

PERANCANGAN MEDIA BARU BUKU CERITA ALKITAB BERGAMBAR INTERAKTIF SEBAGAI SARANA DIET GADGET PADA ANAK

Adhi Kristian¹, I Gede Jaya Putra², Ngurah Adhi Santosa³

^{1,2,3}Program Studi Desain Komunikasi Visual , Sekolah Tinggi Desain Bali

Email: adhikristian94@gmail.com, igedejayaputra@gmail.com, ngurahadhisantosa@std-bali.ac.id

INFORMASI ARTIKEL

Received : Maret, 2020
Accepted : April, 2020
Publish Online : Mei, 2020

ABSTRACT

Because of everything running instantly in modern era, there is pretty much parents who divided in their focus with their jobs and their responsibilities. One of the responsibilities that they often forget is parenting itself. Gadget was found as a shortcut for parents. We sometimes found children that so into their gadget while we don't even know where are their parents at. That issue is the one that we should to concern about, because it will leads into some other negative issues if we don't take an action. If we look for the solution, we have to find some other media that able to attract their attention from their gadget, some other fun stuff. To make that idea into a media, we need some valid data to make this as effective as possible. When the data collected, it will be made into a right concept to be applied as a suitable design. Besides the main media that will be made, there are some other media to support the main media as to be known to public. At the end, hopefully all the media that have been made are able to be the solution to a problem.

Keywords: Gadget, Children, parents

ABSTRAK

Di era modern yang menuntut semua serba instan, tidak jarang fokus orangtua menjadi terbagi antara pekerjaan dan tanggung jawab yang harus mereka kerjakan. Salah satu tanggung jawab yang sering terluput adalah menjaga anak. *Gadget* seringkali menjadi menjadi jalan keluar yang paling mudah. Sering kita temui anak – anak begitu asik dengan

gadget mereka sementara orangtua mereka entah dimana sibuk mengerjakan keperluan sehari – hari. Permasalahan tersebut tentu harus menjadi perhatian, karena banyak akibat negatif yang akan muncul jika hal tersebut dibiarkan. Salah satu yang bisa menjadi jalan keluar adalah dengan memberikan alternatif hal menyenangkan lain, sehingga perhatian anak terhadap *gadget* bisa teralihkan. Untuk membuat media tersebut perlu adanya data – data yang valid sehingga media yang dibuat menjadi efektif. Semua data yang telah didapat pada akhirnya dikemas menjadi sebuah konsep utama yang nantinya akan menentukan desain apa yang tepat. Selain media utama yang terbentuk untuk menjadi solusi atas masalah yang ada, media pendukung juga harus hadir untuk mendukung keberadaan media utama agar dikenal oleh masyarakat luas. Pada akhirnya semoga seluruh perancangan media yang telah dibuat mampu menjadi berfungsi dengan baik sehingga permasalahan yang ada dapat teratasi.

Kata Kunci: gadget, anak – anak, orangtua

PENDAHULUAN

Di era globalisasi yang menuntut semua serba mudah, dapat dilihat fakta bahwa semakin banyak orangtua yang sibuk dengan pekerjaannya dan menggantikan tugas mengasuh kepada hal lain ataupun pengasuh pengganti. Misalnya seperti tidak sedikit pula kita menemui peran orangtua yang digantikan dengan *babysitter* untuk mengawasi anak – anak mereka, adapula anak – anak yang sibuk dengan *smartphone* atau *gadget* sementara ibunya mengerjakan pekerjaan rumah. *Smartphone* atau *gadget* dianggap mampu menjadi peran pengganti sementara bagi orangtua yang sibuk melakukan kegiatan lainnya. Apalagi di era modern saat ini, kita tahu bahwa teknologi menjadi sangat akrab dengan kehidupan manusia. *Gadget* dengan segala fiturnya telah berubah dari ponsel untuk memenuhi kebutuhan berkomunikasi menjadi gawai dengan fungsi lain seperti media penyebaran informasi dan salah satu sumber hiburan bagi penggunanya lewat berbagai *digital platform* di dalamnya. Hal itulah yang kemudian menjadi salah satu alasan bagi orangtua untuk memberikan si buah hati *gadget* agar tidak rewel. Padahal tugas mengasuh anak sesungguhnya adalah tugas utama bagi orangtua, sayang sebagian besar orangtua menjadikan sebagai pekerjaan sampingan, sehingga urusan anak sering menjadi nomor dua (Kibtiyah 2017: 2)[1].

Melihat fakta itu, maka anak – anak memang membutuhkan pola asuh orangtua yang tepat.

Kegiatan mengasuh yang dilakukan orangtua adalah sebuah proses yang terus berjalan tanpa henti dari hari ke hari. Orangtua harus memiliki sebuah komitmen dalam mengasuh anak – anak mereka. Menjadikan anak sebagai teman pada saat yang tepat akan memudahkan bagi orangtua untuk mendapatkan kepercayaan dari anak. Orangtua juga bisa mengembangkan simpati dan empatinya untuk dirinya sendiri dan untuk anak yang diasuhnya (Kibtiyah, 2017: viii)[1]. Dapat dikatakan bahwa hal mengasuh anak adalah sebuah proses yang berlangsung dua arah, satu sama lain akan saling mempengaruhi. Perhatian kepada anak yang intensif tentu akan membuka peluang lebih banyak bagi orangtua untuk mengetahui perkembangan sang anak. Ketika anak mulai bisa berbicara atau anak mulai nakal, orangtua yang meluangkan lebih banyak waktu untuk mengasuh tentu akan lebih banyak tahu ketimbang orangtua yang sibuk. Selain itu, perilaku yang tidak dikehendaki akan muncul pada anak – anak yang merasa tidak diperhatikan apalagi yang mendapat kekerasan secara verbal (Kibtiyah, 2017:33)[1]. Hal tersebut tentunya harus menjadi perhatian orangtua, bahwa anak harus memiliki perhatian dari orang – orang

terdekatnya, khususnya orangtua. Ternyata menjadi sibuk sehingga melupakan kewajiban untuk mengasuh anak bukanlah hal yang dapat disepelekan.

Sebenarnya memberikan gadget kepada anak bukanlah sebuah kesalahan, namun orangtua perlu tetap mendampingi dan memberikan pengawasan kepada anak – anak. Pengawasan yang perlu dilakukan oleh orangtua bukan saja pengawasan dalam hal menimbang mana konten yang layak dikonsumsi anak – anak, namun juga rentang waktu yang tepat untuk anak – anak bermain *gadget*. Asosiasi Nasional untuk Pendidikan Anak Usia Dini (*National Association for the Education of Young Children*) menyarankan kepada orangtua yang ingin memberikan *gadget* atau media digital pada anaknya, yaitu dengan aturan waktu penggunaan dalam sehari maksimum 2 jam (Wulansari, 2017:47)[2]. Hal ini penting untuk diperhatikan, mengingat anak berpotensi menjadi kecanduan dengan *gadget* tersebut. Selain itu, anak dibawah usia 2 – 3 tahun tidak diperbolehkan menggunakan *smartphone* menurut *American Academy of Pediatrics (AAP)*, jika tidak, bayi atau anak akan menjadi pasif, ototnya tidak bekerja dengan optimal, kemampuan motoriknya tidak berkembang secara maksimal serta rentang perhatiannya (*attention span*) menjadi sangat pendek (Wulansari, 2017:17)[2].

Melihat adanya pergeseran pola pengasuhan anak yang terjadi dari masa ke masa, maka rasanya tidak semua hal di dunia ini dapat digantikan dengan bantuan teknologi. Peran pengasuhan anak yang begitu penting tidak bisa dengan mudah digantikan dengan *smartphone*, orangtua tetap punya peran di dalamnya. Mau tidak mau menjadi orangtua adalah sebuah komitmen untuk bisa mendampingi anak selama masa tumbuh kembangnya, orangtua harus punya waktu untuk melakukan kegiatan bersama dengan anak. Banyak sebenarnya yang dapat dilakukan, salah satu kegiatan yang dapat orangtua lakukan dengan anak adalah membacakan buku cerita. Dalam membacakan buku cerita, ada interaksi antara orangtua dan anak yang cukup intensif di dalamnya. Orangtua bisa berkomunikasi dengan anak lewat buku cerita dan anak bisa meresponnya. Tentunya dalam memilih jenis buku cerita juga penting, mengingat anak – anak di rentan usia 8 tahun pertama memiliki

selera yang berbeda dengan orang – orang dewasa.

Agama menjadi salah satu sumber pengajaran yang sarat dengan pesan moral. Setiap agama pasti mengajarkan prinsip – prinsip kebenaran di dalamnya, dan prinsip tersebut sangatlah baik jika diperkenalkan kepada anak – anak sedini mungkin lewat buku cerita. Kitab suci menjadi sarana pengajaran prinsip – prinsip agama di dalamnya. Salah satu contoh misalnya, Alkitab sebagai kitab suci untuk umat Kristiani menyajikan banyak kisah tokoh – tokoh di dalamnya yang baik untuk dikenalkan kepada anak – anak. Misalnya kisah tentang Nuh yang mengajarkan ketaatan, Abraham yang mengajarkan tentang iman atau kisah tentang Daud yang mengajarkan tentang kepercayaan diri. Lebih lagi, setiap tokoh memiliki pesan moral yang akan selalu memiliki relevansi dengan kehidupan manusia, begitu juga dengan kehidupan anak – anak. Seperti kisah Nuh yang mengajarkan kepada kita mengenai bagaimana sebuah ketaatan yang akan membawa kita kepada berkat – berkat Tuhan, demikian juga sikap tersebut harus diamalkan anak – anak, taat tidak hanya kepada Tuhan namun juga kepada orangtua mereka.

Buku cerita bergambar, umumnya lebih disukai oleh anak – anak. Dalam hal ini, orangtua juga bisa memilih cerita – cerita yang mendidik dan mengajarkan moral yang baik kepada anak sebagai salah satu dasar kehidupannya. Berdasarkan uraian tersebutlah maka dibuat buku cerita bergambar interaktif yang mengambil cerita dari Alkitab yang merupakan kitab suci umat Kristiani sebagai bahan ceritanya, mengingat kitab suci memiliki banyak pesan moral di dalamnya. Cerita Alkitab dipilih karena dirasa bahwa semua anak – anak berhak mendapatkan pelajaran mengenai moral yang baik dari latar belakang agama mereka berasal, dalam kasus ini khususnya umat kristiani di daerah Denpasar, Bali. Selain itu semua konten di dalamnya juga harus sesuai dengan karakter usia, maka konsep juga menjadi hal yang tidak bisa dilupakan. Maka harapan yang dapat dihasilkan oleh buku cerita ini adalah agar orangtua bisa lebih optimal dalam mengasuh anak – anaknya sejak dini, agar dasar moral yang mereka terima menjadi kuat untuk menopang kehidupan selanjutnya ketika mereka beranjak dewasa.

METODE PENELITIAN

Metode pengumpulan data merupakan sebuah cara untuk memperoleh data – data *valid* yang ada di lapangan dalam tujuan untuk memperkuat teori sementara yang menjadi landasan sebuah penulisan.

1) Metode Pengumpulan Data Primer

Metode pengumpulan data primer merupakan sebuah metode yang dilakukan langsung kepada sumber asli dengan tidak melalui perantara apapun. Ada dua cara yang dilakukan untuk mengumpulkan data, yakni:

A. Metode Observasi

Observasi merupakan peninjauan secara cermat; mengawasi dengan teliti; mengamati (<https://kbbi.kemdikbud.go.id>, 12 februari 2018)[3]. Penulis melakukan pengamatan langsung ke lapangan untuk mengamati situasi dan keadaan yang terjadi sehingga permasalahan yang ada mampu diatasi. Dalam melakukan observasi, dibutuhkan juga kepekaan penulis sehingga setiap hal kecil yang mempengaruhi objek penelitian mampu dideteksi sehingga penyelesaian masalah semakin mudah ditemukan.

Dalam metode ini, penulis mengamati kegiatan – kegiatan yang berkaitan langsung dengan penggunaan *gadget* pada anak. Pengamatan dilakukan di tempat makan dan tempat kerja penulis untuk mengamati beberapa kasus anak – anak yang bermain *gadget* ketika orangtua mereka melakukan kegiatan lain. Selain kedua tempat tersebut, dilakukan juga pengamatan di sekolah TK Bintang Bangsa, Denpasar dan Gereja Kristen Indonesia Denpasar. Wawancara ini di gereja dan sekolah bertujuan untuk mengamati keseharian anak – anak ketika mereka tidak menggunakan *gadget*, untuk melihat perbedaan sikap dan untuk mengamati kegiatan sosial mereka dengan teman-temannya.

B. Wawancara

Interview (wawancara) merupakan suatu metode dalam koleksi data

dengan cara memberikan pertanyaan – pertanyaan mengenai hal – hal yang diperlukan sebagai data penelitian (Sutanto, 2013:74)[4].

Dalam hal ini dilakukan juga beberapa wawancara dengan narasumber - narasumber yang telah menggeluti kegiatan bersama anak – anak dalam intensitas yang cukup tinggi. Wawancara dilakukan kepada Ibu Nena Mawar Sari, S.Psi sebagai psikolog yang telah menangani beberapa kasus anak – anak di RSUD Wangaya Denpasar, Ibu Kristine selaku kepala sekolah TK Bintang Bangsa dan juga guru sekolah minggu Gereja GBI Swiss serta Kak Margarieth selaku ketua guru sekolah minggu di Gereja Kristen Indonesia Denpasar.

2) Metode Pengumpulan Data Sekunder

Metode ini merupakan metode pengumpulan data yang berasal dari sumber – sumber yang sudah tersedia seperti buku, internet, siaran televisi dan lain sebagainya.

A. Pustaka

Teknik ini digunakan dalam keseluruhan proses penelitian sejak awal hingga sampai akhir penelitian dengan cara memanfaatkan berbagai macam pustaka yang relevan dengan fenomena social yang tengah dicermati (Pratiwi, 2009:63)[5].

Dalam kaitannya dengan metode ini, penulis mencari buku – buku sebagai sumber pustaka untuk mencari segala sesuatu yang berkaitan dengan topik judul yang diangkat. Adapun pustaka yang diperoleh digunakan untuk memperkuat teori yang sudah ada dan atau menambah teori – teori baru yang terkait dengan topik yang penulis angkat. Buku – buku yang dipakai adalah buku – buku yang berkaitan dengan desain.

B. Internet

Internet sendiri merupakan sebuah media berbasis jaringan yang dapat kita akses dimana saja, kapan saja melalui media seperti komputer dan *smartphone* yang terkoneksi dengan jaringan. Internet memudahkan kita

untuk mengakses informasi apapun dari belahan bumi manapun mengenai hal – hal yang ingin kita ketahui.

Melalui internet inilah penulis mencari segala macam informasi yang berkaitan dengan objek kasus, salah satunya untuk menemukan referensi terkait untuk menambah ide dan inspirasi pembuatan buku cerita bergambar yang interaktif. Adapun website yang digunakan adalah website seputar desain.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Observasi di beberapa daerah di Denpasar

Dalam melakukan kegiatan observasi, penulis mendatangi beberapa tempat di Denpasar guna mengamati seperti apa fakta yang terjadi di lapangan. Beberapa tempat didatangi untuk tujuan yang berbeda – beda untuk kasus yang sama. Pertama – tama, penulis memilih beberapa lokasi rumah makan yang ada di kawasan Denpasar guna mengamati kegiatan orangtua dengan anaknya ketika sedang makan. Adapun rumah makan yang penulis datangi antara lain: KFC Tukad Pakerisan, Serba Sambal Jl. Tukad Barito, Bakmi GM Level 21 Denpasar serta Burger King Level 21 Denpasar. Dari kegiatan ini, penulis menemukan bahwa paling tidak ada dua orang anak yang bermain *gadget* ketika ibu atau ayahnya sedang makan.

Selain dari pengamatan di rumah makan, penulis juga menemukan beberapa kasus tersebut di sosial media. Kasus anak – anak dan *gadget* ternyata juga banyak ditemui di sosial media khususnya mereka yang tinggal di kawasan Denpasar. Dalam sehari, paling tidak penulis menemukan satu anak yang sedang berinteraksi dengan *gadget* mereka.



Gambar 1. Anak dengan *Gadget*
[Sumber: Instagram]

Selain tempat pengamatan tersebut, penulis juga mendatangi lokasi penjualan buku yaitu Gramedia dan Periplus Mall Bali Galeria untuk melihat ketersediaan buku yang interaktif untuk anak – anak. Alasan mengapa penulis memilih Gramedia tersebut karena memiliki koleksi buku yang lebih lengkap ketimbang Gramedia lainnya. Dari pengamatan yang penulis lakukan di Gramedia, penulis menemukan sudah cukup banyak buku anak – anak yang interaktif. Namun jika diperhatikan lebih lagi, buku interaktif yang sudah ada hanya sebatas buku umum saja. Masih belum banyak buku interaktif yang di dalamnya berisi tentang cerita tokoh – tokoh besar di dalam Alkitab. Sementara di toko buku Periplus, jumlah jenis buku interaktif lebih bervariasi. Rata – rata dari buku tersebut adalah produksi negara lain yang diimpor ke Indonesia. Namun diakui pula oleh penjaga toko bahwa pembeli buku tersebut tidak hanya anak – anak warga negara asing yang membeli buku tersebut, namun juga anak – anak yang berasal dari Indonesia.



Gambar 2. Toko Buku Periplus dan Gramedia
[Sumber: Dokumentasi Pribadi]

Wawancara Kepala Sekolah Bintang Bangsa, Denpasar

Pada kegiatan wawancara yang dilakukan pada tanggal 25 April 2019 bersama Ibu Kristine selaku kepala sekolah TK Bintang Bangsa Denpasar, ditemukan beberapa kasus yang memperkuat masalah – masalah yang menjadi latar belakang penulisan ini. Adapun, TK yang terletak di Jl Suwung Batan Kendal tersebut memiliki jumlah siswa siswa sebanyak 35 siswa.

Berdasarkan hasil wawancara, Ibu Kristine menyampaikan bahwa memang anak jaman sekarang lebih dekat dengan *gadget* dibanding anak – anak pada jaman sebelumnya. *Gadget* menjadi teman yang cukup akrab untuk anak – anak. Namun diakui oleh Ibu Kristine, memang kesibukan

orangtua lah yang menjadi alasan utama anak – anak dekat dengan *gadget*. Namun, ada fakta menarik yang penulis temui ketika melakukan wawancara dengan Ibu Kristine, beliau menyampaikan bahwa di masa inilah anak – anak juga bersemangat dan sangat tertarik dengan kehadiran buku cerita, di mata anak – anak buku cerita malah menjadi salah satu komoditi langka yang jarang ditemui. Hal inilah yang nampaknya bisa menjadi salah satu kesempatan yang baik untuk dimanfaatkan penulis dalam membuat buku cerita yang tidak hanya menarik namun juga memberi kesan baru, bahwa buku cerita pun memiliki keseruan yang sama bahkan lebih baik dari gadget.

Selanjutnya, sebagai saksi hidup, Ibu Kristine mengutarakan bahwa bedanya anak – anak sekarang dengan yang terdahulu adalah kebiasaan orangtua membacakan buku cerita. Semasa hidupnya, ketika kecil Ibu Kristine selalu dibacakan buku cerita oleh orangtuanya. Dan saat ini, Ibu Kristine menjadi seseorang yang gemar membaca, bahkan satu kali waktu beliau pernah berebut untuk membaca buku dengan ibunya. Selain itu, hasil dari kegiatan mendongeng tersebut, hubungan anak dan orangtua menjadi lebih dekat. Sementara, saat ini anak – anak jarang sekali mendapatkan perlakuan yang demikian. Satu kali ketika membagikan rapor, Ibu Kristine selalu bertanya perihal kegiatan mendongeng kepada anak, dan hasilnya tidak banyak orangtua yang mengaku pernah membacakan cerita. Tentu hal ini menjadi perhatian Ibu Kristine sehingga ia menetapkan kebijakan kepada orangtua untuk paling tidak membacakan satu cerita kepada anak – anak. Sehingga, selain untuk menanamkan kebiasaan membaca, hubungan orangtua – anak pun dapat optimal.

Terkait dengan perwujudan buku, ibu Kristine juga memberi banyak masukan. Beliau menyarankan untuk membuat buku cerita yang memiliki karakter manusia ketimbang fabel, lalu ukuran buku yang lebih besar akan lebih menarik, ilustrasi harus lugas dan tegas, proporsi gambar harus lebih besar dan yang terakhir harus sarat dengan pesan moral. Ibu Krsitin juga mengaku bahwa sulit untuk mendapatkan buku cerita yang sesuai dengan pendidikan karakter saat ini, beliau biasanya memesan lewat temannya untuk mendapatkan buku yang sesuai dengan ketertarikan anak – anak.



Gambar 3. Wawancara dengan Ibu Kristin
[Sumber: dokumentasi penulis]

Wawancara Ketua Guru Sekolah Minggu GKI Denpasar

Penulis mewawancarai juga seorang guru sekolah minggu, yakni mereka yang mengajar layaknya seorang guru di gereja. Penulis mendatangi Gereja Kristen Indonesia yang terletak di Jl Raya Puputan no 156, Denpasar. Penulis menemui Kak Margarieth selaku Ketua Guru Sekolah Minggu sebagai narasumber dengan tujuan untuk mengetahui tingkah laku anak – anak dalam berkegiatan membaca buku dan bermain *gadget*.

Dari hasil wawancara yang penulis dapatkan, penulis kembali mendapat konfirmasi terkait masalah dengan anak – anak yang sering bermain *gadget*. Kak Margarieth juga membenarkan jika ada sikap yang sangat berbeda yang ditunjukkan oleh anak – anak yang sering bermain *gadget*. Anak – anak tersebut memiliki emosional yang lebih sulit dikontrol dan lebih sering menyendiri. Guru – guru sekolah minggu disana punya cara ampuh yang efektif untuk mengidentifikasi mana anak – anak yang memiliki intensitas bermain *gadget* lebih banyak dibanding anak – anak yang lain. Anak – anak dengan intensitas bermain *gadget* yang tinggi dikatakan memiliki cara berkomunikasi yang berbeda. Mereka jarang melakukan kontak mata dengan beberapa guru sekolah minggu dan lebih sulit mengutarakan kata – kata. Hal – hal tersebutlah yang pada akhirnya diakui menjadi fokus terbesar guru – guru sekolah minggu.

Lebih lanjut, Kak Margarieth menambahkan bahwa penyuluhan dan pembelajaran tentang bahaya *gadget* pada anak – anak juga pernah dilakukan, mengingat dunia anak – anak seharusnya adalah bersosialisasi dan bermain dengan lingkungan sekitarnya. Orangtua dianggap sebagai pihak yang paling bertanggung jawab dengan adanya kebiasaan anak – anak bermain *gadget*. Kehadiran

gadget sebagian besar ada karena ketidak hadirannya orangtua. *Gadget* menjadi jalan pintas yang mudah bagi orangtua untuk menggantikan posisi mereka. Tidak sedikit juga orangtua yang beralasan agar anaknya tidak semakin rewel sehingga membuat mereka malu ketika anaknya menangis di tempat umum juga menjadi alasan mengapa mereka dengan mudahnya memberikan *gadget*. Namun ada hal yang perlu ditekankan juga, bahwa Kak Margarieth juga menjelaskan bahwa *gadget* saat ini memang lebih mudah ditemui ketimbang buku cerita dan alat bermain lainnya. Jadi dapat dikatakan bahwa memang anak – anak tidak punya pilihan yang lain ketika mereka ingin bermain.

Berdasarkan beberapa pengalamannya, anak – anak khususnya di usia 3-7 tahun adalah anak – anak yang sangat antusias dan begitu tertarik dengan dunia bermain dan buku cerita, hanya saja memang tidak banyak yang menyediakan hal tersebut. Hal yang dimaksud adalah ketika mereka di rumah, tidak semua anak – anak memiliki buku cerita atau sarana bermain lain selain *gadget*. Hal tersebutlah yang juga menjadi alasan kenapa anak – anak bisa sebegitu bergantungnya dengan *gadget*. Padahal jika ingin dibandingkan, buku memiliki jauh lebih banyak keunggulan ketimbang *gadget*. Buku memiliki akhir, maksudnya ketika kita telah membaca buku hingga halaman terakhir ada akhir atau tujuan atau pesan yang tersampaikan. Dalam hal ini ada kepuasan. Sementara untuk *games* dan video pada *gadget* tidak memiliki akhir yang jelas. Sebuah episode pasti punya episode berikutnya yang pada akhirnya menuntun pada sebuah seri lain yang punya episode panjang, sehingga kepuasan tidak pernah tercapai. Untuk *video games* pun demikian, ada level panjang yang harus dicapai untuk mencapai kepuasan, sehingga penggunaanya terpacu untuk menyelesaikan sebuah misi dan akhirnya kecanduan. Selain itu buku membuka peluang menjadi sebuah media pembelajaran yang membuka peluang anak untuk bertanya, dalam hal ini berkomunikasi. Sementara komunikasi pada *gadget* adalah komunikasi dalam dunia maya yang akhirnya menciptakan sosok individualis karena tidak berkontak langsung dengan manusia nyata lainnya.

Walaupun demikian, pada faktanya dunia anak – anak adalah dunia yang penuh dengan kesenangan namun juga pembelajaran. Anak

– anak masih punya banyak waktu untuk beajar, jadi jangan sia – siakan kesempatan yang ada selama anak – anak masih bisa diajarkan. Biasakan kebiasaan yang baik pada anak – anak sehingga anak – anak pun mencapai tingkat perilaku yang diharapkan. Selain itu sebagai penutup, kak Margarieth menegaskan agar orangtua menjadi teladan bagi anak – anaknya. Karena anak – anak menyerap setiap informasi yang ia terima dan meniru apa yang dilakukan oleh orangtuanya.



Gambar 4. Wawancara dengan Kak Margarieth
[Sumber: dokumentasi penulis]

Wawancara Psikolog, RSUD Wangaya, Denpasar

Pada wawancara yang ketiga ini, penulis menemui Ibu Nena selaku praktisi Psikolog di RSUD Wangaya, Denpasar. Pada kesempatan ini, penulis menguatkan beberapa data yang telah dikumpulkan sebelumnya. Ibu Nena mengatakan bahwa sebenarnya yang terlebih-lebih harus menjadi perhatian utama adalah usia emas anak. Usia emas anak dikatakan adalah mereka yang berumur 0-5 tahun. Pada usia ini anak – anak layaknya sebuah spons yang mampu menyerap banyak air dan akan sangat disayangkan jika anak menyerap hal-hal yang *random* dari sebuah *gadget*. Hal ini seharusnya dapat dimaksimalkan ketika orangtua mampu memberi sarana yang lebih layak sebagai pembelajaran yang baik pada masa – masa emas tersebut.

Ibu Nena selanjutnya menyarankan, agar penulis mencari informasi yang terkait dengan pertumbuhan dan perkembangan anak usia dini. Beliau menyarankan untuk mencari segala bentuk teori terkait dengan psikologi perkembangan anak, karena hal tersebut erat kaitannya dengan buku yang akan dirancang. Ibu Nena selanjutnya mengatakan, bahwa dalam konsep buku yang hendak dibuat, didalamnya terdapat sarana pelatihan motorik, kognitif, moral dan agama. Aspek – aspek tersebut terbagi kedalam beberapa kelompok besar pertumbuhan anak.

Dalam psikologi perkembangan, anak – anak memiliki proses perkembangan dan

pertumbuhan yang berbeda setiap aspeknya. Ibu Nena menambahkan buku yang hendak dibuat juga mampu menjadi sarana untuk mendeteksi masalah anak sejak dini. Lewat buku ini, orangtua bisa mendeteksi masalah perkembangan pada anak seperti buta warna, ketidakpatuhan dan masalah lainnya. Oleh sebab itu penting untuk mengetahui aspek apa saja yang akan dicapai pada masa tertentu dalam sebuah masa pertumbuhan. Ibu Nena menyarankan untuk membuat tipe interaktifitas berdasarkan teori psikologi perkembangan anak usia dini tersebut.

Dalam kaitannya dengan anak-anak, Ibu Nena juga mengatakan bahwa anak-anak memang jadi lebih cepat marah ketika keinginannya bermain *gadget* tidak dapat terpenuhi. Namun bukan berarti sepenuhnya hal tersebut adalah kesalahan orangtua. Kurangnya media yang mampu memediasi kebutuhan anak tersebutlah yang kiranya penting untuk memberi sarana kepada orangtua agar anak-anaknya memiliki media lain yang lebih positif. Selain itu, Ibu Nena mengatakan, lewat buku orangtua memiliki program yang jelas dan terarah untuk memenuhi aspek perkembangan pada anak ketimbang memberikan anak sebuah *gadget*.



Gambar 5. Wawancara dengan Ibu Nena
[Sumber: dokumentasi penulis]

Pembahasan

Target Segmentasi Pasar

Segmentasi adalah pengelompokan target konsumen potensial. Segmentasi merupakan usaha pemisahan pasar potensial untuk kelompok-kelompok pembeli tertentu dan atau menurut jenis produk tertentu (Wijayanti, 2017:21)[6]. Segmentasi pasar dibuat untuk mengetahui struktur atau bentuk dari pasar. Adapun segmentasi pasar biasanya terbagi menjadi empat kategori, antara lain:

1) Demografis

Singkatnya, segmentasi pasar demografis adalah pembagian berdasarkan pada tipe-tipe atau jenis kependudukan (Wijayanti, 2007:23)[6]. Adapun analisis demografis

buku cerita alkitab bergambar adalah sebagai berikut:

- a. Jenis Kelamin: Laki – Laki dan Perempuan
- b. Usia : *primary market* : 2 – 6 tahun
Secondary market : 30 – 40 tahun
- c. Jenjang pendidikan: - Pra sekolah
- Umum
- d. Pendapatan: Kelas Ekonomi menengah
- e. Kewarganegaraan : Indonesia

2) Geografis

Segmentasi geografis merupakan pengelompokan target konsumen potensial yang didasarkan pada lokasi atau area tertentu atau ukuran lokasi tertentu. Segmentasi ini umum dilakukan untuk memberikan gambaran seberapa luas jangkauan konsumen potensial yang akan kita garap atau kejar (Wijayanti, 2017:23)[6]. Adapun berdasarkan analisis yang di dapat, maka target primer dan sekunder geografis untuk pembuatan buku ini adalah mereka yang tinggal maupun berada di Indonesia.

3) Psikografis

Psikografis adalah pengelompokan target pasar potensial berdasarkan pada gaya hidup seseorang, sikap-sikap seseorang terhadap produk dan minat – minat pelanggan (Wijayanti 2017:23)[6]. Selanjutnya dijelaskan bahwa segmentasi ini melihat bagaimana seseorang atau sekelompok orang menghabiskan waktu dan uangnya dalam kehidupan sehari-hari. Berdasarkan pengertian tersebut, maka target segmentasi Psikografis untuk buku ini adalah anak – anak yang gemar membeaca sebagai target utamanya. Sementara orangtua yang peduli akan pendidikan anak – anaknya menjadi target sekunder mereka sebagai penentu pembelian buku ini.

4) Behavior

Behaviour atau perilaku adalah pengelompokan berdasarkan perilaku target pasar potensial yang diminati dari gaya hidup yang dijalani sehari – hari (Wijayanti 2017:23)[6]. Berdasarkan pengertian tersebut maka segmentasi behaviour untuk target primer buku cerita ini adalah mereka yang beragama Kristiani dan sering bermain *gadget*. Namun tidak menutup kemungkinan juga untuk anak – anak yang biasa bermain dengan mainannya. Sementara untuk target

sekundernya adalah orangtua yang sibuk dengan pekerjaannya.

Strategi Kreatif

Strategi ini adalah tahap saat diputuskannya segala konten kreatif agar fungsi media baru menjadi efektif. Strategi ini perlu diperhitungkan dari segala aspek, termasuk target pasar. Karena setiap segmentasi pasar memiliki bentuk pesan dan informasi yang berbeda. Adapun strategi kreatif yang diaplikasikan pada media buku cerita bergambar Alkitab adalah:

a. Pesan

Adapun pesan yang hendak disampaikan oleh seluruh media yang dibuat adalah keunggulan – keunggulan serta manfaat yang dapat diterima oleh konsumen. Termasuk di dalamnya menginformasikan hasil yang diharapkan dari buku tersebut.

b. Strategi Visual

Strategi visual yang digunakan adalah dengan menyatukan ilustrasi dan teks dengan karakter yang terkesan ramah dan lucu serta *layout* grafis yang mendukung, sehingga konsep dan tampilan yang dihasilkan sesuai dengan konsep yang telah ditentukan. Skema warna pun juga diperhatikan agar setiap ilustrasi yang dihasilkan tidak melenceng jauh dari konsep yang hendak dicapai.

c. Gaya Visual

Gaya visual merupakan sebuah gaya desain yang dipilih untuk mendesain. Gaya visual yang dipilih oleh penulis akan menggunakan ilustrasi karakter yang lucu dengan mengambil kiblat gaya kartun. Selain itu pemilihan font sans serif juga dilakukan oleh penulis dengan tujuan yang sama, yakni memunculkan kesan ceria. Warna yang akan diaplikasikan pada gaya visual juga adalah warna – warna terang sehingga diharapkan mampu menarik perhatian anak – anak.

d. *Positioning*

Strategi *positioning* menjelaskan kepada konsumen bahwa produk yang kita miliki berbeda dari merk pesaing sehingga produk yang kita tawarkan mampu memotivasi konsumen untuk segera melakukan pembelian (Rangkuti, 2009:63)[7].

Selain hal diatas, *positioning* juga harus membuat produk, jasa atau perusahaan itu menjadi tampak berbeda dengan pesaingnya, tak sekedar beda tapi harus

bisa memunculkan keunikan dari yang lain. Dan yang lebih penting adalah jika perbedaan itu disukai bahkan dinantikan calon konsumen. Melihat hal tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa buku cerita ini memiliki beberapa keunggulan, diantaranya:

1. Belum pernah ada buku cerita sejenis yang menawarkan interaksi langsung pembaca
2. Buku ini menawarkan cara yang menyenangkan untuk mengajarkan tokoh agama pada anak - anak
3. Membiasakan sikap yang baik untuk kehidupan kesehariannya sebagai bangsa Indonesia yang merupakan bagian dari masyarakat dunia.
4. Sedangkan dalam perancangan media promosinya, masing – masing media memiliki fungsi yang berbeda – beda namun saling melengkapi satu dengan yang lain yang efektif untuk promosi dan kegiatan pendukung dari buku cerita ini.

Konsep Desain

Konsep desain dapat dikatakan sebagai sebuah ide dibalik setiap pembuatan desain. Konsep tersebut diharapkan bisa menyampaikan setiap pesan dan tujuan yang hendak dicapai dalam sebuah pembuatan media. Konsep harus mampu meninggalkan kesan kuat bagi para targetnya. Dalam menentukan konsep, penulis melakukan *brainstorming* untuk mendapatkan hasil yang sesuai dan tepat sesuai dengan kesan dan pesan yang ingin disampaikan.

Kegiatan bermain anak – anak yang selalu berdasarkan imajinasi mereka. Anak – anak selalu punya imajinasi – imajinasi unik dari pikirannya yang bisa jadi berasal dari hobi mereka, film atau cerita yang pernah mereka ketahui, bahkan tokoh atau karakter yang mereka kagumi sewaktu – waktu bisa menjadi sumber imajinasi mereka.

Dunia mereka adalah dunia yang identik dengan kesenangan, keceriaan, dan semua hal – hal menyenangkan lainnya. Ketika mereka bermain, anak – anak selalu bisa memanfaatkan lingkungan sekitarnya untuk bermain dan mengubahnya menjadi dunia yang berbeda. Oleh sebab itu maka konsep *wonderful imagination* mampu mewakili dunia anak – anak yang menyenangkan.

Visualisasi Desain

1) Buku Cerita

Buku cerita yang dimaksudkan adalah buku cerita bergambar dengan kata - kata yang memiliki tema religi. Cerita di dalamnya merupakan cerita tentang kisah tokoh penting di dalam pengajaran agama kristen yang terdapat di dalam Alkitab. Namun tidak hanya itu, di dalam buku ini juga akan disajikan beberapa desain yang interaktif dan kreatif yang tidak terlepas dari alur cerita yang hendak dibangun. Kreatif yang dimaksud dalam buku ini adalah interaksi yang berbeda – beda dengan ilustrasi menarik pada setiap halamannya.



Gambar 6. Tampilan Tampak depan Buku
[Sumber: Dokumen Penulis]

2) Maskot

Maskot adalah media promosi yang berwujud karakter tokoh yang mewakili suatu perusahaan. Karakter ini biasanya merepresentasikan suatu perusahaan yang mendukung identitas perusahaan tersebut (Ardhi, 2013:70)[8]. Maskot ini akan muncul di hampir semua media termasuk media utama dan pendukung Buku cerita bergambar Alkitab. Maskot bertujuan untuk mewakili identitas buku cerita bergambar Alkitab yang ramah terhadap kebutuhan anak – anak.



Gambar 7. Tampilan Desain Maskot
[Sumber: Dokumen Penulis]

3) Stand Booth

Booth merupakan sebuah *mini stage* yang dilengkapi oleh beragam aksesoris yang digunakan sebagai ajang promo produk, jasa, maupun *branding* perusahaan pada sebuah *event* pameran (booth.id/apa-yang-dimaksud-dengan-booth/)[9]. Keberadaan *booth* ini memberi fasilitas untuk media-media yang lain dalam sebuah *event* atau kegiatan. Keberadaannya diharapkan bisa menambah daya tarik produk sehingga lebih terekspos.



Gambar 8. Tampilan Desain Booth
[Sumber: Dokumen Penulis]

KESIMPULAN

Untuk merancang buku cerita yang interaktif dan kreatif yang memiliki karakter yang sesuai dengan anak – anak Kristiani perlu adanya pengumpulan data – data yang valid untuk akhirnya dituangkan menjadi sebuah konsep.

Agar mendapatkan hasil konsep yang sesuai, proses *brainstorming* menjadi salah proses yang sangat penting. Pada proses inilah semua data diolah dan pada akhirnya menjadi sebuah konsep wonderful imagination. Konsep ini diharapkan sesuai dengan karakter target pembuatan media ini, yaitu anak – anak.

Pada akhirnya untuk mendukung media utama yang dirancang, perlu adanya media promosi yang tepat berdasarkan target utama yang hendak dicapai. Penentuan media promosi juga harus melalui sebuah proses untuk mengidentifikasi efektifitas dari sebuah media yang dipilih.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Astriana Kibtiyah, Menjadi Orangtua. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2017.
- [2] Nyi Mas Diane Wulansari, Didiklah Anak Sesuai zamannya. Jakarta: Visi Media Jakarta, 2017.
- [3] Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia. Internet: <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/gawai>, 2016 [20 april 2019].
- [4] Sutanto, Buku Pintar Bikin Proposal Tepat Sasaran. Yogyakarta: Mitra Buku, 2013.
- [5] Pratiwi, Panduan Penulisan Skripsi; Landasan Teori, Hipotesis, Analisis Statistik, Pedoman Teknis, Bahas Ilmiah, Pendadaran dan Yudisium. Magelang: Tugu Publishet Nyutran, 2009.
- [6] Titiek Wijayanti, Marketing Plan dalam Bisnis. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2017.
- [7] Freddy Rangkuti, Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Intergrated Marketing Communication. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2019.
- [8] Yudha Ardhi, Merancang Media Promosi Unik dan Menarik. Yogyakarta : Taka Publisher, 2013
- [9] Admin. "Apa yang dimaksud dengan BOOTH". Internet: <http://booth.id/apa-yang-dimaksud-dengan-booth/>, 2017 [6 Mei 2019]