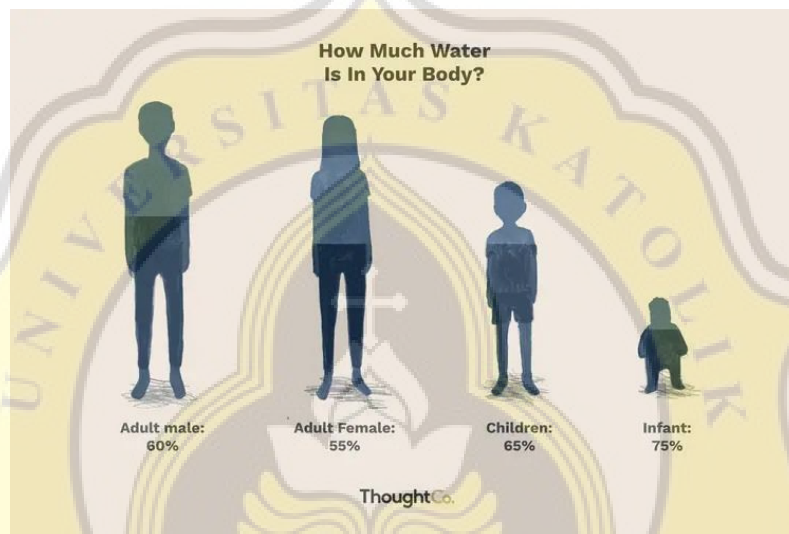


BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Air merupakan salah satu elemen terpenting yang dibutuhkan tubuh manusia. Terlebih anak-anak membutuhkan air lebih banyak yaitu sekitar 65% sebagaimana dijelaskan oleh Anne Marie Helmenstine, Ph.D. (2021) selaku penulis sains dan ilmuwan¹ (Lihat gambar 1). Air juga dibutuhkan tubuh untuk organ tubuh manusia bisa bekerja dengan baik.



Gambar 1. Kebutuhan air pada tubuh manusia

Sumber: <https://bit.ly/36y2uBy> diakses pada 10 Maret 2022 pukul 19.12 WIB

Saat ini, anak-anak tumbuh dengan gaya hidup yang kurang sehat seperti kurangnya kegiatan fisik dan mengonsumsi asupan yang tidak sehat secara berlebihan (UNICEF, 2020:24). Menurut pemaparan dari Dr. dr. Bernie Endyarni Medise, Sp.A(K), M.P.H selaku dokter anak konsultan tumbuh kembang dan pakar hidrasi dari laman SehatAQUA (2020) menyatakan bahwa masih kurangnya kesadaran anak dalam mengonsumsi air putih.² Sedangkan berdasarkan riset yang dilakukan sebanyak 13 negara dalam *European Journal of Nutrition*, didapatkan bahwa 1 dari 4 anak di Indonesia masih belum cukup memenuhi

¹ Dikutip dari artikel berjudul "How Much of The Human Body Is Water?" bahwa tubuh anak-anak membutuhkan air lebih banyak dibanding orang dewasa untuk organ tubuh manusia bekerja dengan baik. Diakses dari <https://bit.ly/36y2uBy> pada Kamis, 10 Maret 2022, pukul 19.12 WIB.

² Dikutip dari artikel berjudul "Hidrasi Sehat Pada Anak Tingkatkan Fokus untuk Meraih Prestasi" dengan narasumber dr. Bernie selaku dokter anak konsultan tumbuh kembang dan pakar hidrasi. Diakses dari <https://bit.ly/3JuL9Z4> pada Kamis, 10 Maret 2022, pukul 20.30 WIB.

kebutuhan air putih melainkan sebanyak 30% bukan berasal dari air putih.³ Untuk memperingati Hari Anak Nasional 2021, AIESEC Indonesia membuat *HydrAction Project* bersama Danone-AQUA untuk meningkatkan kesadaran siswa terhadap pentingnya minum air, salah satunya mengunjungi sekolah yang ada di kota Semarang. Hal ini tentunya dapat berpengaruh pada kesehatan (dehidrasi) dan sulitnya dalam berkonsentrasi, sehingga perlunya pemberian edukasi pada anak secara dini untuk terbiasa dan tetap rutin minum air putih yang perlu didampingi orangtua.⁴

Melihat dari permasalahan tersebut, dalam perancangan komunikasi visual ini penulis mengambil studi kasus di kota Semarang yang merupakan salah satu perkotaan besar Indonesia serta ibukota dari Jawa Tengah sendiri. Hal ini juga didukung dengan pernyataan seorang ahli gizi bernama Zuha Salsabila, S.Gz. yang bertempat tinggal di Semarang yaitu masih sering menemukan anak-anak usia sekolah kurang mengonsumsi air putih dan lebih memilih asupan yang kurang sehat terlebih jika tidak dipantau oleh orangtua maupun guru.⁵

Pemaparan data diatas menunjukkan adanya kebutuhan edukasi anak-anak mengenai pentingnya minum air putih secara rutin. Tidak banyak produk desain yang menginformasikan tentang edukasi tersebut secara maksimal. Oleh sebab itu dalam perancangan ini diperlukan sebuah perancangan komunikasi visual yang tepat dan kreatif dengan harapan dapat membantu anak-anak tumbuh dengan gaya hidup sehat di masa depan.

1.2 Identifikasi Masalah

Dari pemaparan latar belakang diatas, maka dapat diperoleh pengindetifikasian masalah sebagai berikut:

1. Anak-anak masih tumbuh dengan gaya hidup kurang sehat.
2. Masih kurangnya kesadaran anak dalam memenuhi kebutuhan air putih.
3. Untuk meningkatkan kesadaran anak-anak dalam kebutuhan konsumsi air putih diperlukan kebutuhan edukasi sejak anak usia sekolah.

³ Dikutip dari artikel berjudul “Anak Indonesia Kurang Konsumsi Air Minum” bahwa terdapat riset terkait anak Indonesia yang masih belum cukup mengonsumsi air putih. Diakses dari <https://bit.ly/3LWz2Vd> pada Minggu, 20 Maret 2022, pukul 20.04 WIB.

⁴ Dikutip dari artikel berita berjudul “AIESEC Indonesia & Danone-AQUA Berhasil Ajak Lebih dari 16.000 Siswa Sekolah Dasar untuk Minum Air Mineral Melalui Edukasi Interaktif” bahwa diadakan kegiatan edukasi virtual tentang hidrasi sehat di berbagai wilayah Indonesia termasuk di Semarang. Diakses dari <https://bit.ly/3qvS1Oc> pada Minggu, 20 Maret 2022 pukul 21.07 WIB.

⁵ Dikutip dari wawancara seorang ahli gizi mengenai kebutuhan konsumsi air putih pada anak usia sekolah pada Sabtu, 2 April 2022 pukul 17.29 WIB.

4. Perlunya perancangan komunikasi visual yang tepat dan kreatif dalam mengedukasi anak-anak pentingnya konsumsi air putih.

1.3 Batasan Perancangan

Untuk memberi ruang lingkup yang jelas dalam perancangan ini, maka perlu dilakukan pembatasan perancangan sebagai berikut:

1. Perancangan ini hanya berfokus pada edukasi pentingnya konsumsi air putih secara dini untuk anak usia sekolah.
2. Perancangan komunikasi visual ini ditujukan pada anak yang berada di jenjang pendidikan Sekolah Dasar di Semarang.
3. Anak-anak yang peduli dengan kesehatan namun masih kurang memiliki pengetahuan tentang manfaat mengonsumsi air putih secara rutin.

1.4 Rumusan Masalah

Permasalahan yang dapat dirumuskan dari uraian latar belakang adalah bagaimana merancang komunikasi visual yang tepat dan kreatif untuk mengedukasi anak usia sekolah pentingnya konsumsi air putih?

1.5 Tujuan Perancangan

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diperoleh penulis, maka terdapat tujuan perancangan diantaranya:

- Membuat perancangan komunikasi visual yang tepat dan kreatif sesuai dengan kebutuhan target.
- Membantu anak dalam pemberian edukasi secara dini mengenai pentingnya konsumsi air putih.
- Meningkatkan wawasan penulis dalam perancangan komunikasi visual untuk edukasi.

1.6 Manfaat Perancangan

Adapun manfaat yang diperoleh berdasarkan tujuan dalam perancangan ini, diantaranya sebagai berikut:

- Dapat memperluas wawasan penulis dalam melakukan perancangan komunikasi visual yang tepat dan kreatif.

- Digunakan sebagai alat bantu dalam memberikan edukasi pada anak mengenai keseimbangan antara kebutuhan minum air putih dan kegiatan aktivitas sehingga dapat tercipta gaya hidup sehat.
- Sebagai kriteria dalam kelulusan yaitu berupa tugas akhir.

1.7 Metode Perancangan

Perancangan komunikasi visual ini dilakukan dengan menggunakan metode *design thinking* dari Gavin Ambrse dan Paul Harris (2009:10-28), diantaranya:

1. *Define*

Pencarian dan pemahaman masalah dengan melakukan riset terkait permasalahan yang diangkat sebagai pijakan awal dalam mendapatkan informasi. Data yang sudah dijadikan *brief* digunakan untuk mengetahui kebutuhan dari target sehingga dapat mempermudah perancangan komunikasi visual kedepannya.

2. *Research*

Pencarian dan pengolahan data dengan cara menganalisis secara kualitatif dalam bentuk deskriptif, yang dapat dibagi menjadi data primer berupa literasi dan wawancara ahli, data sekunder berupa pengumpulan dokumen (gambar dan surat kabar), serta juga dilakukan analisis data yang dapat dilihat pada BAB 3.

3. *Ideate*

Tahapan yang dilakukan dalam mencari solusi yang tepat dan kreatif, dimana dapat ditemukan beberapa alternatif ide atau konsep seperti strategi dan referensi mengenai perancangan yang akan dibuat, dapat dilihat pada BAB 3.

4. *Prototype*

Tahapan ini merupakan pewujudan dari beberapa alternatif ide atau konsep diawal sehingga akan muncul alternatif desain serta juga dilakukan pemilihan elemen visual perancangan yang tepat. Tahapan ini muncul pada BAB 4.

5. *Select*

Setelah dibuat beberapa alternatif, dilakukan tahapan pemilihan solusi desain untuk menjadi *final prototype* yang paling sesuai, dimunculkan pada BAB 4.

6. *Implement*

Tahapan keenam merupakan perancangan hasil akhir yang akan diaplikasikan pada media, ditampilkan pada BAB 4.

7. *Learn*

Penulis memperoleh pembelajaran dari apa yang sudah dilakukan selama proses pembuatan desain sehingga dapat dijadikan sebagai masukan kedepannya, tahapan ini muncul pada BAB 5.

