

DESAIN KARAKTER SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI VISUAL UNTUK EDUKASI KESEHATAN MATA ANAK TERHADAP PENGGUNAAN GADGET

Amalia Khasanah¹, Aileena Solicitor Costa Rica El Chiddian², Aninditya Daniar³
^{1,2,3}Desain Komunikasi Visual, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
e-mail: amaliakhasanah1@gmail.com¹, aileena.dkv@upnjatim.ac.id²,
aninditya.daniar.dkv@upnjatim.ac.id³

INFO ARTIKEL

Riwayat Artikel :

Diterima : 10 April 2026

Disetujui : 19 Juli 2026

Kata Kunci :

desain karakter, komunikasi visual,
kesehatan mata, anak usia dini,
gadget.

ABSTRAK

Kebiasaan menatap layar gadget dalam durasi yang lama dapat menimbulkan gangguan pada kesehatan mata, seperti mata lelah, mata kering, hingga risiko miopia sejak dini. Penelitian ini bertujuan untuk merancang desain karakter sebagai media komunikasi visual dalam menyampaikan edukasi kesehatan mata kepada anak usia dini. Metode yang digunakan adalah pendekatan deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, kuesioner, wawancara, dan studi literatur. Hasil perancangan berupa tiga desain karakter utama, yaitu Aksi, Ema, dan dr. Lensa. Perancangan ini menunjukkan bahwa pendekatan visual melalui desain karakter yang dekat dengan dunia anak dapat membantu menyampaikan pesan edukasi yang menarik, komunikatif, dan mudah dipahami.

ARTICLE INFO

Article History :

Received : 10 April 2026

Accepted : 19 July 2026

Keywords:

character design, visual
communication, eye health, early
childhood, gadget

ABSTRACT

The habit of staring at gadget screens for long periods can cause eye health problems, such as eye fatigue, dry eyes, and the risk of early myopia. This study aims to design character designs as a visual communication medium in conveying eye health education to early childhood. The method used is a qualitative descriptive approach with data collection techniques, through observation, questionnaires, interviews, and literature studies. The design result in three main character designs, namely Aksi, Ema, and dr. Lensa. This design shows that a visual approach through character designs that are close to the world of children can help convey educational messages that are interesting, communicative, and easy to understand.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi memberikan kemudahan dalam kehidupan sehari-hari, termasuk pada anak-anak yang saat ini sudah terbiasa dengan penggunaan gadget (Marpaung, 2018). Menurut KBBI, gadget diartikan sebagai suatu perangkat elektronik yang memiliki fungsi praktis. Umumnya gadget digunakan sebagai media komunikasi, dengan seiring perkembangan zaman fungsinya berkembang menjadi sarana hiburan dan media pembelajaran. Perubahan ini mempengaruhi pola tumbuh kembang anak, interaksi dengan media digital mulai terjadi sejak usia dini. Anak-anak yang sebelumnya lebih banyak melakukan aktivitas fisik dan eksplorasi lingkungan, dengan adanya perkembangan teknologi saat ini menjadi semakin akrab dengan gadget dalam kehidupan sehari-hari. Kondisi ini memerlukan perhatian khusus agar tidak berdampak negative pada perkembangan anak.

Kementrian Komunikasi dan Digital (KOMDIGI) mengungkapkan, data terbaru dari Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2024, menyebutkan bahwa 39,71% anak usia dini di Indonesia telah menggunakan gadget, sementara 35,57% lainnya sudah mengakses internet. Berdasarkan kelompok usianya, terdapat 5,88% anak di bawah usia 1 tahun yang sudah menggunakan gadget dan 4,33% anak di bawah usia yang mengakses internet pada tahun 2024. Kemudian terdapat 37,02% anak usia 1-4 tahun dan 58,25% anak usia 5-6 tahun yang menggunakan gadget, sedangkan 33,80% anak usia 1-4 tahun dan 51,19% yang berusia 5-9 tahun tercatat telah mengakses internet. Angka ini menjadi perhatian penting terkait penggunaan gadget pada anak usia dini, terutama dalam perilaku anak usia dini di Indonesia sudah terbiasa menggunakan gadget dan mengakses internet. Penggunaan gadget yang berlebihan pada anak dapat menimbulkan berbagai dampak terhadap kesehatan, salah satunya adalah pada kesehatan mata.

Mata merupakan salah satu indera yang memiliki peran penting bagi manusia karena melalui penglihatan manusia dapat memperoleh informasi visual yang diperlukan untuk melakukan berbagai aktivitas (Reyhan et al., n.d.). Paparan layar pada gadget yang terlalu lama membuat mata akan bekerja lebih keras, sehingga dapat meningkatkan risiko munculnya gangguan penglihatan (Sefianti et al., 2023). Di Indonesia, sebanyak 3,6 juta anak tercatat mengalami kelainan refraksi dan jumlah ini berpotensi terus meningkat. Telah dilaksanakan deteksi dini pada anak di 13 sekolah di Kabupaten Lombok, Provinsi NTB. Dan hasilnya sebanyak 496 anak melakukan pemeriksaan, 112 diantaranya positif mengalami kelainan refraksi. Data ini dikutip dari laman (Kemenkes RI) dan telah ditinjau oleh dr. Siti Nadia Tarmizi, M.Epid. pada tahun 2024. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi intensitas penggunaan gadget pada anak, maka semakin tinggi risiko terjadinya gangguan mata.

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner kepada 102 responden, diketahui bahwa 95,1% anak usia dini menggunakan gadget setiap hari, dengan 81,4% bahkan melebihi 4 jam per hari. Data ini menunjukkan bahwa sebagian besar anak telah melebihi batas waktu penggunaan gadget yang telah direkomendasikan oleh WHO, yaitu maksimal 1 jam per hari. Hasil wawancara yang dilakukan kepada orang tua yang memiliki anak aktif menggunakan gadget, mengaku bahwa gadget sering kali dimanfaatkan sebagai sarana menenangkan anak ketika orang tua sedang sibuk agar anak tidak rewel. Selain itu, wawancara yang dilakukan dengan tenaga kesehatan di Puskesmas Porong menunjukkan adanya peningkatan kasus gangguan mata pada anak, seperti iritasi dan miopia yang disebabkan oleh kebiasaan buruk menggunakan gadget dalam durasi yang lama. Namun, upaya edukasi yang dilakukan oleh tenaga kesehatan masih bersifat konvensional dan belum memanfaatkan media visual yang menarik.

Media komunikasi visual merupakan sarana yang digunakan untuk menyampaikan suatu pesan atau informasi kepada masyarakat melalui media visual yang dapat ditangkap oleh indera penglihatan (Shane Sapmayada, 2024). Sebagai media penyampaian pesan, sebuah karakter perlu dirancang secara matang, baik dari segi visual maupun dari kepribadian karakter yang ditampilkan (Riyadi et al., 2016). Perancangan ini berfokus pada penggunaan desain karakter sebagai media komunikasi visual dalam edukasi kesehatan mata anak. Hasil desain karakter akan diimplementasikan pada media edukasi yang informatif, sehingga dapat membantu anak dan orang tua dalam memahami pentingnya menjaga kesehatan mata serta mengatur penggunaan gadget dengan lebih bijak dalam kehidupan sehari-hari (Aaqilah & Setyowulan, 2025).

2. METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Metode kualitatif merupakan pendekatan penelitian yang berlandaskan pada filsafat tertentu dan digunakan untuk mengkaji suatu objek dalam kondisi yang alamiah, dengan peneliti berperan sebagai instrumen utama dalam penelitian (Dr. SUGIONO, 2019). Metode ini digunakan untuk menganalisis fenomena penggunaan gadget pada mata anak serta dampaknya terhadap kesehatan mata, sebagai dasar dalam perancangan desain karakter untuk media edukasi.

2.1 TEKNIK PENGUMPULAN DATA

a. Observasi

Proses observasi dilakukan dengan pengamatan secara langsung di tempat-tempat umum dan di lingkungan rumah untuk mengetahui intensitas penggunaan gadget dalam aktivitas anak sehari-hari. Tujuannya untuk memperoleh data faktual di lapangan mengenai perilaku dan kebiasaan anak usia dini dalam menggunakan gadget, serta kondisi lingkungan sekitar yang mempengaruhi cara berinteraksi anak terhadap perangkat digital.

b. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan pihak tenaga kesehatan di Puskesmas Porong sebagai *stakeholder* yang berperan penting dalam perancangan kampanye edukasi ini. Narasumber dari wawancara ini adalah Ibu Badriyah Murdhia, A.Md.Kep, seorang perawat yang bertanggung jawab dalam pelaksanaan Program Indera, kegiatan penyuluhan Usaha Kesehatan Sekolah (UKS) dan posyandu di wilayah Puskesmas Porong. Selain itu, wawancara juga dilakukan bersama target *audiens* yaitu orang tua yang memiliki anak usia 5-10 tahun yang aktif menggunakan gadget.

c. Kuesioner

Kuesioner disebarkan melalui *Google Forms* yang ditujukan kepada responden dengan rentang usia 25-45 tahun (orang tua) baik laki-laki maupun perempuan, yang memiliki anak usia 5-10 tahun. Kuesioner ini dilakukan bertujuan untuk memahami secara langsung persepsi, perilaku, serta kesadaran masyarakat terhadap isu kesehatan mata akibat kebiasaan penggunaan gadget berlebih pada anak usia dini.

d. Studi Literatur

Studi literatur dilakukan untuk memperoleh landasan teori yang relevan dengan isu penggunaan gadget pada anak usia dini dan dampaknya terhadap kesehatan mata. Mencakup pengumpulan data dari berbagai sumber, seperti buku, jurnal ilmiah, dan referensi dari penelitian yang sudah ada sebelumnya.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Konsep Visual

1. Gaya Visual

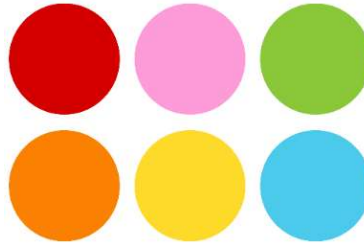


Gambar 1. Acuan Gaya Visual
[Sumber: <https://pin.it/202GtLOCP>]

Gaya ilustrasi yang digunakan yaitu gaya ilustrasi kartun dengan visual yang *playful*. Ciri utama dari gaya ilustrasi ini terlihat pada penggunaan bentuk bulat yang memberikan kesan ramah anak, *fun*, dan tidak kaku (Shane Sapmayada, 2024). Warna yang digunakan cenderung

cerah dan beragam yang mampu menarik perhatian anak. Ekspresi karakter dirancang dengan visual mata besar, memperkuat pesan edukasi pentingnya menjaga mata agar tetap sehat.

2. Warna



Gambar 2. *Color Palette*
[Sumber: Dokumen pribadi]

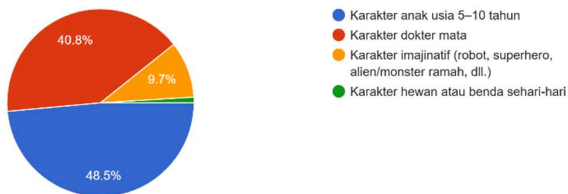
Warna-warna yang digunakan mengarah pada warna palet yang cerah, hangat, dan menghidupkan suasana, seperti warna merah, oranye, pink, kuning, hijau, dan biru. Kombinasi warna ini dipilih untuk menciptakan suasana edukasi yang ceria dan tidak membosankan.

- Warna biru dan hijau
Sebagai simbol ketenangan dan kesehatan mata, warna ini memberikan kesan nyaman secara visual dan mempresentasikan kondisi mata yang sehat.
- Warna merah, kuning, dan oranye
Memberikan kesan ceria, aktif, dan energik yang sesuai dengan karakteristik anak yang penuh dengan rasa ingin tahu yang tinggi.
- Warna pink
Mencerminkan rasa hangat, lembut dan penuh kasih, yang menciptakan rasa aman dan nyaman, sehingga anak menerima edukasi secara lebih mudah tanpa merasa terpaksa.

3.2 Acuan Desain Karakter

Berdasarkan hasil kuesioner, sebanyak 48,5% responden orang tua memilih karakter anak usia 5-10 tahun dan 40,8% memilih karakter dokter mata sebagai representasi visual. Karakter tersebut dinilai cocok untuk digunakan dalam edukasi kesehatan mata anak.

Menurut Anda, karakter seperti apa yang cocok dijadikan karakter edukasi kesehatan mata anak?
102 responses



Gambar 3. Kuesioner Pemilihan Jenis Karakter
[Sumber: Dokumen pribadi]

1. Anak Usia 5-10 Tahun



Gambar 4. Acuan Karakter Anak
[Sumber: Dokumen pribadi]

Karakter anak pada edukasi kesehatan mata dalam kampanye AKSI GEMAS (Aktivitas Kreatif Generasi Mata Sehat), dirancang berdasarkan target usia 5-10 tahun dengan memiliki sifat yang aktif dan ceria. Terdapat dua karakter utama yaitu “Aksi” sebagai anak laki-laki dan “Ema” sebagai anak Perempuan. Nama Aksi dan Ema ini diambil dari nama kampanye “AKSI GEMAS” itu sendiri.

a. Karakter Aksi

Digambarkan sebagai seorang anak laki-laki yang aktif, suka bermain, dan selalu memiliki ide-ide aktivitas seru dengan mengajak teman-temannya untuk bermain tanpa gadget.

b. Karakter Ema

Ema divisualisasikan menggunakan kacamata sebagai pesan edukasi bahwa penggunaan gadget berlebihan dapat menyebabkan gangguan mata yang berpotensi membuat anak harus menggunakan kacamata. Oleh karena itu, Ema hadir sebagai anak yang selalu mengingatkan teman-temannya untuk menjaga kesehatan mata.

2. Dokter Mata



Gambar 5. Acuan Karakter Dokter Mata
[Sumber: <https://halodoc.onelink.me/g7yv/krkhwbmb>]

Karakter dokter mata ini terinspirasi dari tenaga medis professional, dr. Cynthia Dewi M., M.Biomed., Sp.M, sebagai sumber informasi yang berpengalaman, dapat dipercaya dan edukatif dalam menyampaikan pesan edukasi kesehatan mata. Karakter ini memiliki nama dr. Lensa, diambil dari istilah lensa mata. Dr. Lensa digambarkan memiliki sifat yang ramah, sabar, dan memiliki karakteristik cerdas dan professional sebagai seorang dokter.

3.3 Alternatif Desain Karakter

1. Sketsa Karakter

Tabel 1. Sketsa Karakter

Alternatif 1	Alternatif 2	Alternatif 3
		

Proses sketsa merupakan tahap awal dalam perancangan desain karakter edukasi kesehatan mata anak. Pada tahap ini terdapat tiga alternatif desain karakter dengan ciri khas visual yang berbeda. Setiap karakter dibedakan melalui bentuk mata dan proporsi tubuh. Pada sketsa alternatif 1, bentuk mata di desain bulat sempurna yang mempresentasikan mata sehat, dengan bentuk tubuh cenderung segitiga yang memberikan siluet yang unik dan mudah diingat. Sketsa alternatif 2, bentuk wajah dibuat lebih bulat dengan mata besar dan terbuka untuk menonjolkan kesan ekspresif dan ceria. Proporsi tangan dibuat sedikit lebihh besar dari tubuh untuk memperkuat kesan aktif pada karakter. Pada sketsa alternatif 3, karakter memiliki bentuk tubuh yang lebih ramping dan tinggi, dengan ekspresi mata tersenyum serta kantung mata yang mengarah ke atas, sehingga memberikan kesan ramah bagi anak.

2. Komprehensif Desain

Tabel 1. Komprehensif Desain Karakter

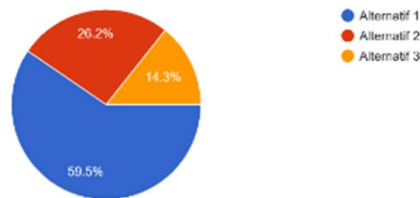
Alternatif 1	Alternatif 2	Alternatif 3
		

Setelah proses sketsa, dilanjutkan pada tahap pewarnaan (*coloring*) desain karakter. Warna yang digunakan sesuai dengan warna-warna pada *color pallete* yang telah ditentukan sebelumnya. Karakter dr. Lensa mengenakan jas berwarna putih sebagai identitas profesi yang diperkuat dengan atribut stetoskop. Sementara itu, karakter Aksi dan Ema didesain mengenakan pakaian yang serupa karena diceritakan sebagai kakak beradik. Penggunaan baju *jumpsuit* dipilih untuk memberikan kesan lucu dan menjadi ciri khas desain karakter kampanye edukasi “AKSI GEMAS” yang mudah diingat oleh anak-anak. Pada tahap pewarnaan, perbedaan antar alternatif terletak pada penggunaan *line art*. Alternatif 1 menggunakan garis tipis dengan warna yang menyesuaikan elemen visual, alternatif 2 menggunakan *line art* berwarna hitam yang sedikit lebih tebal (*bold*), sedangkan alternatif 3 tidak menggunakan *line art* sehingga menghasilkan tampilan yang lebih *soft*.

3. Final Desain

Setelah tiga alternatif desain selesai dibuat, selanjutnya adalah melakukan validasi desain melalui penyebaran kuesioner kepada target *audiens*. Tujuan dari tahap ini adalah untuk mengetahui kesesuaian desain dengan karakteristik *audiens* serta efektivitas dalam media edukasi. Proses pemilihan karakter ini melibatkan anak usia 5-10 tahun yang didampingi oleh orang tua saat mengisi kuesioner. Anak-anak diminta untuk memilih satu dari tiga alternatif desain karakter yang ada.

Terdapat 3 karakter utama yaitu: Dr. Lensa Seorang dokter mata yang ramah dan siap berbagi tips seru tentang cara menjaga kesehatan mata sejak ...tan mata. Desain Karakter Kampanye AKSI GEMAS
42 responses



Gambar 6. Kuesioner Pemilihan Desain Karakter
[Sumber: Dokumen pribadi]

Berdasarkan hasil kuesioner dari 42 responden, alternatif 1 menjadi pilihan terbanyak dengan presentase 59,5%, diikuti alternatif 2 sebesar 26,2%, dan alternatif 3 sebesar 14,3%. Maka dapat disimpulkan bahwa desain dengan presentase tertinggi yang dipilih sebagai karakter utama dalam edukasi kesehatan mata anak usia dini.



Gambar 6. Desain Karakter Terpilih
[Sumber: Dokumen pribadi]

3.4 Implementasi Desain



Gambar 7. Implementasi pada Media Brosur
[Sumber: Dokumen pribadi]



Gambar 8. Implementasi pada Media X-Banner
[Sumber: Dokumen pribadi]



Gambar 9. Implementasi pada Media Sosial
[Sumber: Dokumen pribadi]

4. PENUTUP

4.1. Kesimpulan

Perancangan desain karakter sebagai media komunikasi visual dalam edukasi kesehatan mata anak bertujuan untuk menyampaikan pesan secara menarik dan mudah dipahami oleh anak usia dini. Berdasarkan hasil observasi, kuesioner, dan studi literatur, penggunaan karakter dengan visual yang menarik, warna cerah, dan ekspresi yang ceria mampu meningkatkan ketertarikan anak terhadap materi edukasi. Melalui karakter Aksi, Ema, dan dr. Lensa ini pesan mengenai dampak penggunaan gadget terhadap kesehatan mata anak dapat disampaikan dengan lebih dekat secara emosional dan menyenangkan.

4.2. Saran

Hasil perancangan menunjukkan bahwa desain karakter yang sesuai dengan karakteristik anak usia dini dapat membantu meningkatkan pemahaman dan kesadaran anak dalam menjaga kesehatan mata. Dengan demikian, desain ini diharapkan mampu menjadi media edukasi yang efektif serta mendukung peran orang tua dalam mendampingi anak menggunakan gadget secara bijak.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Aaqilah, F. S., & Setyowulan, A. (2025). Strategi Visual Desain Karakter Dalam Media Pembelajaran Interaktif Anak Usia Dini (4-6 Tahun). *Edu Aksara: Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan*, 4(1).
- Dr. SUGIONO. (2019). METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R & D. *Sustainability (Switzerland)*, 11(1).
- Kemkes RI. (2024, 13 Oktober). Sayangi Mata Anak Sedari Dini untuk Investasi Masa Depan. Diakses dari <https://kemkes.go.id/id/sayangi-mata-anak-sedari-dini-untuk-investasi-masa-depan>
- KOMDIGI. (2025, 25 Februari). Komitmen Pemerintah Melindungi Anak di Ruang Digital. Diakses dari <https://www.komdigi.go.id/berita/artikel/detail/komitmen-pemerintah-melindungi-anak-di-ruang-digital>
- Marpaung, J. (2018). PENGARUH PENGGUNAAN GADGET DALAM KEHIDUPAN. *KOPASTA: Jurnal Program Studi Bimbingan Konseling*, 5(2). <https://doi.org/10.33373/kop.v5i2.1521>
- Reyhan, M., Suardi, M., Ds, S., Sn, M., & Usman, R. (n.d.). PERANCANGAN AMBIENT MEDIA TENTANG KAMPANYE JAGA KESEHATAN PADA ANAK USIA DINI. In *Journal of Visual And Communication And Humanities*. JVCH. Retrieved <https://jvch.journal-icesb.org/index.php/home/index>
- Riyadi, T., Ardiyan, A., & Wijayanti, V. (2016). Character Design to Support Socialization of The Urban Forest Existence in Jakarta. *Humaniora*, 7(3). <https://doi.org/10.21512/humaniora.v7i3.3591>
- Sefianti, A. V., Hawa, A. M., & Blagov, A. (2023). Strategi Menjaga Kesehatan Mata Anak SD Di Era Digital. <http://jurnal.unw.ac.id/index.php/janacitta>
- Shane Sapmayada, A. (2024). MEMBANGUN NARASI VISUAL MELALUI DESAIN KARAKTER: STUDI KASUS KARAKTER IKONIK. *VisART Jurnal Seni Rupa & Desain*, (2).
- World Health Organization. (2019, 24 April). To Grow Up Healthy, Childern Need to Sit Less and Play more. Diakses dari <https://www.who.int/news/item/24-04-2019-to-grow-up-healthy-children-need-to-sit-less-and-play-more>