

PERANCANGAN KAMPANYE SOCIAL TENTANG PENGAWASAN GADGET PADA ANAK UNTUK ORANG TUA

Widiya Lestari Harahap¹, Dicky Darmawan²

^{1,2}Desain Komunikasi Visual, Fakultas Teknologi Informasi, Institut Teknologi Batam
Jl Gajah Mada, Kompleks Vitka City, Tiban Ayu - Sekupang, Batam 29425, Kepulauan Riau – Indonesia

e-mail: widiya@iteba.ac.id¹, 1923003@student.iteba.ac.id²

Received : December, 2023	Accepted : December, 2023	Published : January, 2024
---------------------------	---------------------------	---------------------------

Abstract

The development of science and technology brings changes to almost the entire order of human life. The use of gadgets or smartphones that almost everyone has today. The negative impact of using children's gadgets without parental supervision includes children will be irritable, even disobedient, even imitating behavior from what they watch from these gadgets besides that excessive use of gadgets without parental supervision can have a negative impact on children's development. Therefore, a media is needed that is able to convey the message to parents that children who are given gadgets without supervision will have a negative impact on their development. The campaign "Batasi Gadgets Anak" with the concept of educating the dangers of excessive gadget use without parental supervision to provide awareness of the dangers of gadgets in children's growth.

Keywords: *gadgets, parents, children, social campaigns, ads*

Abstrak

Berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi membawa perubahan hampir pada seluruh tatanan kehidupan manusia. Penggunaan gadget atau smartphone yang hampir semua orang miliki saat ini. Dampak negatif penggunaan gadget anak tanpa adanya pengawasan orang tua diantaranya anak-anak akan mudah marah, bahkan suka membangkang, bahkan mencontoh perilaku dari apa yang mereka tonton dari gadget tersebut selain itu dengan penggunaan gadget yang berlebihan tanpa pengawasan orangtua dapat memberikan dampak negative kepada perkembangan anak-anak. Oleh karena itu dibutuhkan sebuah media yang mampu menyampaikan pesan kepada orangtua bahwa anak-anak yang diberikan gadget tanpa pengawasan akan berdampak negative terhadap perkembangannya. Kampanye "Batasi Gadget Anak" dengan konsep edukasi bahaya penggunaan gadget berlebihan tanpa pengawasan orang tua untuk memberikan kesadaran akan bahaya gadget pada pertumbuhan anak-anak.

Kata Kunci : *gawai, orangtua, anak-anak, kampanye, sosial, iklan*

1. PENDAHULUAN

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi telah membawa perubahan besar dalam kehidupan manusia. Teknologi terus berkembang pesat seiring berjalannya waktu. Dengan perkembangan teknologi yang semakin cepat, muncul berbagai jenis teknologi baru. Teknologi saat ini memiliki berbagai macam variasi, mulai dari yang terjangkau hingga yang mahal, sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan ekonomi pengguna. Berbagai jenis teknologi dapat dengan mudah diakses oleh banyak orang. Teknologi tidak lagi merupakan barang langka, melainkan telah menjadi bagian integral dari berbagai aspek kehidupan, termasuk pendidikan, budaya, olahraga, ekonomi, dan politik. Hampir semua kegiatan dalam bidang tersebut memanfaatkan kecanggihan teknologi untuk meningkatkan efisiensi dan kenyamanan (Hidayatuladkia; dkk, 2021). Berdasarkan paparan dari website katadata.co.id yang ditinjau oleh Dwi Latifatul Fajri (2022) *Gadgets* adalah perangkat elektronik kecil

yang memiliki fungsi khusus. *Gadget* dapat digunakan sebagai sumber informasi, platform jejaring sosial, hobi, wadah kreatif, dan untuk banyak tujuan lainnya. Perangkat teknologi ini juga mempermudah berbagai aktivitas seseorang. Dengan bantuan aplikasi dan koneksi internet, gadget saat ini membantu memenuhi berbagai kebutuhan manusia, seperti berbelanja, mencari teman, dan bahkan bekerja.

Penggunaan *gadget* atau *smartphone* yang hampir semua orang memilikinya saat ini. Walaupun dengan kehadiran perangkat elektronik seperti *smartphone* tersebut membuat manusia terbantu dengan fitur-fiturnya yang canggih seperti, dapat mengirim pesan jarak jauh, video call, atau bahkan memudahkan urusan pekerjaan dengan mengadakan rapat secara online dll. Namun, dengan maraknya perusahaan teknologi membuat gadget keluaran terbaru dan semakin canggih juga memberikan dampak buruk bagi penggunaannya dan menjadikan budaya konsumtif yang sangat tidak bijak. Manusia yang seharusnya menjadi makhluk sosial dengan bersosialisasi dengan manusia lainnya menjadi anti sosial dan terjebak dalam dunia maya yang semu akibat penggunaan gadget yang berlebihan. Tidak hanya bagi orang dewasa bahkan saat ini anak-anak justru mendapatkan dampak yang paling besar akibat penggunaan gadget. Gadget yang dibebaskan dapat memberikan mereka akses untuk melihat hal-hal yang tidak seharusnya, bermain game berlebihan, dan membuat emosi mereka tidak stabil jika kalah dalam permainan seperti yang dijelaskan dari artikel web *gamedia* yang ditinjau oleh Pandu (2022).

Dampak negatif gadget yang dijelaskan oleh Ni'mah (2021) pada web Solopos dampak negatif penggunaan gadget anak tanpa adanya pengawasan orang tua anak akan mudah marah, bahkan suka membangkang, bahkan mencontoh perilaku dari apa yang mereka tonton dari gadget tersebut. Adapun waktu belajar anak juga banyak terkuras karena mereka lebih banyak bermain game online maupun offline. Anak-anak yang menggunakan gadget secara berlebihan tanpa pengawasan orang tua bisa mempengaruhi perkembangannya, antara lain anak akan menjadi malas, kurang disiplin, bahkan anak akan meninggalkan kewajibannya yaitu beribadah.

Dikutip dari web *halodoc* yang ditinjau oleh (Handayani, 2021) Menggunakan gadget secara berlebihan pada anak-anak dapat berdampak buruk pada kesehatan mereka dan juga memengaruhi pertumbuhan mereka. Dampak buruk dari kecanduan gadget termasuk kesulitan tidur, masalah pada mata, dan risiko obesitas. Beberapa orangtua mungkin memberikan gadget kepada anak-anak mereka agar tidak merengek atau sebagai alat pembelajaran. Namun, kita harus tetap memperhatikan dampak dari penggunaan gadget, terutama jika anak sudah kecanduan. Kecanduan gadget juga dapat merusak kesehatan mental, menyebabkan masalah seperti depresi, kecemasan, kesulitan berkonsentrasi, perubahan mood yang tiba-tiba, dan bahkan psikosis.

Dampak negatif dari kecanduan gadget melibatkan risiko tinggi mengalami *cyberbullying* (Lestari, 2022). *Cyberbullying* adalah bentuk pelecehan yang bisa dilakukan oleh siapa pun dengan akses internet dan perangkat seperti *smartphone*. Para pelaku dapat tetap anonim, membuat mereka tidak takut teridentifikasi. Kejadian *cyberbullying* juga bisa terjadi kapan saja, 24 jam sehari, sepanjang waktu. Tak hanya itu, korban tidak hanya menghadapi pelecehan di dunia maya, tapi juga di kehidupan nyata, membuat pengalaman perundangan tersebut sulit dihindari.

Oleh karena itu, berdasarkan fakta, data dan wacana yang tertera maka permasalahan tersebut menarik untuk ditinjau dari sudut pandang DKV. Urgensi dalam pembatasan gadget anak oleh orangtua perlu diupayakan agar mengurangi dampak kecanduan. Melalui hal tersebut, pemecahan masalah akan dilakukan perancangan kampanye social tentang Pengawasan Gadget Pada Anak Untuk Orang Tua Agar Mengawasi Kegiatan Anak Bermain Gadget. Dengan terancangannya pemecahan masalah tersebut, diharapkan anak – anak menjadi lebih fokus pada pendidikan, bersosialisasi, beribadah serta anak – anak tidak masuk kedalam dunia negative pada gadget, maka terancanglah sebuah kampanye social berupa iklan videografi, poster ataupun sebuah feed postingan social media, pengawasan gadget pada anak untuk orang tua agar mengawasi anak bermain

2. METODE PENELITIAN

Dalam mendapatkan informasi yang dibutuhkan, penulis menjalankan penelitian dengan menerapkan pendekatan deskriptif kualitatif. Pendekatan ini digunakan untuk merinci suatu peristiwa dengan tujuan menemukan serta menganalisis data terkait, seperti pandangan orangtua terhadap penggunaan gadget berlebihan tanpa pengawasan. Data primer, yang merupakan informasi yang harus dikumpulkan terlebih dahulu oleh peneliti, diperoleh langsung dari subyek penelitian, termasuk individu, kelompok, dan organisasi yang terkait dengan perancangan studi. Metode pengumpulan data melibatkan penelitian kepustakaan, observasi, dan wawancara. Di sisi lain, data sekunder merujuk pada informasi yang tidak diperoleh secara langsung dari sumber pertama. Informasi ini diperoleh melalui membaca literatur, buku, dan media informasi lainnya yang dianggap mendukung serta melengkapi hasil penelitian mengenai perilaku sasaran.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Deskripsi Data

Setelah melakukan wawancara dengan tiga narasumber, penulis menyimpulkan bahwa dampak utama dari bahaya penggunaan gadget pada anak melibatkan perilaku berbicara kasar, perubahan mendadak menjadi marah ketika kalah dalam bermain game, dan kecanduan game online. Dari hasil wawancara, beberapa narasumber menyatakan bahwa mereka kesulitan mengawasi aktivitas gadget anak-anak mereka karena kesibukan pekerjaan. Oleh karena itu, mereka menganggap Kampanye Sosial tentang Pengawasan Gadget pada anak sangat membantu, karena dapat memberikan edukasi kepada orang tua agar lebih efektif dalam memantau anak-anak saat menggunakan gadget, dengan harapan agar terhindar dari dampak negatif.

Selain itu, data yang di dapatkan bahwa mayoritas orang tua dengan kelas ekonomi menengah ke atas, khususnya yang bekerja, memiliki anak-anak yang aktif bermain gadget. Rata-rata usia orang tua ini adalah 28 tahun, dan mereka mayoritas bekerja di sektor wirausaha. Anak-anak mereka sering terlibat dalam aktivitas gadget, seperti membuka YouTube, menonton media sosial, dan bermain game. Meskipun mereka tidak selalu mengawasi anak-anak mereka secara langsung saat bermain gadget, namun mereka memberlakukan batasan waktu untuk penggunaan gadget. Beberapa dari mereka bahkan pernah mencoba untuk tidak memberikan gadget kepada anak-anak mereka sepanjang hari, namun hasilnya menunjukkan bahwa anak-anak mereka cenderung menjadi cuek, menangis, tantrum, dan marah.

3.2 Pembahasan

Media yang digunakan dalam kampanye ini bertujuan untuk menyampaikan bahaya penggunaan gadget secara berlebihan pada anak tanpa pengawasan orangtua. Pemilihan media disesuaikan dengan target khalayak sasaran yang disesuaikan dengan kebiasaan khalayak sasaran yang dituju.

Creative Brief

Pada *creative brief* ini untuk menjelaskan bagaimana konsep video pendek. Dan adapun beberapa pertanyaan dari *creative brief* sebagai berikut:

Why are we advertising (Alasan mengapa melakukan iklan/*video Short*?)

Memberitahukan/mengkampanyekan serta mengajak #BatasiGadgetAnak kepada orangtua pekerja yang mempunyai anak berumur 5-10 tahun sesuai dengan target audience yang sudah ditentukan.

Who are we talking to (and what do we know about them)

Khalayak sasaran, Siapa? Demografi, Psikografi, Geografis.

Geografis

Kota Batam

Demografis

Perancangan kampanye ini ditargetkan pada orang tua yang mempunyai anak usia 5-10 tahun di Batam. Perancangan juga dibatasi untuk tipe orangtua di Batam dalam golongan menengah keatas,

Psikografis

Kampanye ini difokuskan pada orangtua pekerja yang memiliki sifat kurang perhatian kepada anak saat bermain gadget, orangtua yang selalu memberikan gadget pada anak dengan bebas tanpa batasan waktu, orangtua yang selalu sibuk bekerja dan tidak punya waktu untuk anak.

What do we want them to think or do?

Mengingatkan serta mengajak orangtua pekerja yang mempunyai anak berumur 5-10 tahun agar dapat mengawasi anak mereka dalam bermain gadget.

What should the advertising say?

Batasi Gadget Anak

Why should anyone believe it?

Gadget juga terdapat sisi negative bagi anak – anak mulai dari *Cyberbullying*, gangguan tidur, berkurangnya konsentrasi, berkata kasar, dan juga terdapat konten dewasa. Hal ini disampaikan melalui video iklan pendek yang menjadi media utama dalam perancangan ini.

What is the desired tone and manner of the advertising?

Kesan senang/lucu, *education, persuasi, reminding*

What executional considerations are there?

video dibuat dengan unsur lucu dan hiperbola, dalam video menyertakan logo kampanye dan logo KPAI. Durasi video kampanye 30-60 beserta sound effect dan backsound serta menggunakan FX pada video.

Hasil Perancangan

Hasil dari perancangan kampanye social ini adalah dalam bentuk iklan video pendek. Dalam proses perancangan kampanye ini juga membuat logo sebagai identitas kampanye.

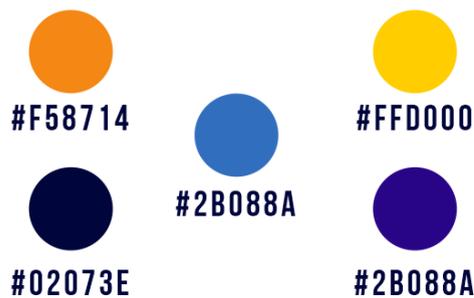
Logo Kampanye

Menurut *Interaction Design Foundation* (dalam Andrew, 2021) Teori warna atau color theory didefinisikan sebagai pedoman yang digunakan oleh para desainer dalam menyampaikan sebuah pesan kepada para penggunanya melalui warna. Warna yang di pakai pada logo adalah Orange dan Biru, karena warna tersebut melambangkan elektronik pada gadget. Warna orange melambangkan kehangatan/suhu pada gadget dan biru melambangkan system pada gadget/elektronik.



Gambar 1 Logo Kampanye Social

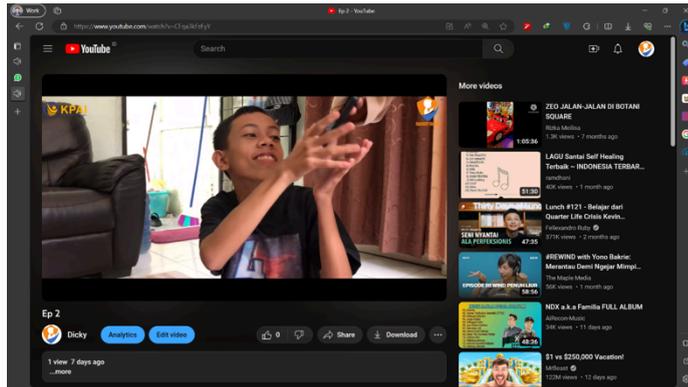
Bentuk perisai dari logo tersebut melambangkan sebuah perlindungan terhadap sesuatu yang berharga, dan terdapat anak yang sedang bermain gadget pada perisai tersebut yang dapat disimpulkan bahwa “Jagalah anak anda dalam bermain gadget”.



Gambar 2 Warna pada design logo Kampanye

Video kampanye yang akan dirancang berupa video iklan tentang pengawasan gadget pada anak untuk orang tua agar mengawasi anak dalam bermain gadget. Karena tujuan awal perancangan ini adalah untuk membantu para orang tua, yang sedang bekerja dan memiliki anak kecil berusia 7 tahun, yang sering diberi gadget pada orang tuanya. Tetapi para orang tua tersebut kurang memerhatikan anaknya saat bermain gadget karena pada dasarnya orang tuanya adalah pekerja, jadi agar anaknya tidak masuk dalam dunia negative pada gadget kami membuat video iklan yang ditujukan untuk orang tuanya.

Video akan dirancang dengan fokus kepada kejadian saat anak diberi gadget dari orang tuanya yang membuat para orang tua menyadari bahwa jika anak mereka di berikan gadget tetapi tidak ada pengawasan anak akan tanpa sengaja membuka hal-hal negative yang ada di dalam dunia gadget. Video tersebut akan mendemonstrasikan pentingnya pengawasan orang tua, menyoroti dampak negatif dari gadget yang tidak terpantau pada anak, termasuk dampaknya pada perkembangan sosial dan emosional.



Gambar 3 Iklan Video pendek

video kampanye mempublish ke platform youtube, karena youtube dapat diakses kapan saja dan di mana saja asalkan terhubung dengan internet. Ini memberikan fleksibilitas kepada ibu-ibu untuk menonton konten sesuai jadwal dan situasi mereka. Selain itu, media pendukung dari video kampanye untuk orang tua agar saat hendak bekerja selalu ingat bahwa meninggalkan anak dengan gadget tanpa pengawasan orangtua akan berakibat berbahaya kepada anak, pada media standing banner ini yang menginformasikan ketika anak tidak di perhatikan saat bermain gadget akan menimbulkan efek yang negative, standing banner ini akan diletakan dalam sebuah acara – acara seperti di mall.



Gambar 4 Mockup Standing Banner

Selanjutnya ada media pendukung poster, media ini akan di tempel seperti dinding yang berada di pasar, karena pasar adalah tempatnya ibu – ibu yang banyak berbelanja dan beraktifitas. Poster ini juga akan di letakan di dinding kantor. Poster tersebut dapat mengingatkan kembali ibu – ibu yang sering memberikan anaknya bermain gadget tetapi tidak diawasi dengan baik.



Gambar 5 Design Poster Kampanye

Penulis juga membuat output dari video ke social media seperti Instagram untuk penyampaian pesan kampanye lebih dekat ke khalayak sasaran yang dituju.



Gambar 6 Instagram output video

4. KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat ditarik dari perancangan video kampanye sosial mengenai pengawasan gadget pada anak adalah bahwa video kampanye tersebut diharapkan mampu memberikan pengingat kepada ibu-ibu pekerja agar lebih memperhatikan anak-anak mereka dalam menggunakan gadget. Pengawasan gadget pada anak menjadi langkah penting bagi orang tua, dan kampanye ini bertujuan untuk mendidik serta menginspirasi mereka agar lebih aktif memantau aktivitas bermain gadget anak-anak mereka. Dengan menyajikan konten yang informatif dan kreatif di platform media sosial yang sesuai, kampanye ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran akan dampak gadget terhadap perkembangan anak serta memberikan saran praktis kepada orang tua. Pemilihan media yang digunakan dalam kampanye ini disesuaikan dengan kebutuhan dan pendekatan sesuai dengan khalayak sasaran sehingga pesan kampanye ini tersampaikan dengan efektif.

DAFTAR PUSTAKA

- Andrew. (2021) *Teori Warna*. Diakses pada tanggal 21 Januari 2023
<https://www.gramedia.com/literasi/teori-warna/>
- Bonafix Nunnun ,D. (2011) *KAMERA DAN TEKNIK PENGAMBILAN GAMBAR*. Diunduh pada tanggal 20 Januari 2023
<https://journal.binus.ac.id/index.php/Humaniora/article/view/4015/3172> (PDF)
- Fajri Latifatul Dwi. (2022, July 22). *Gadget adalah jenis perangkat elektronik ini fungsi dan manfaatnya*. Diakses pada tanggal 21 November 2022.
<https://katadata.co.id/agung/digital/62da74b13ddfc/gadget-adalah-jenis-perangkat-elektronik-i-ni-fungsi-dan-manfaatnya>
- Fahmy, Aulia Ilham. (2022) *4 Pengertian Kampanye Sosial Menurut Ahli dan Contohnya* . Diakses pada tanggal 24 Desember 2022
<https://www.pinhomelid.com/blog/pengertian-kampanye-sosial-menurut-ahli/>
- Handayani Verona Verury. (2021, Januari 13) *Si kecil kecanduan gadget ini dampaknya*. Diakses pada tanggal 3 Desember 2022
<https://www.halodoc.com/artikel/si-kecil-kecanduan-gadget-ini-dampaknya>
- Indonesia CNN. (2019, Oktober 17) *Dua remaja bekasi alami gangguan jiwa akibat kecanduan gim hp*. Diakses pada tanggal 23 Desember 2022
<https://www.cnnindonesia.com/nasional/20191017105052-20-440267/dua-remaja-bekasi-alami-gangguan-jiwa-akibat-kecanduan-gim-hp>
- Ivander Kevin, Sitingjak Dominika, Ambarita Iriantina,H. (2021) *Apa itu play therapy*. Diakses pada tanggal 4 Januari 2023
<https://www.cae-indonesia.com/article-detail/54/apa-itu-play-therapy>
- Julita Intan Veni. (2021) *Pentingnya Peran Orangtua dalam Perkembangan Anak*. Diakses pada tanggal 12 Januari 2023
<https://osc.medcom.id/community/ingat-pentingnya-peran-orangtua-dalam-perkembangan-anak-1904>
- Lestari Karlina. (2022, Mei 30). *Dampak negative gadget bagi anak yang perlu di waspadai*. Diakses pada tanggal 10 Desember 2022
<https://www.sehatq.com/artikel/dampak-negatif-gadget-bagi-anak-yang-perlu-diwaspadai>
- Makarim Rizal Fadhli,dr. (2023) *Psikologi anak*. Diakses pada tanggal 9 Januari 2023
<https://www.halodoc.com/kesehatan/psikologi-anak>
- Mulachela Husen. (2022) *Kampanye Adalah Proses Komunikasi, Ini Ciri-ciri dan Jenisnya*. Diakses pada tanggal 3 Januari 2023
<https://katadata.co.id/agung/berita/625538cd327a4/kampanye-adalah-proses-komunikasi-ini-ciri-ciri-dan-jenisnya>
- Ni'mah Nihayatun Lina. (2021, July 22). *Dampak Gadget Pada Anak-anak*. Diakses pada tanggal 21 November 2022
<https://www.solopos.com/dampak-gadget-pada-anak-anak-1140916>
- Nurnafisa, S. (n.d.). (2022) *Batasan Waktu Anak Main Gadget Yang Perlu Diperhatikan*. Diakses pada tanggal 24 Desember 2022 Retrieved from theAsianparents
<https://id.theasianparent.com/batasan-waktu-anak-main-gadget>

Novitasari Devi. (2022) *Apa Itu Tipografi? Pengertian, Manfaat, Elemen, serta Contohnya*. Diakses pada tanggal 19 Januari 2023 <https://makinrajin.com/blog/tipografi-adalah/>

Pandu. (2022, December). *Akibat penggunaan gadget berlebihan*. Diakses pada tanggal 23 November 2022 <https://www.gramedia.com/best-seller/akibat-penggunaan-gadget-berlebihan/>

Pradana Whisnu. (2021, Maret 16). *Gawat RSJ Cisarua rehabilitas ratusan anak kecanduan gadget*. Diakses pada tanggal 23 Desember 2022 https://news.detik.com/berita-jawa-barat/d-5495226/gawat-rsj-cisarua-rehabilitasi-ratusan-anak-kecanduan-gadget-di-jabar?utm_source=headtopics&utm_medium=news&utm_campaign=2021-03-16

Prawiro, M. (2023) *Kampanye Adalah Proses Komunikasi, Ini Ciri-ciri dan Jenisnya*. Diakses pada tanggal 4 Januari 2023 <https://www.maxmanroe.com/vid/teknologi/pengertian-gadget.html>

Pangesti Rika. (2021) *mengenal tipografi pengertian prinsip dan contohnya*. Diakses pada tanggal 15 Januari 2023 <https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-5873456/mengenal-tipografi-pengertian-prinsip-dan-contohnya>

Sihombing Audhitama Rio. (2018, Januari 18). *kecanduan smarthphone 2 pelajar di bondowoso alami gangguan jiwa*. Diakses pada tanggal 19 Desember 2022 <https://www.liputan6.com/news/read/3230086/kecanduan-smarphone-2-pelajar-di-bondowoso-alami-gangguan-jiwa>

Sitoresmi Rifka, A. (2021) *Apa Itu Psikologi? Pahami Pengertian, Jenis-jenis, dan Tujuannya*. Diakses pada tanggal 8 Januari 2023 <https://www.liputan6.com/hot/read/4665662/apa-itu-psikologi-pahami-pengertian-jenis-jenis-dan-tujuannya>

Setyaningsih Yunita. (2023) *Pengertian Layout Desain, Prinsip, Elemen, Tujuan, dan Manfaat*. Diakses pada tanggal 12 Januari 2023 <https://dianisa.com/pengertian-layout-desain/>

Zakaria Muchammad. (2022) *Pengertian Videografi Beserta Sejarah dan Teknik dalam Videografi*. Diakses pada tanggal 20 Januari 2023 <https://www.nesabamedia.com/pengertian-videografi/>