

Produksi Filter Interaktif Tiktok HapHap MIGI Sebagai Media Edukasi Visual Pendukung Transmedia Animasi

Dikirim:
31 Mei 2025
Diterima:
7 Juni 2025
Terbit:
9 Juni 2025

**Rahmat Maulana Sihotang, Yanuar Aldi Allesandro,
Rinda Aunillah Sirait, Pandu Watu Alam**
Universitas Padjadjaran

Abstrak—Latar Belakang: Anak-anak Generasi Alpha tumbuh di era digital dengan keterpaparan tinggi terhadap media sosial, yang menjadikannya medium potensial untuk menyampaikan pesan edukatif, khususnya dalam bidang gizi. **Tujuan:** Penelitian ini bertujuan untuk memproduksi filter interaktif TikTok “HapHap MIGI” sebagai media edukasi visual pendukung transmedia animasi ‘MIGI: Makan Minum Bergizi’, serta mendeskripsikan proses produksinya secara sistematis melalui tiga tahapan utama. **Metode:** Penelitian menggunakan metode deskriptif kualitatif melalui tahapan pra-produksi (pengembangan konsep dan desain visual), produksi (pengolahan aset di platform Canva dan Effect House), serta pasca-produksi (pengujian langsung pada lima anak SD di Jatinangor). **Hasil:** Filter berhasil dikembangkan dengan pendekatan visual cerah dan gamifikasi ringan tanpa penalti skor. Anak-anak menunjukkan antusiasme tinggi, memahami bahwa objek yang ditangkap adalah makanan sehat, dan menunjukkan ketertarikan untuk mencoba kembali. **Kesimpulan:** Filter “HapHap MIGI” berpotensi menjadi media edukatif transmedia yang efektif dan menyenangkan bagi anak-anak Generasi Alpha dalam membangun pemahaman awal terhadap pentingnya makanan bergizi.

Kata Kunci— Filter TikTok; Media Interaktif; Edukasi Gizi; Generasi Alpha; Animasi Pendidikan

Abstract—Background: Alpha Generation children grow up in the digital era, with high exposure to social media, making it a potential medium to deliver educational messages, particularly on nutrition. **Objective:** This study aimed to produce the interactive TikTok filter “HapHap MIGI” as a visual educational media supporting the transmedia animation “MIGI: Makan Minum Bergizi” and to describe its systematic development through three main stages. **Methods:** A descriptive qualitative method was used, consisting of pre-production (concept and visual design development), production (asset processing via Canva and Effect House), and post-production (field testing on five primary school children in Jatinangor). **Results:** The filter was successfully developed using bright visuals and light gamification without score penalties. Children showed high enthusiasm, understood that the captured objects were healthy food, and expressed a desire to replay the filter. **Conclusion:** The “HapHap MIGI” filter demonstrates strong potential as an effective and enjoyable transmedia educational media for Alpha Generation children to build early awareness of healthy eating.

Keywords— TikTok Filter; Interactive Media; Nutrition Education; Alpha Generation; Educational Animation.

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



Penulis Korespondensi:

Rahmat Maulana Sihotang,
Manajemen Produksi Media,
Universitas Padjadjaran,
Email: rahmat21003@mail.unpad.ac.id,
Orchid ID: <https://orcid.org/0009-0004-8454-5821>

I. PENDAHULUAN

Kebiasaan makan anak-anak di Indonesia masih jauh dari ideal. Hasil Riskesdas 2018 menunjukkan bahwa hanya satu dari sepuluh anak usia sekolah yang cukup makan sayur dan buah setiap hari (Kementerian Kesehatan RI, 2018). Situasi ini menunjukkan bahwa literasi gizi di kalangan anak-anak masih rendah (Nuraeni et al., 2023). Padahal, kebiasaan makan yang dibentuk sejak kecil bisa terbawa sampai dewasa dan berpengaruh pada risiko terkena penyakit kronis di masa depan (Mohammad et al., 2015). Kondisi ini bahkan sudah berdampak langsung pada status gizi anak, di mana banyak yang berat badannya berada di bawah standar normal WHO-NCHS, yaitu antara < -2 SD hingga > -3 SD (World Health Organization, 2023). Masa kanak-kanak seharusnya jadi waktu penting untuk memenuhi kebutuhan gizi, karena berpengaruh besar pada tumbuh kembang anak, perkembangan otaknya, dan daya tahan tubuhnya (Fauziyah et al., 2022).

Permasalahan gizi pada anak memiliki keterkaitan erat dengan upaya pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (Sustainable Development Goals/SDGs). Pemerintah Indonesia telah mengintegrasikan agenda SDGs ke dalam kebijakan nasional, salah satunya melalui (Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 59 Tahun 2017 Tentang Pelaksanaan Pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan, 2017). Berdasarkan laporan capaian SDGs Indonesia tahun 2020 yang diterbitkan oleh Bappenas, salah satu strategi utama dalam mencapai target SDG poin 2 (zero hunger) dan poin 3 (good health and well-being) adalah dengan memperkuat edukasi gizi kepada masyarakat. Dalam konteks ini, sekolah dasar dan lembaga pendidikan anak usia dini ditetapkan sebagai sasaran prioritas untuk intervensi edukasi pola makan sehat (Bappenas, 2020)

Anak-anak usia 7–9 tahun yang menjadi fokus dalam pembuatan karya ini termasuk dalam generasi Alpha, yang mana menurut teori kognitif Jean Piaget berada pada tahap operasional konkret (Nainggolan & Daeli, 2021). Pada tahap ini, anak cenderung belajar lebih efektif melalui pengalaman langsung dan stimulasi visual yang menarik (Marinda, 2020). Data dari (We Are Social & Meltwater, 2023) menunjukkan bahwa pengguna TikTok di Indonesia sebagian besar berasal dari kelompok usia muda, termasuk generasi Alpha. Generasi ini bahkan mendapat predikat sebagai generasi paling terdidik sepanjang sejarah (Gunaviyanti & Valencia Veby, 2023). Namun demikian, generasi Alpha juga rentan terpapar informasi yang tidak selalu sehat atau edukatif (McCrinkle, 2020). Kondisi ini membuka peluang untuk memanfaatkan platform digital tersebut sebagai sarana edukasi gizi dengan pendekatan yang kekinian. Oleh karena itu, penerapan metode edukatif yang bersifat visual dan interaktif sangat penting dalam menyampaikan pesan-pesan gizi kepada anak-anak.

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media interaktif dapat meningkatkan pemahaman anak terhadap konsep-konsep kesehatan (Puspito et al., 2025). Namun, sebagian

besar kegiatan pengabdian masyarakat dan riset edukasi gizi anak selama ini masih banyak menggunakan metode penyuluhan konvensional atau media cetak, seperti buku saku. Anak usia sekolah dasar lebih menyukai bermain dibandingkan mempelajari teori saja di sekolah (Rizkha & Anggapuspa, 2022). Minimnya pemanfaatan media digital interaktif, terutama yang mengintegrasikan aspek visual dan elemen permainan (gamifikasi), menunjukkan adanya peluang untuk mengembangkan inovasi dalam edukasi berbasis teknologi. Menurut (Aini Nurpratiwi et al., 2025) konten visual yang dirancang sesuai dengan usia dan minat anak memiliki potensi besar dalam menyampaikan pesan kesehatan secara efektif sekaligus menyenangkan. Hal ini didukung oleh program edukasi gizi yang dilaksanakan oleh (Rahmawati et al., 2025), di mana permainan edukatif 'Junk Food dan Real Food' berhasil meningkatkan pemahaman serta perilaku anak-anak dalam memilih makanan sehat secara mandiri.

Sebagai respons terhadap kesenjangan dalam pemanfaatan media edukasi, penulis mengembangkan sebuah media edukasi visual berbasis teknologi, yaitu filter interaktif TikTok berjudul "HapHap MIGI". (Aisyah Nurhikmah et al., 2023) menyatakan bahwa penggunaan game edukatif mampu meningkatkan semangat belajar siswa, menumbuhkan minat terhadap materi pelajaran, dan mendorong terbentuknya kebiasaan positif seperti disiplin serta kepatuhan terhadap aturan. Filter ini merupakan bagian dari proyek animasi edukasi gizi anak berjudul "MIGI: Makan Minum Bergizi", yang mengadopsi pendekatan *transmedia storytelling*. Pendekatan ini memperkaya pengalaman bercerita dengan memanfaatkan berbagai platform yang masing-masing memberikan kontribusi unik, sehingga menciptakan interaksi dan keterlibatan yang lebih mendalam bagi audiens (Rholetter, 2021). Filter ini dirancang untuk menyampaikan pesan gizi seimbang dengan cara yang seru dan visual, sesuai dengan gaya anak-anak generasi Alpha yang sudah familiar dengan dunia digital. Menurut (Adam Muhammad Nur et al., 2025) Generasi Alpha memahami istilah "aura" sebagai gambaran suasana atau kesan yang terpancar dari seseorang, yang dapat dikaitkan dengan konotasi positif maupun negatif. Di dalam filter, anak-anak bisa "menangkap" berbagai makanan bergizi dan mendapatkan skor "aura" sebagai bentuk permainan ringan yang sudah disesuaikan berdasarkan masukan dari observasi dan uji coba langsung bersama anak-anak usia 7–9 tahun.

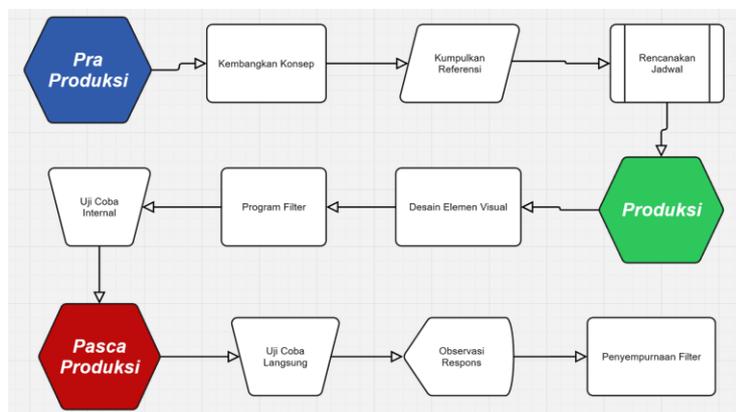
Oleh karena itu, tujuan kegiatan ini adalah mengembangkan media edukasi visual berupa filter interaktif di TikTok yang dapat membantu anak-anak usia sekolah dasar memahami pentingnya konsumsi makanan dan minuman bergizi. Tujuan spesifik kegiatan meliputi: (1) mendeskripsikan proses pra-produksi filter, termasuk pengumpulan referensi, penentuan konsep, dan desain visual; (2) menjelaskan proses produksi dan aspek teknis pembuatan filter dengan perangkat lunak Effect House dan Canva; serta (3) mendeskripsikan tahap pasca-produksi dan uji coba filter terhadap anak-anak dalam konteks edukasi gizi.

II. METODE

Metode yang digunakan dalam kegiatan ini (gambar 1) adalah pendekatan produksi media edukasi interaktif berbasis filter TikTok, yang mengikuti tiga tahapan utama produksi: pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Pendekatan ini mengacu pada teori (Gerald Millerson & Jim Owens) yang menyatakan bahwa tahapan produksi di berbagai media cetak, elektronik, maupun digital umumnya terdiri dari pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Ketiga tahapan tersebut menjadi kerangka kerja yang digunakan dalam industri media kreatif agar proses produksi berjalan secara sistematis dan terdokumentasi dengan baik. Subjek penelitian adalah lima anak laki-laki kelas 2, 3, dan 4 dari sebuah SD di Jatinangor. Pemilihan subjek ini didasarkan pada karakteristik target pengguna utama filter, yaitu anak-anak generasi Alpha yang berada pada usia sekolah dasar.

Pada tahap pra produksi, dilakukan proses perencanaan yang meliputi pengembangan konsep edukatif seputar makanan bergizi, pengumpulan referensi visual dan edukasi gizi yang relevan dengan usia sasaran. Tahapan ini merupakan pondasi utama yang berpengaruh terhadap keberhasilan keseluruhan produksi (Gerald Millerson & Jim Owens). Produksi filter dilakukan menggunakan dua perangkat lunak, yaitu Canva untuk mendesain aset visual dan Effect House software dari TikTok sebagai platform pemrograman filter berbasis *augmented reality*. Proses produksi mencakup pembuatan elemen visual, pengaturan logika interaktif, serta pengujian awal terhadap fungsi filter agar sesuai dengan rancangan.

Tahap pasca produksi dilakukan dengan menguji filter secara langsung pada subjek, yaitu lima anak laki-laki SD. Anak-anak diminta mencoba filter dan memberikan pendapat secara lisan mengenai tingkat keseruan serta pemahaman mereka tentang makanan bergizi setelah menggunakan filter tersebut. Respon mereka diamati untuk mengetahui apakah filter mampu menyampaikan pesan gizi dengan cara yang efektif dan menyenangkan. Data yang terkumpul kemudian dianalisis secara deskriptif kualitatif untuk menilai efektivitas media edukasi ini dalam menyampaikan pesan gizi kepada anak-anak.



Gambar 1. Flow Chart Method

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

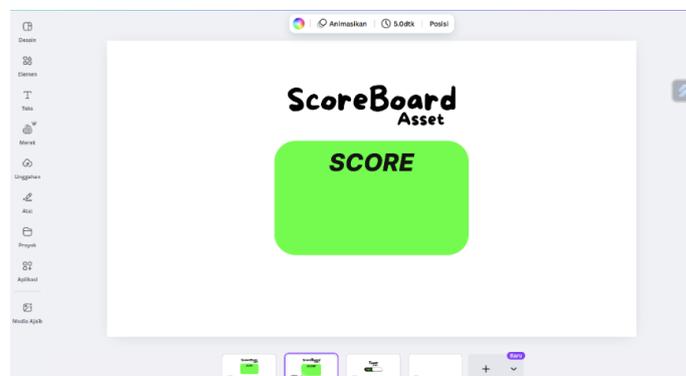
A. Tahap Pra Produksi

Tahap pra-produksi filter interaktif TikTok “HapHap MIGI” menjadi langkah awal yang sangat penting untuk menentukan arah visual dan pesan edukatif karya ini. Pada tahap ini, penulis merancang konsep yang menggabungkan elemen permainan dengan tujuan edukasi gizi bagi anak-anak SD, khususnya Generasi Alpha. Konsep utama yang diusung adalah membuat filter yang memungkinkan anak-anak menangkap berbagai makanan bergizi, dengan sistem skor dinamis seperti “+aura” serta penggunaan sound populer “sigma boy” agar anak-anak merasa lebih terlibat dan termotivasi saat menggunakan filter.



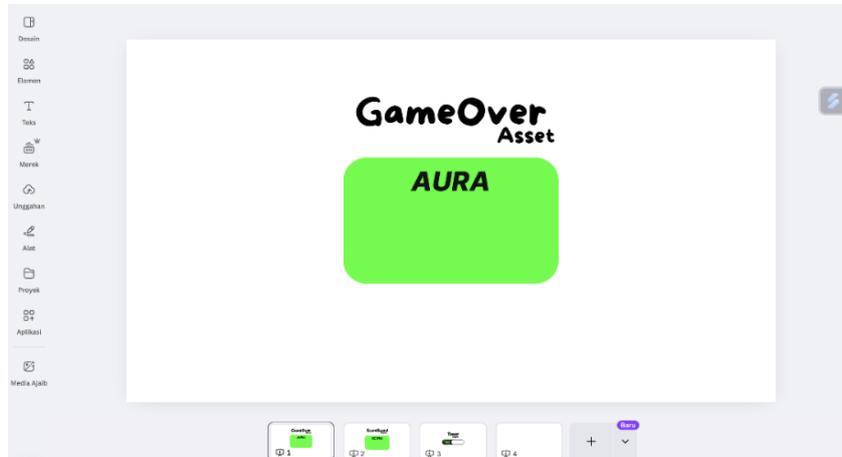
Gambar 2. Referensi Filter Tiktok

Beberapa contoh filter TikTok (gambar 2) yang dijadikan rujukan awal dalam merancang filter “HapHap MIGI”. Di antaranya adalah filter *Catch Fruit* karya @projoe, *Catch Fruit* karya @apriandi, *Tangkap Bakpiaku* karya @bakpiaku, dan *Burger Catch Challenge* karya @cookingdiarygame. Riset ini dilakukan untuk memahami bagaimana mekanisme permainan diterapkan secara visual dan interaktif pada platform TikTok.



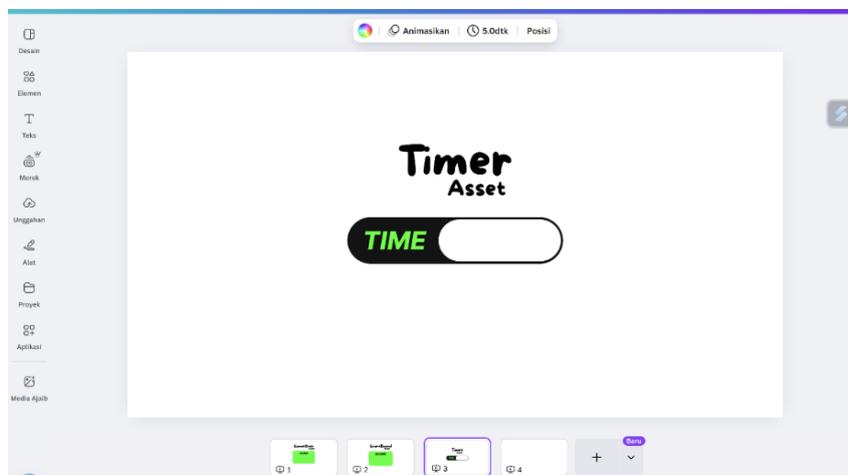
Gambar 3. Desain Scoreboard

Berikut Ilustrasi desain elemen *scoreboard* yang digunakan dalam filter (gambar 3). Elemen ini berfungsi untuk menampilkan skor atau jumlah “aura” yang diperoleh pengguna ketika berhasil menangkap makanan bergizi.



Gambar 4. Desain *Game Over*

Berikut tampilan ketika permainan dalam filter berakhir (gambar 4). Desain “*Game Over*” ini dilengkapi dengan visual warna mencolok, bertujuan agar anak-anak tetap merasa tertarik dan tidak kecewa meskipun permainan berakhir. Penggunaan angka dan teks “+aura” dirancang untuk menambah keseruan permainan dan memicu rasa ingin menang dari pengguna.



Gambar 5. Desain *Timer*

Berikut desain “*Timer*” dalam filter, di desain secara visual untuk memberi tahu pengguna bahwa waktu bermain sedang berjalan (gambar 5). Gambar ini menunjukkan bentuk tampilan penghitung waktu mundur selama 20 detik yang muncul selama permainan berlangsung. Dalam mengembangkan elemen makanan bergizi pada filter, penulis sengaja menyesuaikan desainnya dengan aset visual yang sudah dipakai dalam animasi utama MIGI: “Makan Minum Bergizi”. Penyesuaian ini bertujuan menjaga konsistensi visual antar media sekaligus menegaskan

hubungan antara filter dan animasi sebagai bagian dari strategi *transmedia storytelling*. Hal ini diharapkan bisa memperkuat ingatan mereka terhadap pesan edukasi yang ingin disampaikan.

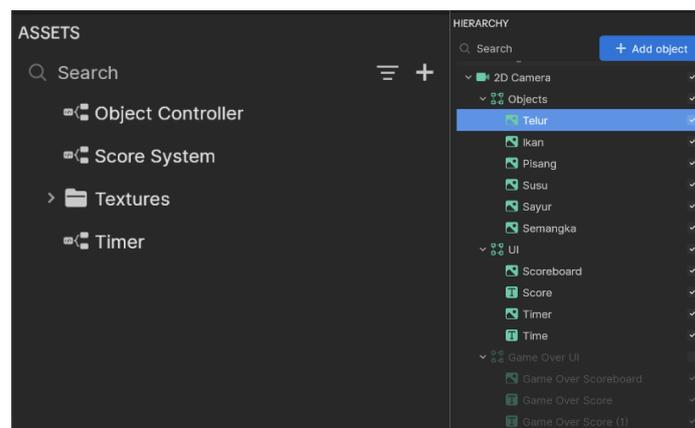


Gambar 6. Aset *Makanan Bergizi*

Gambar menunjukkan elemen makanan bergizi yang digunakan dalam permainan, seperti telur, pisang, ikan, susu, dan brokoli (gambar 6).

B. Tahap Produksi

Tahap produksi dilakukan dengan merealisasikan seluruh elemen desain ke dalam filter melalui platform *Effect House* TikTok. Penulis mengintegrasikan desain visual dengan sistem interaktif menggunakan *Patch Editor*, sehingga pengguna dapat menangkap makanan bergizi dengan gerakan membuka mulut.



Gambar 7. *Effect House - Asset & Hierarchy*

Gambar 7 memperlihatkan struktur pengaturan aset dalam *Effect House*, termasuk bagaimana elemen visual seperti makanan, teks, dan efek dimasukkan dan diorganisasikan secara hierarkis. Pengaturan ini penting agar semua elemen dapat saling terhubung dengan logika yang tepat dalam sistem interaktif filter. Selain aspek desain dan logika permainan, tahap produksi filter “HapHap MIGI” juga mencakup pembuatan sistem interaktif menggunakan *Patch Editor* di *Effect House*. *Patch Editor* merupakan alat pemrograman visual yang memudahkan pengembang menghubungkan berbagai elemen logika interaksi, seperti deteksi wajah, audio, skor, dan animasi, tanpa perlu menulis kode secara langsung. Dalam proyek ini, penulis memanfaatkan node utama seperti *Face Tracker*, *Tap Screen*, dan *Counter* untuk mendeteksi ekspresi, dan memulai dengan

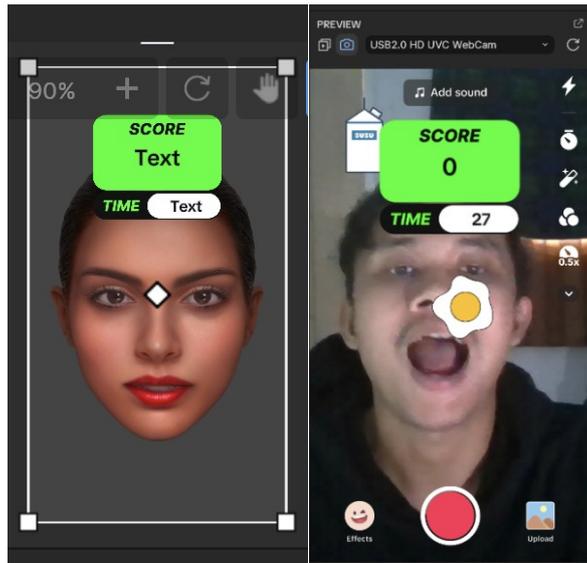
menekan layar, yang kemudian memicu munculnya skor dan suara penambahan aura secara otomatis.



Gambar 8. Tampilan Patch Editor

Gambar 8 menampilkan logika alur interaktif yang dibangun di *Patch Editor*. Dalam tampilan ini, terlihat node seperti *Face Tracker* dan *Tap Screen*. Juga terlihat node seperti *Counter* dan *Score Display* yang digunakan untuk menghitung dan menampilkan skor. Sistem dalam filter ini bekerja secara berurutan. Pertama, node *Face In* mendeteksi wajah pengguna. Setelah itu, pengguna cukup mengetuk layar (*Tap Screen*) untuk mengaktifkan sistem. Ketukan ini memicu node *Pulse* dan *Switch*, yang akan menampilkan makanan bergizi di layar dan mengaktifkan *Counter* untuk menghitung skor. Permainan berlangsung selama 30 detik, diatur oleh node *Delay* dan *Loop*. Setelah waktu habis, tulisan “*Game Over*” muncul sebagai tanda bahwa sesi permainan telah selesai. Struktur node yang digunakan dalam filter ini dirancang untuk memberikan pengalaman bermain yang lancar dan responsif, bahkan di perangkat dengan spesifikasi yang beragam.

Selama proses produksi, filter diuji coba secara rutin menggunakan fitur *preview* yang tersedia di *Effect House* untuk memastikan setiap elemennya bekerja sebagaimana mestinya. Penulis memperhatikan detail seperti seberapa lancar animasi berjalan, apakah wajah pengguna terdeteksi dengan baik, skor terlihat jelas, dan transisi antar elemen terasa mulus. Jika muncul *bug* seperti objek yang tidak tampil atau animasi yang lambat, dilakukan penyesuaian teknis hingga filter dapat berjalan dengan baik dan nyaman digunakan anak-anak.

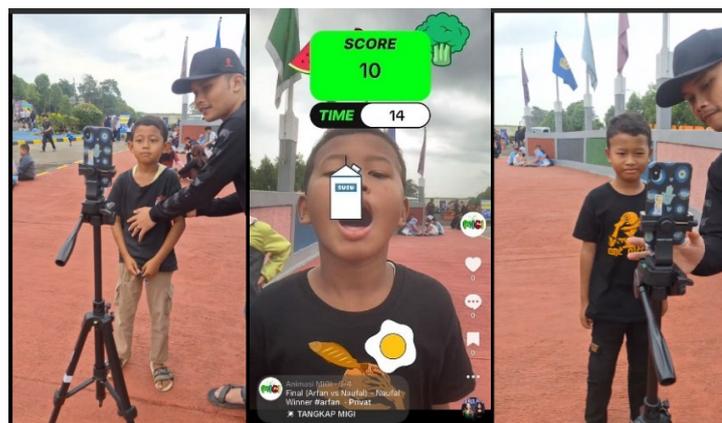


Gambar 9. Scene 3D & Preview Realistic

Visualisasi gambar 9 menunjukkan tampilan akhir filter sebagaimana akan terlihat di layar TikTok. Ini membantu penulis mengecek kesesuaian antar elemen visual, kecepatan deteksi, serta kelancaran interaksi antara pengguna dan filter dalam suasana yang mendekati kondisi nyata.

C. Tahap Pasca Produksi

Pada tahap pasca-produksi, penulis melaksanakan uji coba lapangan dengan melibatkan lima anak laki-laki yang duduk di kelas 2, 3, dan 4 sekolah dasar di wilayah Jatinangor. Pengujian ini dilakukan secara langsung menggunakan pendekatan observasi non-partisipatif, di mana penulis mengamati perilaku dan respons anak-anak selama mereka mencoba filter, tanpa ikut campur dalam proses interaksi. Untuk melengkapi data observasi, penulis juga melakukan sesi tanya jawab lisan secara informal tentang kesan anak-anak terhadap pengalaman mereka menggunakan filter TikTok.



Gambar 10. Dokumentasi Pengujian Filter

Gambar 10 menampilkan dokumentasi saat uji coba filter dilakukan bersama anak-anak kelas 2–4 SD. Visual ini memperlihatkan bagaimana anak-anak menggunakan filter secara

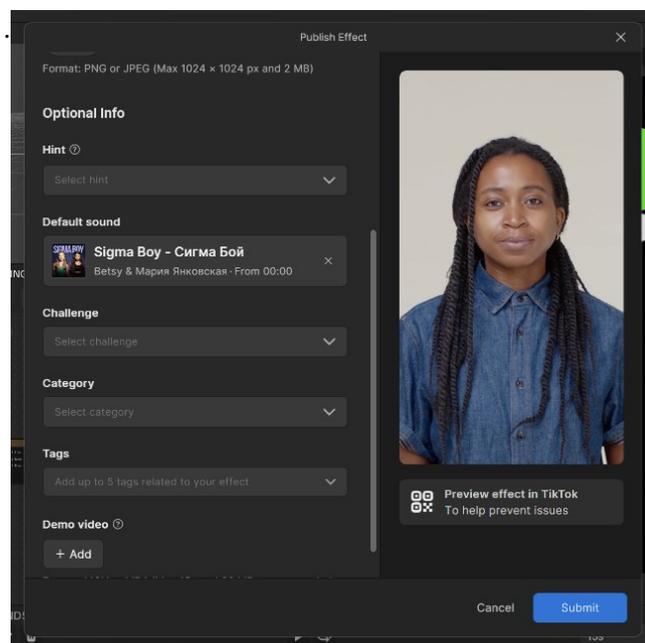
langsung dan merespons permainan dengan ekspresi aktif dan antusias. Selama uji coba, anak-anak diminta untuk mencoba filter dan menyampaikan pendapat terkait tingkat keseruan, kemudahan penggunaan, serta pemahaman terhadap objek bergizi yang ditampilkan. Hasil pengamatan menunjukkan bahwa mereka menyukai pengalaman tersebut karena dianggap menyenangkan dan mudah digunakan. Anak-anak juga dapat dengan mudah mengenali makanan sehat seperti telur, susu, dan ikan selama permainan berlangsung. Hal ini mendukung bahwa pendekatan visual-interaktif seperti filter TikTok dapat membangun pengalaman positif terhadap makanan bergizi secara alami dan menyenangkan bagi anak-anak. Berikut table respons anak terhadap filter “Hap-Hap Migi”

Tabel 1. Ringkasan Respons Anak terhadap Filter “HapHap Migi”

No	Inisial	Kelas	Respons	Pemahaman Gizi	Skor (1-5)
1	A.R	2	Suka, lucu, minta ulang	Kenal telur dan ikan	5
2	R.O	3	Seru, suka efek aura	Mengerti konsep aura = sehat	4
3	R.A	2	Tertarik dengan suara	Tanya kenapa tak ada es krim	4
4	N.A	3	Gembira, mau pakai lagi	Tahu susu bikin kuat	5
5	Z.A	4	Tambahkan makanan sehatnya	Bisa bedakan makanan sehat	5

Hasil Uji coba (tabel 1) lapangan menunjukkan respons positif dari anak-anak terhadap filter. Mereka tampak aktif mengikuti alur permainan, tertawa saat menangkap makanan, dan bahkan mengulangi penggunaan filter secara spontan tanpa perlu diarahkan. Beberapa anak secara lisan menyampaikan kesan positif, terutama pada bagian skor yang bertambah disertai tulisan “+aura” yang menurut mereka terasa seperti bermain *game*. Respons positif tersebut menunjukkan bahwa filter mampu menyampaikan pesan gizi secara menyenangkan dan relevan dengan cara berpikir anak usia 7–9 tahun. Simbol populer seperti “Aura” dan efek suara seperti “sigma boy” memperkuat keterlibatan emosional anak, menjadikan proses belajar terasa seperti bermain. Selama pengujian, tidak ada tanda-tanda kebingungan atau penolakan terhadap instruksi, yang menandakan bahwa filter ini intuitif dan mudah dipahami bahkan oleh anak-anak usia dini.

Sebelum filter dirilis, dilakukan sedikit penyempurnaan, seperti memperbesar elemen visual, memperhalus animasi skor “+aura”, serta menyesuaikan kecepatan kemunculan objek agar tidak terlalu cepat dan membingungkan anak-anak. Setelah itu, filter diunggah ke TikTok melalui Effect House dengan nama “HapHap MIGI”, lengkap dengan tagar edukatif seperti #TangkapGizi guna menjangkau lebih banyak pengguna. Filter ini pun resmi menjadi bagian dari distribusi konten transmedia MIGI di TikTok. Gambar 11 menunjukkan tahap akhir sebelum filter dipublikasikan di TikTok. Pada tahap ini, penulis harus mengisi informasi seperti nama filter, deskripsi penggunaan, kategori, tag, suara latar, dan (jika ada) video demo. Langkah ini memastikan filter terindeks dengan baik dan siap ditinjau oleh pihak TikTok sebelum tayang publik.



Gambar 11. Tahap Akhir Pengujian Filter

Secara keseluruhan, hasil PkM ini menunjukkan bahwa media edukasi berbasis filter interaktif TikTok mampu menjadi sarana pembelajaran gizi yang menyenangkan dan sesuai dengan dunia digital anak-anak Generasi Alpha. Melalui keterlibatan langsung, unsur permainan, dan tampilan visual yang menarik, filter ini tidak hanya mendukung animasi utama, tetapi juga berpotensi menjadi media belajar mandiri yang mendorong kesadaran gizi sejak usia dini.

IV. KESIMPULAN

Produksi filter interaktif TikTok “HapHap MIGI” sebagai media edukasi visual pendukung transmedia animasi ‘MIGI: Makan Minum Bergizi’ berhasil dilaksanakan melalui tiga tahap utama: pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi. Setiap tahapan disusun dengan memperhatikan karakteristik Generasi Alpha, khususnya anak usia 7–9 tahun yang terbiasa

dengan interaksi digital dan konten visual. Pada tahap pra-produksi, penulis mengembangkan konsep edukatif berbasis permainan, mengumpulkan referensi visual, serta mendesain aset sesuai gaya animasi MIGI. Produksi dilakukan dengan mengintegrasikan aset visual ke platform *Effect House* dan mengimplementasikan logika interaktif menggunakan deteksi wajah sebagai pengendali permainan. Pada tahap pasca-produksi, uji coba menunjukkan bahwa filter ini diterima dengan antusias oleh anak-anak, yang tampak tertarik dan mampu memahami pesan gizi yang disampaikan.

Jika dibandingkan dengan media edukasi konvensional seperti buku panduan atau kartu bergambar, filter TikTok “HapHap MIGI” terbukti lebih menarik dan interaktif bagi anak-anak. Hal ini sejalan dengan pendapat (Febriani & Aunillah, 2023) yang menyatakan bahwa pembelajaran dengan media digital, terutama audiovisual, mampu membuat materi lebih menarik dan mudah dipahami karena penyajiannya yang berbentuk visual dan audiovisual. Penggunaan media audiovisual dan interaktif di platform populer seperti TikTok menjadi sarana edukasi efektif, khususnya bagi Generasi Alpha yang sangat familiar dengan konten digital. Keunggulan filter ini terletak pada kemampuannya menggabungkan visual menarik, elemen permainan, dan keterlibatan emosional secara langsung, yang sulit dicapai oleh media edukasi tradisional. Selain itu, TikTok sebagai platform distribusi memungkinkan akses luas tanpa batasan ruang dan waktu.

Dengan demikian, filter “HapHap MIGI” membuktikan bahwa pendekatan media interaktif berbasis filter TikTok dapat menjadi sarana edukasi yang efektif, menyenangkan, dan relevan dengan dunia digital anak-anak Generasi Alpha. Selain mendukung penyampaian pesan gizi secara kontekstual, filter ini juga memperkuat strategi transmedia storytelling dari animasi utama, sekaligus membuka peluang pengembangan inovasi serupa dalam bidang edukasi digital. Sebagai rencana pengembangan PkM selanjutnya, kegiatan ini akan diperluas dengan produksi filter-filter baru bertema edukasi gizi lainnya, seperti pentingnya sarapan sehat, pengenalan makanan lokal bergizi, serta kampanye air minum bersih. Selain itu, pengintegrasian filter ke dalam aktivitas belajar di sekolah dasar bersama guru atau kader posyandu menjadi fokus lanjutan agar media ini dapat digunakan secara berkelanjutan dalam konteks pendidikan formal dan informal.

DAFTAR PUSTAKA

- Adam Muhammad Nur, Syihabuddin, & Azwan. (2025). *DETERMINASI MAKNA MELALUI SENSE RELATIONS PADA BAHASA SLANG GENERASI ALPHA* (Vol. 14, Issue 1). doi: 10.31000/lgrm.v14i1.12763
- Aini Nurpratiwi, Syawal Akhir, & Riswandy Marsuki. (2025). Generasi Digital Sejak Lahir: Perspektif Sosiologi Digital pada Gen Alpha. *RISOMA : Jurnal Riset Sosial Humaniora Dan Pendidikan*, 3(1), doi: 10.62383/risoma.v3i1.572

- Aisyah Nurhikmah, Hasnah Putri Madinah, Putri Aiko Azzahra, & Arita Marini. (2023). *Jurnal Pendidikan Dasar Dan Sosial Humaniora*, doi: 10.53625/jpdsh.v2i3.4472
- Bappenas. (2020). *Laporan Pencapaian Pelaksanaan Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (TPB/SDGs) Indonesia Tahun 2020*. <https://sdgs.bappenas.go.id/website/wp-content/uploads/2023/11/Laporan-SDGs-tahun-2020.pdf>
- Fauziyah, A. N., Astuti, P., & Fathonah, S. (2022). Pengaruh antara Pengetahuan dan Sikap Gizi Siswa dengan Pola Konsumsi Jajan Siswa di SD Negeri 08 Brebes. *Food Science and Culinary Education Journal*, 11(1), 22–30. doi: 10.15294/focuze.v11i1.20001
- Febriani, N., & Aunillah, R. (2023). Implementasi Penggunaan Media Audiovisual Sebagai Sarana Pembelajaran Produksi Konten Video Tiktok Kecamatan Jatigede. *Kontribusi: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 324–338. doi: 10.53624/kontribusi.v4i2.397
- Gerald Millerson, & Jim Owens. (n.d.). *Video Production Handbook Fifth Edition*. Focal Press. Retrieved May 29, 2025, from <https://www.taylorfrancis.com/books/mono/10.4324/9780240522210/video-production-handbook-gerald-millerson-jim-owens>
- Gunaviyanti, & Valencia Veby. (2023). *Manajemen Privasi Komunikasi Pada Unggahan Instagram Stories Generasi Alpha Di Tangerang* [Universitas Multimedia Nusantara]. <https://kc.umh.ac.id/id/eprint/26435/>
- Kementerian Kesehatan RI. (2018). *Badan Penelitian dan Pengembangan Kesehatan. Riset Kesehatan Dasar (RISKESDAS)*. <https://repository.badankebijakan.kemkes.go.id/id/eprint/3514/1/Laporan%20Riskasdas%202018%20Nasional.pdf>
- Marinda, L. (2020). TEORI PERKEMBANGAN KOGNITIF JEAN PIAGET DAN PROBLEMATIKANYA PADA ANAK USIA SEKOLAH DASAR. *An-Nisa Jurnal Kajian Perempuan Dan Keislaman*, 13(1), 116–152. doi: 10.35719/annisa.v13i1.26
- Masnah, C., & Saputri, I. M. (2020). Faktor risiko gizi kurang pada balita di Puskesmas Paal V Kota Jambi. *Riset Informasi Kesehatan*, 9(2), 107–114. doi: 10.30644/rik.v9i2.451
- McCordle. (2020). *UNDERSTANDING GENERATION ALPHA*. <https://generationalalpha.com/wp-content/uploads/2020/02/Understanding-Generation-Alpha-McCordle.pdf>
- Mohammad, A., Madaniyah, S., Masyarakat, D. G., & Manusia, F. E. (2015). *KONSUMSI BUAH DAN SAYUR ANAK USIA SEKOLAH DASAR DI BOGOR (Fruit and vegetable consumption of elementary school children in Bogor)*. doi: 10.25182/jgp.2015.10.1.%25p

- Nainggolan, A. M., & Daeli, A. (2021). Analisis Teori Perkembangan Kognitif Jean Piaget dan Implikasinya bagi Pembelajaran. *Journal of Psychology "Humanlight,"* 2(1), 31–47. doi: 10.51667/jph.v2i1.554
- Nuraeni, I., Karimah, I., & Setiawati, D. (2023). Pengetahuan, Preferensi serta Konsumsi Sayur dan Buah pada Anak di SDN Cilolohan Kota Tasikmalaya. *Jurnal Ilmu Gizi Dan Dietetik,* 2(4), 264–268. doi: 10.25182/jigd.2023.2.4.264-268
- Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 59 Tahun 2017 tentang Pelaksanaan Pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan. (2017). <https://peraturan.bpk.go.id/details/72974/perpres-no-59-tahun-2017>
- Puspito, A. N., Ubaidillah, M., Safitri, R. N., Sukma, E. P., Aureliya, S. S., El-Syifani, R., & Aprillia, M. A. (2025). The Sosialisasi Gizi Seimbang Dalam Memilih Makanan Sehat di Sekolah Dasar Negeri Mandiro 2. *Jurnal Pengabdian Nasional (JPN) Indonesia,* 6(1), 285–292. doi: 10.35870/jpni.v6i1.1244
- Rahmasari, F. A., Ismah, Z., & Agustina, D. (2024). Hubungan teman sebaya dan paparan media sosial dengan perilaku fast food pada siswa. *MAHESA: Malahayati Health Student Journal,* 4(8), 3105–3119. doi: 10.33024/mahesa.v4i8.15555
- Rahmawati, P., Rosmiati, R., Agustina, N. L., Iktimalannisa, N., Sahara, N. W., Pertiwi, P. C., Purwaningrum, O. S., Andianti, P. W., Zuroidah, P., Anggraini, P. N., & A'yun, Q. (2025). Petualangan Si Anak Sehat dalam Permainan Junk Food and Real Food sebagai Inovasi Edukasi Gizi untuk Anak. *Bima Abdi: Jurnal Pengabdian Masyarakat,* 5(2), 269–279. doi: 10.53299/bajpm.v5i2.1513
- Rholetter, W. (2021). *Transmedia Storytelling.* EBSCO Research Starters. <https://www.ebsco.com/research-starters/communication-and-mass-media/transmedia-storytelling>
- Rizkha, I. A., & Anggapuspa, M. L. (2022). PERANCANGAN BOARD GAME PENGENALAN GIZI SEIMBANG SEBAGAI MEDIA EDUKASI ANAK USIA 9-12 TAHUN. *Jurnal Barik,* 4(1), 175–189. doi: 10.26740/jdkv.v4i1.48614
- Saifah, A., Sahar, J., & Widyatuti. (2019). Peran keluarga terhadap perilaku gizi anak usia sekolah. *Jurnal Kesehatan dan Pendidikan (JKEP),* 4(2), ISSN 2354-6042 (Print), 2354-6050 (Online) doi: 10.32668/jkep.v4i2.282
- We Are Social, & Meltwater. (2023). *DIGITAL 2023 INDONESIA.* <https://wearesocial.com/wp-content/uploads/2023/03/Digital-2023-Indonesia.pdf>
- World Health Organization. (2023). *Child growth standards.* World Health Organization. <https://www.who.int/childgrowth/en/>