BAB I PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang Masalah

Semakin berkembangnya zaman, ilmu pendidikan ikut berkembang pula. Tidak dapat dipungkiri pendidikan terutama di Indonesia sudah sangat berbeda dengan pendidikan di zaman sebelumnya. Menurut hasil survei, anak TK.B zaman sekarang dituntut agar sudah dapat membaca dengan lancar. Pelajaran yang di dapat oleh anak-anak zaman sekarang dipacu agar dapat mengikuti perkembangan anak-anak di Negara lain. Namun, sangat disayangkan, berdasarkan riset "Most Littered Nation In the World" yang dilakukan oleh Central Connecticut State Univesity Maret 2016, minat baca di Indonesia berada diposisi 2 terbawah dari 61 Negara yang disurvei. Dengan membaca, maka akan terjadi komunikasi / interaksi dari anak ke orangtua maupun sebaliknya. Menurut Iskandar Wassid dan Dadang Sunendar (2008: 289), membaca buku tingkat awal memiliki beberapa manfaat bagi anak, yaitu mengenali lambang-lambang bahasa, mengenal kata dan kalimat, menemukan ide pokok dan kata kunci, dan menceritakan kembali cerita pendek. Selain itu, menurut Martini Jamaris (2014:151), membaca merupakan salah satu terapi untuk anak yang mengalami kesulitan dalam belajar.

Di zaman sekarang pula, manusia tidak hanya dapat membaca melalui buku cetak, perlu disadari manusia tidak dapat menghindar dari perkembangan teknologi yang ada di dunia, anak-anak pun ikut merasakan perkembangan tersebut. Sehingga orangtua dapat mengarahkan anak untuk memanfaatkan media *gadget* guna membaca, agar anak tidak merasa tertekan dan bosan, selain itu juga menyenangkan.

Dengan begitu, penulis membuat sebuah kampanye sosial untuk mengingatkan kembali pentingnya membaca bagi anak-anak oleh orangtua, karena dengan membaca, akan melatih anak mereka dalam belajar, selain itu dengan melatih anak membaca sejak usia 6 tahun, maka akan memperluas kosakata anak tersebut. Akan memberikan efek pula ketika anak tersebut menginjak usia lebih lanjut, anak sudah terbiasa membaca buku pelajaran yang harus mereka lalui.

I.2. Identifikasi Masalah

- a. Tuntutan pendidikan anak mulai dari TK.B semakin tinggi.
- b. Minat baca masyarakat Indonesia masih kurang.
- c. Peran orangtua sangat dibutuhkan untuk mengarahkan anak membaca dengan cara yang menyenangkan, agar anak tidak cepat bosan/ teretekan.

I.3. Pembatasan Masalah

Faktor Demografis:

SES B

Faktor Geografis:

Primer: Kota Semarang

Sekunder: Kota padat penduduk

Target Audience:

Orangtua usia 27 - 35 tahun atau orangtua yang sudah memiliki anak usia di atas 5 tahun dibawah 10 tahun.

Lingkup pembahasan dari perancangan ini adalah Perancangan Kampanye Sosial Mengingatkan Kembali Pentingnya Manfaat Membaca bagi Anak-anak oleh Orangtua.

Membaca dalam perancangan kampanye ini lebih kepada membaca buku cerita untuk anak, karena dengan membaca buku cerita, maka bisa membuat anak mendapatkan kosakata baru yang sebelumnya belum pernah mereka tahu, selain itu melatih anak memahami sebuah cerita.

I.4. Perumusan Masalah

Bag<mark>aimana</mark> cara menyampaikan pesan untuk <mark>Peranc</mark>angan Kampanye Sosial Mengingatkan Kembali Pentingnya Manfaat Membaca bagi Anak-anak oleh Orangtua melalui Desain Komunikasi Visual?

I.5. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk menyampaikan pesan terhadap orangtua agar membiasakan anak sejak kecil rajin membaca, karena membaca memiliki manfaat yang positif bagi anak untuk sekarang dan kedepannya. Anak juga dapat membaca melalui media apapun, tidak harus melalui buku cetak.

I.6. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah agar orangtua paham dan mulai membiasakan anak mereka untuk membaca tidak dengan memaksa, namun dengan cara yang menyenangkan bagi anak, sehingga anak tidak merasa tertekan oleh orangtua mereka. Dengan begitu, membaca bisa menjadi sebuah kebiasaan bagi masyarakat Indonesia.

I.7. Metode Penelitian

I.7.1. Studi Literatur

Mengumpulkan data melalui buku yang berisikan teori mengenai *brand*, teori mengenai Komunikasi Marketing Terpadu / IMC, teori mengenai kampanye, teori manfaat membaca bagi anak, dan teori mengenai AISAS.

I.7.2. Internet

Pencarian data melalui internet untuk mencari studi komperasi sebagai pembanding desain kampanye yang akan penulis buat.

I.7.3. Kuesioner

Kuesioner dibuat ditujukkan untuk orangtua yang memiliki anak diatas 5 tahun dan kurang dari 10 tahun. Guna mencari informasi apakah orangtua mereka memberikan / tertarik memberikan buku cerita pada anak-anak mereka serta digunakan untuk mencari informasi, apa alasan orangtua jika di zaman sekarang tidak mengarahkan / membiasakan anaknya untuk membaca.

I.7.4. Observasi

Observasi dilakukan guna mengetahui tempat dimana target sasaran biasanya berkunjung, serta untuk mengetahui aktivitas anak di luar tempat tinggal mereka.

I.8. Sistematika Penulisan

BAB I: PENDAHULUAN

BAB I memba<mark>has tentang Latar Belakang Masalah, Identifikas</mark>i Masalah, Pembatasan Masalah, Peru<mark>musan mas</mark>alah, Tujuan Penelitian, <mark>Manfaat P</mark>enelitian, Metode Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

BAB II: TINJAUAN UMUM

BAB II membahas tentang Kerangka Berpikir, Landasan Teori, Kajian Pustaka, dan Studi Komperasi.

BAB III: STRATEGI KOMUNIKASI

BAB III berisi tentang Analisis, Sasaran Khalayak, dan Strategi Komunikasi.

JAPR

BAB IV: STRATEGI KREATIF

BAB IV berisi tentang Konsep Visual, Konsep Verbal, dan Visualisasi Desain.

BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN

BAB V berisi tentang kesimpulan dari analisa studi kasus dengan menggunakan teori yang ada dan saran yang berhubungan dengan penelitian ini.