

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Menurut Dr Gary Chapman, *quality time* adalah memberikan perhatian penuh kepada seseorang. *Quality time* berarti memberi perhatian penuh dan melakukan kegiatan bersama dimana melalui kegiatan tersebut dapat menumbuhkan rasa kebersamaan (Chapman, 1997).

Dalam artikel di www.kompasiana.com yang berjudul “Ciptakan “Quality Time” Bersama Keluarga Sebelum Terlambat”, dituliskan bahwa *quality time* dalam keluarga tidak saja menciptakan kebersamaan dalam bingkai kesenangan semata tetapi lebih jauh dari itu, menciptakan *quality time* dalam keluarga sesungguhnya bagaimana kita bisa menciptakan kebersamaan dalam bingkai pembelajaran yang tidak terlupakan, menyenangkan dan sarat dengan bekal nilai kehidupan bagi anggota keluarga terutama anak-anak.

Begitu pula dalam artikel “Why Family Time is Important” dari <http://www.aha-now.com>, dituliskan bahwa seiring dengan pertambahan usia, dewasa muda seringkali tenggelam dalam kesibukan mereka kuliah, bekerja, atau berbagai kegiatan lainnya sehingga sulit menemukan waktu untuk berkumpul bersama keluarga. Kurangnya *quality time* bersama keluarga menyebabkan renggangnya hubungan antar anggota keluarga karena minimnya waktu yang digunakan untuk berkomunikasi, lebih mengenal satu sama lain. Dewasa muda secara tidak sadar memerlukan peran keluarga khususnya orangtua untuk dijadikan pegangan dan tempat dimana mereka bisa berbalik ketika mereka mengalami kesulitan, keluarga juga bisa menjadi tempat saling bercerita.

Menurut Papalia (2007), kurangnya *quality time* berdampak juga pada orangtua. Orangtua memiliki rasa *empty nest* ketika anak-anak mereka mulai dewasa dan

mandiri. Orangtua merasa anak-anak mereka sudah bisa mengerjakan semuanya sendiri sehingga mereka mempertanyakan “keberfungsian” mereka bagi sang anak sehingga muncul kebutuhan dalam diri orangtua untuk ber-*quality time* bersama anak-anak mereka.

Lestari (2012) berpendapat bahwa konflik antara orangtua-anak merupakan hal yang wajar terjadi dalam interaksi anak dengan orangtua dalam keluarga. Yang menjadi penting diperhatikan adalah bagaimana cara dan sikap orangtua dan anak menghadapi konflik tersebut untuk mencari jalan keluarnya. Ketika terjadi konflik orangtua dengan anak, kedekatan orangtua dengan anak memengaruhi pemaknaan anak terhadap konflik.

Untuk itu penulis mengangkat topik ini sebagai Tugas Akhir dengan tujuan agar dewasa muda memiliki kesadaran untuk meluangkan waktu untuk berkumpul bersama orangtua dan saudara mereka di rumah sehingga hubungan dalam keluarga tetap terjaga dan komunikasi dapat berjalan dengan baik. Kampanye akan dilakukan dengan pendekatan bidang keilmuan DKV dengan media cetak, media internet, media luar ruang, dan *gimmick*.

1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup

Berdasarkan uraian dari latar belakang di atas, maka permasalahan dari topik yang dikaji adalah:

1. Bagaimana cara menyampaikan informasi yang tepat untuk meningkatkan kesadaran akan pentingnya *quality time* bersama keluarga bagi dewasa muda di kota Bandung?
2. Bagaimana merancang kampanye yang menarik dan efektif untuk menanamkan kesadaran akan pentingnya *quality time* bersama keluarga bagi dewasa muda di kota Bandung?

Ruang lingkup yang dikerjakan adalah penanaman kesadaran kepada dewasa muda akan pentingnya *quality time* bersama keluarga dengan pendekatan bidang keilmuan

DKV terutama dengan memanfaatkan jaringan internet. Target audiens secara khusus adalah dewasa muda 17-25 tahun, dengan orangtua dengan rentang usia 40-65 tahun sebagai target sekundernya. Usia ini dipilih karena pada usia ini dewasa muda sedang dalam masa produktif dengan berbagai kegiatan dan pekerjaan sehingga cenderung tidak memprioritaskan waktu untuk keluarga, sedangkan orangtua dengan usia tersebut dipilih karena mayoritas orangtua pada usia tersebut memiliki anak usia dewasa muda dan memiliki kebutuhan untuk berkumpul bersama anak. Kampanye akan dilakukan dengan pendekatan bidang keilmuan DKV dengan media cetak, media internet, dan *gimmick*.

1.3 Tujuan Perancangan

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan yang hendak dicapai dari penelitian ini adalah:

1. Menyampaikan informasi yang tepat untuk meningkatkan kesadaran akan pentingnya *quality time* bersama keluarga bagi dewasa muda di kota Bandung.
2. Merancang kampanye yang menarik dan efektif untuk menanamkan kesadaran akan pentingnya *quality time* bersama keluarga bagi dewasa muda di kota Bandung.

1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Bahan dan materi dari penelitian ini didapat dengan menggunakan beberapa metode, diantaranya:

a. Kuesioner

Kuesioner dibagikan kepada 100 orang responden dewasa muda di kota Bandung dengan rentang usia 17-25 tahun dan orangtua dengan rentang usia 40-65 tahun secara *online* untuk mendapatkan data mengenai topik, menentukan media perancangan dan promosi.

b. Studi Pustaka

Untuk mendapatkan informasi berupa data-data, artikel atau berita seperti buku psikologi dewasa muda dan orangtua, jurnal, artikel yang berhubungan dengan *quality time*, hubungan anak pada usia dewasa muda dengan keluarga, serta situs-situs yang resmi dan terpercaya.

c. Wawancara

Wawancara dilakukan kepada psikolog untuk mendapatkan informasi mengenai kebutuhan dewasa muda dan orangtua akan *quality time*, dan dampak apabila *quality time* dilakukan/tidak dilakukan.



1.5 Skema Perancangan

