

Penggunaan Non Linear Narrative Dalam Penulisan Naskah Karya Animasi Edukasi Produk Aman, Kulit Nyaman

Dikirim:
31 Mei 2025
Diterima:
8 Juni 2025
Terbit:
16 Juni 2025

**Silvi Alin Dhiya, Vanessa Valencia Eleora, Encang Saepudin,
Rinda Aunillah Sirait**
Universitas Padjadjaran

Abstrak—Latar Belakang: Karya animasi Produk Aman, Kulit Nyaman diciptakan sebagai respon terhadap maraknya peredaran produk skincare ilegal yang berbahaya bagi kesehatan konsumen, terutama remaja perempuan yang menjadi target utama pasar kosmetik daring. Kurangnya pengetahuan masyarakat dalam memilih kosmetik yang aman dapat menyebabkan penggunaan produk yang berisiko bagi kesehatan kulit. **Tujuan:** Mengedukasi masyarakat mengenai pentingnya memilih produk kecantikan yang telah terdaftar secara resmi di BPOM. **Metode:** Menggunakan tahapan proses produksi mencakup tiga tahap, yaitu pra-produksi, produksi, serta pascaproduksi. **Hasil:** Karya animasi berdurasi 4 menit 4 detik yang memadukan elemen visual, audio, dan narasi edukatif. **Kesimpulan:** Teknik non-linear narrative menambah kedalaman emosional cerita, namun menimbulkan tantangan dalam menjaga koherensi visual dan alur cerita. Berdasarkan validasi informal terhadap lima siswi SMA, animasi ini berhasil menyampaikan pesan edukatif dengan jelas dan menarik. Karya ini diharapkan menjadi media edukatif yang efektif dan relevan dalam meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap keamanan produk kecantikan.

Kata Kunci—Animasi Edukatif; Non-linear Narrative; Penulisan Naskah; Produk Ilegal

Abstract— Background: The animated work Produk Aman, Kulit Nyaman was created in response to the increasing circulation of illegal skincare products that pose health risks to consumers, particularly teenage girls who are the main target of the online beauty market. A lack of public awareness in choosing safe cosmetics can lead to the use of products that endanger skin health. **Objective:** The main objective of this work was to educate the public about the importance of choosing beauty products that are officially registered with the Indonesian Food and Drug Authority (BPOM). **Methods:** The production process consisted of three stages: pre-production, production, and post-production. **Results:** The final output is a 4-minute-4-second animation that integrates visual elements, audio, and educational narration. **Conclusion:** The non-linear narrative technique added emotional depth but posed challenges to maintaining visual and narrative coherence. Informal validation with five high school students showed that the animation effectively conveyed the educational message clearly and engagingly. This work is expected to serve as an effective and relevant educational medium, raising public awareness about the safety of beauty products.

Keywords— Educational Animation; Illegal Products; Non-linear Narrative; Scriptwriting

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



Penulis Korespondensi:

Silvi Alin Dhiya,
Manajemen Produksi Media,
Universitas Padjadjaran,
Email: silvi21005@mail.unpad.ac.id

I. PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi yang semakin cepat di era globalisasi tidak bisa diabaikan oleh pendidik; oleh karena itu, guru harus kreatif dan inovatif dalam mengintegrasikan teknologi ke dalam pembelajaran agar terhindar dari metode pengajaran yang monoton dan tradisional (Far-Far et al., 2024). Masyarakat sebagai konsumen merupakan kelompok yang rentan terhadap risiko kesehatan akibat penggunaan produk yang tidak memenuhi standar keamanan karena lebih mempertimbangkan hasil instan dibandingkan aspek keamanan, sehingga kurang selektif dalam memilih produk yang sesuai dengan standar kesehatan dan legalitas yang berlaku. Konsumen sering kali tergoda dengan produk kecantikan yang menjanjikan hasil cepat melalui e-commerce, meskipun produk tersebut belum memiliki izin BPOM dan dapat membahayakan kesehatan (Prasetyo & Gunadi, 2024). Strategi pemasaran *skincare* di Sulawesi Selatan menunjukkan bahwa janji hasil instan mampu menarik perhatian konsumen, meski berisiko bagi kesehatan kulit dalam jangka panjang (Ramadhani et al., 2025). Hal ini menyebabkan produsen berlomba-lomba memproduksi produk yang berbahaya demi memenuhi permintaan tersebut (Machmudi, 2025).

Pendidikan adalah aspek penting dalam kehidupan manusia karena berperan dalam mempersiapkan sumber daya manusia yang dibutuhkan untuk mendukung pembangunan bangsa dan negara (Muasih, 2020). Kurangnya pengetahuan masyarakat tentang pemilihan kosmetik yang aman dapat menyebabkan kesalahan dalam memilih produk, yang berpotensi berdampak negatif pada kesehatan kulit (Pitaloka et al., 2025). Pemahaman mengenai pola konsumsi dan dampak yang ditimbulkan sangat penting agar masyarakat mampu menyesuaikan penggunaan produk dengan kebutuhan mereka (Santoso et al., 2021). Di Indonesia, Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) merupakan lembaga pemerintah non-kementerian yang bertanggung jawab dalam pengawasan obat dan makanan, termasuk produk kosmetik. BPOM memiliki peran penting dalam memastikan keamanan, mutu, serta manfaat produk yang beredar di pasaran. Sebagai lembaga pengawas resmi, BPOM dibentuk untuk mendeteksi, mencegah, dan mengawasi produk-produk guna melindungi keamanan, keselamatan, maupun kesehatan masyarakat (Aryantini & Dewi, 2024). Produk yang belum terdaftar di BPOM belum dapat dipastikan keamanannya, baik dari segi kandungan bahan, kebersihan selama proses produksi, maupun potensi efek sampingnya. Produk ilegal sering kali diproduksi tanpa pengawasan yang memadai dan dapat mengandung bahan berbahaya seperti merkuri, hidroquinon, atau pewarna sintetis yang dilarang (Ameliani et al., 2022). Selain itu, BPOM menegaskan bahwa kosmetik ilegal kerap diproduksi menggunakan bahan murah tanpa uji keamanan yang memadai, sehingga dapat menyebabkan gangguan kesehatan serius seperti iritasi, alergi, atau bahkan kanker (BPOM, 2024). Konsumen harus lebih selektif dan memastikan bahwa produk yang digunakan telah memiliki nomor notifikasi resmi

dari BPOM sebagai jaminan keamanan (Wedayanti & Utami, 2023). Penggunaan produk kecantikan ilegal yang mengandung bahan berbahaya dapat menimbulkan risiko serius bagi masyarakat yang mengonsumsinya. Menurut penelitian oleh Ameliani et al. (2022), penggunaan kosmetik ilegal yang mengandung bahan berbahaya seperti merkuri, hidrokuinon, dan kortikosteroid dapat menyebabkan efek samping serius, termasuk kerusakan kulit permanen dan masalah kesehatan lainnya.

Produk kosmetik ilegal masih banyak ditemukan diperjualbelikan secara bebas melalui platform e-commerce, meskipun tidak memenuhi ketentuan legalitas yang ditetapkan oleh pemerintah. Temuan dari Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) menunjukkan bahwa sebanyak 205.133 produk dari 91 merek kosmetik ilegal ditemukan beredar di marketplace, di mana 79,9% tidak memiliki izin edar, 17,4% mengandung bahan berbahaya, dan 2,6% sudah kedaluwarsa (Kompas.tv, 2025). Bahkan, BPOM juga mengungkapkan lima produk kosmetik ilegal yang paling banyak ditemukan di e-commerce, dua diantaranya adalah *Ibccnc Eyebrow Stamp* dan *Lameila Lip Glaze*, yang dijual tanpa izin edar dan mengandung bahan berbahaya seperti hidrokuinon (Kompas.com, 2025). Aktivitas peredaran produk ilegal ini terjadi secara masif, hingga BPOM harus melakukan penurunan (*take down*) terhadap ribuan produk setiap harinya dari berbagai platform *e-commerce*, sebagai bentuk perlindungan terhadap konsumen (Detik.com, 2024). Fakta ini menguatkan kekhawatiran bahwa konsumen rentan terpapar risiko kesehatan akibat penggunaan produk kosmetik yang tidak terjamin keamanannya. Beberapa kasus nyata menunjukkan dampak serius dari penggunaan produk kecantikan ilegal. Dilansir dari (DetikHealth, 2025) seorang wanita asal Banyuwangi mengalami infeksi ginjal dan endometriosis setelah bertahun-tahun menggunakan *skincare* mengandung merkuri dan bahan berbahaya lainnya tanpa izin edar. Kasus lain ditemukan di Gorontalo Utara, empat warga mengalami iritasi kulit akibat penggunaan losion pemutih ilegal yang dibeli secara daring (AntaraNews, 2023). Kasus serupa juga dialami oleh Nur Tya, yang mengalami kerusakan kulit permanen dan gangguan mental setelah menggunakan krim wajah mengandung merkuri (BBCNewsIndonesia, 2023).

Penelitian oleh Fidellya Gisella Tya Andini (2023) mengungkapkan bahwa meskipun konsumen menyadari risiko kesehatan dari penggunaan kosmetik ilegal, faktor-faktor seperti harga yang lebih murah, tren kecantikan, dan pengaruh media sosial lebih dominan dalam memengaruhi keputusan pembelian mereka. Hal ini menunjukkan bahwa kurangnya informasi mendalam mengenai kandungan bahan dan efek samping produk kosmetik, serta minimnya kesadaran akan bahaya yang ditimbulkan, menjadi faktor utama yang menyebabkan kosmetik ilegal tetap banyak diminati. Untuk menanggapi permasalahan ini, diperlukan upaya edukatif guna meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai pentingnya memilih produk kecantikan yang

telah terdaftar di BPOM agar dapat dipastikan produk yang dipilih oleh masyarakat aman serta tidak menimbulkan efek samping yang berbahaya. Diperlukan inovasi dalam metode pembelajaran yang mampu meningkatkan antusiasme dan motivasi belajar peserta didik, salah satunya melalui penerapan pendekatan kontekstual yang didukung oleh media video (Khotimah et al., 2023). Siregar et al. (2023) menyatakan bahwa penggunaan media audio visual, seperti video, animasi, gambar, dan suara, dapat meningkatkan minat dan motivasi belajar. Media ini mampu menyajikan materi pelajaran secara lebih menarik dan interaktif, sehingga memfasilitasi pemahaman dan daya ingat yang lebih baik. Dalam penyampaian edukasi “Produk Aman, Kulit Nyaman” pemilihan media audio visual dapat membantu dalam menyampaikan pesan yang lebih jelas, menarik, serta ringan sebagai media edukasi. Salah satu metode audio visual yang dapat digunakan adalah melalui media animasi yang informatif, interaktif, dan mudah dipahami oleh berbagai kalangan. Menurut Tabina et al. (2024), penggunaan media pembelajaran interaktif seperti video, animasi, dan presentasi interaktif secara signifikan meningkatkan minat belajar. Media ini memungkinkan penyajian materi edukasi dengan cara yang lebih menarik dan mudah dipahami, sehingga bisa membuat lebih fokus dan aktif dalam proses edukasi. Hal ini sejalan dengan temuan Maskhuriyah et al. (2024) yang menunjukkan bahwa media video animasi memberikan pengaruh signifikan terhadap pemahaman konsep. Dalam upaya mengedukasi masyarakat mengenai pentingnya pengecekan legalitas pada produk kecantikan, penulis memilih media dalam bentuk animasi.

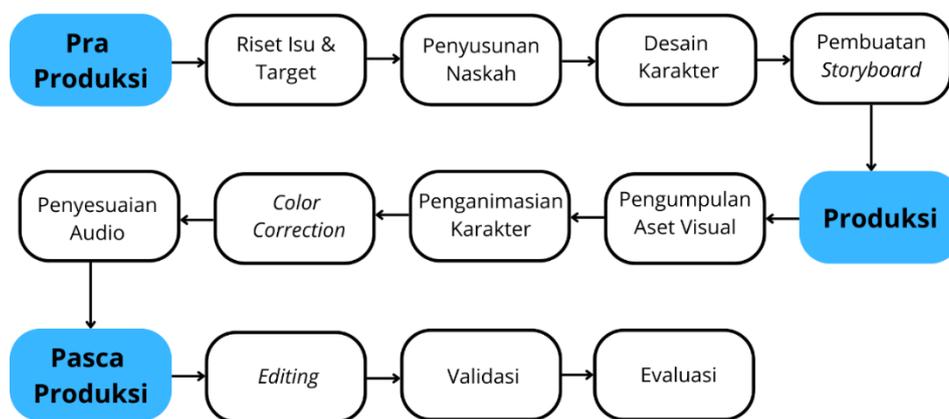
Penyampaian informasi dalam naskah animasi juga memungkinkan pendekatan berbasis *storytelling* yang lebih menarik sehingga audiens tidak hanya memperoleh informasi, tetapi juga dapat memahami relevansi isu yang diangkat dalam kehidupan sehari-hari. *Storytelling* adalah metode yang efektif dalam mendukung perkembangan berbagai aspek penting pada individu, seperti kemampuan berpikir (*kognitif*), pengelolaan emosi (*afektif*), keterampilan sosial, serta pemahaman dan penghayatan nilai (*konatif*) (Wardiah, 2017). Salah satu teknik yang diterapkan dalam naskah ini adalah penggunaan alur maju-mundur (*non-linear narrative*). Mengacu pada teori David Bordwell mengenai narasi *non-linear*, alur cerita dalam animasi ini mengombinasikan *flashback* untuk memberikan konteks masa lalu karakter utama dan *flashforward* sebagai cara untuk menunjukkan dampak dari keputusan yang diambil oleh karakter. Menggunakan pendekatan ini, audiens tidak hanya menyaksikan kejadian secara kronologis, tetapi juga diberikan wawasan mengenai sebab dan akibat dari tindakan karakter, yang pada akhirnya memperkuat pesan edukatif dalam animasi.

Oleh karena itu, tujuan dari kegiatan penciptaan karya animasi edukatif ini adalah untuk mengembangkan media visual yang mampu mengedukasi masyarakat mengenai pentingnya menggunakan produk kecantikan yang telah terdaftar di BPOM. Tujuan spesifik dari kegiatan ini

meliputi: (1) mendeskripsikan proses pra-produksi karya animasi, termasuk penyusunan ide, penulisan naskah dengan pendekatan *non-linear*, dan pembuatan *storyboard*; (2) menjelaskan proses produksi yang mencakup desain karakter, pengumpulan aset visual, serta penganimasian menggunakan perangkat lunak digital; dan (3) mendeskripsikan tahap pascaproduksi yang meliputi pengisian suara, penambahan musik latar dan efek suara, hingga distribusi karya animasi sebagai sarana kampanye edukatif. Melalui penciptaan karya ini, diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam meningkatkan kesadaran konsumen terhadap keamanan produk yang digunakan, meminimalkan peredaran produk ilegal di pasaran, serta mengurangi risiko kesehatan akibat penggunaan kosmetik yang tidak memenuhi standar. Selain bernilai artistik, karya ini juga memiliki dampak sosial yang positif dan mendukung upaya peningkatan literasi masyarakat terkait keamanan produk kecantikan.

II. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan produksi karya animasi sebagai metode utama, yang merupakan bagian dari penelitian kualitatif berbasis praktik kreatif (*practice-based research*). Pendekatan ini dipilih karena fokus penelitian adalah pada proses perancangan dan produksi media visual berupa animasi edukatif, dengan tujuan menyampaikan pesan tentang pentingnya penggunaan produk *skincare* yang aman. Dalam pendekatan ini, proses kreatif menjadi inti dari metode, di mana setiap tahapan produksi dianalisis sebagai bagian dari proses pencapaian tujuan edukatif. Proses penciptaan dibagi ke dalam tiga tahapan utama: pra-produksi, produksi, dan pascaproduksi (Faja & Yasa, 2020).



Gambar 1. *Flow Chart Methods*

Pada gambar yang telah terlampir pada Gambar 1, menjelaskan alur proses yang dijalani mulai dari pra produksi, produksi, pasca produksi hingga pada bagian akhir evaluasi. Dalam perancangan karya animasi *Produk Aman, Kulit Nyaman* terdapat tiga tahapan yang dilewati, yaitu: tahap pra-produksi meliputi riset isu, penentuan sasaran audiens, penyusunan naskah

dengan alur *non-linear*, serta perancangan desain karakter dan *storyboard*. Riset dilakukan melalui studi literatur dan pengamatan terhadap fenomena maraknya penggunaan *skincare* ilegal di kalangan remaja.

Tahap produksi mencakup pembuatan animasi 2D berdasarkan *storyboard*, dengan penyesuaian gaya visual agar sesuai dengan karakteristik audiens remaja. Masa remaja merupakan tahap kehidupan yang berlangsung antara usia 10 hingga 19 tahun, di mana individu mengalami percepatan pertumbuhan dan perkembangan yang signifikan, dikenal sebagai periode pertumbuhan cepat kedua setelah masa kanak-kanak (Fadhilah et al., 2022). Produksi dilakukan menggunakan perangkat lunak animasi digital, serta memperhatikan unsur ekspresi visual, tempo, dan penyampaian pesan. Tahap pascaproduksi melibatkan penyuntingan audio dan visual, penambahan efek suara dan musik latar, serta pengujian akhir terhadap alur dan durasi. Setelah proses penyuntingan selesai, dilakukan validasi karya melalui uji coba informal kepada lima siswi kelas 12 di SMAN 24 Bandung sebagai representasi dari target audiens remaja. Agar interaksi dalam pembelajaran berlangsung secara optimal, pendidik perlu memilih media pembelajaran yang sesuai dengan tujuan, konten materi, dan karakteristik peserta didik yang terlibat (Febriani & Aunillah, 2024). Uji coba ini bertujuan untuk mengamati sejauh mana pesan dalam animasi dapat dipahami dan diterima oleh audiens. Berdasarkan hasil observasi dan tanggapan dari peserta, dilakukan evaluasi terhadap aspek penyampaian pesan, durasi, dan daya tarik visual sebagai masukan untuk penyempurnaan karya. Tahap ini sekaligus menjadi penilaian terhadap efektivitas animasi sebagai media edukasi yang komunikatif dan relevan bagi kalangan remaja.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada proses penciptaan karya animasi *Produk Aman, Kulit Nyaman*, penulis berperan sebagai *scriptwriter* yang bertanggung jawab dalam merancang alur cerita, menulis naskah, serta mengarahkan penyampaian pesan secara naratif dan visual. Peran ini turut terlibat aktif dalam seluruh tahapan produksi, mulai dari pra-produksi yang mencakup penyusunan ide dan *storyboard*, tahap produksi berupa penganimasian visual, hingga pascaproduksi yang meliputi penyuntingan, pengisian suara, dan evaluasi akhir terhadap hasil karya.

A. Pra Produksi

Tahap pra-produksi merupakan fondasi utama dalam proses penciptaan karya animasi edukatif berjudul *Produk Aman, Kulit Nyaman*. Pada tahap ini, penulis dan tim melakukan serangkaian kegiatan awal seperti brainstorming ide, penentuan tema, serta perumusan premis. Tema yang dipilih mengangkat isu sosial yang relevan, yaitu maraknya peredaran produk *skincare* ilegal yang belum terdaftar di BPOM dan kerap digunakan oleh remaja. Isu ini dinilai mendesak karena berdampak langsung terhadap kesehatan masyarakat, khususnya kalangan muda yang menjadi

target utama produk-produk tersebut. Setelah tema ditentukan, dikembangkanlah *storyline* dan sinopsis sebagai dasar narasi. Teknik penceritaan yang digunakan adalah *non-linear narrative*, yaitu alur maju-mundur dengan penggunaan kilas balik dan kilas depan. Pendekatan ini dipilih untuk meningkatkan kedalaman emosional dan daya tarik cerita, sekaligus membantu audiens memahami dampak jangka panjang dari penggunaan produk ilegal. Naskah kemudian disusun secara rinci untuk mendukung struktur dramatik yang mengedukasi sekaligus menyentuh sisi emosional penonton.

Desain karakter juga mulai dikembangkan pada tahap ini, dengan gaya visual yang ekspresif namun tetap sederhana agar dapat dengan mudah diterima oleh audiens remaja. Seluruh ide visual dirangkum dalam *storyboard*, yang berfungsi sebagai peta visual untuk memandu proses produksi. *Storyboard* mencakup informasi tentang komposisi adegan, pergerakan kamera, dan posisi karakter, serta menentukan ritme dan transisi antaradegan. Tahap pra-produksi ini menjadi titik awal yang krusial karena memuat keputusan kreatif dan teknis yang akan memengaruhi keseluruhan kualitas karya.

B. Produksi

Pada tahap produksi, seluruh perencanaan dari fase sebelumnya mulai diwujudkan dalam bentuk animasi visual. Proses diawali dengan pembuatan aset visual berupa karakter, latar, dan elemen tambahan yang dibutuhkan untuk tiap adegan. Penggambaran dilakukan sesuai desain awal, dengan perhatian khusus pada ekspresi wajah dan gestur tubuh yang merepresentasikan suasana emosional dalam cerita. Pengerjaan animasi dilakukan menggunakan perangkat lunak *Adobe After Effects*, yang memungkinkan pengolahan gerak dan transisi dengan detail. Animator menyusun rangkaian gerakan karakter secara bertahap, mencakup gerak kepala, tubuh, dan perubahan ekspresi. Penulis turut berperan aktif dalam memastikan bahwa narasi tetap terjaga melalui arah visual yang sesuai, serta mengarahkan detail gerakan dan ekspresi karakter agar sinkron dengan pesan yang disampaikan dalam naskah. Seluruh adegan kemudian melalui tahap penyesuaian warna (*color correction*) untuk menjaga konsistensi tone dan atmosfer visual. Penyusunan transisi dan pencahayaan juga diperhatikan agar alur cerita dapat tersampaikan secara mulus dan menarik. Produksi ditutup dengan proses *rendering* untuk menggabungkan seluruh komponen animasi menjadi video utuh dalam format digital.

C. Pasca Produksi

Tahap pascaproduksi merupakan fase akhir sekaligus penentu kualitas keseluruhan karya sebelum disajikan kepada audiens. Pada tahap ini, proses penyempurnaan dilakukan baik dari segi audio maupun visual untuk memastikan pesan yang ingin disampaikan dapat tersampaikan secara utuh, jelas, dan menarik. Proses pascaproduksi diawali dengan perekaman suara tokoh dan narator berdasarkan naskah yang telah disusun. Penulis turut berperan aktif dalam sesi ini, baik sebagai

pengisi suara untuk karakter pendukung maupun sebagai pengawas penyetaraan intonasi dan ekspresi vokal dengan mimik visual karakter dalam animasi. Setelah suara direkam, audio diedit dan disesuaikan secara presisi terhadap gerakan bibir dan ekspresi wajah karakter menggunakan teknik *lip-sync*. Sinkronisasi ini bertujuan untuk menjaga kesinambungan antara pesan yang diucapkan dan ekspresi yang ditampilkan di layar, agar pengalaman menonton terasa lebih imersif dan natural. Penambahan efek suara (*sound effect*) dan musik latar juga dilakukan untuk memperkuat suasana emosional dalam animasi—seperti menciptakan nuansa tegang, haru, atau hangat di momen-momen tertentu. Pemilihan musik dan efek disesuaikan dengan alur cerita agar mampu meningkatkan daya tarik sekaligus memperkuat pesan edukatif yang dibawakan.

Selanjutnya, subtitle ditambahkan sebagai bentuk peningkatan aksesibilitas, khususnya bagi penonton yang memiliki keterbatasan pendengaran atau menonton tanpa audio. Penulis secara langsung mengatur posisi dan durasi tampilan subtitle agar tidak mengganggu elemen visual utama, namun tetap mudah dibaca dan fungsional. Penempatan subtitle juga mempertimbangkan kontras warna, timing, dan panjang kalimat, sehingga tetap nyaman ditonton dan tidak mengalihkan fokus penonton dari cerita utama.

Sebagai bentuk validasi terhadap hasil karya, dilakukan uji coba informal kepada lima siswa kelas 12 SMA di SMAN 24 Bandung. Pemilihan peserta uji coba didasarkan pada kesesuaian usia dan karakteristik target audiens, yakni remaja berusia 16–18 tahun yang menjadi kelompok sasaran utama pesan dalam animasi ini. Uji coba dilakukan dalam bentuk pemutaran karya di lingkungan sekolah dengan pendampingan ringan dari penulis, disertai pemberian lembar respons sederhana yang berisi pertanyaan terbuka dan tertutup mengenai pemahaman isi, daya tarik visual, kenyamanan audio, serta pesan moral yang diterima (gambar 2 -gambar 5).



Gambar 2. Penunjukan Hasil Karya



Gambar 3. Penunjukan Hasil Karya



Gambar 4. Penunjukan Hasil Karya



Gambar 5. Penunjukan Hasil Karya

Berdasarkan Tabel 1 hasil uji coba informal terhadap lima siswi kelas 12 di SMAN 24 Bandung, diperoleh respons yang secara umum menunjukkan bahwa animasi *Produk Aman, Kulit Nyaman* berhasil menyampaikan pesan edukatif secara jelas dan mudah dimengerti. Para responden menyatakan bahwa tema yang diangkat terasa dekat dengan kehidupan sehari-hari remaja, sehingga membuat mereka lebih terhubung secara emosional dengan alur cerita yang disajikan. Visualisasi karakter dinilai menarik, serta penyampaian cerita dinilai efektif dalam menggambarkan risiko penggunaan produk *skincare* ilegal secara naratif dan visual.

Tabel 1. Hasil Validasi Siswi Kelas 12 SMAN 24 Kota Bandung

Hasil Validasi			
No	Inisial Siswi	Respons	Pemahaman
1.	D. A. N	Bagus, karakternya lucu	Dapat mudah dipahami pesan tentang <i>skincare</i> yang berbahaya
2.	R. P. B	Seru nontonnya	Menyadari pentingnya memilih produk kecantikan yang tidak hanya viral
3.	R. A	Banyak infonya	Mengetahui cara mengecek suatu produk lewat web BPOM
4.	S. K.	Keren	Kewaspadaan dalam memilih produk
5.	A. S. A	Menarik, tapi agak panjang dikit	Memahami dampak jangka panjang dari zat berbahaya

Namun demikian, terdapat beberapa masukan dari segi teknis. Beberapa responden menyampaikan bahwa ukuran teks subtitle terlalu kecil, sehingga sulit dibaca pada layar ponsel.

Selain itu, volume suara karakter dinilai kurang terdengar jelas pada beberapa bagian, serta durasi keseluruhan animasi dinilai terlalu panjang dan menyebabkan fokus mulai menurun menjelang akhir cerita. Menanggapi masukan tersebut, penulis bersama tim produksi melakukan beberapa bentuk penyempurnaan. Subtitle diperbesar dan diposisikan ulang agar lebih mudah dibaca tanpa mengganggu tampilan visual utama. Audio direkam ulang untuk meningkatkan kejernihan suara, serta dilakukan penyesuaian *mixing* agar setiap dialog terdengar seimbang. Selain itu, durasi animasi juga dipangkas dari semula 5 menit 14 detik menjadi 4 menit 4 detik, dengan cara menghilangkan adegan-adegan yang kurang esensial namun tetap menjaga kesinambungan narasi.

Langkah evaluasi ini menjadi bagian penting dari tahap pascaproduksi karena memungkinkan karya diuji langsung kepada audiens sasaran dan diperbaiki berdasarkan umpan balik yang nyata. Dengan dilakukannya revisi berdasarkan validasi tersebut, animasi ini tidak hanya mengalami peningkatan dari segi teknis, tetapi juga lebih optimal dalam menyampaikan pesan edukatif yang dituju. Validasi informal ini sekaligus memperkuat bahwa pendekatan produksi berbasis audiens memiliki peran signifikan dalam memastikan efektivitas komunikasi visual.

IV. KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini membuktikan bahwa media animasi edukatif dapat menjadi sarana komunikasi visual yang efektif dalam menyampaikan informasi kesehatan kepada remaja, khususnya mengenai bahaya penggunaan produk kecantikan ilegal yang tidak terdaftar di BPOM. Melalui penciptaan karya animasi *Produk Aman, Kulit Nyaman* yang menggunakan pendekatan narasi non-linear, pesan edukatif berhasil dikemas secara menarik, emosional, dan mudah dipahami oleh audiens sasaran. Validasi informal yang dilakukan kepada lima siswi kelas 12 di SMAN 24 Bandung menunjukkan bahwa animasi ini mampu meningkatkan pemahaman serta kesadaran mereka terhadap pentingnya memilih produk skincare yang aman dan terverifikasi. Hasil ini menegaskan bahwa pendekatan visual berbasis storytelling memiliki potensi besar untuk dimanfaatkan dalam kegiatan edukatif berbasis masyarakat, khususnya di kalangan remaja. Ke depannya, kegiatan PKM ini direncanakan akan dikembangkan melalui penyusunan seri animasi lanjutan dengan topik seputar keamanan produk kosmetik dan literasi konsumen, distribusi konten melalui platform digital seperti YouTube dan media sosial, serta kerja sama dengan sekolah-sekolah untuk pelatihan literasi produk dan integrasi media animasi sebagai bahan ajar di lingkungan pendidikan formal.

DAFTAR PUSTAKA

- Ameliani, P., Iskandar, H., & Wardana, D. J. (2022). Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Produk Kosmetik yang Tidak Terdaftar BPOM. *AL-MANHAJ: Jurnal Hukum Dan Pranata Sosial Islam*, 4(2), 653–660. <https://doi.org/10.37680/almanhaj.v4i2.2062>
- AntaraNews. (2023). *BPOM Gorontalo terima laporan korban produk pemutih*. <https://www.antaraneews.com/berita/3995439/bpom-gorontalo-terima-laporan-korban-produk-pemutih>
- Aryantini, N. P. D., & Dewi, N. K. R. K. (2024). *EFEKTIVITAS PERANAN BPOM DALAM PENGAWASAN PEREDARAN KOSMETIK ILEGALDI KOTA DENPASAR*. 1719–1736. <https://doi.org/10.36733/jhm.v1i2>
- BBCNewsIndonesia. (2023). *Kosmetik ilegal mengandung merkuri, mengapa susah diberantas?* <https://www.bbc.com/indonesia/articles/cy5kkw9edd0o>
- BPOM. (2024). *Bahaya tersembunyi di balik produk kosmetik dekoratif ilegal. Direktorat Intelijen Obat dan Makanan BPOM*. <https://intelijen.pom.go.id/hot-issue/bahaya-tersembunyi-di-balik-produk-kosmetik-dekoratif-ilegal>
- DetikHealth. (2025). *Pengakuan korban kosmetik abal-abal alami masalah ginjal usai pakai produk ini*. <https://health.detik.com/berita-detikhealth/d-7820266/pengakuan-korban-kosmetik-abal-abal-alami-masalah-ginjal-usai-pakai-produk-ini>
- Fadhilah, A. N., Simanjuntak, B. Y., & Haya, M. (2022). Kajian Literatur: Studi Intervensi Media Edukasi Visual dan Audiovisual terhadap Peningkatan Pengetahuan Remaja tentang Anemia di Negara Berkembang. *Amerta Nutrition*, 6(1), 91. <https://doi.org/10.20473/amnt.v6i1.2022.91-99>
- Faja, G. S., & Yasa, N. M. (2020). Animasi Tata Cara Penyelamatan Bencana Gempa Bumi Untuk Anak - Anak. *Jurnal SASAK : Desain Visual Dan Komunikasi*, 2(1), 33–42. <https://doi.org/10.30812/sasak.v2i1.748>
- Far-Far, G., Ima, W., Pusparani, R., & Uraliy, G. (2024). Sosialisasi dan Pelatihan Media Pembelajaran Berbasis Information and Communication Technology Bagi Guru Sejarah SMA/MA Se-Kecamatan Kairatu. *Kontribusi: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 194–205. <https://doi.org/10.53624/kontribusi.v4i2.297>
- Febriani, N., & Aunillah, R. (2024). Implementasi Penggunaan Media Audiovisual Sebagai Sarana Pembelajaran Produksi Konten Video Tiktok Kecamatan Jatigede. *Jurnal Cipta Media Harmoni*, 4(2), 324–338. <https://doi.org/10.53624/kontribusi.v4i2.397>
- Khotimah, L. H., S, J., & Indrawati, S. (2023). Peningkatan Hasil Belajar Melalui Video Kontekstual Pada Peserta Didik Kelas 5 SD. *Kontribusi: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 57–66. <https://doi.org/10.53624/kontribusi.v4i1.271>
- Kompas.com. (2025). *BPOM Sebut 5 Kosmetik Ilegal Paling Banyak di Marketplace*.
- Kompas.tv. (2025). *BPOM Temukan 91 Kosmetik Impor Ilegal di Marketplace, Ada Bahan Berbahaya hingga Kedaluwarsa*. <https://www.kompas.tv/lifestyle/575633/bpom-temukan-91-kosmetik-impor-ilegal-di-marketplace-ada-bahan-berbahaya-hingga-kedaluwarsa>
- Machmudi, M. I. Al. (2025). *Perilaku Konsumen Kini Ingin Serba Instan*. <https://mediaindonesia.com/humaniora/745964/perilaku-konsumen-kini-ingin-serba-instan>
- Maskhuriyah, D. El, Juniarso, T., & Hanindita, A. W. (2024). *PENGARUH MEDIA PEMBELAJARAN VIDEO ANIMASI TERHADAPPEMAHAMAN KONSEP IPAS SISWA KELAS V. 8*(September), 706–715. <https://doi.org/10.24114/js.v8i4.62548>
- Muasih, M. (2020). Layanan Konseling Behavioral dengan Teknik Self-Management untuk Mereduksi Perilaku Mencontek Siswa Kelas XI SMA Negeri 1 Kepohbaru

- Bojonegoro. *Kontribusi: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 22–33. <https://doi.org/10.53624/kontribusi.v1i1.8>
- Pitaloka, R. I. K., & Burhanuddin, Hamam; Fauziah, Lana; Lugastara, Rahmatul; Aminah, S. (2025). *Edukasi pemilihan kosmetik yang aman dan cara cek kosmetik terdaftar bpom*. 3(1), 82–86. <https://doi.org/10.36728/scsej.v3i1.73>
- Prasetyo, S. P., & Gunadi, A. (2024). *Rewang Rencang : Jurnal Hukum Lex Generalis. Vol.5. No.8 (Agustus 2024) Tema/Edisi : Hukum Pemerintahan (Bulan Kedelapan)* <https://jhlrg.rewangrencang.com/>. 5(8), 1–15. <https://doi.org/10.31004/basicedu.v6i6.3287>
- Ramadhani, Amalia; Saleh, Haeruddin; Nur, I. (2025). *Strategi Pemasaran Media Produk Dan Brand Skincare D ' SARS Sebagai Produk Aman Pada BPOM Di Sulawesi Selatan*. 3(1), 8–12. <https://doi.org/10.56326/jebd.v3i1.2663>
- Santoso, A. M., Hanggara, G. S., Afandi, Z., Mujiwati, E. S., Budiono, H., Primandiri, P. R., Setyowidodo, I., Nurfahrudianto, A., Irmayanti, E., Aizah, S., Darmawan, E., Ristanto, R. H., Siswati, B. H., Amin, M., Puspitasari, Y., & Julianto, T. (2021). Penerapan Video Edukasi untuk Meningkatkan Pemahaman Penggunaan Ramuan Herbal Selama Pandemi Covid-19 bagi Kelompok Remaja Kecamatan Loceret Kabupaten Nganjuk. *Kontribusi: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 126–137. <https://doi.org/10.53624/kontribusi.v1i2.34>
- Siregar, Z., Mukhlis, M., & Asnidar. (2023). *THE USE OF AUDIO-VISUAL MEDIA TO INCREASE STUDENTS ' INTEREST IN*. 1, 91–98. <https://journal.uir.ac.id/index.php/jpp/article/view/18492>
- Tabina, M. H. C. T., Mubarak, A. I., Sari, I. M., Nabela, Y. A., Fakhriyah, F., & Fajrie, N. (2024). View of Analisis Media Pembelajaran Interaktif Dalam Minat Belajar Siswa Kelas 5 SD 03 Tergo. *Jurnal Cendekia Ilmiah*, 3(5), 2493–2502. <https://doi.org/10.56799/jceki.v3i5.4219>
- Wardiah, D. (2017). *PERAN STORYTELLING DALAM MENINGKATKAN KEMAMPUAN MENULIS, MINAT MEMBACA DAN KECERDASAN EMOSIONAL SISWA*. 15(2), 1–23. <https://doi.org/10.31851/wahanadidaktika.v15i2.1236>
- Wedayanti, N. K. A. S., & Utami, P. D. Y. (2023). Perlindungan Hukum bagi Konsumen Produk Kosmetik yang Tidak Terdaftar dalam BPOM. *Jurnal Kertha Semmaya*, 12(1), 3176–3286.