

ABSTRAK

PERANCANGAN KAMPANYE TENTANG BAHAYA PENGUNAAN GADGET PADA ANAK USIA DI BAWAH 6 TAHUN

Oleh
Eka Pramudita
NRP 1264901

Indonesia merupakan pengguna *gadget* terbesar se-Asia Tenggara. Pengguna *gadget* tidak hanya meliputi remaja dan dewasa saja melainkan sebagian besar adalah anak-anak di bawah umur, ini disebabkan karena gaya hidup moderen yang menuntut kedua orang tua harus bekerja sehingga waktu luang yang diberikan kepada anak mereka sangat kurang. Bagi anak-anak *gadget* terutama tablet memang berfungsi untuk mencari berbagai informasi penting dan juga sebagai sarana hiburan. Tetapi, apabila menggunakannya secara berlebihan akan memberikan banyak sekali dampak negatif bagi anak-anak, seperti menurunnya penglihatan pada mata, menurunnya tingkat konsentrasi belajar dan kurang bersosialisasi dengan lingkungan sekitar.

Dengan demikian, perlu dirancang sebuah kampanye yang bersifat sosial bertujuan untuk meningkatkan kewaspadaan orang tua dalam mengawasi anak mereka yang sering bermain dengan *gadget*. Melalui perancangan kampanye sosial ini diharapkan juga dapat memberikan informasi dan bekal pengetahuan bagi orang tua muda dalam mendidik anak mereka menggunakan gadget secara bijak.

Disesuaikan dengan target sasaran, kampanye menggunakan media cetak seperti poster, brosur, dan x-banner sebagai media utamanya serta didukung dengan facebook, website, dan *gimmick* sebagai media pendukungnya. Kampanye ini ditargetkan pada orang tua muda kelas sosial menengah ke atas dan akan dijalankan selama 8 bulan.

Kata kunci : Anak, *Gadget*, Kampanye, Tablet, Usia dini.

ABSTRACT

THE CAMPAIGN DESIGN OF THE USE OF GADGETS FOR CHILDREN UNDER SIX

Submitted by
Eka Pramudita
1264901

Indonesians are the first gadget users in South East Asia. Gadget users are not only adults or teens but also children under age. Children use gadgets because their parents are busy with their work and that makes them unable to give proper attention to their children. Gadgets, particularly tablets are their main source of information and entertainment. However, overuse of gadgets is harmful for kids as they may cause eye-strains, loss of concentration for studying and lack of socialization.

Thus, social campaign to increase the awareness of parents to guide their children when they play their gadgets is designed. This social campaign is expected to make both parents and their children able to view and treat gadgets wisely.

The media used comprise posters, brochures, x-banners as the main ones plus Facebook, websites and gimmick for aided media. The targets are young parents of middle to up class and this campaign lasts for eight months.

Keywords: Children, Gadgets, Campaigns, Tablets, Early Age

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAANORISINALITAS KARYA DAN LAPORAN	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR DIAGRAM	xii
DAFTAR LAMPIAN	xiii
BAB I : PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup	3
1.3 Tujuan Perancangan	3
1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	4
1.5 Skema Perancangan	5
BAB II : LANDASAN TEORI	6
2.1 Teori Kampanye	6
2.2 Tinjauan Tentang Pengetian Gadget	8
2.3 Perkembangan Gadget Pada Anak	8
2.4 Dampak Penggunaan Gadget Pada Anak	9
2.5 Tinjauan Tentang Psikologi Perkembangan Anak	10
2.6 Teori Perkembangan Kognitif Dari Jean Piaget	12
BAB III : DATA DAN ANALISIS MASALAH	15
3.1 Data dan Fakta	9
3.1.1 Lembaga Terkait Sebagai Mandatori	15
3.1.2 Data Hasil Kuesioner	18
3.1.3 Data Hasil Wawancara	23
3.1.4 Tinjauan Terhadap Proyek Sejenis	25
3.2 Analisis Terhadap Permasalahan Berdasarkan Data dan Fakta	26
3.2.1 Segmentating, Targeting, and Positioning (STP)	26
3.2.2 Strength, Weakness, Opportunity, Threat (SWOT)	27
BAB IV PEMECAHAN MASALAH	28
4.1 Konsep Komunikasi	28
4.2 Konsep Kreatif	29
4.3 Konsep Media	29
4.4 Hasil Karya	31
4.4.1 Logo Kampanye	31
4.4.2 Poster Awareness	33

4.4.3 X-Banner	35
4.4.4 Brosur	36
4.4.5 Website	37
4.4.6 Poster Informing.....	38
4.4.7 Facebook	39
4.4.8 Poster Seminar.....	40
4.4.9 Seminar Kit	41
4.4.10 Gimmick.....	42
4.5 Biaya Produksi	44
 BAB V PENUTUP	 45
5.1 Simpulan.....	45
5.2 Saran.....	45
 DAFTAR PUSTAKA	 50

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Logo Komisi Perlindungan Anak	15
Gambar 3.2 Logo Lembaga Perlindungan Anak Jabar	16
Gambar 3.3 Contoh Tinjauan Proyek Sejenis	25
Gambar 4.1 Logo Kampanye	31
Gambar 4.2 Warna Logo	32
Gambar 4.3 Jenis Font.....	32
Gambar 4.4 Poster Awareness Serial.....	34
Gambar 4.5 X-Banner	35
Gambar 4.6 Brosur	36
Gambar 4.7 Tampilan Halaman Website.....	37
Gambar 4.8 Poster Informing.....	38
Gambar 4.9 Tampilan Facebook	39
Gambar 4.10 Poster Seminar.....	40
Gambar 4.11 Seminar Kit.....	41
Gambar 4.12 T-Shirt.....	42
Gambar 4.13 Magnet Kulkas	43
Gambar 4.14 Grafir Pulpen	43

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Tabel Timeline Kampanye.....	31
Tabel 4.2 Tabel Budgeting.....	44

DAFTAR DIAGRAM

Diagram 3.1 Kuesioner Nomor 1	18
Diagram 3.2 Kuesioner Nomor 2	19
Diagram 3.3 Kuesioner Nomor 4	20
Diagram 3.4 Kuesioner Nomor 5	20
Diagram 3.5 Kuesioner Nomor 7	21
Diagram 3.6 Kuesioner Nomor 8	22

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A Rangkuman Wawancara	51
LAMPIRAN B Pertanyaan Kuesioner	53
LAMPIRAN C Sketsa Visual	54