

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Permainan adalah sebuah aktivitas dengan tujuan bersenang-senang, mengisi waktu kosong ataupun luang dan berolahraga ringan yang bertujuan untuk meningkatkan beberapa kemampuan anak-anak berdasarkan pengalaman belajar. Di lingkungan masyarakat anak-anak melakukan banyak permainan yang dilakukan secara sendiri maupun beramai-ramai dengan teman-teman mereka. Bermain merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan oleh setiap anak-anak, bahkan sebagian besar dari kehidupannya dengan bermain.

Seorang anak mengalami peningkatan yang dramatis pada keterampilan motorik pada masa awal perkembangan anak-anak. Mainan merupakan media pendidikan anak-anak yang penting untuk melatih pola pikir (kognitif), rasa seni, imajinasi, kontrol emosional dan kepekaan dan tanggung jawab sosial. Mainan adalah bagian terpenting untuk sebuah proses pembelajaran bagi tumbuh kembangnya setiap anak. Karena dengan bermain anak-anak dapat menstimulasi kemampuan sensor motorik dan bahasa anak. Bermain dapat memberikan kesempatan belajar untuk anak-anak, terutama dalam hal pemecahan masalah dan kreatifitas.

Berdasarkan laman yang di muat dari [viva.co.id](http://viva.co.id) perkembangan zaman dan modernisasi telah membuat permainan berkembang pesat dengan berbagai jenis yang variatif serta adanya mainan impor yang masuk ke indonesia. Mainan di Indonesia masih banyak yang mengandung bahan berbahaya dan lolos dari pengawasan pemerintah. Terdapat beberapa perbedaan pelarangan penggunaan bahan kimia berbahaya yang terdapat pada mainan anak-anak. Saat ini di Indonesia hanya membatasi penggunaan 8 bahan kimia pada mainan anak, sementara di Eropa telah melarang serta membatasi 18 zat kimia untuk pembuatan mainan anak. Sehingga menimbulkan kesenjangan zat kimia yang tidak diperbolehkan di Eropa justru boleh di Indonesia. Sehingga melakukan pelabelan sertifikat SNI sangat penting dengan tujuan menjamin keamanan mainan anak-anak. Permainan modern yang ada pada saat ini menjadi sebuah pilihan yang baru bagi anak-anak. Semakin

canggihnya suatu permainan yang akan menutup kemungkinan memiliki potensi bahaya bagi keselamatan dan kesehatan anak-anak.



Gambar 1.1 Grafik Impor Mainan Tahun 2016  
(Sumber: Moneter.co.id)

Pada bulan Januari- Oktober tahun 2016 nilai impor mainan di Indonesia meningkat 22,76% dari US\$ 130,54 juta menjadi US\$ 160,26 juta. Volumennya juga melonjak 34% dari 33.391 ton menjadi 44,747 ton. Sebanyak 85% mainan di dalam negeri merupakan produk impor. Berdasarkan data BPS dan Bea Cukai sekitar 20%, sisanya mainan impor yang masuk secara ilegal. Industri pasar mainan di Indonesia 70%-90% dikuasi dengan barang-barang yang tidak memenuhi SNI.

Fungsi produk mainan yang seharusnya memberi kebahagiaan, kegembiraan, bahkan sebagai proses pendidikan untuk anak dan mainan ini menjadi musibah dan petaka untuk anak-anak. Pada umumnya anak-anak yang mengalami keracunan dikarenakan ketidak sengaja akibat dari produk mainan yang digunakan. Salah satu penyebab keracunan pada anak-anak karena mainan yang digunakan diantaranya mengandung timbal (plumbum) dan cat (pewarna), Merkuri (Hg), cadmium (cd) dan kromium (cr). Sehingga konsumen dapat mengalami musibah setiap saat. Apalagi jika mengonsumsi produk yang sama.

Berdasarkan fenomena yang terjadi maka perlu dilakukan kampanye sosial tentang zat berbahaya pada permainan anak dan yang perlu diperhatikan saat membeli mainan .

## **1.2 Permasalahan**

### **1.2.1. Identifikasi Masalah.**

Melihat dari latar belakang permasalahan diatas maka dalam perancangan, penulis membuat identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Peredaran mainan yang mengandung zat berbahaya dan tidak berlabel SNI semakin banyak sehingga konsumen bisa mengalami musibah setiap saat.
2. Permainan yang seharusnya memberikan edukasi pembelajaran pada anak malah sebaliknya memberikan musibah.

### **1.2.2. Rumusan Masalah**

Melihat dari uraian diatas maka dalam perancangan, penulis membuat rumusan masalah sebagai berikut.

“Bagaimana perancangan kampanye zat berbahaya yang terdapat pada mainan edukasi anak-anak yang tepat dan sesuai dengan target audien”.

## **1.3 Ruang Lingkup**

Berdasarkan masih terdapat mainan anak-anak yang mengandung zat berbahaya masih beredar di pasaran dan dapat membuat bahaya bagi anak-anak yang menggunakannya. Untuk memberikan arah yang jelas mengenai masalah dalam perancangan, maka di batasi pada:

### **1.3.1. Ruang Lingkup Permasalahan**

#### **1. Apa (*What*)**

Mainan anak-anak yang mengandung zat berbahaya.

#### **2. Siapa (*Who*)**

- Produsen mainan anak-anak
- *Target Audience* masyarakat yang berusia 25-35 tahun.
- Masyarakat yang memiliki anak pada usia 2-5 tahun dengan SES B & C

#### **3. Dimana (*Where*)**

Mainan anak yang terdapat di kota Jakarta .

#### **4. Kapan (*When*)**

Pada tahun 2016 terdapat zat berbahaya pada mainan anak .

#### **5. Mengapa (*Why*)**

Anak-anak tanpa disadari bermain kemudian ada perpindahan zat yang terdapat dari mainan ke tangan lalu masuk ke tubuh.

## 6. Bagaimana (*How*)

Kurangnya informasi mengenai mainan yang mengandung zat berbahaya

### **1.3.2. Ruang Lingkup Penelitian**

Ruang Lingkup Penelitian ini akan di fokuskan pada mainan yang mengandung zat berbahaya yang meliputi:

1. Jenis mainan anak yang mengandung zat berbahaya.
2. Dampak yang ditimbulkan oleh zat berbahaya yang terdapat pada mainan anak.

## **1.4 Tujuan Perancangan**

### 1. Tujuan Khusus

Tujuan khusus adalah tercapainya kampanye zat berbahaya yang terdapat pada mainan edukasi anak-anak sesuai dengan target audien yaitu masyarakat yang berusia dewasa dan masyarakat umum yang sudah memiliki anak.

### 2. Tujuan Umum

Tujuan umum dalam perancangan ini adalah untuk mengajak masyarakat dan orangtua untuk mengetahui permainan yang mengandung zat berbahaya dan yang tidak mengandung zat berbahaya.

## **1.5 Manfaat Perancangan**

Manfaat perancangan kampanye zat berbahaya pada mainan anak-anak diantaranya:

### 1. Bagi Masyarakat Umum

Untuk memberikan informasi tentang zat berbahaya yang terdapat pada mainan anak-anak.

### 2. Bagi Akademis

Perancangan ini bertujuan untuk memperkaya ilmu dalam dunia Desain Komunikasi sehingga dapat memberikan contoh untuk menjadi referensi untuk yang sedang melakukan perancangan Tugas Akhir.

### 3. Bagi Penulis

Dapat dijadikan objek penelitian dalam penerapan studi keilmuan yang sudah dipelajari dan memberikan informasi.

## **1.6 Metode Penelitian**

### **1.6.1 Metode Yang Digunakan**

Pada sebuah perancangan dibutuhkan sumber data- data yang tepat keterkaitan. Dalam melakukan sebuah penelitian, penulis menggunakan metode pendekatan kualitatif untuk mendapatkan dan menghasilkan sebuah data yang lebih mendalam yang bersifat interaktif dan fleksible untuk memahami fenomena-fenomena yang terjadi.(Sugiyono, 2005)

### **1.6.2 Cara Pengumpulan Data**

#### **1. Studi Kepustakaan / Literatur**

Menganalisis dan mempelajari data-data yang bersumber dari buku-buku, artikel dan karya ilmiah yang berkaitan tentang perancangan untuk mengetahui teori-teori yang relevan.

#### **2. Observasi**

Pencarian data dengan mengamati langsung objek perancangan yang dilakukan secara langsung untuk untuk melihat perilaku konsumen serta pesan yang ingin disampaikan dan mencatatnya dengan akurat.

#### **3. Wawancara**

Pencarian keterangan informasi atau data yang dilakukan dengan mengajukan pertanyaan kepada narasumber secara lisan tentang pembahasan yang keterkaitan. Jenis wawancara tidak terstruktur yang digunakan pada penelitian ini.yaitu wawancara yang pertanyaan dikeluarkan dengan sangat memperhitungkan suasana narasumber. (Soewardikoen, 2013:22).

#### **4. Analisis Data**

Dari data yang telah didapatkan, dianalisis menggunakan beberapa metode analisis. Seperti.:

##### **a. Analisis SWOT**

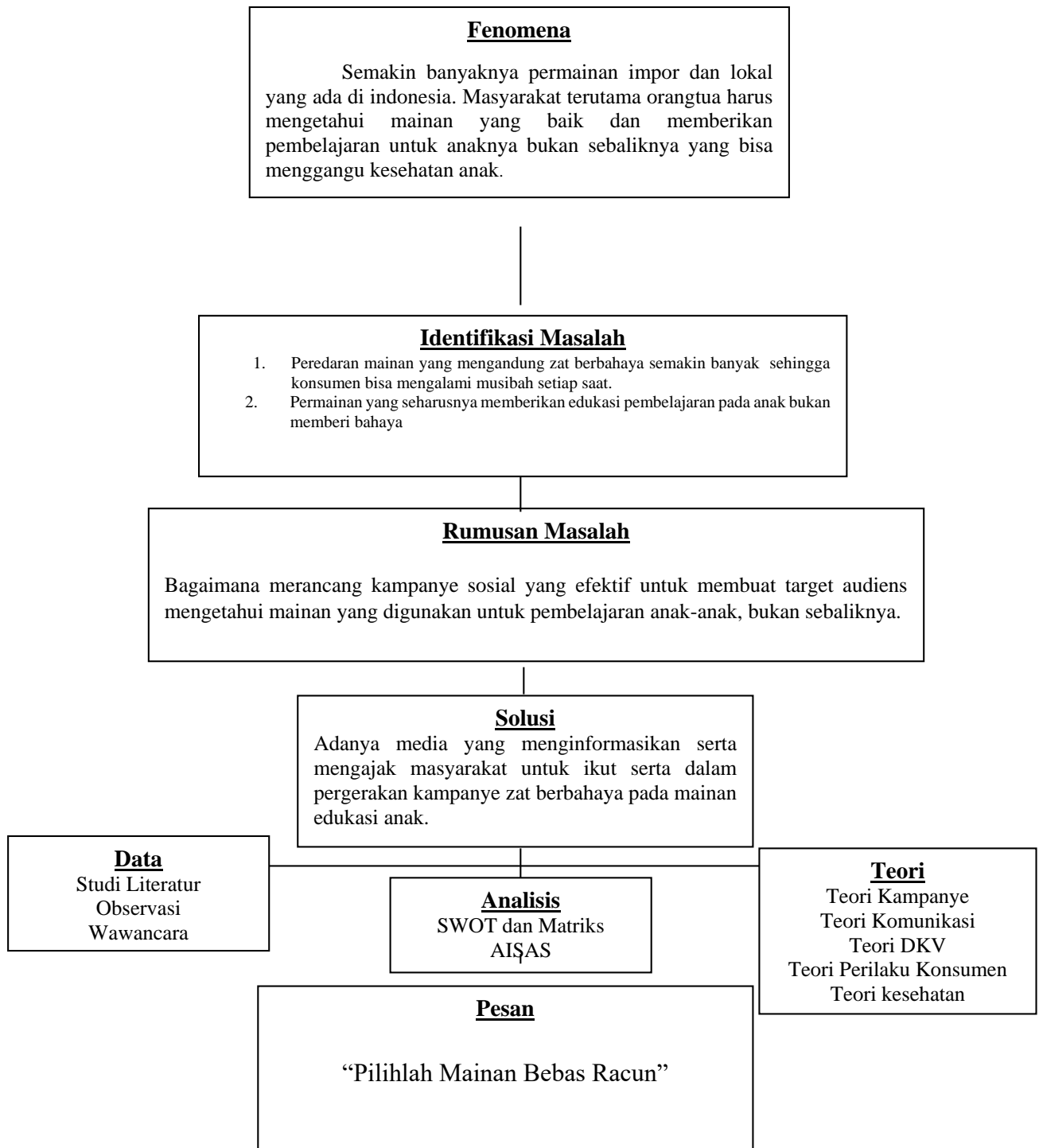
SWOT adalah analisa perancangan kampanye yang dipergunkan untuk mengevaluasi *Strength* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *Opportunity* (peluang) dan *Threats* (ancaman) pada sebuah objek.

##### **b. Analisis AISAS**

AISAS dalam buku Advertising menurut Sandra Moriarty (2011: 241-242), merupakan sebuah alat utama yang digunakan untuk memahami informasi

dan mengidentifikasi masalah/*problem* utama. AISAS adalah sebuah model penelitian yang digunakan untuk mendeskripsikan perilaku konsumen era internet sebagai pendekatan yaitu perhatian (*Attention*), minat (*Interest*), pencarian (*Search*), tindakan (*Action*), dan berbagi (*Share*).

## 1.7 Skema Perancangan



Bagan 1.1 Kerangka Perancangan

(Sumber: Data Penulis)

## **1.8 Sistematika Penulisan**

### **1. Bab I**

Berisi latar belakang masalah topik yang diangkat tentang zat berbahaya pada permainan anak, menjelaskan tentang pokok permasalahan, ruang lingkup, tujuan dan manfaat perancangan, metode perancangan, skema perancangan dan sistematika penulisan.

### **2. Bab II**

Berisi tentang teori-teori yang relevan untuk digunakan dalam perancangan kampanye sosial zat berbahaya yang terdapat pada mainan edukasi anak-anak.

### **3. Bab III**

Menjelaskan tentang data-data yang sudah diperoleh dari hasil pengumpulan data dengan menggunakan metode observasi, wawancara dan studi pustaka, kemudian menganalisis data menggunakan teori yang sudah dipilih.

### **4. Bab IV**

Berisi tentang ide-ide besar, strategi kreatif dan konsep perancangan kampanye sosial dan penerapan media yang akan digunakan.

### **5. Bab V**

Berisi tentang kesimpulan dan saran dari bab 1-4.