Psikografi merupakan pendekatan dari sudut pandang gaya hidup yang pada dasarnya berkaitan dengan faktor kebiasaan atau kesenangan konsumen (Nitisusastro, 2010: 145). Ditinjau dari sudut pandang psikografi, khalayak sasaran yang ingin dituju oleh promosi ini adalah masyarakat yang gemar menggunakan produk lokal sebagai pakaian sehari harinya.

### d. Bihaviora

Behaviora meliputi perilaku pembelian/penggunaan tentang tingkat penggunaan, waktu menggunakan, dan status menggunakan (Sayanto, 2006:67). Jika ditinjau dari sudut pandang bihaviora maka media yang dibuat ditujukan kepada masyarakat yang ingin membeli produk lokal berupa pakaian.

## Penetapan Judul, Durasi Dan Ukuran

Animasi ini berjudul "Last Samurai" sesuai dengan desain *merchandise* yang dikeluarkan oleh HNS Invasion. Animasi ini berdurasi 29 detik.

Ukuran dari animasi ini menggunakan ukuran yang sudah ditetapkan oleh *reels* instagram yaitu 1080 X 1920 px.

## Storyline Animasi

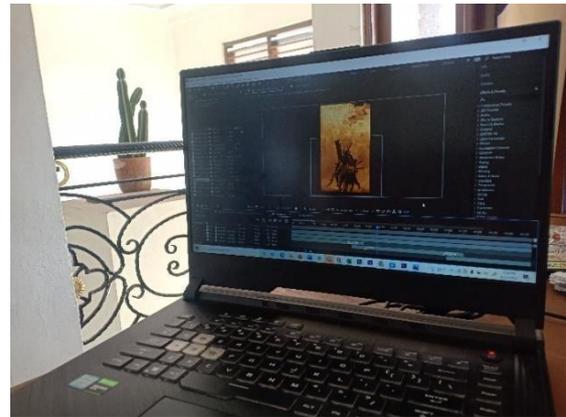
Proses pengerjaan animasi "Last Samurai" perlu dilakukan pembuatan *storyline*. Pembuatan *storyline* ini berisi mengenai rangkaian garis besar dari cerita yang akan ada didalam animasinya. *Storyline* animasi "Last Samurai" adalah:

1. Logo HNS Invasion
2. Kesatria samurai berkuda
3. Teks "Last Samurai"
4. Siluet karakter kesatria samurai
5. Desain samurai diberi effect terbakar
6. Produk *merchandise* yang dipromosikan.

## Teknik Pembuatan Animasi

Animasi ini secara keseluruhan dikerjakan dengan menggunakan komputer (*Computer Graphics Animation*). Perkembangan teknologi komputer saat ini, membuat orang dengan

mudah menghasilkan animasi. Animasi yang dihasilkan akan bergantung dengan keahlian yang dimiliki serta *software* yang digunakan. Dimulai dari penciptaan karakter, mengatur gerakan karakter dan menentukan arah kamera, pemberian suara, serta penempatan spesial efeknya semuanya dikerjakan melalui komputer. Melalui animasi komputer, dapat menghasilkan segala jenis animasi.



**Gambar 2.** Alat Pembuatan Animasi  
(Sumber : Dokumen Pribadi, 2022)

## PROSES PRODUKSI

### Pra Produksi

#### 1. *Brainstorming* dan Observasi

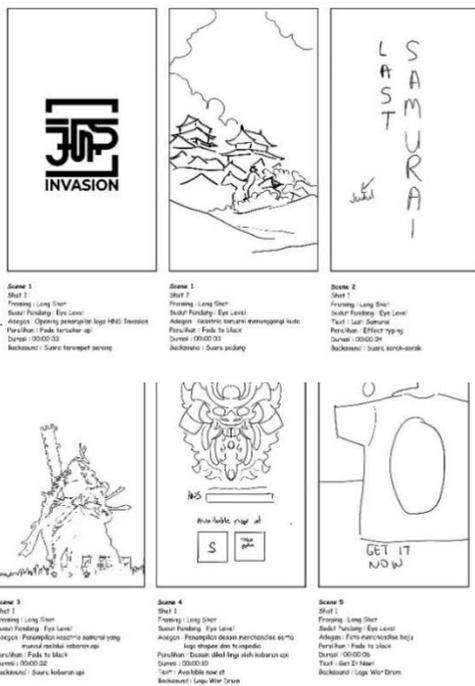
Pengumpulan segala data literatur, visual pendukung dan kata kunci yang dapat menjadi inspirasi dalam pengembangan konsep. Baik melalui internet maupun bertukar pikiran secara langsung dengan mitra.

#### 2. *Storyline*

Hasil dari *brainstorming* dan observasi dikembangkan menjadi *storyline*. Proses ini akan mempermudah proses *storyboard* karena pada proses ini menghasilkan rangkaian cerita yang sudah dibentuk setiap adegannya.

#### 3. *Storyboard*

Pengaplikasian rencana layout sinematografi animasi sesuai plot serta *timing* yang sesuai. Pada pembuatan animasi promosi *merchandise* ini *storyboard* dibuat secara digital.



**Gambar 3. Storyboard Animasi**  
(Sumber : Dokumen Pribadi, 2022)

**Produksi**

**1. Menyiapkan Aset Animasi**

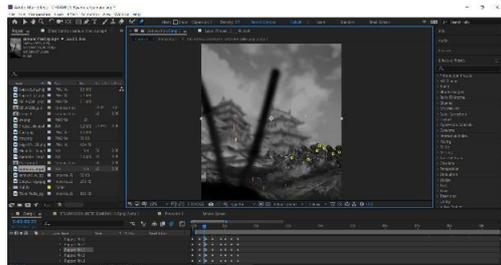
Proses pengumpulan aset yang akan digunakan dalam pengerjaan animasi promosi *merchandise* HNS Invasion.



**Gambar 4. Pengumpulan Aset Animasi**  
(Sumber : Dokumen Pribadi, 2022)

**2. Rigging**

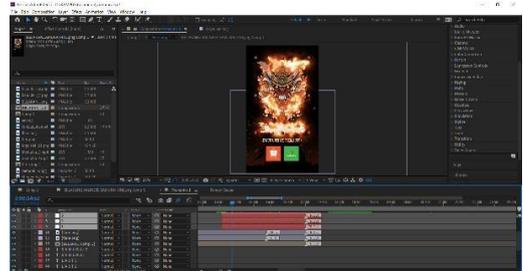
Proses pemberian *pen puppet* untuk memberi kunci-kunci pada beberapa bagian yang akan diberi gerakan.



**Gambar 5. Pemberian Pen Puppet**  
(Sumber : Dokumen Pribadi, 2022)

**3. Animasi**

Proses menggerakkan karakter serta memberikan efek api yang seolah-olah membakar desain utama. Hal ini dilakukan agar menambah kesan dramatis didalam animasi.

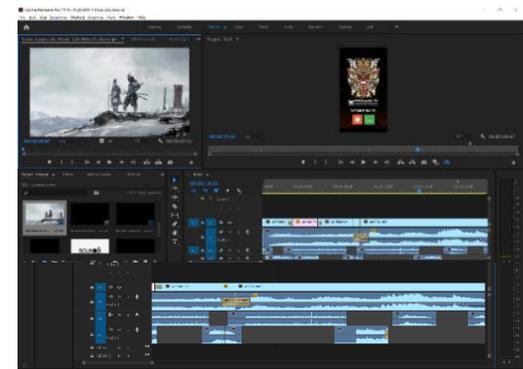


**Gambar 6. Pemberian Effect Api**  
(Sumber : Dokumen Pribadi, 2022)

**Post Produksi**

**1. Background dan sound effect**

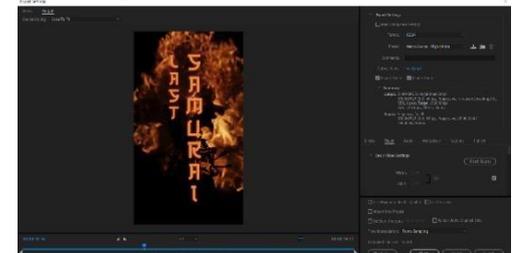
Penambahan efek suara berupa lagu penggiring, suara terompet, suara percikan api dan suara orang bersorak menggunakan *software* Adobe Premier.



**Gambar 7. Editing Audio**  
(Sumber : Dokumen Pribadi, 2022)

**2. Final Render**

Proses *export* file video dan audio menjadi satu animasi yang utuh kedalam bentuk format mp4.



**Gambar 8. Render Animasi**  
(Sumber : Dokumen Pribadi, 2022)

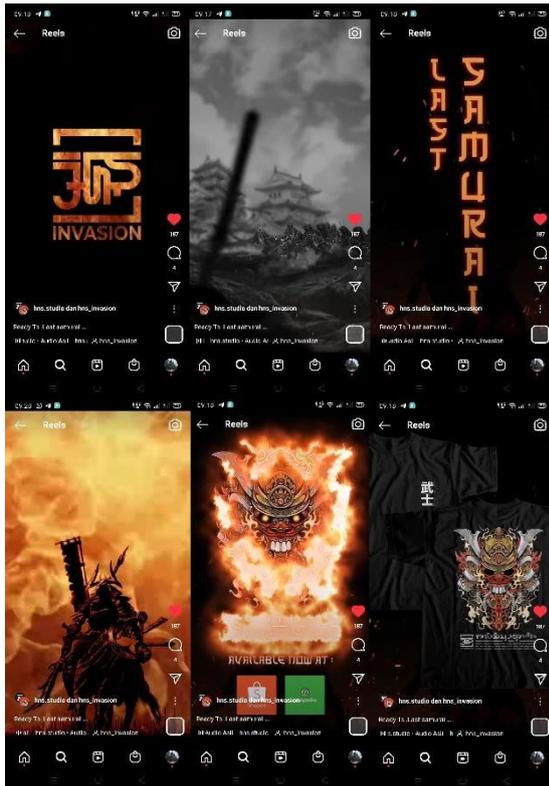
## HASIL AKHIR

Hasil akhir dari animasi ini telah disetujui dan sudah dipublikasikan melalui *reels* instagram HNS Invasion. Berikut link video animasi serta lampiran beberapa adegannya.

### Link Video:

<https://www.instagram.com/reel/CcrrgYQIH0o/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>

### Hasil Adegan Animasi:



**Gambar 9.** Hasil Animasi  
(Sumber : Dokumen Pribadi, 2022)

## SIMPULAN

Selama proses magang/praktik kerja MBKM di HNS Studio, dilakukannya identifikasi dan pengumpulan data primer dan sekunder dengan metode wawancara, observasi, kepustakaan, dan dokumentasi mengenai HNS Studio. Data yang dikumpulkan tersebut diantaranya: nama perusahaan, lokasi, sejarah pendirian hingga keunggulan mitra. Selain itu, dalam pelaksanaan program magang/praktik kerja ini juga mempelajari sistem manajemen dalam menangani suatu proyek di HNS Studio.

Pada pelaksanaan magang/praktik kerja MBKM, ditugaskan membuat animasi *reels* instagram sebagai media promosi *merchandise*

HNS Invasion di HNS Studio. Pada saat mengerjakan perancangan, tahap yang dilakukan ialah *brainstorming* dan observasi untuk pembentukan dan pengembangan konsep. Selanjutnya mulai memasuki proses pengerjaan yang didalam posesnya menerapkan strategi kreatif yang berupa; strategi pesan, strategi visual, gaya visual, dan *positioning*. Pada strategi visual menerapkan unsur-unsur visual berupa ilustrasi, warna dan tipografi.

Dalam pengerjaan animasi ini menggunakan komputer secara keseluruhan (*Computer Graphics Animation*). Melalui beberapa tahap dalam proses produksi animasi. Dalam tahapannya dibagi menjadi tiga yaitu tahap pra produksi, produksi dan post produksi.

## DAFTAR RUJUKAN

Ihsani, A. F. A., & Febriyanti, N. (2021). Etika Komunikasi Sebagai Kontrol Kesalahan Virtual dalam Perilaku Bermedia Masyarakat di Era Digital. *Jurnal Al Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial E-ISSN*, 2745, 5920.

Munir. 2012. *Multimedia (Kosnep dan Aplikasi Dalam Pendidikan)*. Bandung. Alfabeta.

Nafisah, S., & EFFENDY, N. (1998). Implementasi Sistem Pakar dalam Bidang Farmakologi dan Terapi sebagai Pendukung Pengambilan Keputusan Berbasis Web. *World Wide Web Internet And Web Information Systems*, 1-6.

Prawira, S. K. P., Astuti, N. K. R., & Artha, I. G. A. I. B. (2021). Perancangan Video Iklan Layanan Masyarakat dan Media Pendukung sebagai Sarana Sosialisasi Pengolahan Sampah Berbasis Sumber di Desa Temesi. *AMARASI: JURNAL DESAIN KOMUNIKASI VISUAL*, 2(01), 39-50.

Rozadi, N. (2017). Penyusunan modul pembelajaran fisika berbasis scientific approach pada materi gerak melingkar untuk siswa SMA kelas X.

Sujana, Asep ST. 2005. *Paradigma Baru Dalam Manajemen Ritel Modern*. Yogyakarta : Graha Ilmu.

Terry, G. R. (2008). *Prinsip-prinsip manajemen*.

Vernia, D. M. (2017). *Optimalisasi Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Bisnis Online*

Bagi Ibu Rumah Tangga Untuk Meningkatkan Perekonomian Keluarga. *UTILITY: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dan Ekonomi*, 1(2), 105-118.

Wati, M. Y., & Suyanto, T. (2016). Faktor yang Mendrong Perilaku Konsumtif Siswa SMA di Surabaya. *Kajian Moral Dan Pendidikan*.

Yasa, G. P. P. A., Narpaduhita, K. A. S., & Purwita, D. G. (2019). Perancangan film animasi pendek 2d sebagai media kampanye penanganan anxiety disorder. *Jurnal Bahasa Rupa*, 2(2), 146-152.