

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi sangat cepat, baik di negara maju maupun di negara berkembang. Yang awalnya hanya melalui surat dan telepon kabel, kini telah berkembang menjadi *gadget* (*gadget* adalah sebuah istilah dalam bahasa Inggris yang mengartikan sebuah alat elektronik kecil dengan berbagai macam fungsi khusus, Osland,2013), *laptop*, *tablet*, *PC*, *i-pod*, *ipad*, dan *smartphone*. Indonesia merupakan negara pengguna *gadget* terbesar se-Asia Tenggara. Data tersebut dikeluarkan oleh lembaga riset pasar Gfk Asia yang mengatakan bahwa jumlah pembelian *gadget* di Indonesia mencapai 14,8 juta *gadget*. (www.harianti.com, diakses pada tanggal 14-09-2017). Pertumbuhan ekonomi sebesar 5 persen pada tahun 2017 di Indonesia mendorong perilaku konsumerisme penduduknya terutama di kota-kota besar contohnya seperti di kota Bandung.

Menurut seorang analisis, Horace H. Deidu, mengatakan bahwa pengguna *gadget* tidak hanya di akses oleh remaja dan dewasa, tetapi juga di akses oleh anak-anak di bawah umur. Karena *gadget* dapat membantu anak untuk mencari berbagai informasi yang dibutuhkan, serta dapat dijadikan sebagai sarana hiburan. Secara positif penggunaan *gadget* telah menunjang aktivitas sehari-hari masyarakat. Namun dengan seiringnya waktu, terdapat sisi negatif yang harus diwaspadai akibat penggunaan *gadget* yang tidak tepat, terutama bagi pengguna di bawah umur atau anak-anak karena apabila anak-anak menggunakan *gadget* dalam waktu yang berlebihan dapat memberikan dampak yang negatif yang mempengaruhi anak dari bermacam sudut pandang seperti dari sudut pandang kesehatan fisik dan psikologis. (www.healthgrades.com, diakses tanggal 14-09-2017).

Sebuah studi di Inggris mengungkapkan bahwa 37% orang tua mengizinkan anak-anak mereka menghabiskan waktu antara 1-2 jam per hari

untuk bermain *gadget* seperti *ipad* atau *tablet*, dan 28% mengaku bahwa anak-anak mereka menghabiskan waktu lebih intensif sebanyak 2-3 jam sehari di depan layar *gadget*, 4 dari 5 orang tua percaya bahwa teknologi membantu perkembangan anak mereka, sedangkan 28% percaya bahwa hal itu akan mendorong anak mereka untuk lebih cerdas secara teknologi. Psikiater Dr Richard Graham menjelaskan gejala anak-anak yang kecanduan *gadget* mereka: “Mereka tidak bisa mengatasi dan menjadi kecanduan, bereaksi dengan kemarahan dan perilaku agresif saat *gadget* itu diambil”. Sedangkan Dr Aric Sigman, seorang ahli perkembangan anak yang terkemuka menyarankan bahwa waktu penggunaan *gadget* per hari untuk anak dibagi berdasarkan usianya, 3-7 tahun: 30 Menit - 1 Jam, 7-12 tahun: 1 Jam, 12-15 tahun: 1 Jam 30 Menit, 16 tahun keatas: 2 Jam. (www.health-on-line.co.uk, diakses tanggal 01-11-2017)

Penelitian yang dipimpin oleh Dr. Cathy Williams dari *University of Bristol* dan Dr. Jes Gunggenheim dari *University of Cardiff* mengungkapkan anak-anak yang lebih banyak menghabiskan waktu di luar ruangan, pada usia 7 - 12 tahun memiliki mata yang lebih sehat terhindar dari rabun jauh di usia 15 tahun. Dengan bermain di luar, anak-anak lebih banyak melakukan kegiatan fisik dan juga mendapat siraman matahari yang lebih banyak. Penelitian ini mengungkapkan bahwa 80 – 90 % anak di Asia Tenggara menderita rabun jauh karena mereka lebih banyak menghabiskan waktu di dalam ruangan untuk bermain *gadget* (www.bristol.ac.uk, diakses tanggal 01-11-2017). Terkadang orang tua mengizinkan anak untuk bermain *gadget* di dalam ruangan, agar anak-anak tidak berlama-lama bermain di luar. Namun dengan anak lebih banyak bermain *gadget* di dalam ruangan, anak lebih banyak terkena radiasi karena kurangnya terkena siraman matahari dari luar ruangan dan anak pun akan mudah terkena obesitas karena kurang adanya aktivitas fisik. (Sumber : Femina, 25 Januari 2013:5)

Apabila dilihat dari sudut pandang psikologis dr. Tjhin Wiguna, SpKJ(K), dari Psikiater Anak dan Remaja Departemen Psikiatri Fakultas

Kedokteran Universitas Indonesia/Rumah Sakit Ciptomangunkusumo (FKUI/RSCM) Jakarta, pemberian *gadget* yang terlalu dini di era globalisasi dapat menyebabkan dampak negatif terhadap psikologis anak di usia dini. Banyak anak yang mulai kecanduan *gadget* dan lupa bagaimana cara berkomunikasi dan bersosialisasi dengan lingkungan sekitarnya. Dari segi psikologis, masa anak-anak adalah masa di mana mereka belajar mengetahui apa yang diketahuinya. Jika masa anak-anak sudah kecanduan *gadget* dan terkena dampak negatif oleh *gadget*, maka perkembangan anak pun akan terhambat contohnya seperti anak tersebut akan terhambat dalam perkembangan kemampuannya untuk bergaul dan beradaptasi dengan lingkungannya. (<http://www.gizikia.depkes.go.id>, diakses pada tanggal 14-09-2017).

Dengan melihat permasalahan di atas, maka penulis sebagai bagian dari bidang keilmuan Desain Komunikasi Visual bergerak untuk mengaplikasikan sebuah kampanye “Pencegahan Kecanduan Gadget Untuk Anak-Anak Usia 7-12 Tahun” ke dalam media cetak dan media internet yang sering dijumpai oleh orang tua seperti poster, x-banner, billboard dan *website*. Karena dengan mengurangi dampak negatif penggunaan *gadget* pada anak, dibutuhkan sebuah tindakan untuk menggugah kesadaran atau perilaku masyarakat terutama orang tua muda dengan usia 28 – 35 tahun, yang memiliki anak usia 7 - 12 tahun. Karena berdasarkan riset dari Kepala Lembaga Demografi Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, Sonny Harry Budiutomo Harmadi (Sumber : “Usia Ideal Pernikahan.” Par 1), orang tua sangat berperan penting dalam menentukan pembentukan fisik dan psikologis seorang anak, sehingga dampak negatif dari *gadget* dapat dihindari.

1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, berikut ini akan dirumuskan pokok-pokok masalah yang akan dibahas dan dipecahkan.

1. Bagaimana merancang sebuah kampanye yang dapat menanggulangi kecanduan *gadget* pada anak usia 7 - 12 tahun ?
2. Bagaimana membuat tampilan visual dalam perancangan kampanye sosial tentang pencegahan kecanduan *gadget* untuk anak-anak usia 7 – 12 tahun ?
3. Media apa saja yang dapat digunakan dalam pembuatan kampanye sosial tersebut?

Target primer adalah orang tua yang memiliki anak berusia 7 - 12 tahun untuk kalangan menengah atas di kota Bandung. Subjek dari perancangan ini adalah pencegahan kecanduan *gadget* untuk anak-anak sekolah dasar dan objek dari perancangan ini adalah media kampanye. Lingkup area kampanye adalah kota Bandung karena sebagai sampling kota besar di mana terdapat banyak kalangan menengah atas dan diharapkan akan mewakili permasalahan yang ada. Waktu kampanye diadakan pada November – Desember 2017.

1.3 Tujuan Perancangan

Berdasarkan pokok-pokok permasalahan yang telah disebutkan di atas, maka berikut ini akan dipaparkan mengenai garis besar yang akan dilakukan oleh penulis dalam memecahkan permasalahan tersebut.

1. Merancang Kampanye penanggulangan kecanduan penggunaan *gadget* pada anak usia 7 – 12 tahun dengan memberikan wawasan kepada masyarakat khususnya orang tua muda dengan usia 28 – 35 tahun tentang dampak negatif perkembangan teknologi sehingga menyadarkan masyarakat tentang bahaya kecanduan *gadget* pada anak-anak, serta dapat membantu untuk menghindarinya.
2. Merancang media yang tepat untuk menarik minat masyarakat khususnya orang tua muda sebagai target *audience* secara menarik dan mudah dimengerti.
3. Memahami media-media yang efektif digunakan untuk kampanye sosial dengan target *audience* yaitu orang tua muda.

1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Dalam pelaksanaan suatu penelitian serta penyusunan laporan tugas akhir untuk keperluan akademik, pasti dilakukan kegiatan yang disebut penelitian, pengamatan langsung, serta pelaksanaan pembuatan karya desain. Untuk keperluan tersebut diperlukan data yang memadai untuk dijadikan dasar pemikiran dan arahan konsep rancangan karya. Untuk memenuhi data dan fakta yang akurat bagi penelitian ini, maka penulis menggunakan beberapa teknik pengumpulan data, antara lain :

a. Observasi

Observasi dilakukan dengan mengamati secara langsung kebiasaan dan tingkah laku anak usia 7 – 12 tahun dalam penggunaan *gadget* pada zaman sekarang.

b. Studi Pustaka

Dilakukan untuk memperoleh data yang bisa dijadikan pada penelitian, yang didapat melalui buku, artikel, dan internet yang berhubungan dengan perancangan kampanye.

c. Wawancara

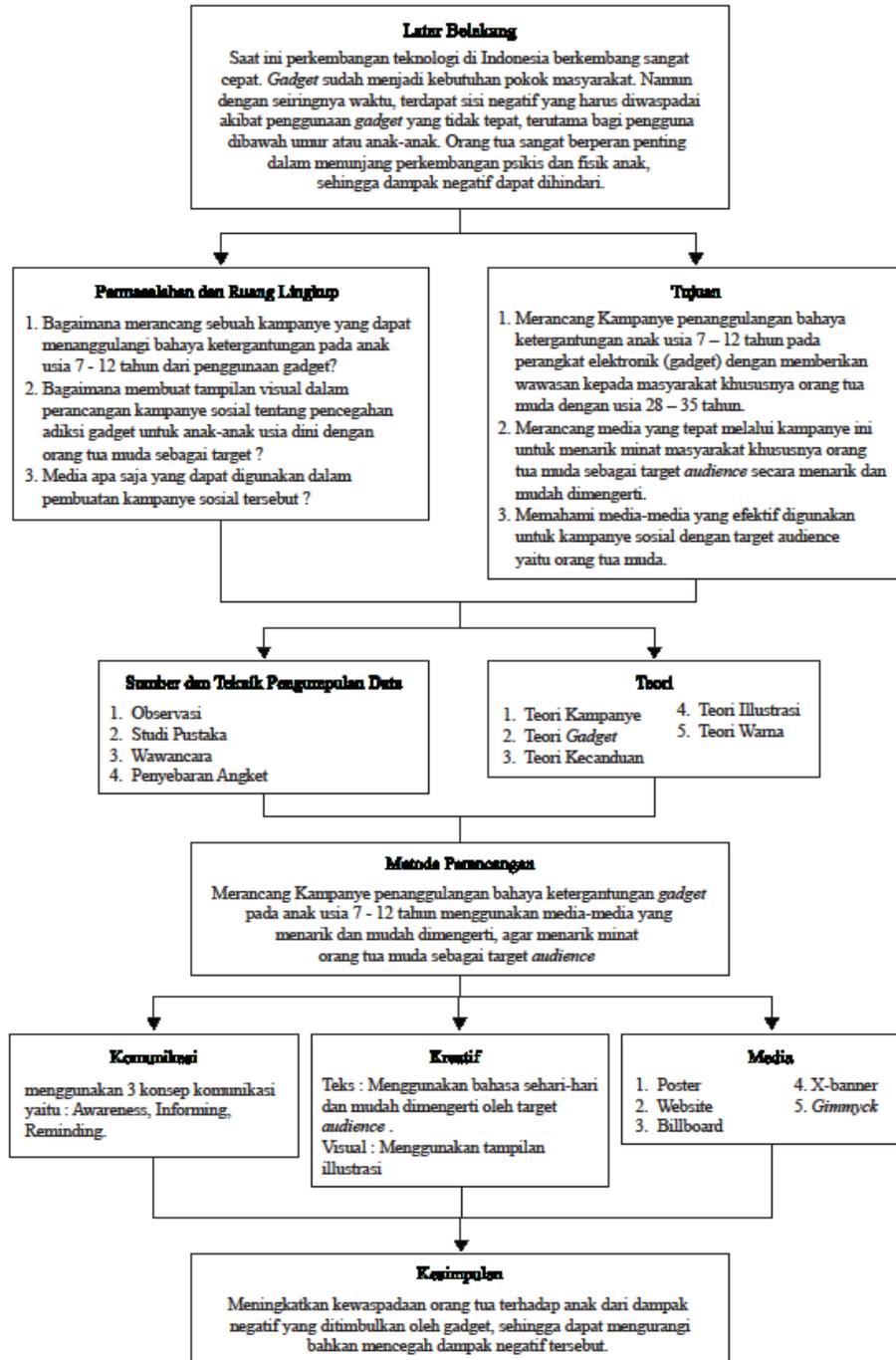
Wawancara dilakukan oleh penulis langsung kepada para ahli psikolog, untuk mengetahui bahaya kecanduan *gadget* terhadap anak-anak usia 7 – 12 tahun. Dan agar dapat mengetahui cara untuk membatasi anak untuk tidak bermain *gadget* secara terus menerus yang dapat menimbulkan efek negatif terhadap anak.

d. Penyebaran angket

Penyebaran angket digunakan untuk mengumpulkan informasi yang memungkinkan untuk mempelajari sikap dan karakteristik anak usia 7 – 12

tahun zaman sekarang dalam penggunaan *gadget*, yang dibagikan kepada 100 responden dengan usia 28 - 35 tahun khususnya orang tua muda di kota Bandung.

1.5 Skema Perancangan



Gambar 1.1 Diagram Skema Perancangan
 (Sumber : Data pribadi)