

Perancangan Video Eksplainer ‘Jaga Jejak Digital Anak’ Sebagai Media Literasi Untuk Orangtua Pada Kasus *Sharenting*

Fathimah Ishma Hamidah¹, Octaviyanti Dwi Wahyurini²

Desain Komunikasi Visual – Fakultas Desain Kreatif dan Bisnis Digital, Institut Teknologi Sepuluh Nopember, Kota Surabaya, Indonesia
Email: ¹luna.pinilih@gmail.com, ²oyndwi@its.ac.id

Abstract

In the digital age, the rise of social media has introduced a new phenomenon known as sharenting, where parents share content about their children online. This practice has both positive and negative impacts, including parental self-fulfillment, potential child exploitation, cyberbullying, and privacy violations. This study aims to create a digital literacy explainer video on sharenting for new or first-time parents aged 25-29. The research and development method used is based on the Borg & Gall model, encompassing five stages: Research and Information, Planning, Development of Preliminary Product, Preliminary Field Testing, and Main Product Revision. The process involves analyzing sharenting literature and existing explainer videos, followed by script and storyboard creation. The explainer video titled "Protect Your Children's Digital Footprints" was then produced. After finalizing the video, it underwent feasibility testing with media and material experts, as well as the target audience, to ensure its effectiveness before publication. Analysis reveals that sharenting creates a tension between parental rights and children's privacy. Therefore, the explainer video is designed to educate first-time parents on the importance of protecting their children's digital footprints. Utilizing animation and expert video clips, the video aims to deliver its message in an engaging and comprehensible way. As a result, parents are better equipped to safeguard their children's rights and privacy in the digital realm.

Keywords: sharenting, digital literacy, parents, child privacy, explainer video.

Pendahuluan

Di era digital saat ini, munculnya media sosial telah membawa dampak signifikan pada aktivitas *parenting*, yang dikenal sebagai *sharenting*. *Sharenting* merujuk pada kebiasaan orang tua membagikan data pribadi anak seperti foto atau video anak mereka di media sosial (Fridha & Irawan, 2020). Contoh *sharenting* meliputi berbagi gambar tentang barang-barang anak, pakaian, tempat yang dikunjungi, makanan yang dikonsumsi sehari-hari, dan kegiatan sehari-hari anak seperti saat bersekolah ataupun saat bermain (Martins, 2020). Fenomena ini berkembang, sebagian besar dipengaruhi oleh selebgram dan *influencer* ibu (Archer, 2019). Meskipun *sharenting* dapat memberikan keuntungan seperti aktualisasi diri bagi orang tua, terutama ibu, dengan berbagi pengalaman pengasuhan, dampak negatifnya juga signifikan. *Sharenting* berpotensi memicu eksloitasi anak, *cyberbullying*, kekerasan seksual, dan penculikan (Fridha & Irawan, 2020).

Pengaruh media sosial pada kasus *sharenting* juga dapat memiliki dampak psikologis pada anak-anak, terutama dalam frekuensi dan sifat dari praktik tersebut. Dampaknya jika anak tumbuh dan berkembang dengan kepribadian *online*, anak tersebut akan memiliki pemahaman yang lemah akan kepribadian diri mereka tentang apa yang sebenarnya mereka

suka atau inginkan karena dituntut untuk memiliki kepribadian dengan citra yang sempurna di media sosial (Mercer, 2019). *Sharenting* dapat menciptakan efek perbandingan sosial pada anak-anak, meskipun mereka tidak terlibat langsung dalam strategi kehadiran mereka di media sosial (Travers, 2021). Survei menunjukkan bahwa anak-anak dan remaja ingin orang tua meminta izin sebelum membagikan gambar mereka (Sarkadi, 2020), mencerminkan hak privasi anak yang krusial untuk dilindungi yang diatur oleh Konvensi Hak Anak dan Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi (UU PDP) di Indonesia. Oleh karena itu, perlu adanya edukasi terhadap literasi digital bagi orang tua baru atau *first-time parents* mengenai praktik *sharenting* untuk melindungi privasi anak mereka. Data dari Sensus Penduduk 2020 menunjukkan bahwa usia 25-29 tahun merupakan kelompok dominan sebagai orang tua baru (BPS, 2020).

Edukasi ini penting dilakukan karena meningkatnya penggunaan media sosial yang belum sepenuhnya diimbangi dengan literasi digital yang memadai (Pangerapan, 2023). Berbagai alat pendukung dalam proses sosialisasi pola asuh anak dapat gunakan salah satunya media video akan membantu proses pengajaran kepada orangtua karena dianggap efektif, tidak monoton, dan lebih menarik (Ansadena, Tarma, & Doriza, 2018). Untuk target segmentasi dewasa awal, media audio visual merupakan media yang sesuai untuk memberikan edukasi dalam jangka yang panjang. Oleh karena itu, dirancanglah video eksplainer berjudul “Jaga Jejak Digital Anak” untuk mengedukasi orang tua baru mengenai *sharenting*, dengan pendekatan animasi dan klip video ahli. Video ini diharapkan dapat memperbaiki dan melengkapi media audio visual yang ada, serta membantu orang tua dalam menjaga privasi anak di era digital.

Metode

Perancangan ini menggunakan pendekatan jenis penelitian *Research and Development* (R&D). *Research and Development* adalah metode dalam menghasilkan sebuah produk baru atau mengembangkan sebuah produk yang telah ada untuk disempurnakan dengan menguji efektivitas dari produk tersebut sehingga dapat dipertanggungjawabkan. Penelitian ini bertujuan untuk merancang produk yang akan digunakan dalam pendidikan dengan proses ilmiah yang diakhiri dengan validasi produk. Jenis penelitian ini bersifat siklis sehingga produk pendidikan dapat dipertanggungjawabkan dan efektif sesuai kebutuhan (Okpatrioka, 2023). Oleh karena itu jenis penelitian pengembangan ini digunakan untuk menghasilkan produk berupa video eksplainer dalam fenomena *sharenting* untuk orangtua baru agar lebih tepat guna.

Perancangan ini mengadopsi model pengembangan dari Borg & Gall dengan melakukan penyesuaian menjadi 5 tahapan utama (Gall, Gall, & R., 2003). Tahapannya diantara lain sebagai berikut:

1) Research and Information

Melibuti pengukuran kebutuhan, studi literatur mendalam tentang *sharenting*, karakteristik target audiens, dan media pendidikan untuk orang dewasa. Termasuk survei menggunakan *Sharenting Evaluation Scale* (SES), studi pustaka konten video eksplainer

serupa, dan wawancara mendalam dengan stakeholder seperti Badan Siber dan Sandi Negara serta psikolog.

2) *Planning*

Identifikasi kemampuan, perumusan tujuan, desain penelitian, dan pengujian terbatas. Fokus pada merumuskan pesan edukasi dalam video eksplainer. Wawancara dengan ahli keamanan siber dan psikolog menghasilkan panduan perancangan yang mencakup naskah dan *Storyboard*.

3) *Develop Preliminary Form of Product*

Produksi video eksplainer berdasarkan *Storyboard*. Uji kelayakan dilakukan dengan melibatkan ahli media dan materi untuk menilai kualitas dan efektivitas sebelum pengujian kepada audiens lebih luas.

4) *Preliminary Field Testing*

Uji coba lapangan awal dilakukan dengan menguji produk kepada target yang berjumlah 8 orang. Bertujuan mendapatkan umpan balik dari target audiens mengenai video yang diproduksi.

5) *Main Product Revision*

Perbaikan berdasarkan hasil uji coba awal. Revisi dilakukan lebih dari satu kali jika diperlukan untuk menghasilkan *draft* produk yang siap diuji lebih luas dan dipublikasikan.

Keputusan untuk menyederhanakan model ini didasarkan pada beberapa pertimbangan. Pertama, dengan membatasi tahapan, penulis dapat lebih berkonsentrasi pada inovasi desain, seperti pemilihan media dan narasi yang paling efektif untuk mencapai tujuan pembelajaran. Kedua, dengan fokus pada tahapan-tahapan yang langsung berkaitan dengan desain, penulis dapat lebih mudah mengukur efektivitas berbagai elemen desain dalam mencapai tujuan pembelajaran. Ketiga, keterbatasan waktu dan sumber daya mendorong penulis untuk mengoptimalkan proses pengembangan.

Pembahasan

1) *Research and Information*

- a. **Teori Manajemen Kesan** Teori manajemen kesan digunakan dalam menganalisa karakteristik motif orangtua dalam praktek *sharenting* di media sosial milik mereka. Menurut Jones dan Pittman (1982), strategi presentasi diri terdiri dari *ingratiation*, *intimidation*, *self-promotion*, *exemplification*, dan *supplication*. Setelah diujikan kepada informan dihasil motif menggunakan *ingratiation*, *self-promotion*, dan *exemplification* (Safa'ah, 2022). Media sosial menjadi platform penting untuk interaksi manusia dan presentasi diri (Dwiarsianti, 2022).
- b. **Motif Orangtua Melakukan Sharenting** Lebih lanjut tentang motif orangtua penelitian berikut mengelompokkan identitas orang tua yang melakukan praktek *sharenting* di Instagram menjadi tiga kelompok: Orang Tua Eksis, Orang Tua *Sharing*, dan Orang Tua *Memories*. Schutz mengelompokkan motif dalam dua

kategori: "*in-order-to-motive*" (tindakan dengan tujuan tertentu) dan "*because motive*" (tindakan karena alasan dari masa lalu) (Dwiarsianti, 2022).

- c. **Kampanye Jaga Ruang Siber** Dalam perancangan ini, bekerja sama dengan BSSN yang menggelar kampanye literasi keamanan siber #JagaRuangSiber. Kampanye ini mencakup tema seperti hoaks, *cyberbullying*, internet sehat, radikalisme, dan sharenting, dengan tujuan meningkatkan kesadaran mengenai keamanan siber.
- d. **Wawancara Mendalam**

BSSN, Pada 6 Desember 2023, Fitriyanta Eka Prasaja dari BSSN menjelaskan upaya kampanye literasi media dan keamanan siber melalui program "Jaga Ruang Siber," yang menyasar semua kelompok usia dengan metode beragam, termasuk kampanye di media sosial dan program kesehatan mental dan digital.

Psikolog, Pada 10 Desember 2023, psikolog klinik Adzillah Ismi Syahidah membahas dampak psikologis sharenting dan penggunaan media sosial oleh anak-anak. Anak-anak *influencer* menghadapi tekanan tinggi dan gangguan privasi. Psikolog menekankan pentingnya menghormati privasi anak dan menghindari sharenting yang melanggar hak mereka.

- e. **Kuesioner**

Untuk memvalidasi *Sharenting Evaluation Scale* (SES), skala ini terdiri dari 17 item dalam tiga faktor: implikasi, perilaku sosial, dan kendali diri, menilai tingkat sharenting pada populasi dewasa (José-M. & Kopecky, 2022). Target utama adalah WNI yang sudah menikah, umur 25-29 tahun, dan menggunakan media sosial. Hasil SES menunjukkan Indikator perilaku sosial (71%) menunjukkan praktik sharenting yang tinggi, sering sebagai respons terhadap isolasi sosial. Pengendalian diri (72,1%) terkait dengan *oversharenting*, diperburuk oleh rendahnya literasi digital. Implikasi (78%) mencakup pelanggaran privasi anak dan risiko konten yang disalahgunakan. Penting bagi orang tua untuk memahami perubahan konsep privasi seiring pertumbuhan anak dan mengembangkan kompetensi digital untuk melindungi anak. Desain video akan fokus pada isu-isu ini untuk meningkatkan kesadaran orang tua.

2) **Planning**

- a. Perumusan Konsep

Dalam metode ini, dilakukan percobaan pembuatan konsep berdasarkan depth interview dan kuesioner. Perancangan dibatasi untuk mencakup pelanggaran privasi anak, ketidaktahuan akan peraturan perlindungan anak di ruang digital, jejak digital anak, dampak negatif terhadap anak di masa depan, dan risiko konten yang disalahgunakan oleh orang yang tidak bertanggungjawab. Tipe karakteristik video eksplainer yang digunakan adalah "*diversity in authorship*" (Schorn, 2022) melibatkan BSSN dan narasumber ahli dengan penjelasan melalui animasi.

Kehadiran Instruktur

Kehadiran instruktur dalam video penting bagi pendidikan dewasa, memberikan kesan *people-oriented* (Moore & Shemberger, 2019).

Struktur Video

Pesan dibagi ke dalam beberapa episode untuk menjaga video singkat dan menarik, dengan durasi optimal antara 1 hingga 2 menit (AConnolly, 2019). Video menggunakan teknik trope "*Meet Bob*," dengan karakter fiksi yang mewakili audiens target, yaitu keluarga *influencer* dengan konten harian anak. Naskah dirancang dalam 3 babak: *brief introduction*, *middle section*, dan *end* (Schorn, 2022).

Emotional Design

Kehadiran emosional penting dalam kepuasan belajar *e-learning* (Moore & Shemberger, 2019). Teori emotional design menunjukkan bahwa desain dapat memunculkan emosi pengguna, dipengaruhi oleh penilaian, sikap, dan memori terkait produk (Gumulya & Nastasia, 2015).

Gaya Animasi

Gaya animasi tahun 2000-an dipilih untuk audiens lahir antara 1995-1999, membangkitkan nostalgia dan menciptakan ikatan emosional. Animasi seperti "The Fairly OddParents" dan "Powerpuff Girls" menggunakan gaya "UPA revival" dengan garis tebal, bentuk geometris, dan warna cerah, menawarkan pengalaman visual yang menarik dan emosional (Bashara, 2019).

b. Depth Interview II

Pada tahap, dilakukan percobaan pembuatan konsep berdasarkan *depth interview* dan kuesioner, perancangan dibatasi untuk merancang konten yang mencakup pelanggaran privasi anak, ketidaktahanan akan peraturan perlindungan anak di ruang digital, jejak digital anak, dampak negatif terhadap anak di masa depan, dan risiko konten yang disalahgunakan oleh orang yang tidak bertanggungjawab. Menurut *depth interview* yang sudah dilakukan dalam literasi mengenai *sharenting*, pesan-pesan yang perlu disampaikan mencakup Pentingnya Privasi Anak, Resiko Eksplorasi dan Keamanan, Keterbukaan Komunikasi, Peran Positif Orang Tua, Penggunaan Bijak Media Sosial, Peran Teknologi, Kreativitas tanpa Eksposur Berlebihan, dan Pesannya harus merangkul nilai-nilai positif keluarga.

c. Naskah

Setiap episode dirancang untuk meningkatkan pemahaman orangtua tentang literasi digital, mulai dari kemampuan dasar hingga sikap dan perspektif yang kritis. Pendekatan ini memastikan orangtua dilengkapi dengan pemahaman yang diperlukan untuk melindungi privasi dan keamanan digital anak-anak mereka. Dilihat pada Tabel 1 Komponen Konten di bawah ini merupakan penjabaran isi konten yang akan jadi acuan naskah setiap episode berdasarkan empat komponen utama tersebut:

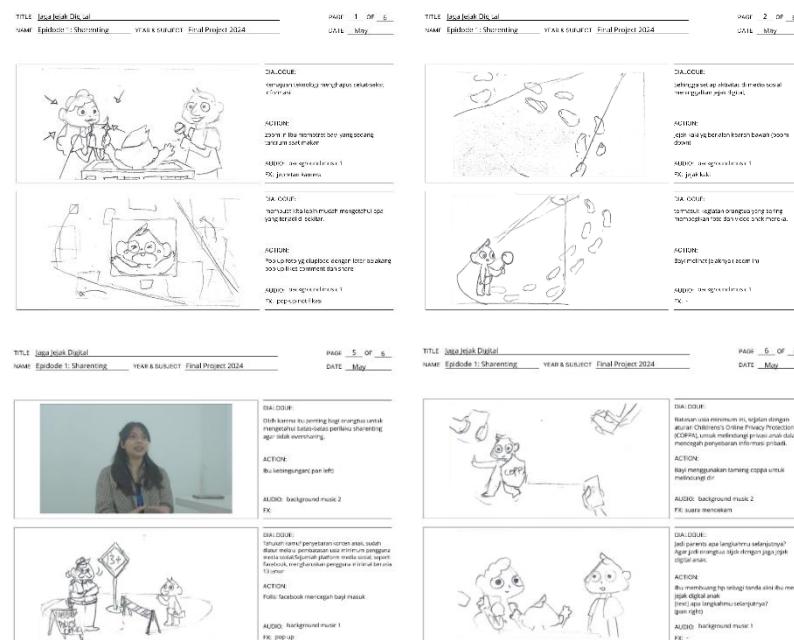
Tabel 1. Komponen Konten

Episode	Komponen	Keterangan
1	Kemampuan Dasar Literasi Digital	Video dimulai dengan memperkenalkan konsep <i>sharenting</i> dan bagaimana kemajuan teknologi memudahkan akses informasi. Ini mencakup kemampuan dasar membaca, menulis, dan memahami simbol digital.
	Latar Belakang Pengetahuan Informasi	Penjelasan tentang bagaimana informasi digital dan non-digital diciptakan dan diakses, termasuk penjelasan tentang regulasi COPPA dan batasan usia di media sosial. Ini membantu orangtua memahami asal-usul dan aturan seputar informasi digital.
	Kompetensi Utama Literasi Digital	Diskusi tentang risiko privasi dan keamanan yang diakibatkan oleh <i>sharenting</i> . Menjelaskan kemampuan mengevaluasi dan mengelola informasi yang diperoleh, serta bagaimana melindungi informasi pribadi anak.
	Sikap dan Perspektif Pengguna Informasi	Menekankan pentingnya menjadi orangtua bijak dalam berbagi informasi tentang anak di media sosial. Ajak orangtua untuk berpikir kritis tentang dampak jangka panjang dari jejak digital yang mereka tinggalkan.
2	Kemampuan Dasar Literasi Digital	Diskusi tentang pentingnya mengabadikan momen anak dan peran utama ibu dalam proses perkembangan anak. Ini mencakup keterampilan dasar dalam menggunakan teknologi untuk berbagi momen berharga.
	Latar Belakang Pengetahuan Informasi	Penjelasan tentang bagaimana media sosial berperan dalam perkembangan identitas ibu masa kini. Diskusi tentang asal-usul fenomena sharenting dan motivasi di baliknya.
	Kompetensi Utama Literasi Digital	Analisis tentang bagaimana sharenting dapat menimbulkan ketegangan antara membangun citra diri dan risiko keamanan data anak. Membahas fenomena <i>kidfluencer</i> dan dampaknya terhadap privasi anak.
	Sikap dan Perspektif Pengguna Informasi	Menekankan pentingnya menimbang potensi keuntungan dengan menjaga keamanan dan privasi data anak-anak dalam <i>sharenting</i> .

Episode	Komponen	Keterangan
3	Kemampuan Dasar Literasi Digital	Memperkenalkan fenomena <i>Instamoms</i> yang menggabungkan peran tradisional sebagai ibu rumah tangga dengan peran modern sebagai konten kreator.
	Latar Belakang Pengetahuan Informasi	Diskusi tentang bagaimana informasi digital dan non-digital terkait dengan peran ibu kontemporer. Penjelasan tentang asal-usul dan pengaruh budaya <i>Instamoms</i> .
	Kompetensi Utama Literasi Digital	Membahas perspektif anak terkait privasi dan hak digital mereka. Menjelaskan bagaimana jejak digital yang dibagikan oleh orangtua dapat berdampak pada masa depan anak.
	Sikap dan Perspektif Pengguna Informasi	Menekankan pentingnya menjaga jejak digital anak dengan bijak. Diskusi tentang bagaimana orangtua dapat mengembangkan literasi digital mereka untuk melindungi anak-anak mereka.

d. Storyboard

Storyboard adalah alat penting dalam produksi video yang membantu merancang dan merencanakan bagaimana cerita akan disampaikan secara visual. Tahapan yang meliputi perencanaan konten, desain *frame*, pengembangan visual, dan revisi memastikan bahwa pesan yang disampaikan efektif dan sesuai dengan tujuan yang diinginkan seperti dilihat pada Gambar 1 Cuplikan *Storyboard* di bawah ini.



Gambar 1. Cuplikan *Storyboard*
(Sumber: Hamidah, 2024)

3) *Develop Preliminary Form of Product*

- a. Tema dan *Tagline*



Gambar 2. *Tagline*

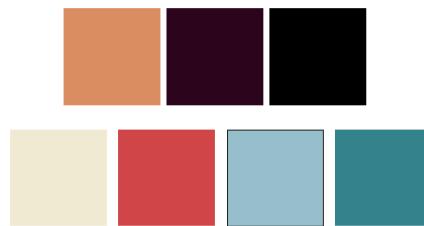
(Sumber: Hamidah, 2024)

Tema "Jaga Jejak Digital Anak" menekankan tanggung jawab orang tua dalam mengelola informasi anak-anak mereka di media sosial. "Jaga Jejak" menunjukkan pentingnya kontrol dan kesadaran orang tua terhadap risiko seperti eksplorasi, *cyberbullying*, dan kehilangan privasi akibat berbagi informasi secara terbuka. Tema ini menekankan literasi digital bagi orang tua untuk memahami implikasi setiap tindakan *online* terhadap anak-anak mereka, termasuk pengaturan privasi dan pendidikan tentang risiko *online*.

Desain grafis "Jaga Jejak Digital Anak" pada Gambar 2. *Tagline* di atas dapat dianalisis melalui teori desain. Dari segi tipografi, gaya huruf tebal dan geometris menarik perhatian dan menunjukkan urgensi pesan. Warna biru memberikan kesan kepercayaan dan keamanan, dengan kontras yang meningkatkan keterbacaan. Ikonografi seperti kunci dan perisai menambah makna simbolis tentang keamanan dan perlindungan. Tata letak simetris menciptakan keseimbangan dan kohesi, sementara prinsip Gestalt seperti *figure-ground* dan *closure* meningkatkan fokus dan keterlibatan. Hierarki visual dibuat melalui variasi ukuran teks yang memandu mata pemirsa, dan konsistensi elemen desain membentuk identitas visual yang kohesif. Keseluruhan desain menyampaikan pesan kampanye dengan efektif, mendorong orang tua untuk melindungi jejak digital anak mereka.

- b. Penentuan Warna

Palet warna berperan dalam menentukan suasana dan *mood* visual video. Untuk peracangan ini, digunakan warna retro dengan pemilihan warna dengan kecerahan rendah. Menciptakan nuansa nostalgia yang bisa membangun hubungan emosional dengan audiens, terutama orang tua yang mungkin merasa lebih terhubung dengan estetika tersebut. Ini dapat meningkatkan keterlibatan dan keterikatan dengan konten video. Berikut adalah palet warna utama yang digunakan:



Gambar 3. palet warna karakter

(Sumber: Hamidah, 2024)

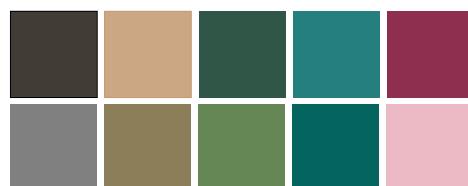
Gambar 3. palet warna karakter di atas merupakan palet warna untuk warna kulit, rambut dari setiap karakter. Dibawahnya merupakan palet warna untuk baju karakter.



Gambar 4. palet warna background

(Sumber: Hamidah, 2024)

Gambar 4. palet warna background di atas merupakan warna untuk *background* video digunakan untuk meng-*highlight* gambar ataupun tulisan yang berisi pesan yang ingin disampaikan pada setiap episodenya.



Gambar 5. palet warna latar

(Sumber: Hamidah, 2024)

Gambar 5. palet warna latar diatas merupakan warna untuk *environment* yang ada di video eksplainer. Warna digunakan pada kamar bayi, ruang tamu, rumput, dan aset pendukung dari seluruh video eksplainer.

c. Penggunaan Tipografi



Gambar 6. font Intensa Fuente & Work Sans

(Sumber: google image)

Dalam perancangan video kampanye "Jaga Jejak Digital Anak" Gambar 6. font Intensa Fuente & Work Sans di atas dipilih untuk mendukung visual dan keterbacaan konten. Intensa Fuente, digunakan untuk judul dan *headline*, memberikan karakter kuat dan menarik perhatian penonton, sejalan dengan tujuan menjadikan tampilan visual relevan bagi Generasi Y dan Z. Work Sans digunakan untuk teks penjelasan karena keterbacaannya yang tinggi, memastikan informasi disampaikan dengan jelas. Kombinasi kedua font ini menciptakan kontras visual yang efektif, memisahkan elemen penting dalam video dan membantu penonton mengikuti alur cerita dengan mudah.

d. Desain Karakter

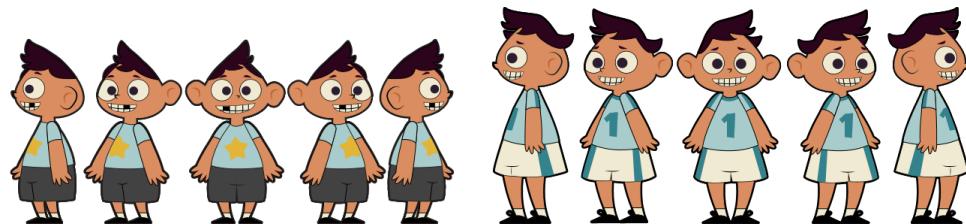


Gambar 7. karakter bayi

(Sumber: Hamidah, 2024)

Desain karakter menggunakan *software* adobe illustrator dengan referensi style gambar UPA revival. Berikut merupakan desain karakter anak yang dipanggil ‘dodoo’. Dodoo digambarkan sebagai seorang *kids influencer* yang ceria dan penuh energi. Dodoo digambarkan pada Gambar 7. karakter bayi di atas hanya memakai popok untuk lebih merepresentasikan kegiatan *sharenting*. Dimana salah satu indikator dilakukannya *sharenting* pada indikator perilaku sosial, dimana membagikan foto dan video saat anak dalam keadaan memalukan atau tidak pantas termasuk dalam perilaku *sharenting*. Perilaku memalukan yang dimaksud dijelaskan

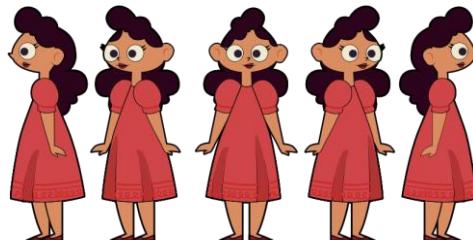
dalam *depth interview* II untuk menghindari memposting informasi yang bisa disalahgunakan dari foto anak dalam situasi rentan atau keadaan tidak layak seperti telanjang.



Gambar 8. karakter balita dan anak

(Sumber: Hamidah, 2024)

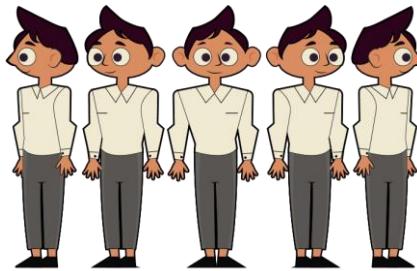
Pada video eksplainer juga diperlihatkan perkembangan anak sehingga membutuhkan karakter versi balita dan anak-anak. Karakter balita digambarkan dengan menggunakan pakaian kasual yang nyaman untuk bermain seperti. Lalu karakter anak-anak di gambarkan menggunakan baju sepak bola, dimana sepak bola merupakan permainan yang paling banyak dimainkan oleh anak laki-laki (Santy, 2018). Sehingga penggunaan baju sepak bola dalam karakter ini tidak hanya meningkatkan relevansi tetapi juga menambahkan elemen yang akrab dan menarik bagi audiens muda. Pemilihan pakaian pada Gambar 8. karakter balita dan anak di atas bertujuan untuk menampilkan aspek-aspek perkembangan anak dengan cara yang mudah dikenali dan *relate* bagi penonton.



Gambar 9. karakter ibu

(Sumber: Hamidah, 2024)

Dilihat Gambar 9. karakter ibu di atas diperlihatkan sebagai seorang *mom influencer* yang tetap modis walaupun sedang mengasuh anak. *Mom influencer* terlihat memakai make up dan mempunyai rambut yang bergelombang. Sehingga ibu menggunakan *dress* warna merah, dengan rambut bergelombang, dan memakai *make-up*.



Gambar 10. karakter ayah
(Sumber: Hamidah, 2024)

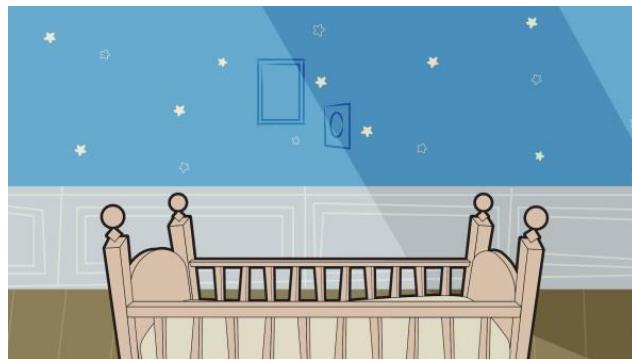
Selanjutnya dilihat pada Gambar 10. karakter ayah di atas merupakan seorang pegawai maupun pengusaha yang sukses juga menjadi *influencer* bersama keluarganya. Sehingga untuk merepresentasikan hal tersebut ayah menggunakan setelan rapi, dengan kemeja putih, celana warna abu-abu, dan rambut ayah juga tertata rapih.



Gambar 11. karakter pendukung
(Sumber: Hamidah, 2024)

Untuk karakter pendukung pada Gambar 11. karakter pendukung di atas diantaranya ada seorang polisi, wanita karir, dan juga pegawai sebuah merek toko mainan anak. Untuk polisi digambarkan gagah dengan dada bidang yang memakai seragam berwarna biru, dalam video eksplainer polisi digunakan untuk memvisualisasikan facebook *policy* oleh karena itu ditambahkan juga logo facebook pada seragam polisi tersebut. Untuk menggambarkan wanita karir karakter di visualisasikan menggunakan setelan rapi dengan kemeja berdasi, rok span, memakai *high heels*, rambut yang ditata, dan menggunakan *make up*. Karakter pegawai juga digambarkan dengan setelan rapi dan rambut yang terlihat tertata.

e. Desain Latar



Gambar 12. Latar Kamar Bayi

(Sumber: Hamidah, 2024)

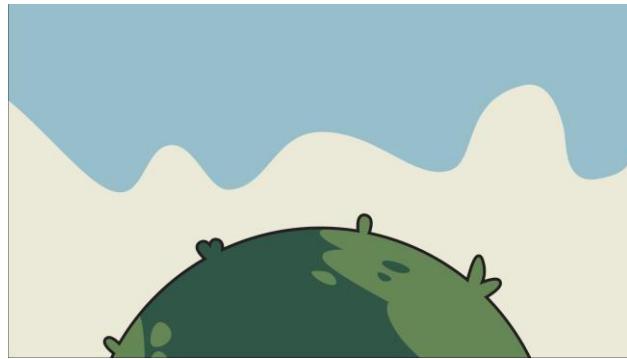
Desain latar menggunakan *software* Adobe Illustrator dengan referensi style gambar UPA revival. Latar pertama yang digunakan di video eksplainer adalah kamar bayi. Referensi kamar bayi diambil dari kamar bayi dari beberapa influencer indonesia yang memiliki anak. Beberapa elemen yang ada seperti *baby crib* dan warna tembok yang sesuai gender bayi. Oleh karena itu pada Gambar 12. Latar Kamar Bayi di atas menggunakan *baby crib* berwarna putih dengan tembok berwarna biru dengan aksen bintang.



Gambar 13. Latar Ruang Tamu

(Sumber: Hamidah, 2024)

Pada video eksplainer juga menggunakan latar ruang tamu pada beberapa *scene*. Gambar 13. Latar Ruang Tamu di atas memakai tema interior *mid-century modern* untuk menambah kesan nostalgia. Beberapa elemen yang sesuai tema seperti kursi *vintage*, *wallpaper*, *standing lamp*, dan lantai kayu. Oleh karena itu pada latar ruang tamu menggunakan kursi *vintage oversize* warna merah, *standing lamp* warna krem, lantai kayu, pintu warna putih, dan *wallpaper* warna hijau bermotif.



Gambar 14. Latar Rumput
(Sumber: Hamidah, 2024)

Latar selanjutnya adalah rerumputan berlatar langit cerah. Gambar 14. Latar Rumput di atas memiliki gaya awan yang abstrak agar sesuai dengan gaya visual yang sudah ditentukan. Pemilihan warna yang digunakan juga kontras satu sama lain. Pewarnaan pada rumput juga menggunakan teknik *cel shading* untuk memberikan kesan pencahayaan *hard light*.



Gambar 15. Latar Sorotan
(Sumber: Hamidah, 2024)

Pada setiap episode digunakan warna *background* yang berbeda. Setiap episode menggunakan elemen sorotan cahaya untuk menyoroti elemen yang ditampilkan agar fokus kepada gambar tersebut seperti Gambar 15. Latar Sorotan di atas. Sorotan cahaya tersebut merupakan adaptasi dari ruang kosong yang biasa muncul pada gaya UPA. Sesuai dengan latar belakang UPA yang sering kali terdiri dari bidang warna kosong dengan garis sketsa yang kasar (Bashara, 2019).

f. Desain Aset

Gaya visual dari Gambar 16. Aset Desain menggunakan garis pinggir tebal dengan bentuk grafis datar. Teknik pencahayaan *cel-shading* diterapkan pada aset gambar untuk menciptakan tampilan yang jelas dan terstruktur, dengan kontras yang tajam antara area yang diterangi dan yang berada dalam bayangan. Teknik ini memberikan efek visual yang bersih dan dinamis, cocok untuk menyampaikan informasi secara

efektif. Berikut merupakan beberepa asset gambar yang digunakan pada video ekspaliner:



Gambar 16. Aset Desain

(Sumber: Hamidah, 2024)

g. *Color Grading*

Color grading dilakukan dengan menggunakan efek *Lumetri Color* di Adobe Premiere Pro dan menambahkan LUT (*Look-Up Table*) D-21 DelogC untuk merubah warna video. Selanjutnya memilih *Curve* di menu *Effect Control*, lalu menyeimbangkan *color* dan *light* yang dapat digunakan untuk meningkatkan intensitas cahaya video serti pada Gambar 17. *Color grading* narasumber.



Gambar 17. *Color grading* narasumber

(Sumber: Hamidah, 2024)

h. Perekaman Suara

Penulis melakukan proses *voice over* sendiri menggunakan aplikasi rekam suara di handphonw. *Voice over* yang telah direkam disatukan dengan video narasumber kemudian diedit untuk menghilangkan *noise*. Pada tahap ini juga dilakukan penyatuan suara *voice over* dan juga suara narasumber sebagai acuan tahap berikutnya menggunakan *software* Adobe Premiere Pro.

i. Komposisi

Setelah pembuatan desain karakter, latar, dan aset dilakukan penggabungan untuk di layout pada setiap *scene* yang ada. Komposisi menggunakan *software* Adobe Illustrator dengan memisahkan layer pada bagian yang ingin digerakkan.

j. Motion

Pada tahap ini dimasukan file komposisi dan suara yang sebelumnya telah dibuat. Dirangkai menjadi 1 file per episode. Setelah itu mulailah tahap menggerakkan karakter maupun latar mengikuti narasi yang ada. Tahapan ini menggunakan *software* Adobe After Effects. Setelah proses *motion* selesai *file* di *export* menjadi sebuah video dengan menggunakan *software* Media Encoder.

k. *Background Music* dan *Sound effect*

Setelah proses motion selesai, video diinput dalam *file* suara yang sebelumnya dibuat menggunakan *software* Adobe Premiere Pro. Setelah itu ditambahkan *background* musik dan *sound effect* untuk menambah suasana sesuai narasi yang muncul.

l. Subtitle

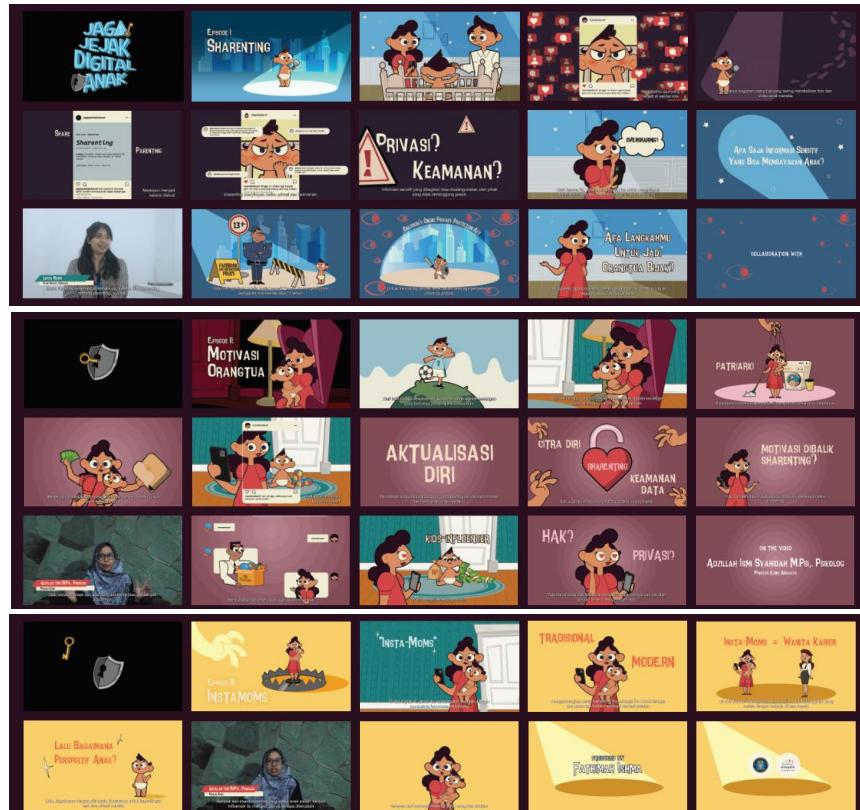
Penambahan *subtitle* dilakukan dengan *software* yang sama yaitu Adobe Premiere Pro. Dengan memasukan transkrip bentuk teks narasi yang diucapkan voice over dan narasumber. *Subtitle* menggunakan font arial yang biasa digunakan untuk *subtitle* karena keterbacaannya yang tinggi.

m. Intro Outro

Bagian terakhir adalah membuat intro yang berupa motion judul video dan judul episode. Outro juga ditambahkan pada akhir video berupa credit pembuat, narasumber di video, dan keterangan pendukung lainnya. Tahap ini dibuat menggunakan *software* Adobe After Effect.

n. Cuplikan Video

Output keseluruhan video berupa 3-episode dimana setiap episodenya kurang dari 3 menit. Cuplikan ouput dicantumkan pada Gambar 18. Cuplikan Hasil Video di bawah ini.



Gambar 18. Cuplikan Hasil Video

(Sumber: Hamidah, 2024)

o. Uji Kelayakan

Tujuan dari uji kelayakan ini adalah untuk mendapatkan validasi dari para ahli mengenai kualitas video eksplainer berdasarkan dua aspek utama: media (desain dan teknis) dan materi (konten dan penyajian). Uji kelayakan bertujuan untuk memastikan bahwa video yang dibuat memenuhi standar kualitas yang tinggi dan efektif dalam menyampaikan pesan. Uji Kelayakan Media dilakukan oleh perwakilan stakeholder yang memegang kepentingan Kampanye Jaga Ruang Siber, yaitu bagian Komunikasi Publik. Perwakilan dari bagian tersebut adalah Lupita Ritma *Public Relation* BSSN. Beliau memberikan skor 5/5 dengan catatan untuk bisa meningkatkan kualitas *color grading* pada bagian narasumber ahli. Uji Kelayakan dilakukan oleh Adzillah Ismi Syahidah M. Psi, Psikolog yang membantu menyusun materi pada awal perancangan untuk mengevaluasi cakupan materi yang ada di pengembangan video. Beliau memberikan skor 5/5 dengan catatan video dikemas dengan menarik sehingga direkomendasikan untuk dilanjutkan ke episode-episode selanjutnya.

4) *Preliminary Field Testing*

a. Uji coba lapangan

Hasil Uji Coba Lapangan awal menunjukkan bahwa penilaian cenderung sangat positif dan mendekati tingkat tertinggi dari kualitas atau efektivitas. Secara keseluruhan, skor 4,5/5 menunjukkan bahwa evaluasi terhadap video atau elemen desain lainnya sangat positif, dengan hampir semua aspek telah diterima dengan baik dan hanya memerlukan beberapa perbaikan minor untuk mencapai standar tertinggi. Berikut merupakan analisis Uji Coba Lapangan Awal kepada 8 orang responden berumur 25-29 tahun, menikah maupun memiliki anak, dan aktif menggunakan media sosial:

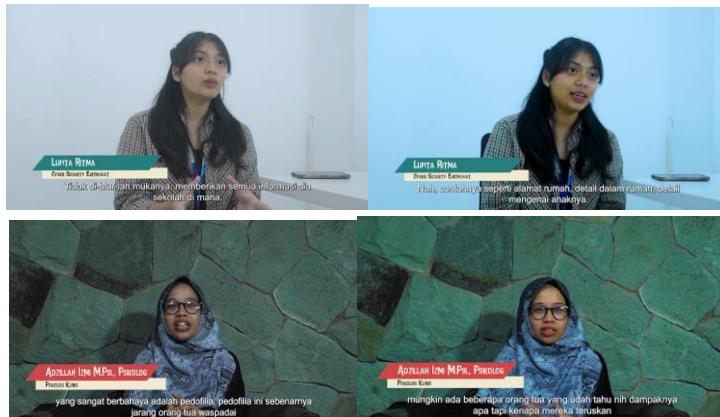
- Kesadaran akan Privasi: Mayoritas responden menyoroti pentingnya menjaga privasi anak, terutama informasi pribadi seperti tanggal lahir, alamat, dan rutinitas harian.
- Dampak Negatif: Terdapat kekhawatiran terhadap dampak negatif seperti pedofilia, *cyberbullying*, dan gangguan privasi.
- Penyalahgunaan Informasi: Responden menyadari risiko penyalahgunaan informasi yang dibagikan di media sosial.
- Perlindungan Anak: Ditekankan perlunya tindakan bijak dari orang tua dalam membagikan informasi tentang anak.
- Kesan Positif: Responden mengapresiasi konten yang informatif dan bermanfaat dalam meningkatkan kesadaran orang tua tentang sharenting.
- Rekomendasi untuk Video: Memperbaiki transisi dan memastikan suara narator jelas dan tidak terburu-buru.

5) *Main Product Revision*

a. Revisi

Dalam konteks pembuatan video eksplainer, bagian gangguan (*noise*) dalam alur Berdasarkan hasil uji kelayakan media dan materi, serta *feedback* dari uji coba lapangan, berikut adalah beberapa saran untuk pengembangan video yang bisa dipertimbangkan:

- Suara Narator: Tingkatkan *volume* suara narator agar lebih jelas terdengar. Perhatikan juga pengucapan dan kejelasan narasi, agar audiens dapat memahami dengan baik tanpa perlu membaca teks.
- Transisi: Sesuaikan transisi visual antara elemen video agar lebih *smooth*. Pertimbangkan untuk membuat transisi yang lebih halus dan konsisten sesuai dengan saran dari salah satu responden.
- *Color Grading*: Perhatikan catatan dari Ahli Media mengenai *color grading* pada bagian narasumber ahli. Perbaikan teknik *color grading* seperti pada Gambar 17. Color grading narasumber untuk meningkatkan kualitas visual dan konsistensi warna di seluruh video.



Gambar 19. Revisi Color Grading 2

(Sumber: Hamidah, 2024)

Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan merancang video eksplainer sebagai media literasi efektif untuk meningkatkan pemahaman orangtua mengenai dampak *sharenting* terhadap anak-anak. Temuan menunjukkan bahwa banyak orangtua, terutama yang baru pertama kali, belum sepenuhnya sadar akan risiko privasi dan keamanan anak di ruang digital, sehingga edukasi media literasi sangat diperlukan. Video eksplainer yang dirancang efektif dalam menyampaikan informasi mendalam dengan cara yang mudah dipahami dan menarik, menggunakan durasi 1-3 menit, animasi bergaya kartun tahun 90-an, dan *color grading* konsisten untuk meningkatkan kredibilitas dan pengalaman menonton. Pengujian pengguna membantu memperbaiki video melalui normalisasi audio dan penyesuaian transisi visual, memastikan penyampaian yang jelas dan tanpa gangguan.

Saran meliputi pelaksanaan kampanye literasi digital yang lebih luas dan berkelanjutan, serta pembaruan konten video sesuai tren dan teknologi terbaru. Melibatkan ahli keamanan digital dan psikologi anak serta bekerja sama dengan organisasi perlindungan anak dapat meningkatkan kredibilitas. Distribusi melalui platform media sosial populer seperti YouTube dan Instagram sangat penting untuk menjangkau audiens yang tepat. Metode penelitian Borg dan Gall, yang melibatkan analisis kebutuhan, pengembangan produk, uji coba, dan revisi, terbukti efektif dan perlu dilanjutkan untuk meningkatkan kualitas video eksplainer. Melanjutkan seri episode dengan fokus pada topik spesifik seperti perlindungan privasi dan dampak psikologis sharenting diharapkan dapat memberdayakan orangtua dalam mengelola jejak digital anak-anak mereka secara bijaksana.

Ucapan Terimakasih

Terima kasih kepada orang tua, dosen pembimbing Ibu Octaviyanti Dwi Wahyurini, S.T., MAppDesArt., Ph.D., dosen pendamping Andita Wibyasti Sari Putri, S.T., M.Ds., Kartika Kusuma Wardani, S.T., M.Si., Nugrahardi Ramadhan, S.Sn., M.T., serta Institut Teknologi Sepuluh Nopember atas fasilitas dan kesempatan yang diberikan. Terima kasih juga kepada stakeholder dan narasumber dari Badan Siber dan Sandi Negara, serta Ibu Adzillah Ismi

Syahidah M. Psi. atas kontribusi dan waktu yang telah diberikan. Semoga penelitian ini memberikan manfaat dan kontribusi positif bagi masyarakat, terutama bagi orang tua baru dalam memahami pentingnya menjaga jejak digital anak di era digital.

Daftar Pustaka

- AConnolly. (2019, October 21). *How long should an explainer video be?* Retrieved from Animation Explainers: <https://animationexplainers.com/how-long-should-an-explainer-video-be/>
- Adam, S. (2008). *Color Design Workbook: A Real World Guide to Using Color in Graphic Design*. Rockport Publishers.
- Ansadena, N., Tarma, & Doriza, S. (2018). Pengembangan Media Pembelajaran Pola Asuh Kecerdasan Moral Anak. *Jurnal Kesejahteraan Keluarga dan Pendidikan*, 115.
- Archer, C. (2019). How influencer ‘mumpreneur’ bloggers and ‘everyday’ mums frame. *Media International Australia*.
- Bashara, D. (2019). Cartoon Vision: UPA Animation and Postwar Aesthetics. *University of California Press*. doi:<https://doi.org/10.2307/j.ctvfxv8pj>
- Dwiarsianti, A. (2022). SHARENTING DAN PRIVASI ANAK: STUDI NETNOGRAFI PADA UNGGAHAN INSTAGRAM DENGAN TAGAR #ANAKKU. *Jurnal Komunikasi Global*, 7.
- Febriana, A. (2019). MOTIF ORANG TUA MENGUNGGAH FOTO ANAK DI INSTAGRAM. *Jurnal Ilmiah Abdi Ilmu*, 55.
- Fridha, M., & Irawan, R. E. (2020). Eksplorasi Anak Melalui Akun Instagram (Analisis Wacana Kritis Praktek Sharenting oleh Selebgram Ashanty & Rachel Venya). *Komuniti : Jurnal Komunikasi Dan Teknologi Informasi*, 69. doi:<http://dx.doi.org/10.23917/komuniti.v12i1.10703>
- Gall, M. D., Gall, J. P., & R., B. W. (2003). *Educational Research : An Introduction*. London: Longman Inc.
- Gumulya, D., & Nastasia, P. (2015). KAJIAN TEORI EMOTIONAL DESIGN. *Jurnal Dimensi Sen Rupa Dan Desain*.
- Jos'e-M., R.-R., & Kopecky, K. (2022). Sharing images or videos of minors online: Validation of the Sharenting Evaluation Scale (SES). *Children and Youth Services Review* 136, 2.
- Martin, A. (2006). Literacies for the digital age: preview of Part 1. In A. Martin, & D. Mardigan, *Digital Literacies for Learning*. Facet Publishin.
- Martins, R. S. (2020). Oversharenting and family life: likes on Instagram. *International Journal for Innovation Education and Research*, 156.
- Mercer, D. (2019, November 21). *The National News*. Retrieved from The National: <https://www.thenationalnews.com/lifestyle/family/the-rise-of-the-kidfluencer-how-online-fame-impacts-children-s-mental-health-1.940531>
- MNC. (2022, Oktober 13). *FAKTA – FAKTA SALURAN NICKELODEON YANG MUNGKIN BELUM KALIAN KETAHUI*. Retrieved from MNC Vision:

- https://www.mncvision.id/article/read/content_article/1665658471/fakta-fakta-saluran-nickelodeon-yang-mungkin-belum-kalian-ketahui
- Moore, K., & Shemberger, M. (2019). Mass Communication Andragogy for Teaching Online Adult Learners. *Teaching Journalism and Mass Communication Journal*, 9, 35-40. Retrieved from <https://aejmc.us/spig/wp-content/uploads/sites/9/2019/06/Moore-Shemberger-TJMC-proof-9.1.pdf>
- Nicolaou, C., & Kalliris, G. (2020). Audiovisual Media Communications in Adult Education: The case of Cyprus and Greece of Adults as Adult Learners. *Eur J Investig Health Psychol Educ*, 10(4), 967-994. doi:10.3390/ejihpe10040069
- Okpatrioka. (2023). Research And Development (R&D) Penelitian Yang Inovatif Dalam Pendidikan. *DHARMA ACARIYA NUSANTARA : Jurnal Pendidikan, Bahasa dan Budaya*.
- Pangerapan, S. A. (2023, Februari 14). Kecerdasan Digital, Disrupsi Teknologi Untuk Indonesia Maju. (T. & Outlook, Interviewer)
- Safa'ah, I. (2022). IMPRESSION MANAGEMENT PARA IBU DALAM MENGUNGGAH. *Skripsi*.
- Santy, N. E. (2018). PERBANDINGAN PERMAINAN TRADISIONAL DENGAN PERMAINAN MODERN TERHADAP KETERAMPILAN ANAK USIA SEKOLAH DASAR DI SDN 1 RAKAM TAHUN AJARAN 2017/2018. *SKRIPSI PENDIDIKAN GURU SEKOLAH DASAR (PGSD) UNIVERSITAS HAMZANWADI*.
- Sarkadi, A. (2020). Brief Communication: Children want parents to ask for permission before ‘sharenting’. *Journal of Paediatrics and Child Health*, 982. doi:10.1111/jpc.1494
- Schorn, A. (2022). Online explainer videos: Features, benefits, and effects. *Sec. Science and Environmental Communication*.
- Travers, M. (2021). 2 Major Risks Linked With ‘Sharenting’ Your Kids’ Lives On Social Media. Retrieved Desember 22, 2023, from <https://www.forbes.com/sites/traversmark/2023/06/17/2-major-risks-linked-with-sharenting-your-kids-lives-on-social-media/>