

Perancangan Desain Karakter Untuk Kampanye Pencegahan Diabetes Usia 7-11 Tahun

Mochamad Farel Ramadhana Zaman ¹, Diana Aqidatun Nisa ², Aditya Rahman Yani ³

^{1,2,3}Desain Komunikasi Visual, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
E-mail: 21052010173@student.upnjatim.ac.id¹, diananisa.dkv@upnjatim.ac.id²,
aditya.dkv@upnjatim.ac.id³

Article History:

Received: 26 April 2025

Revised: 02 Juni 2025

Accepted: 13 Juni 2025

Keywords: *Desain Karakter,
Kampanye Kesehatan,
Ilustrasi Anak*

Abstract: *Diabetes melitus adalah salah satu penyakit jangka panjang yang mulai banyak dijumpai pada anak-anak, termasuk usia antara 7 hingga 11 tahun. Pemahaman yang kurang tentang gaya hidup sehat dan risiko diabetes pada anak menjadi tantangan dalam mencegah penyakit ini. Salah satu metode yang efektif untuk menyebarkan informasi kesehatan kepada anak-anak ialah melalui media visual yang menarik, seperti desain karakter. Penelitian ini bertujuan untuk menciptakan karakter edukatif yang dapat menyampaikan pesan kampanye pencegahan diabetes dengan cara yang efektif dan menyenangkan bagi anak-anak berusia 7 sampai 11 tahun. Pendekatan yang diterapkan dalam perancangan ini adalah Design Thinking, yang meliputi langkah-langkah empati, definisi, ideasi, pembuatan prototipe, dan pengujian. Karakter yang dibuat memperhatikan elemen visual yang ramah anak, seperti penggunaan warna cerah, bentuk yang sederhana, ekspresi ceria, serta atribut yang mencerminkan gaya hidup sehat. Hasil dari desain ini diharapkan bisa meningkatkan daya tarik pesan kampanye dan membantu anak-anak menyadari pentingnya menjaga pola makan, berolahraga secara teratur, serta mengurangi asupan gula. Dengan desain karakter yang sesuai, kampanye edukasi kesehatan dapat disampaikan dengan cara yang lebih menyenangkan dan mudah dipahami.*

PENDAHULUAN

Kesehatan dan kualitas anak-anak sangat berperan untuk masa depan suatu negara. Sebagai generasi penerus, memberikan perhatian khusus terhadap kesehatan mereka menjadi fondasi utama dalam membentuk sumber daya manusia yang unggul di masa depan. Anak – anak usia 7-11 tahun saat ini berorientasi pada gaya hidup yang praktis dan modern. Tanpa disadari mereka menjadi lebih memilih suatu hal yang serba instan seperti membeli makanan atau minuman kemasan. Jika gaya hidup tidak sehat tersebut berlangsung dalam jangka waktu yang lama, maka akan menimbulkan berbagai macam penyakit tidak menular salah satunya adalah Diabetes Melitus

Diabetes Melitus adalah penyakit yang ditandai dengan terjadinya hiperglikemia dan gangguan metabolisme karbohidrat, lemak, dan protein yang dihubungkan dengan kekurangan secara absolut atau relatif dari kerja dan atau sekresi insulin (Restyana, 2015). Menurut American Diabetes Association (2017) Diabetes Melitus sendiri dibagi menjadi 3 jenis, yakni diabetes tipe 1 yang penyebabnya dikarenakan keturunan atau genetik, diabetes tipe 2 yang disebabkan karena pola hidup dan faktor makanan, lalu diabetes yang muncul saat Wanita sedang mengandung (gestational diabetes). Pada anak-anak, lebih dari 90% jenis DM tersering adalah tipe-1, sedangkan pada usia lebih dari 30 tahun biasanya penderita Diabetes Melitus lebih mengarah pada Diabetes tipe 2 (Pulungan et al., 2019).

Penyebab lain pada Diabetes Melitus sendiri bisa juga disebabkan oleh obesitas. obesitas merupakan faktor utama dari insiden Diabetes Melitus tipe 2 (Betteng, 2014). Obesitas terjadi akibat ketidakseimbangan antara asupan energi yang dikonsumsi dengan energi yang digunakan tubuh untuk berbagai fungsi biologis, seperti pertumbuhan, perkembangan fisik, serta aktivitas pemeliharaan kesehatan (Sartika, 2011). Hal ini didukung dari artikel Kementerian Kesehatan (2023) yang menyatakan bahwa prevalensi kegemukan sebesar 13,5%, dan angka obesitas sebesar 15,4% yang merupakan salah satu faktor risiko diabetes mellitus terbesar dan terus meningkat.

Kementerian Kesehatan dan Ikatan Dokter Anak Indonesia (IDAI) mengatakan, kasus diabetes pada anak SD di Indonesia juga dilaporkan oleh beberapa organisasi internasional dan lembaga kesehatan. Menurut International Diabetes Federation (IDF), Indonesia adalah negara dengan jumlah penderita diabetes tipe 1 terbanyak di Asia Tenggara untuk kelompok usia di bawah 20 tahun, sebanyak 41,8 ribu jiwa. Selain menjadikan Indonesia sebagai negara dengan jumlah penderita diabetes terbanyak di ASEAN, fenomena ini juga mengantarkan Indonesia menduduki peringkat ke-34 dari total 204 negara di skala global. Dengan total penderita DM tipe-1 dalam rentang usia di bawah 20 tahun di Indonesia mencapai 13.311 jiwa. Hal ini menunjukkan tingginya angka diabetes pada anak di Indonesia, sebagian besar terkait dengan pola makan tinggi gula dan kurangnya aktivitas fisik yang memadai.

Sebagai contoh kasus yang dimuat melalui artikel news.republika.co.id, Kepala Dinas Kesehatan Kota Surabaya, Nanik Sukristina mengungkapkan, sepanjang 2022, tercatat sebanyak 184 atau 2,3 persen anak-anak di Kota Pahlawan terkena Diabetes Mellitus (DM). Sedikit meningkat dibanding tahun sebelumnya, dimana tercatat hanya 176 atau 2,2 persen anak di Kota Surabaya yang terkena Diabetes Melitus. Hal ini terbukti dengan artikel [tvOnenews.com](https://tvonenews.com) yang mengatakan pada Februari 2023 Sebanyak 320 anak di Surabaya dan sekitarnya menderita penyakit diabetes. Data tersebut diperoleh dari jumlah pasien anak-anak yang dirawat di RSUD dr Soetomo Surabaya. Untuk bukti lainnya yang telah diperoleh melalui hasil riset data dan wawancara ke dokter umum di Puskesmas Tenggilis mengatakan bahwa pada tanggal 18 Oktober 2024 terdapat 2 kasus Diabetes Melitus tipe 1 usia 12 tahun yang langsung dirujuk ke rumah sakit terdekat.

Kampanye sosial merupakan kegiatan kampanye yang menyampaikan pesan-pesan berisi permasalahan sosial dan bersifat non komersial dengan tujuan menyadarkan masyarakat akan gejala-gejala sosial yang sedang terjadi (Solicitor et al., 2021). Kesadaran mengenai bahaya penyakit Diabetes Melitus tidak muncul secara tiba-tiba atau spontan, melainkan terbentuk melalui paparan informasi yang berulang, baik melalui edukasi maupun ambient media, terutama bagi anak-anak. Desain tokoh sangat penting dalam mendukung program pendidikan ini, untuk menarik perhatian audiens yang menjadi sasaran, yaitu anak-anak berusia 7 hingga 11 tahun, agar mereka dapat lebih mudah mengerti pentingnya menjaga gaya hidup sehat sebagai langkah

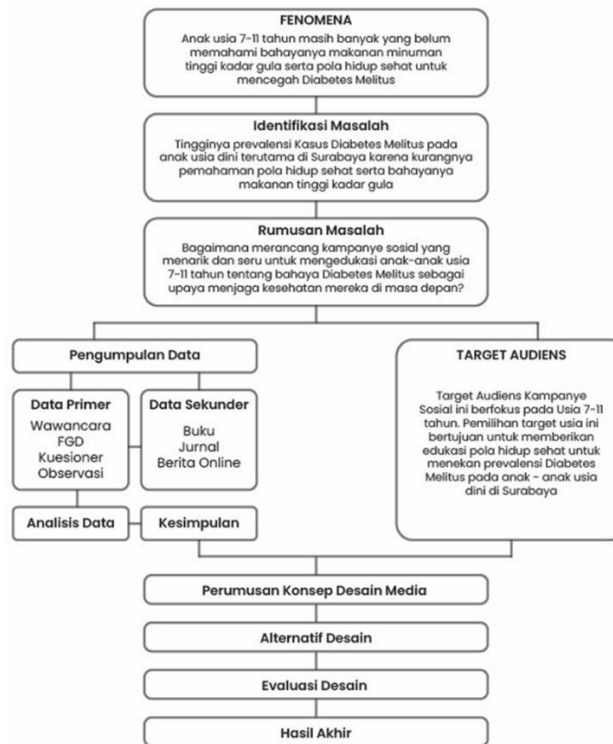
pencegahan diabetes. Pembuatan desain tokoh dalam kampanye ini bertujuan untuk menghasilkan media yang interaktif, menyenangkan, dan mempermudah pendekatan edukatif yang sesuai dengan dunia anak-anak.

Perancangan ini berfokus pada pembuatan desain karakter pada kampanye sosial pencegahan diabetes untuk anak usia 7-11 tahun sebagai salah satu komponen penting agar anak tertarik untuk mengikuti. Desain tokoh berkaitan dengan penampilan, sifat, perilaku, dan ciri-ciri dari sosok. Anak-anak umumnya lebih tertarik pada gaya visual yang berwarna cerah dan desain yang sederhana agar lebih menarik serta mudah dimengerti. Selain itu, elemen khas anak-anak juga diperlihatkan dalam desain tokoh. Maskot merupakan representasi visual yang mencakup keseluruhan identitas dari stakeholder baik itu produk, perusahaan ataupun komunitas. Berbagai maskot diciptakan untuk membantu proses komunikasi kepada khalayak sasaran, tujuannya untuk menggerakkan emosi positif (Novica & Hidayat, 2019).

Berdasarkan permasalahan tersebut, maka rumusan masalah dalam perancangan ini adalah “Bagaimana merancang desain karakter pada kampanye pencegahan diabetes untuk anak usia 7-11 tahun secara menarik”. Tujuan dari perancangan desain karakter ini adalah memberikan edukasi pola hidup sehat agar terhindar dari diabetes sejak dini melalui desain karakter.

METODE PENELITIAN

Sumber data yang digunakan dalam perancangan ini ada dua yaitu data kualitatif dan kuantitatif. Data kualitatif didapat melalui kegiatan wawancara dengan beberapa narasumber dan FGD, sedangkan data kuantitatif diperoleh melalui kegiatan penyebaran kuesioner yang dilakukan di sekolah dasar. Data sekunder ditambahkan untuk memperkuat data-data yang telah diperoleh, bentuk data sekunder yang digunakan adalah studi literatur berupa media massa seperti, jurnal, artikel, portal berita online, buku, dan penelitian terdahulu. Data-data ini kemudian akan dianalisis dengan menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif. Oleh karena itu peneliti mengikuti langkah-langkah perancangan yang seperti berikut :



Gambar 1. Alur Proses Perancangan

Langkah berikutnya ialah memilih penelitian yang sudah ada, yaitu referensi atau standar dalam menciptakan karya. Penelitian yang ada dalam desain ini adalah "perancangan kampanye sosial pencegahan anemia untuk perempuan usia 16-19 tahun di Surabaya" oleh Defina Novita. Kampanye ini memberikan informasi tentang cara menghindari anemia pada perempuan berusia 16-19 tahun dengan pendekatan kegiatan sehari-hari yang dilengkapi dengan gambar yang menarik.

Selanjutnya, kita perlu memilih studi komparator, yaitu analisis yang mencakup kekurangan dan kelebihan sebuah media. Studi perbandingan ini bisa berfungsi sebagai panduan atau referensi dalam proses perancangan proyek yang akan dikerjakan. Kampanye yang diadakan oleh Shinta Rahma dengan judul "PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN KESADARAN ORANG TUA UNTUK MEMBENTUK POLA MAKAN YANG SEHAT KEPADA ANAK USIA 3-5 TAHUN" untuk ditujukan kepada anak-anak usia dini yang memiliki pola makan tidak teratur dan kurang menyukai sayur. Melalui pendekatan edukasi yang menyenangkan, kampanye ini mengajarkan pentingnya pola makan sehat bagi tubuh. Buku ini menggunakan gambar karakter manusia sebagai tokoh utama, yang digambar dengan teknik digital painting menggunakan kuas bertekstur, bayangan, dan garis untuk menambahkan detail serta penonjolan. Gaya ilustrasi ini dipilih karena melibatkan karakter anak-anak, sehingga mereka dapat merasa lebih dekat dan terhubung dengan tokoh dalam edukasi.

Setelah melakukan berbagai riset, perancang mulai merumuskan ide-ide dan mengumpulkan referensi sebagai dasar pengembangan konsep desain. Konsep yang telah disusun kemudian dikembangkan menjadi beberapa opsi desain karakter, dimulai dari tahap sketsa hingga proses pewarnaan. Selanjutnya, dipilih satu desain akhir dari berbagai alternatif yang telah dibuat. Desain final ini kemudian dikaji oleh beberapa ahli di bidang terkait guna memperoleh masukan dan penilaian. Proses evaluasi ini bertujuan untuk mengidentifikasi kekurangan serta memberikan

arahan perbaikan demi menyempurnakan hasil desain.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Konsep Desain Karakter

Pada pembuatan desain karakter, langkah awal yang ditempuh merupakan menghasilkan konsep. sesudah melakukan riset serta analisis data, dihasilkan data yg sebagai konsep awal yang sinkron dengan ciri anak-anak. Konsep dalam desain karakter mencakup konsep mulut dan visual.

a. Konsep Verbal

1) Karakter Dokter Adi

- Dokter Adi merupakan karakter yang akan mengedukasi mengenai pola hidup sehat agar terhindar dari diabetes sejak dini
- Dokter adi memiliki badan yang ramping serta gaya desain yang disesuaikan dengan target audiens yaitu anak anak
- Memiliki karakter penyabar, dan berwibawa

2) Karakter Farhan

- Karakter Farhan merupakan anak SD laki-laki yang ingin belajar tentang pola hidup sehat
- Karakter Farhan dibuat lebih tinggi daripada Ana karena selisih usia mereka yaitu 1 tahun
- Pemilihan desain mengacu pada referensi visual anak-anak usia 7-11 tahun

3) Karakter Ana

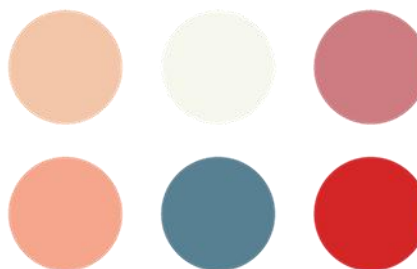
- Karakter Ana merupakan anak SD perempuan yang ingin belajar tentang pola hidup sehat
- Pemilihan desain mengacu pada referensi visual anak-anak usia 7-11 tahun

b. Konsep Visual

Konsep visual menjadi acuan sebagai pembuatan desain serta elemen-elemen lainnya yang digunakan sebagai pendukung media agar runtut dan sesuai dengan penyajian visual lainnya.

1) Warna

Ilustrasi dalam kampanye ini menggunakan palet warna cerah dan penuh keceriaan. Pemilihan warna ini bertujuan untuk menarik minat anak-anak berusia 7-11 tahun. Adapun palet warna yang digunakan adalah sebagai berikut:

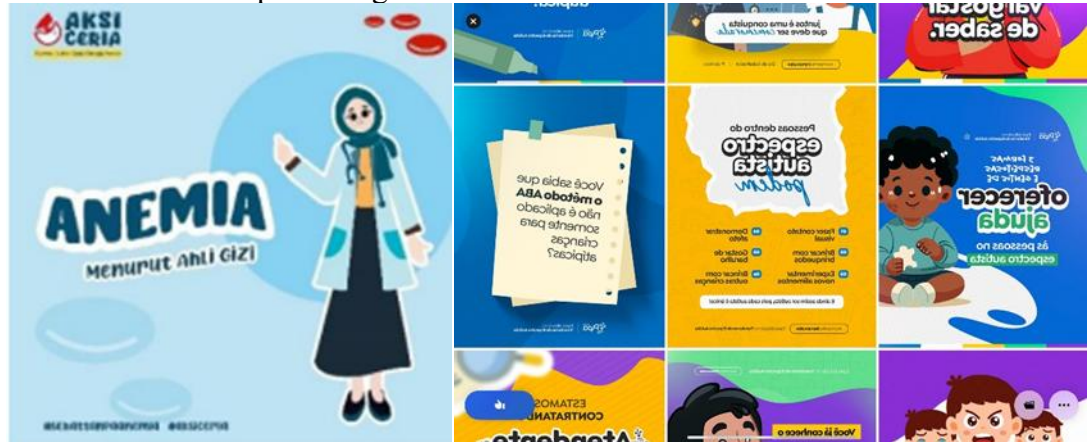


Gambar 2. Palet Warna

2) Gaya Gambar

Gaya gambar yang digunakan dalam merancang desain karakter ini adalah gaya

gambar dari kampanye "perancangan kampanye sosial pencegahan anemia untuk perempuan usia 16-19 tahun di Surabaya" oleh Defina Novita kemudian kampanye tentang "kebahagiaan anak" oleh ENDOVIDEO KIDS yang digunakan sebagai acuan visual dalam perancangan ini.



Gambar 3. Gaya Gambar

3) Acuan Visual Karakter Dokter Adi



Gambar 4. Acuan Visual Dokter Adi

4) Acuan Visual Karakter Farhan



Gambar 5. Acuan Visual Farhan

5) Acuan Visual Karakter Ana

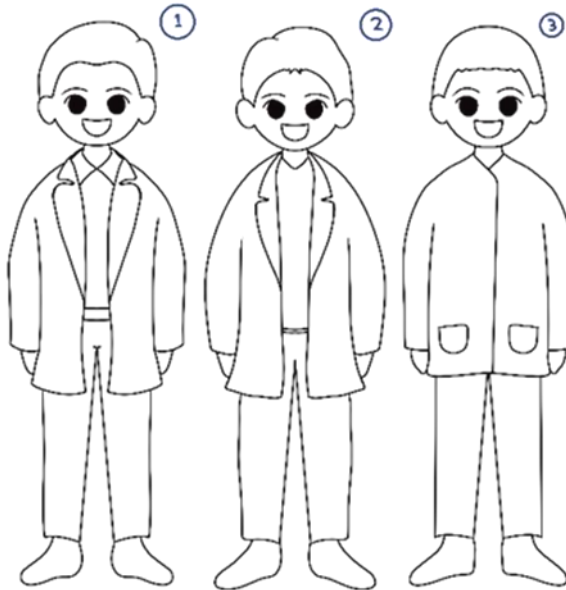


Gambar 6. Acuan Visual Ana

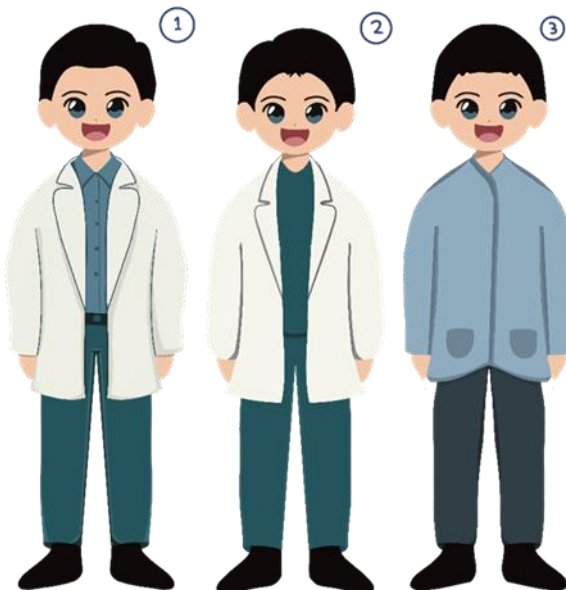
2. Alternatif Desain Karakter

Sketsa kasar dilakukan sebelum masuk ke dalam tahap pewarnaan untuk menghindari pengulangan berlebihan pada saat finishing untuk mengetahui ketidakcocokan yang terjadi.

a) Karakter Dokter Adi

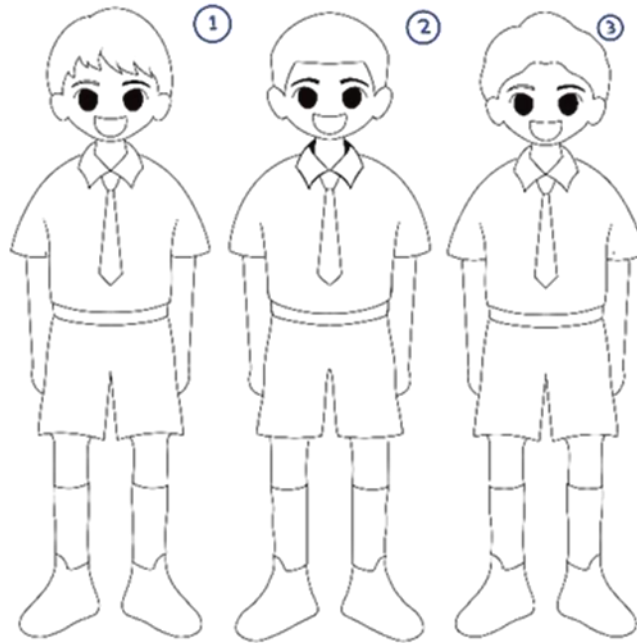


Gambar 7. Sketsa Desain Karakter Dokter Adi



Gambar 8. Alternatif Warna Dokter Adi

b) Karakter Farhan

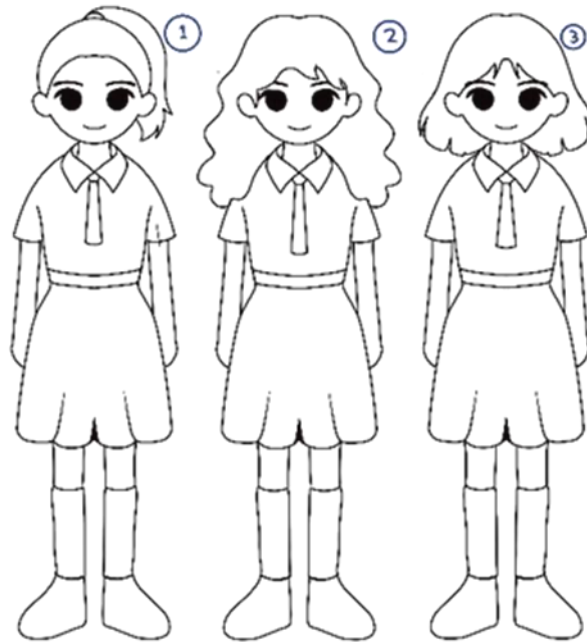


Gambar 9. Sketsa Desain Karakter Farhan

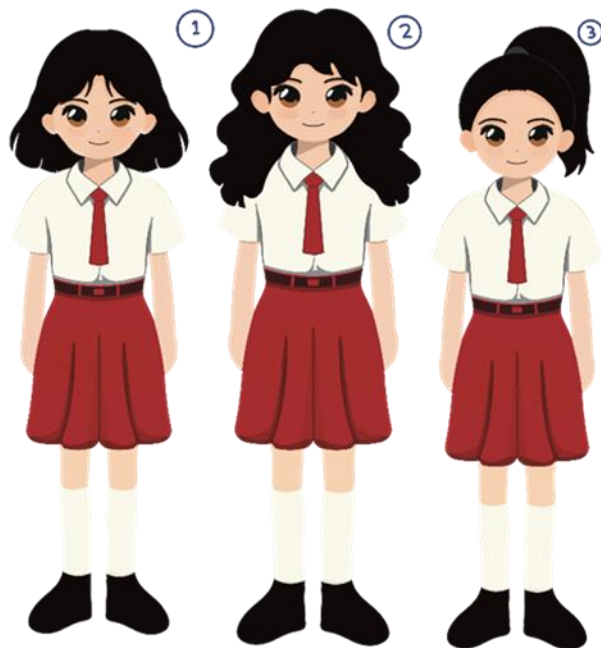


Gambar 10. Alternatif Warna Farhan

c) Karakter Ana



Gambar 11. Sketsa Desain Karakter Ana



Gambar 12. Alternatif Warna Ana

3. Desain Karakter Final

Proses validasi pertama dilakukan bersama ahli kemudian dilanjutkan proses validasi dengan penyebaran kuisisioner kepada audience dalam bentuk google form.



Gambar 13. Desain Final Karakter

4. Implementasi Pada Media

Setelah dilakukan evaluasi desain, desain karakter selanjutnya diimplementasikan ke dalam beberapa media seperti konten edukasi sosial media.



Gambar 14. Implementasi Desain

KESIMPULAN

Tujuan perancangan desain karakter dalam kampanye ini adalah untuk memudahkan proses edukasi mengenai pencegahan diabetes kepada anak-anak, terutama bagi orang tua maupun tenaga pendidik yang mengalami kesulitan dalam menyampaikan informasi kesehatan dengan cara yang menarik. Dengan pendekatan visual yang ramah anak, karakter yang dirancang diharapkan mampu menyampaikan pesan-pesan edukatif dengan cara yang sederhana, menyenangkan, dan mudah dipahami.

Perancangan ini juga diharapkan mampu memberikan kontribusi dalam meningkatkan kesadaran anak terhadap pentingnya pola hidup sehat melalui media sosial yang kini menjadi salah satu media komunikasi yang paling mudah diakses oleh masyarakat luas. Karakter edukatif yang dikemas secara menarik dan komunikatif dapat menjadi jembatan efektif dalam menyampaikan nilai-nilai kesehatan secara visible dan emosional kepada anak-anak. Dengan mengenal gaya hidup sehat sejak dini melalui media yang sesuai dengan usia dan minat mereka, anak-anak diharapkan mampu menerapkan pengetahuan tersebut dalam kehidupan sehari-hari dan membentuk kebiasaan sehat yang berkelanjutan hingga dewasa.

DAFTAR REFERENSI

- Betteng, R. (2014). Analisis Faktor Resiko Penyebab Terjadinya Diabetes Melitus Tipe 2 Pada Wanita Usia Produktif Dipuskesmas Wawonasa. *Jurnal E-Biomedik*, 2(2).
<https://doi.org/10.35790/ebm.2.2.2014.4554>
- Novica, D. R., & Hidayat, I. K. (2019). Kajian Visual Desain Karakter Pada Maskot Kota Malang. *JADECS (Jurnal of Art, Design, Art Education & Cultural Studies)*, 3(2), 52.
<https://doi.org/10.17977/um037v3i2p52-58>
- Pulungan, A. B., Annisa, D., & Imada, S. (2019). Diabetes Melitus Tipe-1 pada Anak: Situasi di Indonesia dan Tata Laksana. *Sari Pediatri*, 20(6), 392.
<https://doi.org/10.14238/sp20.6.2019.392-400>
- Restyana, N. (2015). Restyana Noor F|Diabetes Melitus Tipe 2 DIABETES MELITUS TIPE 2. *J Majority* |, 4, 93–101.
- Sartika, R. A. D. (2011). Faktor Risiko Obesitas Pada Anak 5-15 Tahun. *Makara Kesehatan*, 1(1), 37–43.
https://www.academia.edu/17631598/FAKTOR_RISIKO_OBESITAS_PADA_ANAK_5-15_TAHUN
- Solicitor, A., Rica, C., Chidtian, E., Nisa, D. A., & Dewi, S. (2021). 3) 1,2). 109–115.