

Penerapan Psikologi Warna pada Background Animasi Kampanye Rajin Sikat Gigi untuk Membangun Mood Positif Anak

Arrafi Gusti Pratama¹, Arif Sulistiyono², Tegar Andito³

Institut Seni Indonesia Yogyakarta¹²³

Abstract

Dental and oral health is an important aspect in supporting children's growth and development. Unfortunately, low awareness of the importance of maintaining dental hygiene, such as the habit of brushing teeth regularly, is still a problem among children. The 2D animated film Caries was designed as an educational campaign to increase children's awareness about the importance of regular tooth brushing habits. This research focuses on the application of bright colors in the animated background design for the diligent toothbrushing campaign which aims to attract children's attention and increase their involvement with the animation. This research uses a qualitative approach and theoretical reflections on the psychology of color and visual perception in understanding advertisement. The results showed that the application of bright colors significantly increased the attractiveness of the background, fostered a positive mood and increased interest among children..

Artikel History:

Dikirim: 08 Desember 2025

Revisi : 20 Maret 2026

Diterima: 14 Juni 2026

Keyword: *animation, education campaign, dental health, visual perception, psychology of colors*



Abstrak

Kesehatan gigi dan mulut merupakan aspek penting dalam mendukung tumbuh kembang anak. Sayangnya, rendahnya kesadaran akan pentingnya menjaga kebersihan gigi, seperti kebiasaan menyikat gigi secara teratur, masih menjadi masalah di kalangan anak-anak. Film animasi 2D *Karies* dirancang sebagai kampanye edukasi dalam meningkatkan kesadaran anak-anak tentang pentingnya kebiasaan menyikat gigi secara teratur. Penelitian ini berfokus pada analisis dalam implementasi warna cerah pada desain *background* animasi untuk kampanye rajin sikat gigi yang bertujuan untuk menarik perhatian anak-anak dan meningkatkan keterlibatan mereka dengan animasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan tinjauan teoritis mengenai psikologi warna dan persepsi visual dalam memahami iklan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan warna cerah secara signifikan meningkatkan daya tarik *background*, menumbuhkan suasana hati yang positif dan meningkatkan minat di kalangan anak-anak

Kata Kunci: *film animasi, kampanye edukasi, kesehatan gigi, persepsi visual, psikologi warna*

Corresponding author.

Alamat E-mail:

rafiagusti12@gmail.com

This is an open-access article under the CC-BY-SA license



[10.33153/citrawira.v7i1.6606](https://doi.org/10.33153/citrawira.v7i1.6606)



<http://jurnal.isi-ska.ac.id/index.php/citrawira>



citrawira@isi-ska.ac.id

PENDAHULUAN

Kesehatan gigi dan mulut merupakan aspek penting dalam mendukung tumbuh kembang anak. Sayangnya, rendahnya kesadaran akan pentingnya menjaga kebersihan gigi, seperti kebiasaan menyikat gigi secara teratur, masih menjadi masalah di kalangan anak-anak. Hal ini dapat menyebabkan berbagai masalah kesehatan. Berdasarkan hasil data dari Riset Kesehatan Dasar (Riskesdas) tahun 2023 menyebutkan bahwa proporsi terbesar masalah gigi di Indonesia adalah gigi rusak/berlubang/sakit (43,6%). Data Riskesdas juga menunjukkan prevalensi karies gigi pada anak usia 3-4 tahun sebanyak 78,3%, pada usia 5-9 tahun sebanyak 84,8% dan pada usia 10-14 sebanyak 63,8% (Kemenkes RI, 2023).

Angka kejadian karies pada anak ini cukup tinggi sehingga perlu mendapat perhatian khusus, Pendidikan Kesehatan memainkan peran penting dalam meningkatkan pengetahuan, sikap dan keterampilan anak - anak dalam menerapkan perilaku hidup sehat (Rachmawati, 2019). Namun, metode edukasi konvensional sering kali kurang menarik perhatian anak-anak, sehingga diperlukan pendekatan yang lebih kreatif untuk meningkatkan efektivitas edukasi kesehatan (Riyantini, 2023). Salah satu cara untuk mencapai tujuan tersebut adalah melalui kampanye edukasi yang memanfaatkan media yang lebih menarik (Gusti Agung Rangga Lawe et al., 2020), seperti animasi 2D. Animasi memiliki keunggulan dalam menggabungkan narasi yang informatif dengan visual yang memikat untuk menjangkau audiens anak-anak (Jatmika et al., 2019)

Penerapan warna cerah pada media visual sering digunakan sebagai strategi untuk menarik perhatian audiens, terutama anak-anak. Dalam konteks ini, penelitian bertujuan untuk menilai ketertarikan anak pada penggunaan warna cerah dalam *background* animasi (Andi Asrafiani Arifah et al., 2023) . Warna tidak hanya memiliki fungsi estetis, tetapi juga memainkan peran penting dalam membentuk persepsi (Monica & Luzar, 2011) dan menciptakan daya tarik emosional (Dewi et al., 2020). Makna warna bervariasi mengikuti budaya dan konteks suasana. Warna dapat mempengaruhi persepsi, sehingga terjadi proses evaluasi seberapa erat kaitan logika dengan unsur-unsur makna yang sama (Sylvia & Muladi, 2025). Warna sendiri menekankan pada permukaan subjek dan menunjukkan kesamaan persepsi yang ada di dalam bidang (frame).

Menurut Said (2006) warna yang belum tercampur dengan warna komplementernya dan memiliki "intensitas penuh," yang dapat menciptakan kesan visual yang kuat, menjadikannya elemen efektif dalam menarik perhatian. Selain itu, rasa warna juga berperan sebagai penguat daya tarik emosional, yang dapat mempengaruhi respons audiens secara psikologi (Erlyana et al., 2023). Penelitian ini memanfaatkan kerangka ini untuk mengevaluasi respons anak-

anak terhadap elemen visual tersebut, dengan harapan dapat memberikan wawasan baru dalam pengembangan media edukasi berbasis animasi.

Selain itu, penerapan warna kontras menjadi strategi penting dalam menciptakan dampak visual yang menarik. Zhu (2020) menjelaskan bahwa penggunaan warna kontras yang terkonsep dapat memberikan efek visualisasi yang kuat pada animasi. Pernyataan ini sejalan dengan pendapat Gautama et al., (2019) yang menyatakan bahwa perpaduan warna panas dan dingin dapat memperkuat daya tarik visual secara keseluruhan melalui kontras yang mencolok. Di sisi lain, warna monokrom juga menjadi salah satu pendekatan yang digunakan dalam desain visual. Warna monokrom pada skema variasi yang berasal dari satu warna dasar (Warna & Karja, 2021). Terdapat tiga jenis variasi yang dapat dilakukan untuk menghasilkan warna monokrom. Pertama, *shades*, yang diperoleh dengan mencampurkan warna dasar dengan hitam. Kedua, *tones*, yang didapatkan dengan mencampurkan warna dasar dengan abu-abu. terakhir, *tint* diperoleh dengan mencampurkan warna dasar dengan putih. Hasil dari campuran ini menghasilkan variasi warna dari yang lebih terang hingga lebih gelap.

Penelitian mengenai penggunaan warna cerah pada animasi edukasi anak mencakup berbagai pendekatan. Misalnya, dalam penelitian oleh Erlyana et al., (2023) pewarnaan dalam video merupakan hal yang mencolok dan menarik perhatian anak karena lebih mudah diterima oleh otak mereka, hal ini juga berpengaruh terhadap psikologi anak yang dapat dijabarkan menggunakan teori psikologi warna (Laura & Luzar, 2011). Sementara itu, meninjau Penelitian ini mengeksplorasi efektivitas animasi pendidikan untuk anak usia dini, dengan fokus pada penggunaan warna cerah untuk meningkatkan motivasi belajar dan pemahaman terhadap bentuk dan warna (Hidayat et al., 2019).

Dalam konteks kesehatan gigi, meskipun banyak kampanye menggunakan media tradisional seperti poster dan buku cerita, implementasi animasi sebagai media interaktif masih tergolong terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini menawarkan inovasi dalam menggabungkan elemen visual yang cerah dengan narasi kampanye kesehatan gigi. Animasi *Karies* menjadi studi kasus yang menonjolkan bagaimana kombinasi warna cerah pada *background* dapat memengaruhi keterlibatan emosional anak-anak terhadap konten edukasi. Penerapan warna cerah pada *background* animasi memainkan peran penting dalam membangun mood, yang dapat meningkatkan daya tarik dan keterlibatan audiens, khususnya anak-anak. Dengan mengacu pada pendekatan-pendekatan sebelumnya, penelitian ini mengevaluasi respons anak dan mengeksplorasi penerapan warna cerah pada *background* animasi 2D "*Karies*", yang merupakan bagian dari kampanye edukasi mengenai kebiasaan rajin menyikat gigi.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menganalisis implementasi warna untuk memahami pemaknaan yang diterima responden. Adapun penelitian kualitatif adalah penelitian yang dilakukan melalui serangkaian proses mengumpulkan, menganalisis, menafsirkan, dan menulis hasil suatu fenomena (Creswell, 2018; Creswell, John W. & Poth, 2016). Adapun untuk mendukung data hasil analisis, dilakukan sebuah survei dengan menggunakan daftar pertanyaan tertutup (closed-ended questions) yang dirancang untuk mengevaluasi persepsi anak-anak terhadap penggunaan warna cerah pada *background* animasi. Pertanyaan-pertanyaan tersebut mencakup aspek-aspek seperti daya tarik visual, pengaruh terhadap mood. Responden diminta memilih jawaban berdasarkan preferensi mereka, yang kemudian dianalisis untuk mendapatkan data terukur. Selain itu, penelitian ini melibatkan metode tinjauan pustaka untuk mengumpulkan informasi sekunder dari jurnal akademik, buku, dan artikel ilmiah. Sumber pustaka yang digunakan mencakup studi tentang psikologi warna pada anak-anak dan pengaruh visual dalam animasi terhadap perkembangan kognitif serta emosional mereka. Hasil dari tinjauan pustaka diintegrasikan dengan temuan survei untuk memberikan konteks teoritis yang lebih mendalam. Data yang dikumpulkan dianalisis untuk mengevaluasi pengaruh warna cerah terhadap suasana hati anak-anak dan efektivitas penyampaian pesan animasi. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan tentang penggunaan elemen visual dalam menciptakan strategi edukasi yang menarik untuk anak-anak.

PEMBAHASAN

Dalam pembahasan ini, akan dikaji lebih lanjut bagaimana elemen desain visual, khususnya pembuatan *background* dalam animasi. Selain itu, akan dianalisis pula bagaimana hasil survei yang melibatkan preferensi anak-anak terhadap warna cerah pada *background*. Dengan mengeksplorasi kedua aspek ini, diharapkan dapat ditemukan wawasan mengenai bagaimana elemen desain yang tepat dapat memaksimalkan daya tarik animasi edukasi, khususnya dalam konteks kampanye kesehatan.

Konsep visual

Tahap konsep visual menjadi kunci dalam menciptakan *background* yang tidak hanya mendukung narasi tetapi juga mampu menyampaikan emosi dan pesan yang relevan dengan tema cerita. Tahap ini melibatkan eksplorasi konsep, palet warna, dan komposisi yang mempertimbangkan aspek estetika serta psikologi audiens, terutama anak-anak. Dalam konteks animasi kampanye ini, konsep visual difokuskan pada tiga latar utama: kamar Arie,

adegan mimpi Arie, dan kamar mandi. Berikut adalah pengembangan konsep visual dalam pembuatan *background* untuk beberapa adegan utama dalam cerita animasi ini:

1. Kamar

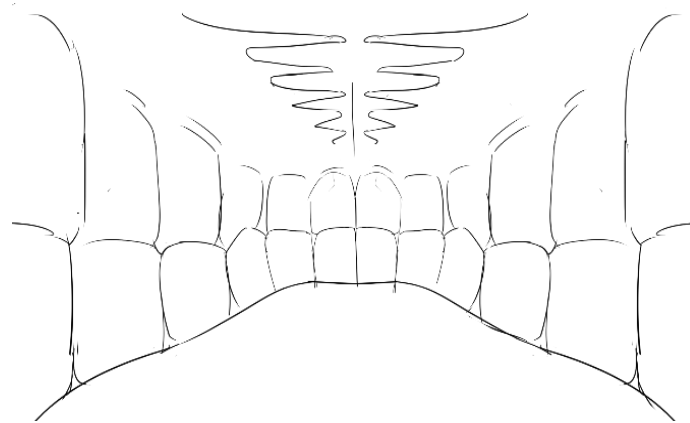
Konsep visual kamar Arie berfokus pada representasi identitas karakter utama, yang mencerminkan usianya sebagai anak laki-laki berusia 7 tahun. Rumah kelas menengah atas dengan desain minimalis menjadi latar utama memperkuat kesan modern sesuai dengan gaya hidup keluarga Arie. Dalam merancang kamar ini, pendekatan visual menggunakan gaya kartunis dengan Elemen furnitur seperti ranjang, meja belajar, dan lemari dirancang dengan sudut tumpul (*rounded edges*), menciptakan kesan aman dan ramah untuk anak-anak. Pemilihan warna *monochrome* ungu menjadi elemen utama untuk menciptakan harmoni tidak hanya mendukung estetika tetapi juga menyampaikan rasa kehangatan dan keakraban di lingkungan pribadi Arie.

2. Mimpi Arie

Pada adegan mimpi Arie, suasana dibuat kontras dengan kamar tidurnya untuk memperkuat dampak emosional cerita. Konsep visual untuk adegan mimpi ini menggambarkan mulut Arie yang kotor setelah mengonsumsi jajanan tanpa menggosok gigi. Bagian dalam mulut, yang terlihat kotor, dipenuhi dengan sisa-sisa makanan, terutama biskuit yang terjebak di sela-sela gigi dan lidah. Terselipnya sisa makanan ini menjadi santapan bagi bakteri, yang kemudian membentuk karang gigi dan karies yang semakin berkembang. Pemilihan warna untuk adegan mimpi ini menggunakan perpaduan antara warna panas dan dingin, yang bertujuan untuk menonjolkan perasaan *eery* atau menyeramkan. Meskipun menciptakan kesan yang agak mengerikan, penggunaan warna ini masih disederhanakan agar tidak terlalu mengganggu dan tetap nyaman untuk anak.

3. Kamar Mandi

Sementara itu, kamar mandi dalam cerita ini dirancang dengan nuansa segar dan cerah yang mencerminkan kebersihan dan kenyamanan. Warna hijau muda digunakan sebagai warna dominan dalam skema *monochrome* untuk menciptakan suasana yang menenangkan dan mendukung tema kesehatan. Gaya minimalis tetap menjadi pilihan utama dengan furnitur sederhana seperti wastafel, cermin, dan rak penyimpanan. Penggunaan elemen yang familiar ini bertujuan agar anak dapat dengan mudah mengenali latar, sehingga pesan edukasi dapat terserap dengan baik. Selain itu, diharapkan anak dapat termotivasi untuk menjaga kebersihan gigi dengan rutin.



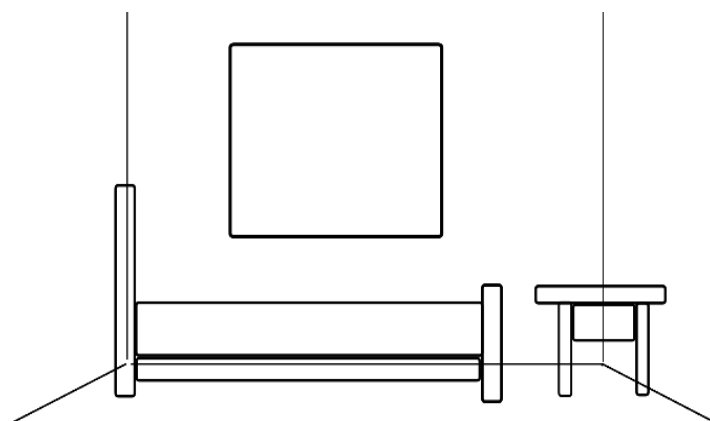
Tabel 1. Form Evaluasi
(Sumber: Data Science, 2022)

Proses perancangan *background*

1. Sketsa

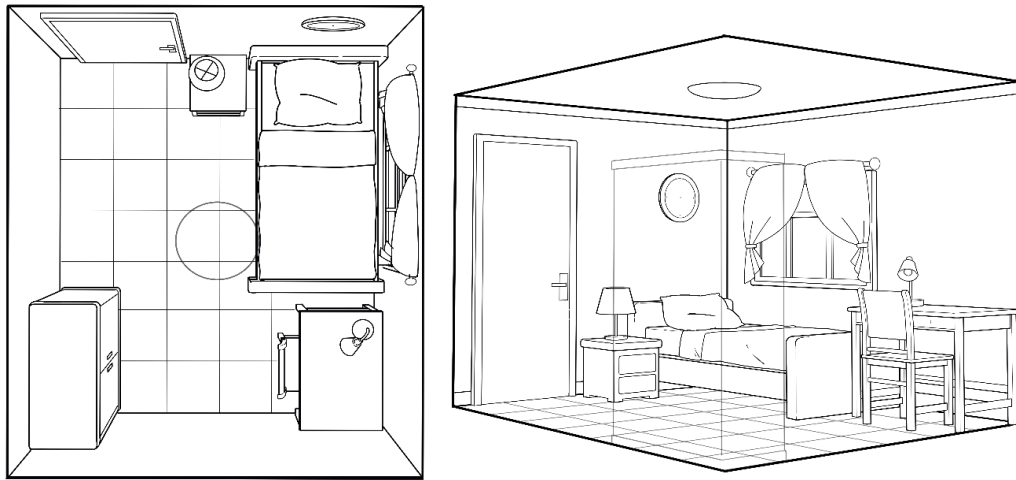
Sketsa adalah gambar yang dibuat dalam waktu singkat. Biasanya, sketsa dibuat oleh desainer atau seniman sebagai bagian dari proses perancangan karya, baik sebagai skema atau rencana lukisan, maupun untuk karya seni rupa lainnya. Namun, terkadang sketsa juga bisa menjadi sebuah karya yang selesai. Secara umum, sketsa dan gambar sering dianggap sama, padahal keduanya memiliki perbedaan mendasar. Sketsa dibuat dengan cepat, menggunakan garis-garis sederhana dan tanpa detail, sementara gambar adalah karya seni yang menggambarkan objek secara rinci, menggunakan media seperti pensil, pena, dan lain-lain (Pangarso, 2013).

a) Kamar Arie



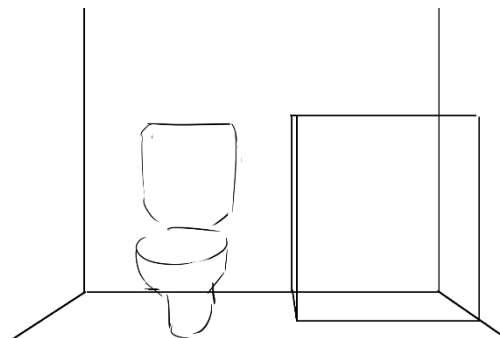
Gambar 1. Sketsa Kamar Arie
(Sumber: Dokumentasi penulis, 2024)

b) Mimpi Arie



Gambar 2. Sketsa Mimpi Arie
(Sumber: Dokumentasi penulis, 2024)

c) Kamar Mandi



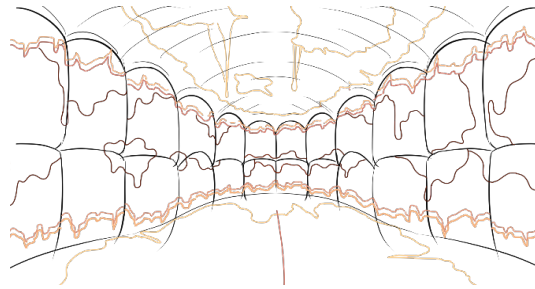
Gambar 3. Sketsa Kamar Mandi
(Sumber: Dokumentasi penulis, 2024)

2. Line Art

Line art adalah ilustrasi atau gambar yang dibuat dengan menggunakan garis sebagai elemen utama. *Line art* terdiri dari garis lurus atau melengkung yang digambar di atas latar belakang polos tanpa gradasi warna, untuk menggambarkan bentuk 2D atau 3D. Ilustrasi *line art* menekankan penyederhanaan dibandingkan dengan jenis gambar lainnya, seperti gambar realis. *Line art* merupakan jenis gambar yang mengutamakan proses penyederhanaan, dengan fokus pada outline objek. Melalui beberapa goresan dan penggunaan nilai atau tone yang rendah, gambar garis ini dapat menggambarkan bentuk objek. *Line art* tidak memerlukan detail yang tinggi, tetapi harus dapat menggambarkan kontur dan fitur objek dengan memfilter informasi yang kurang penting, serta fokus pada elemen-elemen yang mendukung

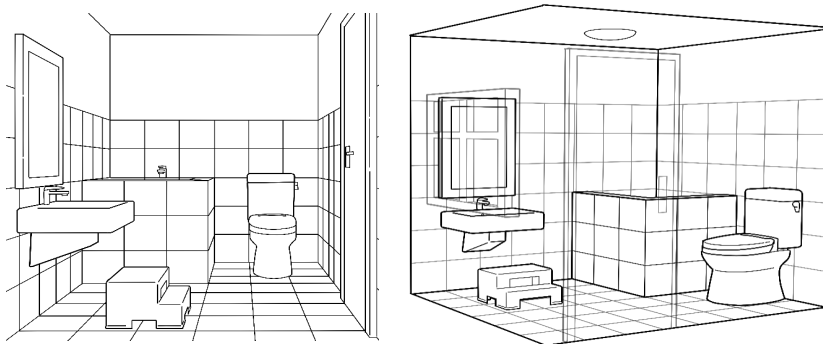
ide atau pesan. Proses visual ini memungkinkan otak untuk dengan cepat memproses garis-garis dalam gambar, serta dengan mudah mengenali objek melalui siluet, karena dimensi siluet memudahkan audiens dalam mengidentifikasi objek tersebut (Malamed, C. (2009). *Visual Language for Designers Principles for Creating Graphics That People Understand*. Beverly, MA Rockport. - References - Scientific Research Publishing, n.d.).

a) Kamar Arie



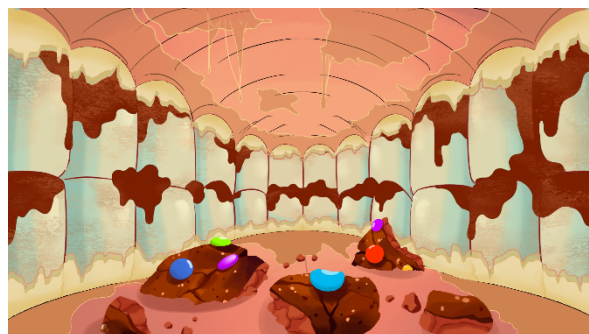
Gambar 4. *Line Art* Kamar Arie
(Sumber: Dokumentasi penulis, 2024)

b) Mimpi Arie



Gambar 5. *Line Art* Mimpi Arie
(Sumber: Dokumentasi penulis, 2024)

c) Kamar Mandi



Gambar 6. *Line Art* Kamar Mandi
(Sumber: Dokumentasi penulis, 2024)

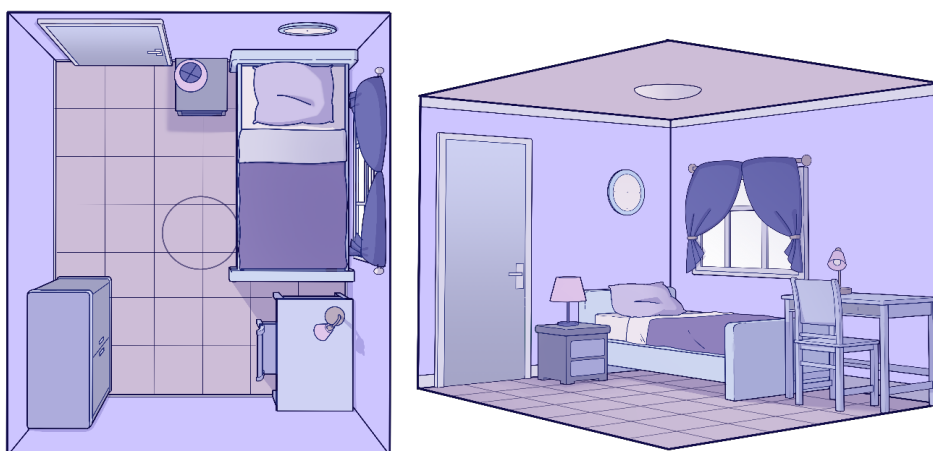
3. Coloring

Pada tahap ini, merupakan tahap terakhir untuk menghasilkan rendering akhir yang siap dipakai dalam animasi. Menurut Rohiani, (2020) mewarnai secara harfiah berarti memberikan warna atau cat air pada objek gambar. Pada tahap *coloring*, digunakan teknik digital atau *digital painting*, yang merupakan bentuk seni yang muncul ketika teknik melukis tradisional, seperti cat air, cat minyak, dan impasto, diterapkan menggunakan alat digital melalui komputer atau perangkat digital yang mendukung perangkat lunak tertentu. Program *digital painting* berusaha meniru penggunaan media fisik dengan berbagai alat, seperti kuas dan efek cat (Gunadi, 2009). Selain itu, dalam animasi, pemilihan warna juga memperhitungkan prinsip-prinsip psikologi warna yang memengaruhi persepsi dan emosi anak-anak, sebagaimana dijelaskan dalam teori psikologi warna oleh Faber Birren, yang ditunjukkan pada Tabel 1.

Tabel 1. Teori Psikologi Warna menurut Faber Birren
[Sumber:(Birren, 1961)]

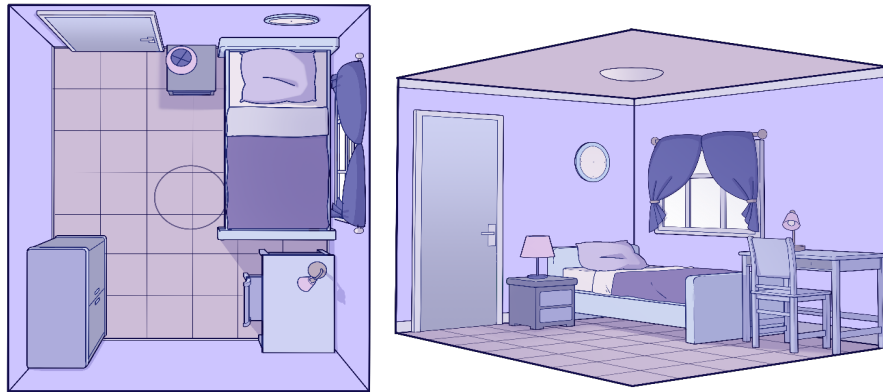
Warna	Arti psikologi
Merah	Panas, berbahaya, bergairah, menggairahkan, marah, galak
Oranye	hangat, penuh kehidupan, energik, gembira
Kuning	peringatan, ceria, inspiratif, semangat tinggi, pengecut
Hijau	alami, kesehatan, menyegarkan, damai, penyakit, rasa bersalah
Biru	Dingin, pelayanan, penaklukan, melankolis, ketidakbahagiaan
Ungu	bermartabat, mistik, kesepian
White	Kebersihan, murni, bersih, semangat yang tinggi
Black	Kekosongan, duka, kematian, depresi, rasa negatif

a) Kamar Arie



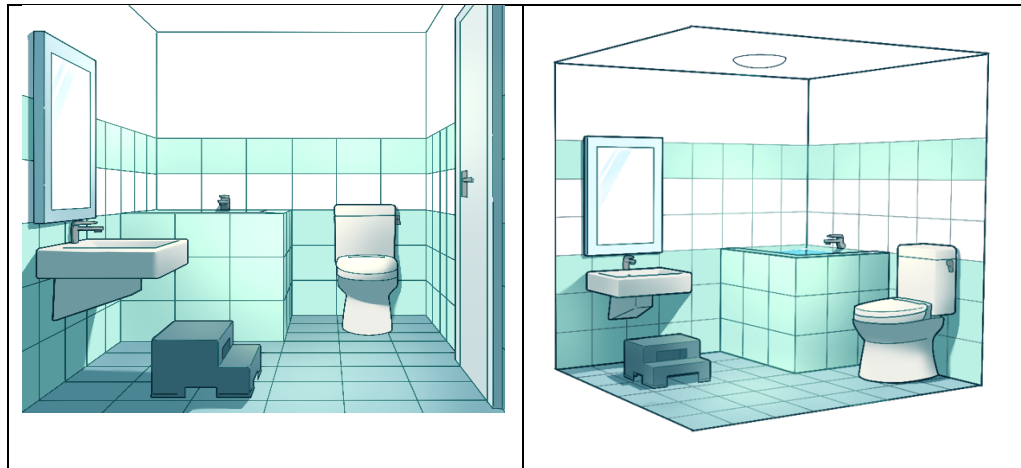
Gambar 8. Coloring Mimpi Arie
(Sumber: Dokumentasi penulis, 2024)

b) Mimpi Arie



Gambar 8. *Coloring* Mimpi Arie
(Sumber: Dokumentasi penulis, 2024)

c) Kamar Mandi



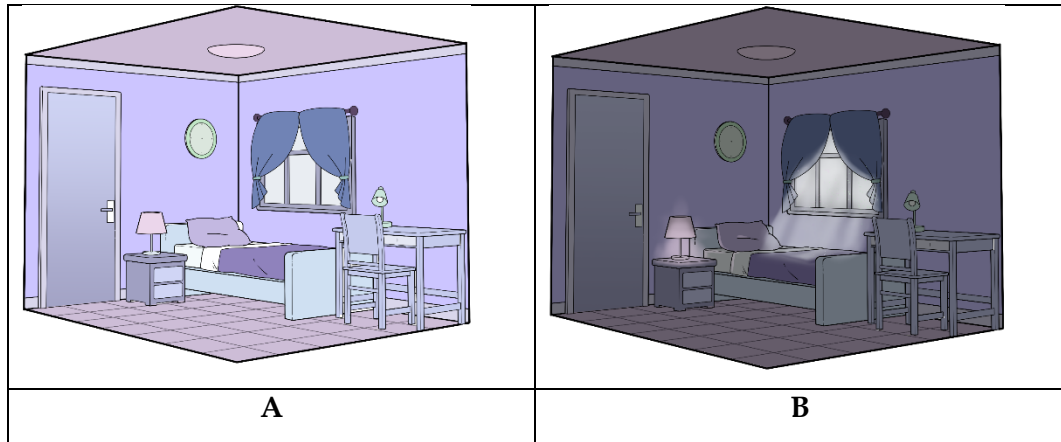
Gambar 9. *Coloring* Kamar Mandi
(Sumber: Dokumentasi penulis, 2024)

Hasil Survei

Survei ini dilaksanakan di dua lokasi yang berbeda untuk mendapatkan sampel yang representatif, yaitu di TK Kuncup Harapan yang terletak di Rancak Dukuh, Panggunharjo, Sewon, Bantul, Yogyakarta, sebanyak 22 anak dan di Puskesmas Bandung yang berada di Desa Bandung, Kecamatan Bandung, Kabupaten Tulungagung, Jawa Timur sebanyak 8 anak. Metode yang digunakan melibatkan pemberian dua pilihan gambar kepada anak-anak yaitu dengan memberi opsi antara nuansa warna cerah dengan nuansa suram. Melalui pilihan ini, peneliti mengukur daya tarik warna cerah terhadap perhatian dan preferensi anak-anak. Untuk melengkapi data, anak-anak juga diberikan pertanyaan terbuka terkait alasan mereka memilih gambar tertentu, sehingga diperoleh wawasan yang lebih mendalam mengenai

pengaruh visual terhadap minat mereka. Berikut adalah daftar pertanyaan yang diajukan dalam bentuk gambar:

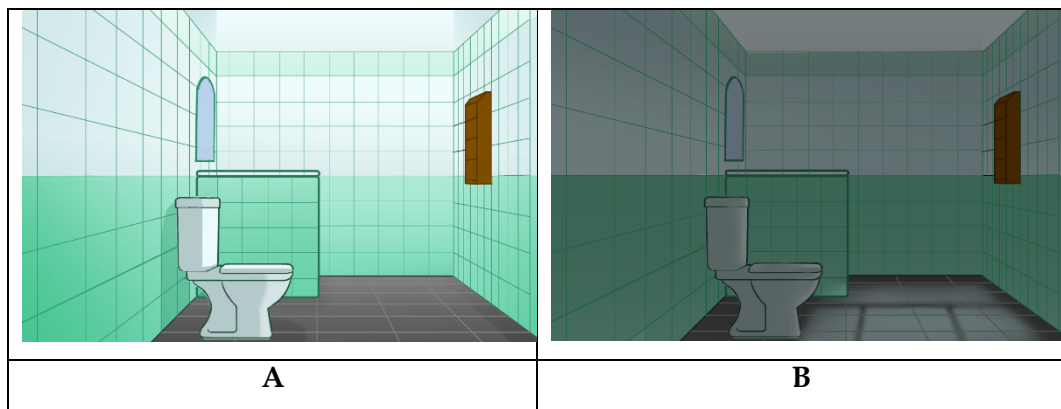
- a. Lebih suka yang mana diantara kedua gambar ini



Gambar 10. Pertanyaan Survei Kamar Arie
(Sumber: Dokumentasi penulis, 2024)

Alasan: ...

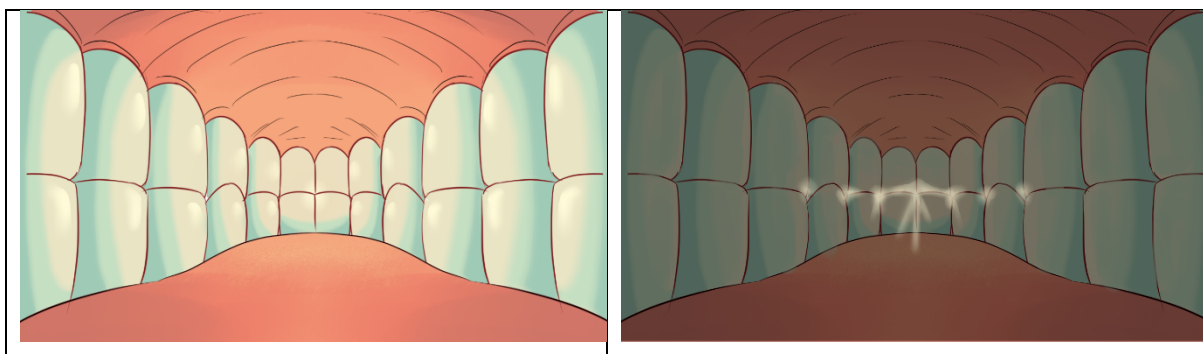
- b. Lebih suka yang mana diantara kedua gambar ini



Gambar 11. Pertanyaan Survei Kamar Mandi
(Sumber: Dokumentasi penulis, 2024)

Alasan: ...

- c. Lebih suka yang mana diantara kedua gambar ini



A	B
----------	----------

Gambar 12. Pertanyaan Survei Mimpi Arie
(Sumber: Dokumentasi penulis, 2024)

Alasan: . . .

Berdasarkan hasil survei diatas dapat disimpulkan pada tabel 2 sebagai berikut.

Tabel 2. Hasil Survei
(Sumber: Dokumentasi penulis, 2024)

No	Nama	Jenis kelamin	Gambar			Alasan
			1	2	3	
1	Gibran	L	B	A	B	1: bagus 2: bagus 3: bagus
2	Arka	L	A	A	B	1: bagus 2: bagus 3: suka bagus warna hitam
3	Daud	L	A	A	B	1: bagus cerah 2: bagus 3: suka bagus
4	Faira	P	A	A	A	1: bagus suka warna ungu 2: bagus 3: bagus
5	Izza	P	A	A	A	1: bagus 2: bagus 3: bagus warna coklat muda
6	Bario	L	A	A	B	1: bagus 2: bagus warna ijo putih 3: hitam gelap
7	Alvino	L	B	A	B	1: coklat 2: putih cerah 3: bagus
8	Fatih	L	B	A	B	1: bagus 2: putih 3: bagus
9	Rafa	L	A	B	A	1: cerah 2: bagus 3: cerah
10	Afif	L	A	A	B	1: suka 2: bagus 3: gelap
11	Naura	P	A	A	A	1: bagus 2: cerah 3: cerah
12	Chelsea	P	A	B	A	1: bagus 2: bagus 3: bagus
13	Arsila	P	A	B	A	1: bagus 2: bagus 3: bagus
14	Savana	P	A	A	A	1: bagus 2: bagus 3: bagus
15	Yola	P	A	A	A	1: terang 2: bagus 3: bagus
16	Kayla	P	A	A	A	1: bagus 2: bagus 3: bagus
17	Naufal	L	-	A	A	1: kurang cowo 2: agar bisa makan 3: cerah
18	Aksa	L	B	A	A	1: warna hitam 2: warna cerah 3: bagus
19	Arvino	L	A	A	A	1: bagus, cerah 2: bagus 3: cerah bagus
20	Aska	L	A	A	B	1: cerah 2: cerah 3: hitam
21	Dito	L	B	A	A	1: suka bercahaya 2: terang 3: terang
22	Ilham	L	A	A	A	1: terang 2: terang 3: terang
23	Diva	P	A	A	A	1: gambar lebih jelas 2: terang 3: bagus

24	Rafasya	L	A	A	A	1: gambar cerah 2: cerah 3: cerah
25	Syarifah	P	A	A	A	1: suka yang terang 2: terang 3: terang
26	Arvino	L	A	B	A	1: warnanya cerah 2: bagus 3: cerah
27	Charisa	P	A	A	B	1: gambarnya cerah 2: cerah 3: giginya cling
28	Arjuna	L	A	A	A	1: gambarnya jelas 2: bagus 3: bagus
29	Amelia	P	A	A	A	1: terang 2: suka yang terang biar tidak kepleset 3: terang
30	Hanif	L	A	B	A	1: bagus 2: bagus 3: gambarnya bersih

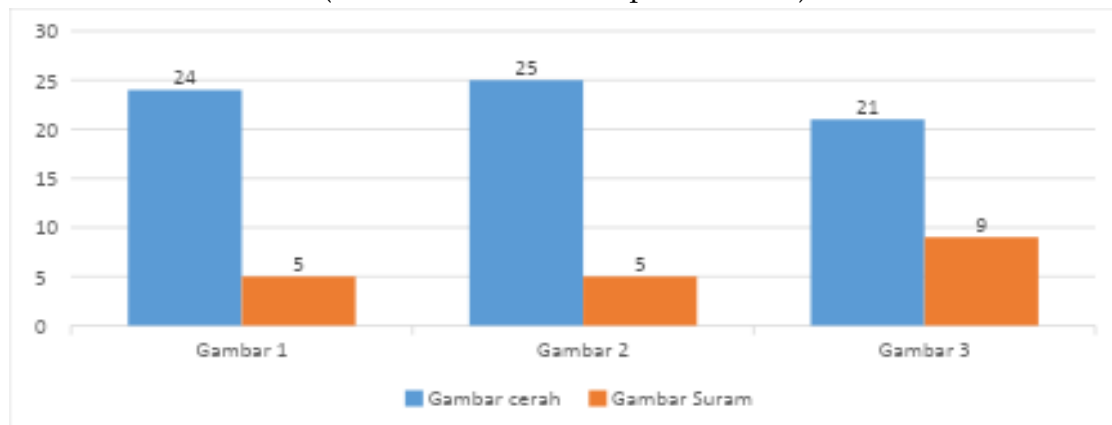
Keterangan:

Jumlah Laki-laki: 18

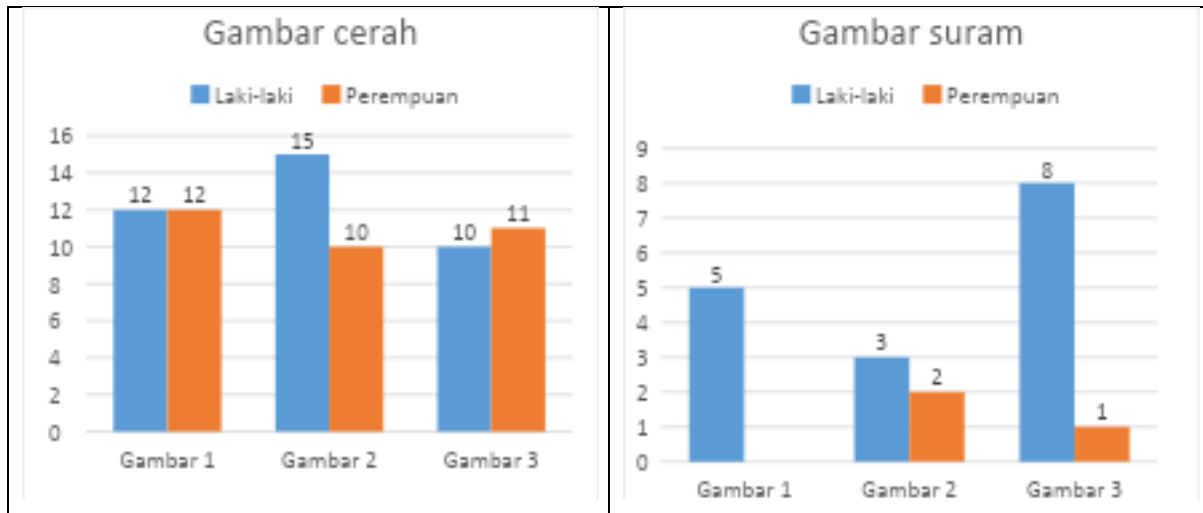
Jumlah Perempuan: 12

Total: 30

Grafik 1. Perbandingan Keseluruhan Anak Yang Memilih Gambar Cerah Dan Suram
(Sumber: Dokumentasi penulis, 2024)



Grafik 2. Perbandingan Berdasarkan Jenis Kelamin
(Sumber: Dokumentasi penulis, 2024)



Sebagai bagian dari proses perancangan *background* dalam produksi animasi edukasi, pemilihan warna *background* memegang peranan penting dalam menciptakan suasana yang menarik dan sesuai dengan preferensi audiens target. Hasil penelitian dari 30 responden menunjukkan bahwa mayoritas responden, baik laki-laki (L) maupun perempuan (P), lebih menyukai animasi dengan *background* warna cerah (kategori A). Dari total 30 responden, sebanyak 24 anak memilih opsi A (warna cerah) untuk pertanyaan pertama, 25 anak untuk pertanyaan kedua, dan 21 anak untuk pertanyaan ketiga. Hal ini menegaskan bahwa warna cerah memiliki daya tarik yang kuat di mata anak-anak, terutama dalam konteks animasi edukasi.

Jika dilihat berdasarkan jenis kelamin, preferensi terhadap warna cerah juga dominan pada kedua kelompok. Dari 18 anak laki-laki, 12 anak lebih memilih *background* cerah untuk pertanyaan pertama, 15 untuk pertanyaan kedua, dan 10 untuk pertanyaan ketiga. Sementara itu, seluruh 12 anak perempuan memilih warna cerah untuk pertanyaan pertama, 10 untuk pertanyaan kedua, dan 11 untuk pertanyaan ketiga. Alasan yang diberikan responden juga menunjukkan bahwa warna cerah memberikan kesan menyenangkan, membuat gambar lebih jelas, dan membantu mereka memahami cerita lebih baik. Contohnya, beberapa anak menyebutkan bahwa *background* cerah membantu "gambaranya lebih jelas" atau membuat cerita menjadi "lebih menarik." Anak-anak juga mencatat bahwa warna cerah memberikan suasana ceria dan mendukung tema cerita animasi.

Namun, terdapat perbedaan kecil dalam preferensi anak laki-laki dan perempuan terhadap warna gelap (kategori B). Sebanyak 5 anak laki-laki memilih opsi B untuk pertanyaan pertama, 3 untuk pertanyaan kedua, dan 8 untuk pertanyaan ketiga, dibandingkan dengan 0, 2, dan 1 pada anak perempuan. Hal ini menunjukkan bahwa

sebagian anak laki-laki memiliki kecenderungan untuk lebih memilih variasi warna gelap dalam konteks tertentu, seperti pada adegan yang lebih dramatis atau misterius.

Hasil ini sejalan dengan teori psikologi warna yang menunjukkan bahwa warna cerah cenderung lebih menarik perhatian anak-anak (Paula Soares et al., 2021). Warna cerah memancarkan energi positif yang membantu meningkatkan mood dan keterlibatan emosional (Hayati et al., 2021). Menurut Birren (1961) Dalam konteks animasi edukasi, penerapan warna cerah pada *background* terbukti efektif dalam meningkatkan fokus anak-anak terhadap cerita serta memperkuat daya tarik visual secara keseluruhan (Kamtini et al., 2021).

KESIMPULAN

Penerapan warna cerah pada *background* animasi terbukti memiliki pengaruh signifikan dalam meningkatkan daya tarik visual, suasana hati, dan fokus anak-anak terhadap materi edukasi. Penelitian ini menunjukkan bahwa mayoritas responden, baik laki-laki maupun perempuan, lebih menyukai *background* dengan warna cerah dibandingkan warna gelap, yang memberikan suasana menyenangkan dan mendukung pemahaman cerita. Hal ini menegaskan pentingnya elemen visual dalam menyampaikan pesan edukasi, terutama pada animasi yang ditujukan untuk anak-anak.

Temuan ini selaras dengan teori psikologi warna yang menyebutkan bahwa warna cerah mampu memancarkan energi positif, meningkatkan mood, serta memperkuat keterlibatan emosional. Preferensi terhadap warna cerah juga relevan dengan upaya menciptakan kampanye kesehatan yang efektif, seperti dalam konteks meningkatkan kesadaran akan pentingnya kebiasaan menyikat gigi. Namun, variasi kecil dalam preferensi warna gelap, khususnya di kalangan anak laki-laki, menunjukkan potensi untuk mengintegrasikan warna gelap dalam adegan tertentu yang membutuhkan kesan dramatis atau misterius. Oleh karena itu, pendekatan yang seimbang dan inklusif dapat menjadi strategi optimal dalam merancang animasi edukasi.

Penelitian ini berkontribusi pada pemahaman tentang desain visual yang efektif untuk kampanye kesehatan berbasis animasi, sekaligus menawarkan panduan praktis dalam penggunaan elemen warna untuk menarik perhatian audiens muda secara lebih mendalam. Implementasi temuan ini diharapkan dapat meningkatkan dampak positif dari kampanye edukasi, khususnya dalam membangun kebiasaan sehat sejak dini.

DAFTAR PUSTAKA

- Andi Asrafiani Arafah, Sukriadi, S., & Auliaul Fitrah Samsuddin. (2023). Implikasi Teori Belajar Konstruktivisme pada Pembelajaran Matematika. *JURNAL PENDIDIKAN MIPA*, 13(2), 358–366. <https://doi.org/10.37630/JPM.V13I2.946>
- Creswell, J. W. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*, 5th ed (5th ed.). SAGE Publications.
- Creswell, John W. & Poth, C. N. (2016). *Qualitative Inquiry & Research Design: Choosing Among 5 Approaches*. Sage Publication, 778.
- Dewi, C. M., Hairiza, A., & Limbong, E. G. (2020). Warna sebagai Identitas Merek pada Kemasan Makanan Tradisional Kembang Goyang Khas Betawi. *Visual Heritage: Jurnal Kreasi Seni Dan Budaya*, 2(01), 9–13. <https://doi.org/10.30998/VH.V2I01.150>
- Erlyana, Y., Everlin, S., & Yuwono, I. F. (2023). Analisis Color Palette Berdasarkan Rasa Warna sebagai Penguat Daya Tarik Emosional dalam Video Anak. *ANDHARUPA: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 9(03), 396–411. <https://doi.org/10.33633/ANDHARUPA.V9I03.7136>
- Gautama, N. M., Santosa, H., & Swandi, I. W. (2019). Pemanfaatan Warna Pada Poster Buku Cerita Bergambar Sejarah Pura Pulaki. *Jurnal Desain*, 7(1), 71–84. <https://doi.org/10.30998/JD.V7I01.3833>
- Gunadi, W. (2009). *Digital Painting With Photoshop*. <https://www.bukabuku.com/browses/product/9789792763706/digital-painting-with-photoshop.html>
- Gusti Agung Rangga Lawe, I., Hafiz Aziz Ahmad, dan, Desain, M., Seni Rupa dan Desain, F., & Teknologi Bandung, I. (2020). Animasi sebagai Media Pendidikan Karakter Berbasis Tri Kaya Parisudha untuk Anak-Anak. *Mudra Jurnal Seni Budaya*, 35(2), 242–249. <https://doi.org/10.31091/MUDRA.V35I2.975>
- Hayati, M., Rahimia, R. F., & Akhlak, F. K. (2021). Pemanfaatan Youtube Channel Cocomelon Sebagai Media Pengenalan Kosa Kata Bahasa Inggris Anak. *Al-Hikmah: Indonesian Journal of Early Childhood Islamic Education*, (1)(5), 14–26. <https://doi.org/doi:10.35896/ijecie.v5i1.178>.
- Hidayat, I. K., Wardhana, M. I., & Rini, D. R. (2019). *Animation as an Educational Media to Learn Colors and Shapes for Toddlers*. 183–187. <https://doi.org/10.2991/ICADE-18.2019.42>
- Jatmika, S. E. D., Maulana, M., Kuntoro, & Martini, S. (2019). *Buku Ajar Pengembangan Media Promosi Kesehatan*. eprints.ukh.ac.id. <https://jurnal.syedzasaintika.ac.id>
- Kamtini, K., Tanjung, S. H., & Eriani, E. (2021). Mengenalkan Warna Melalui Model Pembelajaran Picture and Picture Pada Anak Usia Dini. *Mitra Ash-Shibyan: Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 4(02), 81–90. <https://doi.org/10.46963/MASH.V4I02.233>
- Laura, M. ;, & Luzar, C. (2011). *EFEK WARNA DALAM DUNIA DESAIN DAN PERIKLANAN*. 2(2), 1084–1096.
- Malamed, C. (2009). *Visual Language for Designers Principles for Creating Graphics That People Understand*. <https://www.scirp.org/reference/referencespapers?referenceid=2959442>

- Monica, M., & Luzar, L. C. (2011). Efek Warna dalam Dunia Desain dan Periklanan. *Humaniora*, 2(2), 1084. <https://doi.org/10.21512/HUMANIORA.V2I2.3158>
- Pangarso, F. X. B. (2013). *Teknik gambar sketsa arsitektur: interior eksterior*. repository.unpar.ac.id/handle/123456789/982
- Paula Soares, A., Silva, R., Faria, F., Silva Santos, M., Mendes Oliveira, H., & Jiménez, L. (2021). Literacy effects on artificial grammar learning (AGL) with letters and colors: evidence from preschool and primary school children. *Language and Cognition*, 13(4), 534–561. <https://doi.org/10.1017/LANGCOG.2021.12>
- Rachmawati, W. C. (2019). *Promosi Kesehatan dan Ilmu Perilaku*. Wineka Media.
- Riyantini, R. (2023). PESAN EDUKASI PROMOSI KESEHATAN PADA IKLAN LAYANAN MASYARAKAT DI MEDIA SOSIAL. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 6(1), 181–190. <https://doi.org/10.32509/PUSTAKOM.V6I1.2611>
- Said, A. A. (2006). Dasar-Dasar Desain Dwimatra. In *Jurnal Kesehatan Tambusai* (Vol. 6). Penerbit UNM Makasar. <https://doi.org/10.31004/JKT.V6I1.38686>
- Sylvia, N., & Muladi, E. (2025). Analisis Pengaruh Warna Pada Preferensi Konsumen Terhadap Desain Produk Makanan. *Kartala Virtual Studies*, 4(2), 1–11. <https://doi.org/10.36080/KVS.V4I2.240>
- Rohiani, D. (2020). Upaya Meningkatkan Kemampuan Fisik Motorik Halus dan Seni (Mewarnai Gambar) Melalui Metode Demonstrasi pada Anak Kelompok B TK PKK Rinjani. *Jurnal Pendidikan AURA (Anak Usia Raudhatul Atfhal)*, 1(1), 37–59. <https://doi.org/10.37216/AURA.V1I1.267>
- Warna, M., & Karja, W. (2021). Makna Warna. *Prosiding Bali Dwipantara Waskita: Seminar Nasional Republik Seni Nusantara*, 1. <https://eproceeding.isibali.ac.id/index.php/bdw/article/view/260>
- Zhu, L. (2020). Research on Color Design in Interactive Animation Design Software. *Journal of Physics: Conference Series*, 22159. <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1648/2/022159>