

PERANCANGAN FILM ANIMASI PENDEK 2D SEBAGAI MEDIA KAMPANYE PENANGANAN ANXIETY DISORDER

Gede Pasek Putra Adnyana Yasa¹, Kadek Ayu Satyasusmaya Narpaduhita², Dewa Gede Purwita³

^{1,2,3}Sekolah Tinggi Desain Bali, Denpasar

e-mail : pasekputra@std-bali.ac.id¹, satyasusmaya@gmail.com², dewagdepurwita@std-bali.ac.id³

Received : Januari, 2018

Accepted : Mei, 2018

Published : April, 2019

Abstract

More than 2 million cases of anxiety disorder occur in Indonesia every year. The term of anxiety disorder is not common in the community due to lack of campaign and socialisation. It will cause severe depression and even commit suicide if it is not treated properly. The purpose of this design is to campaign anxiety disorder's symptom into the community through some one point of view who experienced anxiety disorder before and providing solution to the patients through two dimension animation media. This design using the theory of principle of animation, cinematography theory, design theory, aesthetic theory, semiotic theory and campaign theory with qualitative research methods and produces animation media that supported by social media, poster, x-banner, booklet, tote bag, t-shirt, pin and journal book using a hand drawing & vector technique in custom digital art and infographic style. Media is made in accordance with the concept calm and educative. Calm concept applied through medium colour which is a blend colour of green and blue known as the colour of anxiety disorder awareness ribbon.

Keywords: 2D Animation, Campaign, Anxiety Disorder.

Abstrak

Anxiety disorder atau gangguan kecemasan tiap tahunnya terjadi lebih dari 2 juta kasus di Indonesia. Istilah *anxiety disorder* masih sangat awam dalam masyarakat karena kurangnya kampanye dan sosialisasi. *Anxiety disorder* jika tidak ditangani akan menyebabkan penderitanya mengalami depresi berat bahkan melakukan bunuh diri. Tujuan dari perancangan ini adalah mengkampanyekan gejala *anxiety disorder* pada masyarakat melalui sudut pandang seseorang yang mengalami gangguan kecemasan serta memberi motivasi/solusi bagi penderita gejala *anxiety disorder* melalui media animasi dua dimensi. Dalam perancangan ini menggunakan teori prinsip animasi, teori sinematografi, teori desain, teori estetika, teori semiotika, dan teori kampanye dengan metode penelitian kualitatif. Perancangan ini menghasilkan media animasi yang didukung dengan media sosial, poster, x-banner, buku saku/booklet, tote bag, t-shirt, pin, dan *journal book* dengan menggunakan gaya visual *custom digital art* dan *infographic* dengan teknik vektor dan *hand drawing*. Media dibuat sesuai dengan konsep yaitu *calm and education*, konsep *calm* diaplikasikan melalui media warna yaitu perpaduan hijau dan biru yang merupakan warna pita kesadaran *anxiety disorder*.

Kata Kunci: Animasi 2D, Kampanye, Anxiety Disorder.

1. PENDAHULUAN

Kecemasan merupakan perasaan atau reaksi yang normal sebagai pertanda akan bahaya yang mengancam. Namun kecemasan dianggap

tidak normal jika terjadi dalam situasi yang terjadi terus menerus, intensitas yang meningkat dan dapat mengganggu aktivitas sehari-hari atau disebut sebagai gangguan

kecemasan atau *anxiety disorder* [1]. Penyebab dari rasa cemas bergantung pada individu masing-masing seperti faktor genetik, pengalaman sosial, trauma, ketidakseimbangan hormon, hingga faktor psikologis diri. Gejala yang dialami biasanya merasa tidak nyaman atau aman terhadap sekitar, sesak nafas, timbul rasa mual, keringat yang berlebihan serta sakit kepala yang terasa tiba-tiba. Gangguan kecemasan ini tidak memandang umur, baik anak-anak hingga lansia bisa mengalaminya, namun seseorang yang menderita *anxiety* kebanyakan enggan membicarakan hal yang dialami, sehingga mereka menutup diri.

Anxiety disorder, meski dijelaskan sebagai penyakit gangguan kecemasan, ternyata masih awam dalam masyarakat Bali. Meskipun ada beberapa yang mengenal istilah ini, namun mereka menyikapinya dengan tidak terlalu serius dan menganggap remeh, padahal banyak penderita *anxiety* yang mengalami depresi berat hingga dapat berujung fatal. Hal tersebut dikarenakan kurangnya kesadaran masyarakat akan pentingnya penanganan gangguan *anxiety*. Penderita Gangguan kecemasan ini seringkali mendapatkan perlakuan yang salah dari masyarakat, seperti memberi label 'aneh' pada orang yang menderita *anxiety disorder* tanpa tahu sebabnya.

Media yang selama ini menjelaskan tentang *anxiety disorder* belum banyak ditemukan. Oleh sebab itu, penulis tertarik untuk mengangkat penanganan terhadap *anxiety disorder* dalam bentuk animasi dua dimensi. Animasi yang berupa audio visual memiliki daya tarik estetis dan pesan yang disampaikan akan dapat lebih mudah dipahami oleh *audience*. Hal ini sependapat dengan Yasa, [2] yang mengatakan bahwa animasi dapat merubah pola pikir penontonnya. Jika tidak mampu merubah pola pikir penontonnya sesuai pesan yang disampaikan maka dapat dikatakan bahwa animasi tersebut gagal. Selain itu, animasi memiliki nilai lebih untuk menyampaikan pesan. Hal ini dikarenakan animasi memiliki unsur-unsur komplit. Unsur komplit yang dimaksud adalah audio dan visual.

Sejak tahun 1950 animasi mulai menjadi bagian dari kebutuhan sekunder bagi remaja dan

khalayak umum di Indonesia [3]. Dengan perkembangan film animasi yang begitu pesat juga didukung dengan peralatan (komputer) yang sangat menunjang dalam pembuatan film animasi menyebabkan genre menjadi semakin menarik dan bervariasi. Animasi memiliki kemampuan untuk dapat memaparkan sesuatu yang rumit atau kompleks atau sulit untuk dijelaskan dengan hanya gambar atau kata-kata saja. Sementara Levitan dalam [4] berpendapat bahwa animasi mampu memproduksi bermacam-macam efek yang biasanya tidak bisa didapat dengan film gambar hidup atau nyata. Disamping itu juga, animasi mampu memberikan penontonnya visualisasi yang lebih imajinatif. Oleh karenanya dapat memberikan informasi dan pemahaman yang lebih mudah diterima. Animasi merupakan salah satu cara yang hebat untuk menyampaikan suatu pesan [5].

Dengan kemampuan ini maka animasi dapat digunakan untuk menjelaskan suatu materi yang secara nyata tidak dapat terlihat oleh mata melalui visualisasi. Salah satunya adalah perasaan yang ada di dalam diri manusia seperti *anxiety disorder* atau gangguan kecemasan pada sesuatu yang terkadang dianggap tidak wajar. Secara umum, animasi dibagi menjadi dua yaitu animasi 2D (dua dimensi) dan animasi 3D (tiga dimensi). Animasi dua dimensi (2D) adalah teknik pembuatan animasi dengan menggunakan gambar bersumbu (axis) dua yaitu X dan Y. Animasi ini dikenal dengan animasi manual yang prosesnya dimulai dengan menggambar diatas selembar kertas, kemudian *discan* dan dipindahkan kedalam komputer untuk diubah menjadi *file* digital [6].

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis menarik judul Perancangan Film Animasi Pendek 2D Sebagai Media Kampanye Penanganan *Anxiety Disorder*, dengan tujuan memperkenalkan gejala *anxiety disorder* pada masyarakat melalui sudut pandang seseorang yang mengalami gangguan kecemasan serta memberi motivasi/solusi bagi penderita gejala *anxiety disorder* melalui media animasi dua dimensi.

2. METODE PENELITIAN

Proses perancangan film animasi pendek 2D ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Metode pengumpulan data dilakukan dengan beberapa metode seperti observasi, wawancara, kepustakaan, kajian internet, dan kuisioner. Metode observasi meliputi kegiatan pencatatan secara sistematis atas kejadian perilaku, objek-objek yang dilihat dan hal-hal lain yang diperlukan untuk mendukung penelitian yang sedang dilakukan. Dalam hal ini, penulis melakukan penelitian di Poli Jiwa RS Wangaya, Denpasar. Wawancara dilakukan untuk mendapatkan data mengenai *anxiety disorder* di Bali. Wawancara dilakukan dengan tanya jawab secara langsung kepada psikolog atas nama Nena Mawar Sari, P.si. Wawancara secara tidak langsung juga dilakukan kepada seorang penulis buku Rashifa Killa dan beberapa remaja yang mengalami gejala *anxiety disorder*.

Metode kepustakaan dilakukan dengan menelusuri buku-buku, yang dalam hal ini buku dan data yang dicari berkaitan tentang pengertian dasar serta pengertian animasi 2D, prinsip animasi, buku kesehatan mental serta psikiatri, dan ilustrasi. Fungsi metode ini guna lebih memperjelas secara teoritis ilmiah tentang kasus yang diambil dan juga untuk mencari pendekatan guna mencari pemecahan masalah. Selanjutnya metode kajian internet yaitu mencari data dari suatu situs yang memiliki lisensi dan memiliki data-data yang berkaitan dengan animasi dan kepribadian seseorang. Data yang didapatkan melalui kajian internet antara lain data mengenai pengertian, jenis, prinsip animasi, pengertian *anxiety disorder*, data penderita serta penanganan terhadap *anxiety disorder*. Metode penelitian yang digunakan terakhir adalah metode kuisioner. Metode kuisioner merupakan daftar pertanyaan yang digunakan untuk memperoleh data dari sumbernya secara langsung. Data diperoleh melalui komunikasi dengan mengajukan pertanyaan berstruktur dan baku kepada para responden.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil

Berdasarkan hasil riset kesehatan dasar tahun 2013 yang dilakukan Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, sekitar 6% dari jumlah penduduk Indonesia mengalami gangguan

kecemasan dan depresi yang mana sebagian besar dialami masyarakat dengan usia diatas 15 tahun. Dalam survey yang penulis lakukan melalui kuisioner *online*, sebanyak 50 orang yang merupakan masyarakat umum untuk mencari tahu apakah masyarakat khususnya di Bali mengenal istilah *anxiety disorder*. Sekitar 36 orang tidak mengetahui istilah *anxiety disorder* yang sebagian besar dikarenakan kurangnya sosialisasi tentang kesehatan mental dimasyarakat. Sedangkan responden yang mengenal istilah *anxiety disorder* sebanyak 14 orang, dimana internet menduduki peringkat tertinggi dalam memberikan informasi tentang gangguan kecemasan tersebut. Menurut psikolog Nena Mawar Sari, penyebab gangguan kecemasan ini belum ditemukan karena dapat muncul secara tiba-tiba, namun dapat dipicu oleh beberapa hal antara lain trauma masa lalu akan sesuatu, ketidakseimbangan hormon, rasa khawatir pada suatu objek. Gangguan kecemasan tidak boleh diabaikan dan perlu dukungan dari lingkungan sekitar penderitanya. Beliau berharap kedepannya masyarakat baik yang mengalami gangguan kecemasan maupun yang tidak dapat berperan aktif dalam penanganan kesehatan mental khususnya *anxiety disorder* serta adanya media pembelajaran yang dapat menyebarkan pesan atau informasi mengenai *anxiety disorder* yang menarik dan efektif.

3.2 Pembahasan

Target Segmentasi Pasar

Terkait dengan perancangan media kampanye sebagai penanganan *anxiety disorder* yang efektif dan menarik, maka target segmentasi pasar harus ditentukan terlebih dahulu. Target segmentasi pasar yang dimaksud meliputi: segmentasi demografis, geografis, psikografis, dan *behavior*. Dari segi demografis, target *audience* kampanye ini adalah masyarakat berumur 15 tahun hingga 45 tahun, hal itu dikarenakan usia 15 tahun ke atas rentan dengan gangguan kecemasan dan umur 40-45 tahun menduduki puncak tertinggi penderita *anxiety disorder* menurut *WHO Region 2015*. Selain itu, umur 15 tahun sudah lebih mengerti apa itu kesehatan mental dan diharapkan bisa menjelaskan gangguan kecemasan kepada umur dibawah mereka terutama anak-anak. Disamping itu, target dari film animasi ini adalah perempuan, hal tersebut dikarenakan *anxiety disorder* lebih sering dialami oleh

perempuan yang notabene memiliki karakteristik yang lebih sensitif dibandingkan pria.

Segmentasi geografis menggunakan lokasi sebagai variabel definisinya karena kebutuhan konsumen terkadang bervariasi berdasarkan dimana mereka tinggal. Selanjutnya dari segi psikografis, dimana target sasaran film animasi pendek 2D ini merupakan remaja serta dewasa yang mengalami atau menderita gangguan kecemasan dan ingin berpartisipasi atau mengetahui lebih jauh *anxiety disorder* yang disajikan dalam media animasi dua dimensi. Sementara itu, target segmentasi *behavior* adalah masyarakat yang mengerti dan memiliki kesadaran untuk mengkampanyekan pentingnya kesehatan mental khususnya *anxiety disorder*.

Strategi Kreatif

Strategi kreatif yang dimaksudkan dalam perancangan ini adalah strategi pesan, strategi visual, gaya visual, dan *positioning*. Pesan dalam film animasi pendek 2D "*Little Me*" adalah memberi informasi pada *audience* tentang bagaimana perasaan cemas itu melalui sudut pandang penderita, karena sering kali kesehatan mental tidak terlalu dipedulikan oleh banyak orang. Apabila animasi ditonton secara kontinyu oleh para penderita *anxiety disorder*, lama kelamaan akan menjadi habitus. Istilah habitus ini terkait dengan pemikiran Bourdieu, yaitu bagaimana suatu pengetahuan dan unsur-unsur budaya yang lainnya disebarkan. Implikasi dari penyebarannya adalah berpengaruh dalam masyarakat. Yang dimaksud habitus sesuai pendapatnya Bourdieu adalah struktur kognitif yang memperantarai individu dalam berurusan dengan realitas sosial dilingkungannya [7]. Situasi yang sama ini, memunculkan istilah lain dari Foucault. Ia menyebutnya sebagai investasi politik. Maksudnya adalah terkait dengan tubuh individu penonton animasi yang terdisiplinkan. Tubuh yang terikat tersebut sejalan dengan relasi-relasi timbal balik yang kompleks, dikaitkan dengan berbagai relasi kekuasaan dan dominasi [8]. Terkait adanya investasi politik (istilah Foucault) yang menjadikan tubuh terdisiplinkan dan juga terjadinya habitus, pesan-pesan moral dan edukasi yang terkandung dalam objek-objek budaya baik yang tradisi maupun lainnya dapat

tersampaikan dan diterima oleh masyarakat [9].

Selain merasakan pandangan seorang penderita *anxiety disorder*, pesan lain yang penulis sampaikan adalah bagaimana penanganan terhadap rasa cemas tersebut, hal ini bisa dilakukan oleh si penderita maupun masyarakat yang tidak mengalami gangguan kecemasan. Media komunikasi berisi informasi mengenai film seperti judul dan tujuan dibuatnya film animasi "*Little Me*". Serta menjelaskan secara detail tentang gangguan kecemasan. Ditahap strategi visual, dalam perancangan media kampanye animasi pendek 2D, sebagai berikut:

- a. Ilustrasi: ilustrasi animasi yang digunakan berupa animasi dua dimensi yang dibuat dengan teknik *hand drawing* dan vektor. Sama halnya dengan media kampanye, karena target sasaran dari animasi ini adalah masyarakat berumur 15 hingga 45 tahun.
- b. Teks: teks yang digunakan lebih bersifat informatif dan edukatif.
- c. Warna: pemilihan warna yang digunakan adalah *cool tone* seperti warna biru dan hijau sesuai dengan konsep desain yaitu *calm* dan juga merupakan warna dari pita kesadaran *anxiety disorder*.
- d. Tipografi: jenis huruf yang digunakan adalah huruf berjenis *Sans Serif*, karena jenis huruf ini lebih mudah terbaca dan tidak formal.

Berkaitan dengan gaya visual, dalam perancangan ini ditampilkan menggunakan gaya *custom graphic art* serta *infographic* dengan tehnik *hand drawing* dan vektor. Gaya visual *custom graphic art* dipilih karena dalam pembuatan media pendukung kampanye menggunakan ilustrasi yang mewakili perasaan kecemasan serta *infographic* yang menyajikan informasi seputar *anxiety disorder* sesuai dengan konsep *education*.

Sedangkan terkait dengan *positioning* film animasi pendek 2D "*Little Me*" akan di tayangkan pada hari Kesehatan Mental Internasional 2018 yang berlangsung di gedung Graha Sewaka, serta media sosial animasi 2D *Little Me* yaitu *Youtube* dan *Instagram*, dimana film animasi dapat diakses melalui media sosial oleh masyarakat umum. Untuk menarik perhatian, penempatan media pendukung seperti poster juga diletakkan di beberapa

tempat yang sering dilihat remaja-remaja yaitu majalah dinding sekolah serta perguruan tinggi.

Konsep Desain

Dalam penyajian media komunikasi visual, penulis merancang media yang sesuai dengan kriteria dan prinsip dasar desain agar nantinya tercipta media yang tepat dan efektif dalam kegiatan kampanye. Penyampaian pesan dalam media dapat dikatakan berhasil jika disampaikan secara benar dan baik kepada *audience* serta mengandung informasi yang dapat dimengerti.

Melalui *brainstorming*, diambil beberapa *keyword* yaitu *calm and education*. *Calm* yang berarti ketenangan serta *Education* yang artinya edukasi atau pengetahuan, alasan pemilihan kedua *keyword* tersebut adalah karena kesehatan mental yang erat ikatannya dengan perasaan stress, depresi dan cemas maka itu diperlukan ketenangan dalam penyampaian, serta diperlukannya edukasi atau penyuluhan mengenai gangguan kecemasan pada masyarakat yang menjadi alasan terbanyak mengapa banyak masyarakat yang kurang familiar dengan kata "*anxiety disorder*". Serta disimpulkan target segmentasi yaitu masyarakat dengan umur 15 hingga 45 tahun.

Visualisasi Desain

Media utama yang digunakan adalah film animasi dua dimensi yang berjudul "*little me*" yang menceritakan perasaan yang dialami penderita *anxiety disorder* dimana gangguan kecemasan tersebut membuat penderitanya merasa kecil didunia yang sangat luas sehingga membuat perasaan cemasnya sangat mengganggu. Media utama kedua adalah media sosial yang dipilih karena merupakan sarana efektif dan interaksi praktis dalam bertukar informasi melalui komunitas virtual, media yang terpilih adalah *Youtube* dan *Instagram*. Media utama ketiga yaitu buku saku atau *booklet* memuat informasi mengenai pengertian, infografik, gejala, jenis, tingkatan serta penanganan *anxiety disorder*. Dalam perancangan ini, tidak hanya cukup dengan media-media utama tersebut. Perlu juga didukung dengan media lainnya untuk memaksimalkan ketercapaian hasil kampanye. Media pendukung lainnya berupa poster dan *x-banner* yang memiliki peranan dalam penyajian informasi singkat mengenai kampanye

penanganan *anxiety disorder*. Media kreatif lainnya yang juga dapat mendukung kampanye yaitu *tote bag*, *t-shirt*, *pin*, serta *journal book*. Keseluruhan media mempunyai kesamaan konsep yaitu *calm and education*.

Visualisasi desain media utama maupun media pendukung, diuraikan sebagai berikut :

a. Animasi

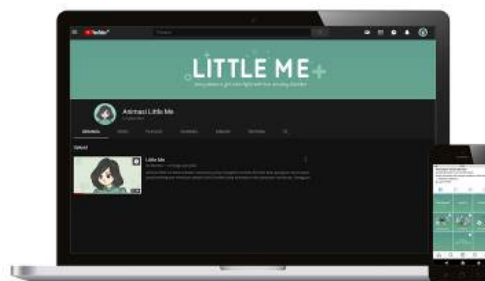
Film animasi dua dimensi berjudul "*little me*" menceritakan seseorang yang mengalami *anxiety disorder* atau gangguan kecemasan yang berkeinginan membuat sebuah buku ilustrasi yang terinspirasi dari perasaan cemasnya. Pada film animasi pendek 2D menerapkan konsep *calm and education*, dimana konsep *calm* diterapkan melalui penggunaan warna *soft* dan *education* yang diterapkan pada jalan cerita animasi yang mengenai penanganan. Konsep ini diterapkan karena animasi memiliki kelebihan-kelebihan. Salah satu kelebihannya, yaitu animasi memiliki keunggulan dalam menampilkan suatu representasi realitas dan meta-realitas dalam sajian imajinatif dengan teknik-teknik efek visual yang beragam [10].



Gambar 1. Tampilan scene animasi *Little Me*
[Sumber: Dokumentasi penulis, 2018]

b. Media sosial

Media sosial yang digunakan dalam kampanye penanganan *anxiety disorder* adalah *Youtube* dan *Instagram*.



Gambar 2. Tampilan akun *Youtube* dan *Instagram*
[Sumber: Dokumentasi penulis, 2018]

c. Booklet/Buku Saku

Pada media *booklet* berisi informasi mengenai pengertian *anxiety disorder*, infografik, jenis-

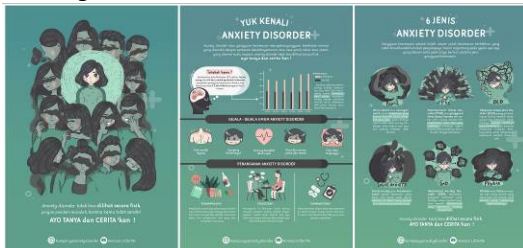
jenis, gejala, tingkatan serta cara penanganan terhadap *anxiety disorder*.



Gambar 3. Tampilan desain *booklet*
[Sumber: Dokumentasi penulis, 2018]

d. Poster

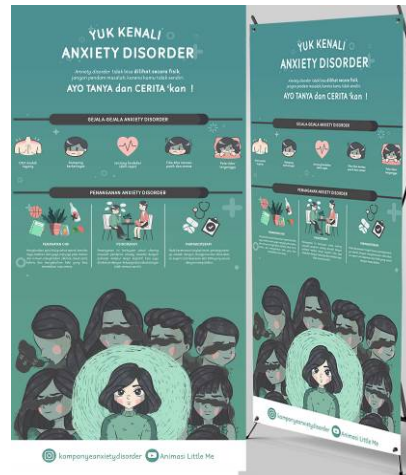
Poster yang dirancang menjadi tiga seri dimana pada poster pertama menggambarkan ilustrasi perasaan penderita *anxiety disorder*, poster kedua berisi infografik pengenalan gejala, dan penanganan *anxiety disorder*, diposter ketiga berisi jenis-jenis *anxiety disorder*. Ketiga poster didesain menggunakan gaya visual *custom graphic art* dan *infographic* dengan teknik *hand drawing* dan vektor.



Gambar 4. Tampilan desain poster
[Sumber: Dokumentasi penulis, 2018]

e. X-Banner

X-banner yang dirancang difokuskan untuk memberikan informasi singkat mengenai *anxiety disorder*, gejala serta cara-cara penanganannya. X-banner didesain menggunakan gaya visual *custom graphic art* dan *infographic* dengan teknik *hand drawing* dan vektor.



Gambar 5. Tampilan desain poster
[Sumber: Dokumentasi penulis, 2018]

4. KESIMPULAN

Desain yang dihasilkan dalam perancangan ini mengambil konsep *calm and education*. *Calm* berarti ketenangan dan *education* artinya edukasi atau pengetahuan. Konsep ini dipilih karena berkaitan dengan kesehatan mental yang erat ikatannya dengan perasaan stress, depresi dan cemas maka diperlukan ketenangan dalam penyampaian. Disamping itu juga diperlukannya edukasi atau penyuluhan mengenai gangguan kecemasan pada masyarakat yang kurang familiar dengan kata "*anxiety disorder*". Konsep desain diterapkan melalui pemilihan warna serta ilustrasi media. Sedangkan konsep *education* diterapkan pada teks yang mengandung unsur *informatif* serta *awareness*. Media yang dipilih untuk mengkampanyekan penanganan terhadap *anxiety disorder* antara lain; film animasi 2 dimensi, logo, media sosial, poster, *x-banner*, *booklet*, *t-shirt*, *tote bag*, buku jurnal dan pin. Dalam mewujudkan media yang kreatif, inovatif dan efektif, sebagai seorang desainer dibutuhkan langkah-langkah yang tepat dalam prosesnya.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Z. L. Lukaningsih and S. Bandiyah, *Psikologi Kesehatan*, Yogyakarta: Nuha Medika, 2011.
- [2] G. Yasa, "Animasi Si Uma: Representasi Lokalitas dan Budaya Bali", *senada*, vol. 2, pp. 333-339, Feb. 2019.
- [3] G. Prakosa, *Animasi: Pengetahuan Dasar Film Animasi Indonesia*, Jakarta: Yayasan Visual Indonesia (Nalar), 2010.
- [4] I. N. Agus Suarya Putra and I. P. Adi Saputra, "Perancangan Media Informasi

Program Studi Teknik Informatika Dan Sistem Komputer Pada STMIK STIKOM Indonesia Berbasis Animasi 2D”, *Jurnal Bahasa Rupa*, vol. 1, no. 1, pp. 17-24, Oct. 2017.

- [5] M. Abrori, *Solusi Instan Animasi Karakter dengan Adobe Flash*, Yogyakarta: CV Andi Offset, 2009.
- [6] B. B. Gunawan, *Nganimasi Bersama Mas Be!*, Jakarta: Elex Media Komputindo, 2013.
- [7] B. Takwin, *Akar-Akar Ideologi: Pengantar Kajian Konsep Ideologi dari Plato hingga Bourdieu*, Yogyakarta: Jalasutra, 2009.
- [8] A. Y. Lubis, *Postmodernisme: Teori dan Metode*, Jakarta: Rajawali Pers, 2014.
- [9] G. Yasa, “Animasi Sebagai Inspirasi Pelestarian Budaya Berkelanjutan”, *senada*, vol. 1, pp. 110-116, Nov. 2018.
- [10] B. Muhdaliha and D. R. D. Batuaya, “Film Animasi 2 Dimensi Cerita Rakyat Bali Berjudul I Ceker Cipak”, *Jurnal Bahasa Rupa*, vol. 1, no. 1, pp. 61-72, Oct. 2017.