

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Aktivitas kita sehari-hari tidak terlepas dengan teknologi yang telah dikembangkan oleh manusia. Mulai dari bangun tidur, mandi, makan, ke kantor, ke sekolah, sampai kita kembali tidur. Berkembangnya teknologi sangat membantu manusia dalam berbagai bidang kehidupan, seperti pendidikan, ekonomi, komunikasi, sosial budaya dan lain-lain. Salah satu contoh teknologi yang berperan penting dalam kehidupan manusia adalah *gadget*. *gadget* adalah sebuah perangkat elektronik yang memiliki berbagai macam fungsi khusus seperti , mendengarkan musik, bermain game, menggunakan social media, dan berbagai macam lainnya.

Indonesia merupakan negara pengguna *gadget* terbesar se-Asia Tenggara. Data tersebut dikeluarkan oleh lembaga riset Gfk Asia yang mengatakan bahwa jumlah pembelian *gadget* di Indonesia adalah sebanyak 14,8 juta *gadget* dengan harga pengeluaran sebesar US\$ 3,33 miliar (Rp 39,1 triliun). (www.harianti.com, diakses pada tanggal 10-02-2015) .Tidak hanya itu, seorang analisis, Horace H. Dediu, mengatakan bahwa Indonesia berada di posisi keenam sebagai negara pengguna *gadget* terbesar di dunia dengan pengguna aktif sebesar 47 juta jiwa. Pengguna *gadget* tidak hanya dilakukan oleh remaja dan dewasa, tetapi juga anak – anak di bawah umur. *gadget* dapat membantu anak – anak untuk mencari berbagai informasi yang dibutuhkan, serta dapt pula sebagai sarana hiburan. Namun, apabila menggunakan perangkat ini dalam jangka waktu yang berlebihan dapat memberikan dampak negatif yang mempengaruhi anak dari bermacam sudut pandang seperti dari sudut pandang kesehatan fisik dan psikologis. (www.healthgrades.com, diakses tanggal 10-02-2015)

Menurut Douglas Lazzaro, MD, seorang profesor di SUNY Downstate Hospital di Brooklyn, mengatakan bahwa terus menerus menatap layar dapat menyebabkan sejumlah masalah. Disebutkan bahwa semakin lama melihat layar *gadget*, ketegangan mata cenderung semakin meningkat dan dapat menyebabkan sakit kepala. Dampak negatif ini juga ditambahkan oleh Jacqueline Busingye, MD, seorang asisten profesor di Icahn School of Medicine di New York City, mengatakan bahwa ketegangan mata yang cenderung semakin meningkat dapat menyebabkan kekeringan pada mata dan dapat menyebabkan mata terasa gatal dan seperti terbakar. Lebih lanjut ia menambahkan bahwa penelitian telah menunjukkan menatap layar dapat menyebabkan masalah penglihatan dalam jangka yang panjang. (www.downstate.edu/ophthalmology/faculty/lazzaro-douglas.html, diakses pada tanggal 10-02-2015, pada jam 17.10)

Apabila dilihat dari sudut pandang psikologis, dr Tjhin Wiguna, SpKJ(K), dari Divisi Psikiater Anak dan Remaja Departemen Psikiatri Fakultas Kedokteran Universitas Indonesia/Rumah Sakit Ciptomangunkusumo (FKUI/RSCM) Jakarta, mengatakan bahwa anak yang menggunakan *gadget* berlebihan dapat menyebabkan anak tersebut tidak dapat belajar dengan baik bagaimana cara berkomunikasi dan bersosialisasi. Anak tersebut juga tidak dapat mengenali dan merespon dengan baik rasa emosi, misalnya rasa simpati, rasa senang, dan rasa sedih. Terbatasnya respon anak akan menghambat perkembangan kemampuannya untuk bergaul dan beradaptasi. (<http://www.gizikia.depkes.go.id>, diakses pada tanggal 10-02-2015, pada jam 19.22).

Untuk mengurangi banyaknya dampak negatif yang ditimbulkan oleh *gadget* bagi anak di bawah umur, maka diperlukan sebuah kampanye sosial yang memberikan informasi tentang bahaya *gadget* pada anak di bawah umur. Penulis akan merancang kampanye tersebut dan ditujukan kepada orang tua, mengingat peran orang tua sangat menentukan pembentukan fisik dan psikologis seorang anak. Penulis akan mengaplikasikan kampanye tersebut ke dalam media – media yang sering dijumpai oleh orang tua seperti media cetak seperti poster, billboard, baliho, banner dan media internet.

1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka yang menjadi permasalahan adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana konsep visual dari kampanye “ Bahaya *gadget* bagi anak di bawah umur di Kota Bandung ? “
2. Bagaimana membuat tampilan visual dalam perancangan kampanye bahaya *gadget* bagi anak di bawah umur dengan orang tua sebagai target ?
3. Media apa saja yang akan dibuat dalam mendukung kampanye tersebut ?

Berdasarkan pokok-pokok permasalahan yang ada, Penulis memfokuskan ruang lingkup permasalahan pada :

1. Membuat suatu kampanye yang efektif dan efisien bagi target kampanye yaitu pada target usia produktif yang berada dalam usia 28-35 tahun. Yang berada dalam kelas sosial menengah ke atas, cenderung kurang peduli terhadap bahaya *gadget* bagi anak mereka.
2. Perancangan kampanye dibatasi di Kota Bandung sebagai sampling kota besar dimana terdapat banyak kalangan menengah ke atas dan diharapkan akan mewakili permasalahan yang ada.

1.3 Tujuan Perancangan

Berdasarkan ruang lingkup dan permasalahan yang telah diuraikan sebelumnya, berikut adalah hasil yang ingin dicapai oleh penulis, yaitu :

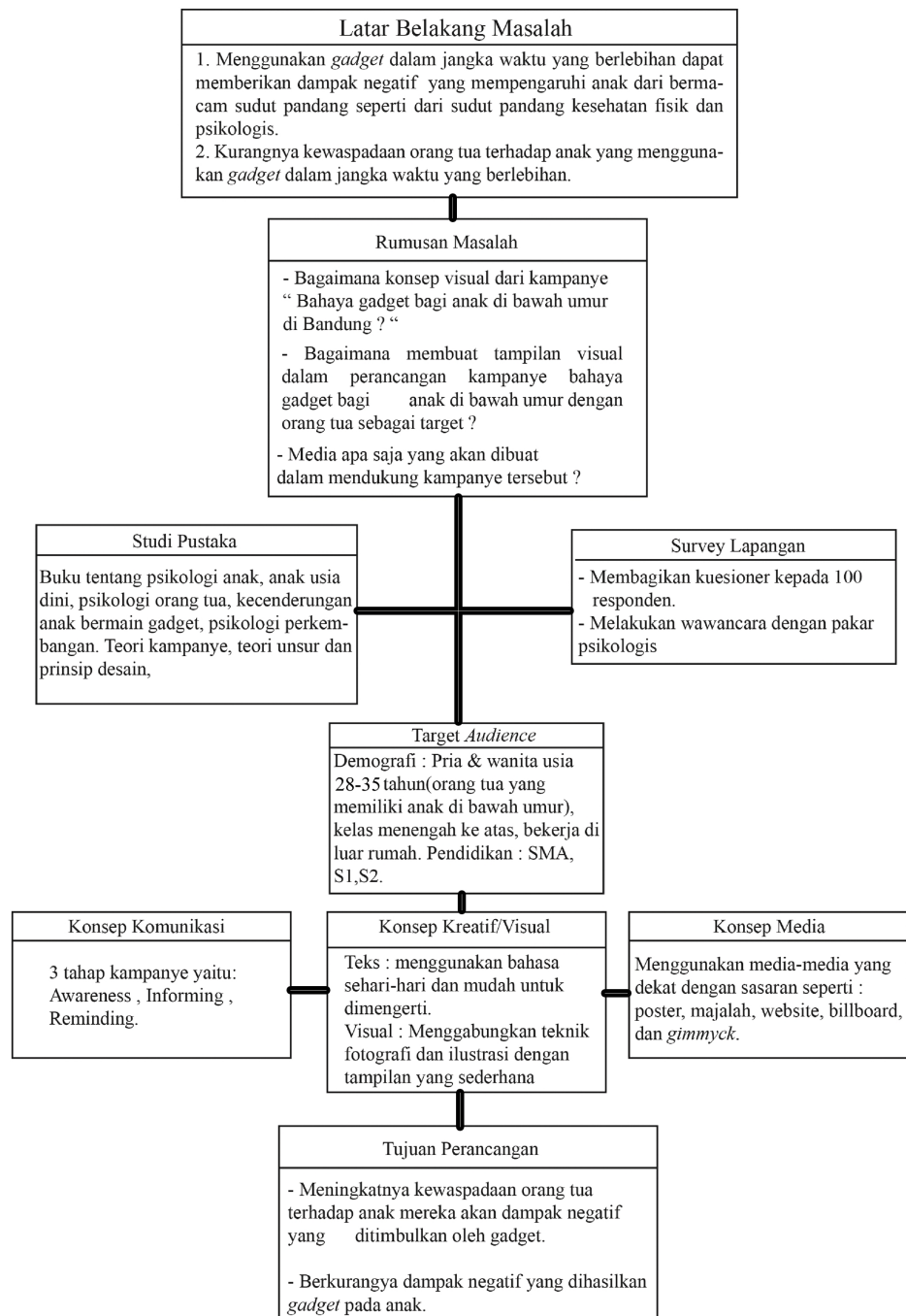
1. Meningkatkan kewaspadaan orang tua terhadap anak mereka akan dampak negatif yang ditimbulkan oleh *gadget*.
2. Berkurangnya dampak-dampak negatif yang dihasilkan oleh *gadget* pada anak.

1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan hasil yang lebih akurat dan mendukung keberhasilan perancangan kampanye ini, penulis mengumpulkan data mengenai dampak dari pemakaian *gadget* dalam jangka panjang. Berikut ini adalah sumber dan teknik pengumpulan data yang akan dilakukan.

1. Wawancara dengan Ibu Lies Neni Budiarti, M. Si., dosen Psikologi Komunikasi Universitas Kristen Maranatha dan ITB
2. Wawancara dengan Dra. Juliati Ardhi Santoso, M.Psi , dosen Psikologi Uninversitas Kristen Maranatha.
3. Studi pustaka melalui media cetak dan media internet.
4. Membagikan 100 kuesioner kepada orang tua yang mempunyai anak yang berusia sekitar 28 sampai dengan 35 tahun.

1.5 Skema Perancangan



Gambar 1.5 Skema Perancangan