

PERANCANGAN MEDIA BUKU *POP-UP* SEBAGAI UPAYA PENCEGAHAN PERILAKU ANAK USIA 7-12 TAHUN BERISIKO OBESITAS DI BANDUNG

THE DESIGN OF THE MEDIA BOOK POP-UP BEHAVIOR PREVENTION EFFORTS AS THE CHILDREN AGED 7-12 YEARS ARE AT RISK OF OBESITY IN BANDUNG

Mezki Sesdiawan

^{1,2,3}Prodi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom

msesdiawan@gmail.com

ABSTRAK

Obesitas sudah menjadi wabah di dunia tak terkecuali di Indonesia khususnya di Kota Bandung. Prevalensinya meningkat per 3 tahun dan yang terbaru pada tahun 2013 sebesar 18,9 persen dari sebelumnya hanya 9,2 persen. Obesitas dapat memicu penyakit degeneratif seperti jantung, paru-paru, diabetes melitus dan lain-lain. Dengan fakta tersebut ditemukan solusi yaitu bagaimana mendesain sebuah media buku *pop-up* dan visualnya yang efektif serta edukatif bagi anak melalui peran orang tua dengan memperhatikan cara penyampaian pesan dari sudut target utama. Dengan pesan untuk mengedukasi orang tua dan anaknya terhadap bahaya obesitas pada anak.

Kata kunci : *Buku Pop-Up, Anak dan Orang Tua, Obesitas, Psikologi*

ABSTRACT

Obesity has become global epidemic including Indonesia and especially in Bandung. Prevalence of obesity was increasing per 3 years and the latest in 2013 amounting to 18,9 percent from previously only 9,2 percent. Obesity can be trigger of degenerative disease like heart disease, lungs disease, diabetes mellitus type-2 and others. With those facts found a solution is how to designing a pop-up book that representation as well as educational for the child through parents role by observing how to delivery of messages from main target. With the messages to educate parents and they child about the dangerous of obesity in children.

Keyword : *Pop-Up Book, Children and Parents, Obesity, Psychology*

1. Pendahuluan

Pada era globalisasi yang ditandai dengan semakin canggihnya teknologi, membuat pola hidup baru pada kehidupan manusia. Mudahnya dalam mendapatkan sesuatu karena kemajuan teknologi ini membuat manusia terbiasa dengan hal yang serba instan dan orang tua seperti ditantang untuk membesarkan anaknya ditengah era seperti ini. Ketika semua hidup dalam kemudahan, secara tidak langsung akan berpengaruh terhadap tumbuh kembang kesehatan, khususnya tumbuh kembang anak.

Orang tua menginginkan anaknya tumbuh sehat, namun di Indonesia orang tua cenderung menginginkan anaknya tumbuh gemuk karena mereka berfikir jika anaknya gemuk akan terhindar dari berbagai macam penyakit. Persepsi lucu, imut dan menggemaskan masih melekat pada anak yang gemuk. Siapa sangka dibalik kata lucu dan menggemaskan menyimpan bahaya yang mengintai kehidupan anak tersebut.

Kegemukan atau *overweight* pada anak tidaklah baik karena dapat memicu obesitas. WHO menyatakan bahwa obesitas sudah merupakan suatu wabah global, sehingga obesitas sudah merupakan suatu masalah kesehatan yang harus segera ditangani. Obesitas itu sendiri adalah penumpukan lemak yang berlebihan ataupun abnormal yang dapat mengganggu kesehatan (WHO, 2011). Prevalensi kegemukan di Indonesia menurut data Riskesdas tahun 2010, pada anak usia 5-12 tahun adalah sebesar 9,2 persen pada lalu meningkat di tahun 2013 menjadi sebesar 18,8 persen. Dilihat dari fakta tersebut bahwa masalah gizi berlebih ini harus ditatalaksanankan dengan baik. Untuk di kota Bandung sendiri pada tahun 2013 prevalensi kejadian BB-lebih mencapai angka 18,9 persen.

Kebiasaan buruk anak merupakan salah satu faktor yang dapat menyebabkan kegemukan seperti kurangnya melakukan aktivitas fisik serta pola makan yang salah dan diperlukan peran orang tua terhadap kebiasaan anak tersebut. Kebiasaan seorang anak hendaknya orang tua mengetahui, karena anak umur 7-12 tahun masih perlu bimbingan dalam melakukan sesuatu agar tidak merugikan dirinya ketika tumbuh dewasa. Perlunya pemahaman orang tua akan obesitas merupakan hal penting mengingat kehidupan anak yang mengatur adalah orang tua nya. Peneliti berencana membuat sebuah media informasi dengan upaya memberikan pemahaman kepada anak sekaligus orang tuanya agar kebiasaan buruk anak dapat dirubah dan tidak menyebabkan obesitas nantinya. Bandung sebagai salah satu kota yang rentan terhadap obesitas merupakan lokasi yang peneliti ingin jadikan objek percontohan.

Berdasarkan latar belakang, peneliti menumukan beberapa identifikasi dari masalah yang ada yaitu, kurangnya perhatian terhadap wabah obesitas dalam masalah kesehatan di Indonesia terutama di Kota Bandung, kebiasaan buruk anak di Kota Bandung yang dapat menyebabkan obesitas, kurangnya kesadaran orang tua di Kota Bandung terhadap bahaya obesitas dan minimnya informasi mengenai obesitas pada anak di Bandung.

Peniliti pun memiliki tujuan dalam penelitian atau perancangan yaitu untuk mengetahui bagaimana mendesain buku *pop-up* yang edukatif sebagai upaya pencegahan perilaku anak usia 7-12 tahun berisiko obesitas dan untuk mnegetahui bagaimana mendesain elemen-elemen visual pada buku *pop-up* yang menarik dan efektif sebagai upaya pencegahan perilaku anak usia 7-12 tahun berisiko obesitas.

Dalam pengumpulan data untuk perancangan media informasi untuk mengubah tingkah laku buruk anak yang berisiko obesitas, peneliti memperoleh data melalui wawancara narasumber terkait, observasi, dan studi pustaka.

2. Dasar Teori Perancangan

2.1 Media dan Anak

Manusia hidup dengan berkomunikasi dan dalam berkomunikasi membutuhkan alat untuk penyampaiannya yaitu media. Media berasal dari bahasa latin "*medium*" yang secara harfiah berarti pertengahan, tengah pusat (putra, 2007:4). Media adalah semua bentuk perantara yang dipakai seorang penyebar ide sehingga ide tersebut sampai pada penerima. Pada hakikatnya media telah memperluas kemampuan manusia untuk merasakan, mendengar, melihat dalam batas-batas jarak, ruang dan waktu tertentu. Media adalah wadah dari pesan yang oleh sumbernya ingin diteruskan kepada sasaran atau penerima pesan (Raharjo, 1989:25). Media dapat mempengaruhi cara kita berpikir dan bertindak. Media dapat membuat kita mampu membangun hubungan solidaritas moral secara imajinatif. Media bisa dijadikan sebagai alat yang digunakan secara bebas dan langsung untuk menciptakan sebuah hubungan yang terpisah dari kebalikan dengan apa yang kita katakan. Levie & Lentz (1982) (dalam Arsyad, 2014:20). Mengemukakan empat fungsi media khususnya media visual, yaitu fungsi atensi, fungsi afektif, fungsi kognitif dan fungsi kompensatoris. Media berbasis visual lebih menarik perhatian anak, karena dapat menggugah emosi serta memudahkan dalam memahami hal yang tidak bisa dipahami dengan hanya tulisan atau suara saja.

Sebagai alat penyampai pesan, media dibutuhkan dalam proses belajar anak. Media pembelajaran adalah sarana untuk meningkatkan kegiatan proses belajar mengajar (Kustandi & Sutjipto, 2013:8). Media dalam sistem pembelajaran dapat menjadi alat bantu, alat penyalur pesan alat penguat serta menjadi pengganti pemberi bahan ajaran dengan lebih teliti, jelas dan menarik.

Media pembelajaran memiliki beberapa fungsi:

1. Fungsi atensi media visual, yaitu menarik perhatian anak untuk konsentrasi kepada isi pelajaran yang berkaitan dengan makna visual yang ditampilkan. Contohnya ketika ada siswa yang tidak tertarik dengan materi pelajaran atau pelajaran tersebut bukan pelajaran kesukaannya sehingga mereka tidak memperhatikan.
2. Fungsi afektif media visual dapat terlihat dari tingkat kenikmatan anak/siswa ketika belajar atau membaca teks yang bergambar. Karena gambar atau lambang dapat menggugah emosi dan sikap anak.
3. Fungsi kognitif media visual, bahwa lambang visual atau gambar dapat memperlancar pencapaian tujuan untuk memahami dan mengingat informasi atau pesan yang terkandung dalam gambar.
4. Fungsi kompensatoris media pembelajaran, bahwa media visual membantu anak yang lemah dan lambat menerima serta memahami isi pelajaran yang disajikan dengan teks atau disajikan secara verbal.

Orang tua sebagai guru di rumah harus berperan aktif dalam proses pembelajaran karena hubungan orang tua dan anak merupakan salah satu elemen penting dalam suatu sistem pendidikan, baik tradisional maupun modern. Adapun manfaat media pembelajaran dalam proses belajar mengajar yaitu :

1. Media pembelajaran dapat memperjelas penyajian pesan dan informasi sehingga memperlancar dan meningkatkan proses dan hasil belajar anak.
2. Media pembelajaran dapat meningkatkan dan mengarahkan perhatian anak sehingga dapat menimbulkan motivasi belajar untuk belajar sendiri sesuai dengan minat dan kemampuannya.
3. Media pembelajaran dapat mengatasi keterbatasan indera, ruang dan waktu.
4. Media pembelajaran dapat memberikan kesamaan kepada anak tentang peristiwa-peristiwa di lingkungannya serta memungkinkan terjadinya interaksi langsung seperti ke kebun binatang ataupun museum.

Buku merupakan salah satu media pembelajaran konvensional yang masih diminati, meskipun kehadiran gadget yang bersifat digital memang menurunkan keinginan membaca melalui buku secara langsung. Buku adalah sumber imajinasi terutama untuk anak-anak prasekolah karena pada masa itu imajinasi anak terus meningkat dan keingintahuan akan dunia semakin besar ditunjang motorik yang juga berkembang. Banyak buku yang menyinggung pengertian narasi dan hiburan menyenangkan melalui karakter atau lokasi yang menyenangkan atas dasar-dasar subjeknya, tetapi adalah bersimbiosis dengan pola utama.

Anak usia 7-12 tahun merupakan fase dimana sedang mengalami perkembangan pada motorik dan kognitifnya. Media pembelajaran terhadap anak merupakan perantara dalam pemberian informasi untuk menunjang perkembangan motorik dan kognitif anak. Media yang digunakan harus sesuai dengan karakteristik anak usia 7-12 tahun. Karena proses belajar tiap fase umur adalah berbeda-beda. Motorik anak umur 7-12 tahun sudah lebih dapat diorganisir. Kognitifnya pun sudah lebih logis dan sedang belajar untuk memahami dirinya sendiri.

Maka dari itu media yang digunakan adalah media yang dapat menarik perhatian, melatih motorik, bahasa dan kognitif anak seperti buku *pop-up*. *Pop-up* bersifat lebih interaktif dari buku lain karena memiliki efek kejut di setiap halamannya. Hal seperti itu dapat melatih motorik serta kognitif anak.

2.2 Elemen-Elemen Desain Komunikasi Visual

Pada buku Pengantar Desain Komunikasi Visual (Kusrianto, 2009:2) jika dilihat dari definisinya adalah suatu disiplin ilmu yang bertujuan mempelajari konsep-konsep komunikasi serta ungkapan kreatif melalui berbagai media untuk menyampaikan pesan dan gagasan secara visual dengan mengelola elemen-elemen grafis yang berupa bentuk dan gambar, tatanan huruf, komposisi warna serta layout. Dengan demikian, gagasan bisa diterima oleh orang atau kelompok yang menjadi sasaran penerima pesan.

Sebelum menjadi desain komunikasi visual, orang-orang di Indonesia mengenalnya dengan nama desain grafis. Lalu desain grafis semakin berkembang, tidak hanya berbentuk dua dimensi kini merambah ke dunia multimedia. Desain komunikasi visual terdiri dari tiga kata yang saling berkaitan, yaitu desain yang artinya merancang estetika rasa serta kreativitas, lalu komunikasi yang artinya ilmu yang bertujuan menyampaikan maupun sarana untuk menyampaikan pesan dan visual adalah sesuatu yang dapat dilihat. Dari ketiga kata tersebut komunikasi lah yang menjadi tujuan utamanya. Jika saat ini desain komunikasi visual hanya sekedar terbatas pada sebuah rancangan atau desain yang sifatnya kasat mata sebetulnya itu hanya sebagian kecil yang dimana masih ada maksud dan tujuan yang lebih luas.

3. Pembahasan

3.1 Analisis Data

Menurut simpulan teori yang digunakan serta data-data yang didapat, pengetahuan akan bahaya dari obesitas pada anak usia 7-12 tahun yang disebabkan karena kebiasaan dan perilaku anak yang berisiko obesitas merupakan sebuah proses pembelajaran untuk anak maupun orang tuanya. Orang tua sebagai pemegang kendali penuh atas anaknya merupakan perantara penyampai pesan terhadap anak. Dalam penyampaian pesan tersebut orang tua menggunakan media tertentu. Agar dapat menghasilkan sebuah media yang efektif harus menyesuaikan dengan perkembangan motorik, bahasa dan kognitif anak usia 7-12 tahun. Media buku pop-up dinilai cocok jika dijadikan sebuah media untuk anak usia 7-12 tahun. Media buku *pop-up* ini dapat melatih motorik anak dengan teknik penyajiannya berupa 3 dimensi dan memiliki efek kejut di setiap halamannya. Penyajian teks yang ada pada buku cerita dapat melatih perkembangan berbahasa anak. Dan kognitif anak akan terlatih berpikir secara logis dengan konten-konten yang ada pada buku *pop-up*.

Berdasarkan analisis media dan elemen visual media yang akan dibuat pada perancangan penulis adalah buku edukatif dan interaktif sebagai penunjang penyampaian pesan kepada anak oleh orang tua mengenai pendidikan bahaya obesitas pada anak. Orang tua sebagai operator, merupakan konsumen yang membuat keputusan dalam menyeleksi, membeli, menggunakan suatu produk untuk anak. Buku tersebut harus sesuai dengan karakteristik dan metode belajar anak usia 7-12 tahun. Media harus sesuai dengan karakteristik dan metode belajar anak usia 7-12 tahun yang dimana dapat melatih motorik, bahasa dan kognitif anak yaitu buku cerita pop-up. Pemilihan media buku cerita pop-up dikarenakan berbentuk fisik, mudah dibawa kemana-mana, dapat digunakan berulang-ulang. Buku *Pop-up* sendiri memiliki beberapa teknik dalam penyajiannya, terdapat teknik *volvelles*, teknik *lift the flap*, teknik *v-folding*, teknik *internal stand*, teknik *rotary*, teknik *mouth*, dan teknik *parallel slide*. Dalam proses perancangan buku pop-up ini ketujuh teknik tersebut dapat dikombinasikan dalam satu karya. Penggabungan teknik-teknik tersebut akan membuat buku pop-up lebih variatif sehingga pembaca tidak cepat bosan. Secara pengaplikasian teknik *pop-up* pada buku pasti memiliki keterkaitan dengan elemen visual desain. Penggayaan elemen visual desain menggunakan penggayaan yang dinamis. Teori elemen visual yang dipakai dan diterapkan pada perancangan seperti layout, ilustrasi, warna dan tipografi. Selain itu percetakan dan penerbitan buku *pop-up* perlu dipertimbangkan. Selain menyeleksi media, orang tua juga merupakan pendamping anak sebagai operator penyampaian pesan kepada anak dengan cara membacakan, menuntun serta aktivitas tanya jawab.

3.2 Segmentasi

1. Target Primer

Usia : 7-12 tahun

Jenis kelamin : Laki-laki dan perempuan

Pendidikan : Sekolah dasar

Geografis : Kota Bandung

2. Target Sekunder

Usia : 25-40 tahun

Jenis Kelamin : Laki-laki dan perempuan

Pendidikan : SMA dan Perguruan Tinggi

3.3 Konsep Pesan

Untuk mendapatkan rancangan media komunikasi yang tepat dan efektif sesuai dengan kriteria-kriteria desain yang ada, diperlukan konsep dasar perancangan yang digunakan sebagai landasan perancangan media komunikasi visual yang dapat memberikan informasi yang tepat dan informatif dan sekaligus mampu untuk mempengaruhi pemikiran dan tindakan khalayak sasaran. Pada konsep dasar perancangan inilah akan diterapkan pada seluruh rancangan media-media komunikasi visual yang telah ditentukan untuk kasus ini. Strategi pesan dapat dikatakan berhasil jika dapat menyampaikan pesan yang tepat kepada sasaran yang dituju. Oleh karena itu, strategi pesan harus bersangkutan dan dapat menjawab tiga pertanyaan dalam situasi komunikasi secara keseluruhan, yaitu:

- Who to Talk, siapa target atau segmentasi yang ingin diraih
- What to Say to Them, perencanaan pesan yang ingin disampaikan
- How to Reach Them, perencanaan media untuk mencapai sasaran

(Moriarti, 1991)

Konsep pesan yang ingin disampaikan didalam perancangan ini didapatkan melalui hasil wawancara dengan pemberi pesan yaitu ahli gizi yang menyatakan bahwa obesitas pada anak berbahaya jika tidak segera ditatalaksanakan dengan baik karena dapat memicu berbagai macam penyakit biasa hingga penyakit berbahaya seperti penyakit jantung misalnya. Oleh karena itu perlu adanya sebuah media yang tepat sebagai upaya pencegahan dengan konsep dan konten yang dapat mempengaruhi orang tua dan anaknya dalam berpikir dan bersikap. Berpikir dalam artian sadar akan bahaya obesitas bagi anak dan memperhatikan segala aktivitas dan pola makan anaknya setiap hari serta bersikap dalam kaitannya dengan melakukan pendekatan terhadap anak dengan cara yang sesuai agar anak nantinya terbiasa dengan aktivitas dan pola hidup serta makan yang sehat.

Yang akan dikomunikasikan pada perancangan ini adalah *“mengedukasi anak usia sekolah dasar dan orang tuanya melalui pendekatan orang tua dalam upaya pencegahan aktivitas dan pola makan yang tidak sesuai pada anak agar terhindar dari obesitas.”*.

Dalam penyampaian pesan, peneliti akan membuat sebuah buku pengetahuan bergambar mengenai obesitas dan upaya penanggulangannya yang disajikan dalam bentuk buku berjenis pop-up.

3.4 Konsep Kreatif

Konsep kreatif yang digunakan dalam perancangan buku pop-up ini adalah menyampaikan informasi kepada anak dan orang tuanya mengenai penyebab dan upaya pencegahan obesitas pada anak melalui buku jenis pop-up. Buku pop-up dirancang dengan cara yang sederhana dan menarik perhatian yang menampilkan visual dengan menggunakan ilustrasi, warna, layout serta isi konten yang dapat terlihat menarik dan memudahkan pengguna untuk memahami pesan pada buku tersebut dengan teknik penyajian yang berbeda dengan buku pada umumnya yaitu memunculkan gambar bersifat 3 dimensi pada bidang 2 dimensi yang memiliki efek kejut disetiap bukaan halamannya sehingga pembaca tidak cepat bosan menggunakannya.

3.5 Konsep Media

Media yang digunakan dalam mengedukasi serta menginformasikan pesan melalui buku. Buku merupakan media massa pertama dan dalam banyak hal buku memberikan banyak manfaat dari kumpulan lembaran kertas yang berisikan informasi dan menghibur (Ibrahim, 2011: 79)

Penulis membuat buku *pop-up* yaitu buku dengan cara penyajian memunculkan gambar 3 dimensi disetiap bukaan halamannya. Buku *pop-up* ini adalah sebagai media utama dalam mengedukasi anak serta orang tua mengenai obesitas dan perilaku anak yang dapat menyebabkan obesitas. Pada buku *pop-up* ini terdapat berbagai informasi mengenai apa itu obesitas secara umum, perilaku penyebab obesitas pada anak, dan upaya-upaya pencegahan perilaku penyebab obesitas tersebut. Media utama pun didukung dengan berbagai media yang menunjang seperti poster, banner dan sejenisnya agar media utama lebih terlihat baik dalam penyampaian.

3.6 Konsep Visual

Konsep visual yang ditampilkan pada buku pop-up ini yaitu dengan menggunakan ilustrasi anak yang tidak realistis dan lebih kartunis dan ikon-ikon yang terdapat pada ilustrasi seperti warna kulit sawo matang yang merupakan ciri orang Indonesia serta pakaian yang dikenakan si karakter yaitu mengenakan seragam sekolah dasar putih-merah.

Warna yang digunakan adalah warna warna cerah karena menurut wawancara dengan psikolog sebelumnya warna-warna cerah dapat menarik perhatian anak. *Layout* yang digunakan pada buku ini pun ditata sedemikian rupa agar ilustrasi, ikon dan teks dapat terlihat seimbang dan menarik perhatian pembaca, sehingga pembaca dapat mengerti dan menikmati saat membaca buku pop-up tersebut. Untuk memudahkan pengguna buku untuk membaca maka akan digunakan *font* sans serif yang bersifat fancy terkesan lucu dan menarik perhatian anak usia 6-12 tahun untuk membaca sehingga pesan tersampaikan dengan baik.

Perancangan buku *pop-up* ini menggunakan layout jenis *axial layout* yaitu gambar utama berada ditengah halaman dengan menampilkan elemen pendukung pada sekeliling gambar utama biasanya berupa gambar atau tulisan yang berkaitan dengan gambar utama. *Layout* ini dapat memfokuskan pembaca pada informasi yang ditujukan agar pesan dapat tersampaikan dengan baik.

Ilustrasi yang digunakan pada buku pop-up ini bergaya *freehand* dengan pewarnaan sederhana. Dengan gaya visual ini tampilan ilustrasi akan terlihat lebih sederhana sesuai dengan konsep visual yang diterapkan pada buku ini. Dengan bergaya visual *freehand* pesan akan lebih mudah tersampaikan kepada pembaca.

Jenis huruf yang digunakan pada buku ini adalah *sans serif* jenis huruf ini tidak terdapat kaki/ sirip pada ujung huruf dan memiliki ketebalan yang sama. Huruf seperti ini lebih tegas, bersifat fungsional dan terlihat lebih modern. Pemilihan font ini bertujuan agar pembaca dapat membaca dengan nyaman dan tidak mudah bosan dengan tulisan di dalam buku. Namun kali ini peneliti menggunakan font sans serif yang lebih memiliki kesan bermain.

Warna mempengaruhi jiwa manusia dengan kuat atau mempengaruhi emosi manusia, warna dapat pula menggambarkan suasana hati manusia. Pada perancangan buku ini menggunakan warna-warna yang terang dan lucu, hal ini bertujuan agar menarik perhatian pembaca khususnya anak-anak. Warna yang terang akan diseimbangkan dengan warna putih yang dapat membuat warna tidak terlihat monoton dan membosankan.

3.7 Hasil Perancangan



3.7.1 Warna

Pada perancangan buku pop-up mengenai obesitas dan upaya pencegahannya akan digunakan warna-warna cerah seperti merah, kuning, biru muda, hijau muda serta menggunakan warna netral sebagai penyeimbang yaitu hitam & putih. Warna-warna yang cerah sangat mencerminkan karakteristik anak-anak serta bertujuan agar menarik perhatian target audience (Anggraini & Nathalia, 2014: 53).

Untuk karakter utama pada buku tersebut harus mencerminkan anak Indonesia yaitu dengan ciri berkulit sawo matang dengan mengenakan pakaian sekolah dasar yaitu putih merah. Dengan warna rambut hitam memudar menjadi kecoklatan dikarenakan terkena terik matahari, dimaksudkan karena anak Indonesia suka bermain sekalipun di panas terik.



3.7.2 Layout

Layout yang akan diterapkan dalam perancangan buku pop-up mengenai obesitas dan upaya penanggulangannya secara keseluruhan akan mengadopsi axial layout yang memiliki tata ruang yang bebas namun berdasarkan garis ortogonal yang jelas sehingga dapat memudahkan anak untuk menemukan alur baca yang tidak membingungkan. Sedangkan untuk bagian ilustrasi akan lebih banyak berada di tengah sebagai pusat kerangka buku pop-up yang dimana menggunakan dua sisi halaman sebagai tumpuan dan objek diletakkan ditengah dua sisi halaman.



3.7.3 Tipografi

Tipografi dalam buku pop-up mengenai obesitas dan upaya pencegahannya akan menggunakan tiga jenis font yang terdiri dari satu jenis font utama dan 2 jenis font pendukung. Berdasarkan konsep serta target khalayak sasaran yaitu:

1. KB Planet Earth

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

2. KB Bubble Gum

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

3. Gotham Rounded

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

3.7.4 Ilustrasi

Pada perancangan buku pop-up mengenai obesitas ini, peneliti menggunakan gaya gambar atau ilustrasi anak yang bersifat tidak realis dan tidak terlalu detail atau sederhana dengan tujuan agar anak dapat mengerti dengan lebih mudah mengenai pesan yang disampaikan.



4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan penelitian, maka dapat disimpulkan bahwa pengambilan media berupa buku pop-up dilihat dari kelebihan buku tersebut terhadap perkembangan target audiens yaitu anak usia 7-12 tahun. Mengenai isi buku, terdapat informasi-informasi tentang apa itu obesitas, faktor-faktor penyebab dan upaya pencegahannya berupa paduan ilustrasi dan teks yang disajikan dalam bentuk buku pop-up. Buku dibuat tidak terlalu besar agar mudah dalam pemakaian. Orang tua juga dapat membantu anak dalam memahami isi buku dengan membacakan ataupun mengawasi ketika anak bertanya perihal yang mereka kurang mengerti.

Pemberian informasi pada buku juga didukung elemen-elemen visual didalamnya. Warna yang digunakan dalam buku berupa warna cerah karena target audiens menyukai warna-warna yang cerah karena dapat membangkitkan gairah membaca. Dipadukan dengan ilustrasi bergaya *freehand* yang sederhana agar anak mudah memahami gambar yang dimaksud. Serta teks harus yang memiliki keterbacaan yang mudah dengan jenis huruf yang sesuai untuk anak yaitu jenis huruf sans serif namun yang memiliki kesan kekanak-kanakan, bermain dan, ceria. Tidak lupa menggunakan bahasa yang mudah dimengerti oleh target audiens.

Daftar Pustaka

- [1] Anggraini, Lia, Kirana Nathalia. (2014). *Desain Komunikasi Visual; dasar-dasar panduan untuk pemula*. Bandung: Nuansa Cindekia.
- [2] Arsyad, Azhar. (2014). *Media Pembelajaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- [3] Creswell, J.W. (2014). *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- [4] Darmawapira .W.A, Sulasmi. (2002). *Warna; Teori dan Kreativitas Penggunaannya*. Bandung: Penerbit ITB.
- [5] Desmita. (2013). *Psikologi Perkembangan*. Bandung: PT. REMAJA ROSDAKARYA
- [6] Kusrianto, Adi. (2007). *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- [7] Kustandi, Cecep. (2011). *Media Pembelajaran Manual dan Digital Edisi Kedua*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia
- [8] Male, Alan. (2007). *Illustration- ATheoretical & Contextual Perspective*. Switzerland. AVA Publishing.
- [9] Mulyana, Deddy. (2007). *Ilmu Komunikasi; Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- [10] Painter, Claire, J.R. Martin, dan Len Unsworth. (2012). *Reading Visual Narratives*. United Kingdom. MPG Books Group