PERANCANGAN ACTIVITY BOOK BERTEMAKAN KEBUDAYAAN SUNDA UNTUK ANAK USIA 3-6 TAHUN DI KOTA BANDUNG

Audi Xena Safara[1], Asep Kadarisman[2] dan Riky Azharyandi Siswanto[3]
[1,2,3] Desain Komunikasi Visual, Fakultas Indiustri Kreatif, Universitas Telkom, Jl. Telekomunikasi No. 1, Terusan Buahbatu - Bojongsoang, Sukapura, Kec. Dayeuhkolot, Kabupaten Bandung, Jawa Barat 40257
audixena@telkomuniversity.ac.id, asepkadar@telkomuniversity.ac.id, rikysiswanto@telkomuniversity.ac.id

Abstrak: Teknologi yang semakin maju seiring berkembangnya zaman membuat generasi muda mulai meninggalkan nilai-nilai budaya dalam negeri, dengan adanya smartphone yang semakin canggih setiap tahunnya dan kepemilikan gadget di kalangan anak-anak mengakibatkan nilai-nilai budaya yang ditanam pada anak perlahan mulai lenyap mengikuti arus teknologi tersebut. Orang tua berperan penting dalam mengembangkan dan mengenalkan budaya nusantara pada anaknya di era digital ini dan juga mencegah agar anak-anak tidak bergantung terhadap gadget. Perancangan Activity Book Bertemakan Kebudayaan Sunda, bertujuan untuk mengenalkan anak tepatnya umur 3-6 tahun tentang anak nusantara, mengedukasi orang tua untuk sering berkomunikasi dengan cara membimbing, mengajari, dan mengenalkan anaknya terhadap budaya dalam negeri.
Kata kunci: media edukasi anak, buku aktivitas anak, lunturnya kebudayaan dalam negeri

Abstract: *Technology that is increasingly advanced along with the times has made the younger generation begin to abandon domestic cultural values, with smartphones that are increasingly sophisticated every year and ownership of gadgets among children has resulted in the cultural values that are instilled in children slowly starting to disappear following the flow of technology. the. Parents play an important role in developing and introducing the culture of the archipelago to their children in this digital era and also preventing children from depending on gadgets. Sundanese Culture Themed in Activity Book Design, aims to introduce children aged 3-6 years to be precise about the children of the archipelago, educate parents to communicate frequently by guiding, teaching, and introducing their children to domestic culture.*
Keywords*: children's education media, activity book for kids, the fading of domestic culture*

PENDAHULUAN

Teknologi yang semakin maju seiring berkembangnya zaman membuat generasi muda mulai meninggalkan nilai-nilai budaya dalam negeri, dengan

lahirnya *smartphone* yang tentu saja semakin canggih dari tahun ke tahun perlahan membuat nilai-nilai yang ditanam pada anak akan mulai lenyap mengikuti arus teknologi tersebut. Orang tua berperan penting dalam mengembangkan dan mengenalkan budaya nusantara pada anaknya di era digital ini. Permainan tradisional Indonesia banyak yang ditinggalkan, anak generasi muda sudah jarang untuk memainkannya dan beralih pada gadget. Banyak dijumpai anak-anak sudah memiliki gadget sejak diusia yang sangat muda. Banyak anak-anak berpendapat dan juga terlihat dari bahwa gadget adalah dunianya dan berpikir bahwa jika tidak ada gadget, mereka tidak bisa melakukan kegiatan sehari-hari tanpa gadget tersebut. Hal ini yang membuat mereka tidak pernah bahkan jarang berpikir atau tertarik mengenai tentang budaya tradisional nusantara (Abriyanti, 2019).

Orang tua memiliki banyak pekerjaan yang harus dikerjakan, kebanyakannya merasa keberatan dan tidak sempat untuk memperkenalkan budaya dalam negeri kepada anaknya. Jika orang tua tidak mengenalkan budaya Indonesia kepada anaknya sama sekali, akan sulit untuk membuat anak menyukai dan mencintai budaya dan bahasanya sendiri. Apalagi sekarang sudah jamannya era digital, banyak sekali budaya asing yang masuk secara mudah. Dengan meluangkan waktu sejenak untuk memberikan kebahagiaan anak sangat penting untuk pertumbuhan anak. Jika dibandingkan dengan media digital, media cetak juga tidak kalah baiknya. Kalau disimpan dengan baik media cetak akan bisa dibaca berkali-kali, selain itu media cetak juga dapat dikoleksi dan dapat membuat seseorang mampu berpikir spesifik tentang isi kalimat yang ada di media cetak tersebut karena bisa hal-hal yang bersifat kompleks didalamnya dijelaskan secara baik (Suyasa & Sedana, 2020).

Institute for Social and Economic Research telah melakukan survei bahwa dimana di dalam keluarga ada ayah dan ibu yang sibuk bekerja apalagi dari dini

hari hingga malam hari bisa memberikan dampak seperti anak tumbuh dan tinggal bersama single parent. Survei tersebut mengungkapkan ialah jumlah waktu yang dihabiskan untuk mendidik anak tidaklah lebih penting, yang terpenting adalah kualitas. Maka dari itu, sangat diperlukan membimbing dan mendukung anak-anak daripada sibuk bekerja. Membimbing soal pendidikannya di sekolah, bermain bersama anak tercinta, juga memandu tentang kebiasaan yang harus ditanam oleh anak. (Asri, 2015).

METODE PENELITIAN

Cara Pengumpulan Data

Wawancara

Wawancara yakni percakapan yang memiliki tujuan untuk penggalian pemikiran, pengalaman pribadi, konsep, pandangan atau pendirian dari seorang narasumber. Bisa juga untuk memperoleh informasi narasumber tentang kejadian yang tidak atau belum dapat diamati oleh diri sendiri secara langsung oleh peneliti dan peristiwa atau kejadian yang sudah terjadi di masa lampau (Soewardikoen, 2021).

Kuisioner

Kuisioner adalah cara untuk memperoleh sebuah data dalam waktu yang relatif singkat karena bisa sekaligus banyak audience bisa diminta untuk mengisi pilihan jawaban secara tertulis yang sudah disediakan (Soewardikoen, 2021). Dengan pengumpulan data jenis ini, penulis memanfaatkan banyak *audience* dari kalangan tertentu yang sesuai dengan ruang lingkup untuk mendapatkan data tertulis secara akurat.

Studi Pustaka

Dalam perancangan media edukasi anak ini penulis menggunakan beberapa buku untuk dijadikan patokan materi, diantaranya adalah Pengantar

Sejarah dan Konsep Estetika oleh Lingga Agung, Metodologi Penelitian Desain Komunikasi Visual yang dibuat Didit Widiatmoko Soewardikoen, dan Tipografi dalam Desain Grafis dengan penulis Danton Sihombing.

Landasan Teori

Berikut adalah data dari landasan teori utama:

Desain Komunikasi Visual

Proses kreatif yang menggabungkan teknologi dan juga seni untuk menyampaikan suatu gagasan tertentu adalah definisi desain komunikasi visual dalam berkomunikasi. Jika desain komunikasi didefinisikan perkata, desain ialah suatu perancangan yang bisa dikaitkan kreativitas, estetika, dan cita rasa, komunikasi adalah sebuah ilmu yang salah satu tujuannya yaitu menyampaikan suatu pesan, sesuatu yang bisa dilihat disebut juga visual (Putra, 2021).

Buku Ilustrasi

Kemampuan untuk menguraikan menggunakan cara yang mudah untuk dipahami merupakan definisi buku ilustrasi menurut Arifin dan Kusrianto. Dalam perancangan buku, buku ilustrasi memiliki beberapa fungsi yaitu deskriptif, ekspresif, struktural atau analitis, dan kualitatif. (Noviadji & Hendrawan, 2021).

Warna

Penelitian menunjukkan preferensi warna anak-anak terkait erat dengan emosi dan kepribadian mereka, yang mencerminkan anak-anak perasaan psikologis, seperti kebahagiaan atau kesedihan. Warna memiliki efek mendidik pada anak-anak, yang dapat berkembang kemampuan pergaulan anak dan membantu pemikiran anak juga kemampuan untuk berkembang terus menerus (Xiaoxian, 2021).

Tipografi

Menurut Danton Sihombing tipografi mempunyai peran penting di dalam semua karya *graphic design* selalu berdampingan dari masa ke masa, dan selalu

ada di dalam peradaban manusia. Aksi karya yang sudah ada dari seorang *graphic designer* membuat seakan-akan karya tersebut mewakili semangat jaman dalam menyikapi kebutuhan komunikasi visual melalui disiplin dan dimensi yang ada dalam tipografi (Sihombing, 2017).

Latar Belakang (*Background*)

Background adalah suatu set lokasi, mood, gagasan serta gaya visual dimana tempat karakter akan bergerak agar terlihat serasi dan menarik. Background dibuat dengan artistik supaya dapat menyatu dengan karakter, terlihat lebih hidup dan bekesinambungan dengan elemen visual yang ada di dalamnya. Menurut Ed Ghertner (2010:8-43) seorang Background Artist harus melakukan sesuatu yaitu menyiapkan sory tool atau hal-hal yang harus di perhatikan dalam merancang sebuah *background* (Hidayatullah, 2019).

Layout

Menurut Hembree pada buku *The Complete Graphic Designer*, *layout* memiliki arti untuk menjelaskan nuansa dan kesan pada suatu media cetak yang nantinya akan dirancang bertujuan untuk memecahkan masalah visual. Ada beberapa hal yang perlu diperhatikan untuk menerapkan dan memilih sebuah layout yaitu prinsip balance (keseimbangan), *emphasis* (tekanan), *rhythm* (irama), dan *unity* (kesatuan), begitulah pendapat Rakhmat Supriyono (Lathifa, Aditia, & Hidayat, 2015).

Media dan Periklanan (*Advertising*)

Istilah media menurut Muhammad Yaumi menjurus kepada semua yang berperan untuk menyampaikan dan membawa informasi diantara sumber dan penerima informasi tersebut. Tujuan media itu sendiri yaitu menjadi sarana dimana komunikasi sedang berjalan (Dewi, Sevtiana, Suwandi, & Julaeha, 2022). Menurut Sadjiman Ebdi Santoso, periklanan adalah total dari tahap-tahap kegiatan pelaksanaan dan perancangan guna mengkomunikasikan suatu ide, jasa, produk atau barang, melalui segala media komunikasi yang berbentuk elektronik,

cetak, maupun media komunikasi lainnya dari bukunya yang berjudul Metode Perancangan Komunikasi Visual Periklanan (Iswandi, 2018).

Packaging

Hasil dari bungkus atau mengemas untuk pelindung produk yang akan dijual adalah definisi kemasan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia. Kemasan atau packaging adalah ilmu, seni dan teknologi yang bertujuan untuk melindungi sebuah produk saat akan dikirim, disimpan atau dijajakan atau bisa juga suatu proses produksi yang bertujuan untuk mengemas.

Menurut Marianne Rosner Klimchuk dan Sandra A. Krasovec (2006) menyatakan desain kemasan adalah bisnis kreatif yang menggabungkan bentuk, struktur, material, warna, citra, tipologi dan elemen desain dengan informasi produk untuk membuat produk dapat dipasarkan . Desain kemasan mengacu pada membungkus, perlindungan, pengiriman, penyimpanan, identifikasi dan membedakan akan sebuah produk di pasar (Mukhtar & Nurif, 2015).

Analisis SWOT

Menurut Rangkuti, identifikasi faktor-faktor yang secara sistematis yang bertujuan untuk merumuskan strategi perusahaan adalah pengertian dari Analisis SWOT. Analisis SWOT didasarkan nalar yang dapat memaksimalkan *Strength* (kekuatan) dan *Opportinities* (peluang), tetapi di saat yang sama dapat meminimalkan *Weakness* (kelemahan) dan juga *Threats* (Ancaman) (Astuti & Ratnawati, 2020).

Berikut adalah data pendukung penelitian:

Activity Book

Buku yang isinya bermacam-macam aktifitas seru merupakan definisi dari Activity Book atau biasa juga disebut Quiet Book. Konten yang ada di dalam activity book bisa merangsang imajinasi anak, selain itu bisa juga melatih motorik halus anak tersebut. Contohnya adalah memasang kancing atau pita, dan menalikan tali sepatu. Activity book bisa di pakai untuk belajar tentang warna,

bentuk, nama-nama hewan, benda, berhitung angka, mengenal anggota tubuh, dan lainnya. (Nafisah, 2014).

Pengenalan Budaya Nusantara kepada Anak

Ayoe P Sutomo salah satu Psikolog Anak dan Keluarga mengadakan salah satu gelar wicara yang bertema 'Pentingnya Mencintai Budaya Indonesia dalam Keluarga' berpendapat bahwa sejak kecil anak harus diberi tahu tentang ragam dan budaya nusantara. Indonesia memiliki ribuan pulau cantik yang membuat seni dan budayanya sangat beragam di setiap daerahnya. Maka hal ini akan lebih baik jika diberitahu kepada anak sejak usia dini. Ayoe menujarkan jika orang tua anak tidak mengetahui indahnya budaya Indonesia dan tidak mengajarkan pada anaknya, maka itu akan susah karena pengenalan budaya nusantara harus dimulai dari kelompok terkecil yaitu keluarga. Jika pada dasarnya budaya nusantara sudah terikat erat pada anak, akan memudahkan orang tua untuk memperkenalkan berbagai seni budaya lainnya. (Utami, 2019).

HASIL DAN DISKUSI

Konsep Pesan

Pesan yang ingin penulis sampaikan pada perancangan *activity book* bertemakan kebudayaan Sunda untuk anak adalah mengedukasi anak yang berumur 3-6 tahun tentang kebudayaan Indonesia terutama kebudayaan Sunda lewat orang tua atau orang terdekat anak.

Konsep Kreatif

Hal yang menjadikan pembeda dari produk sejenis adalah tema Kebudayaan Sunda itu sendiri. Selain itu jika dibandingkan dengan buku ilustrasi biasa, *activity book* memiliki kelebihan yaitu ada banyak aktifitas yang harus dikerjakan dalam *activity book* itu sendiri. Sehingga tidak hanya dibaca saja, melainkan anak-anak bisa sambil bermain dengan *activity book*.

Konsep Media

Pada perancangan *activity book* bertemakan kebudayaan Sunda untuk anak terdiri dari dua media, yaitu media utama dan media pendukung.

Media Utama

Pada perancangan ini, media yang digunakan oleh penulis adalah *Activity Book* untuk mengedukasi anak-anak tentang kebudayaan Sunda melalui orang tua atau orang terdekatnya.

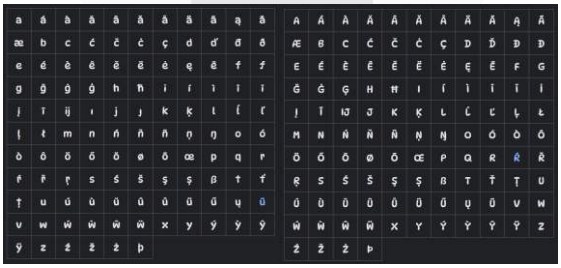
Hasil Media Utama

Cover Buku

Gambar 1. Cover Depan Media Utama
Sumber: Auci Xena Safara (2022)

Tipografi

DynaPuff



Gambar 2. DynaPuff Font
Sumber: https://fonts.google.com/specimen/DynaPuff (2022)

Cocogoose

Gambar 3. Cocogoose Font
Sumber: https://fontmeme.com/fonts/cocogoose-font/ (2022)

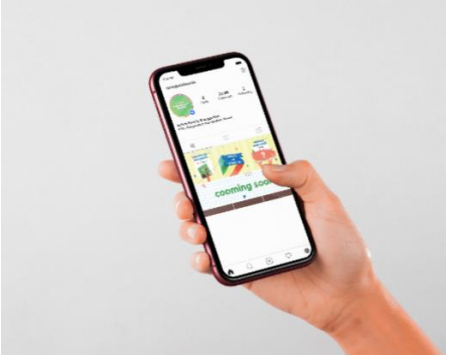
Acumin Variable Concept (Family)

Gambar 4. Acumin Variable Concept Font
Sumber: https://acumin.typekit.com/ (2022)

Media Pendukung

Social Media

Gambar 5. Contoh Konten Feeds Instagram
Sumber: Audi Xena Safara (2022)



Gambar 6. Pengaplikasian Sosial Media
Sumber: Audi Xena Safara (2022)

Banner

Gambar 7. Pengaplikasian X Banner
Sumber: Audi Xena Safara (2022)

Merchandise

Gambar 8. Tampilan Merchandise
Sumber: Audi Xena Safara (2022)

E-Commerce

Gambar 9. Tampilan Penjualan pada E-Commerce
Sumber: Audi Xena Safara (2020)

Konsep Komunikasi

Pembuatan media ini diperlukan strategi komunikasi pemasaran agar bisa tersampaikan dan diterima oleh para target audiens, dengan menggunakan AISAS (Attention, Interest, Search, Action, and Share). Dimana untuk menarik perhatian *(Attention)* target audiens adalah menggunakan konten media sosial, banner, dan e-commerce yang disebarluaskan kemudian menarik minat (*Interest*) audiens yang ditargetkan. Setelah Attention dan Interest telah berhasil maka diharapkan para calon pembeli mencari tahu (*Search*) media utama yang berupa activity book di sosial media atau e-commerce yang sudah disediakan. Audiens yang sudah membeli produk (*Action*) bisa menyebarluaskan informasi (*Share*), bisa melalui media sosial, atau ulasan produk di e-commerce.

KESIMPULAN

Pada era digital ini, teknologi yang semakin maju membuat budaya luar masuk kedalam negeri dengan mudah. Pengetahuan tentang budaya dalam negeri pun kurang diminati oleh masyarakat terutama di kalangan anak-anak. Salah satu penyebabnya adalah orang tua yang kurang atau bahkan tidak mengenalkan kebudayaan dalam negeri kepada anaknya sehingga anak-anak cenderung tidak

tertarik tentang kebudayaan Indonesia. Selain itu, kurangnya media edukasi yang tepat untuk mengenalkan budaya Indonesia bisa menjadi alasan yang lain. Hal ini bisa berujung kepada lenyapnya pengetahuan tentang budaya negara sendiri pada anak-anak.

Activity Book bisa menjadi pilihan yang bagus untuk dijadikan media edukasi terhadap anak-anak karena bisa mendukung tumbuh kembang anak sekaligus mengenalkan informasi baru. *Activity book* dapat mendorong kreatifitas dan keaktifan anak dengan bermain sambil belajar karena isi kontennya yang tidak hanya teks dan gambar melainkan ada aktifitas yang bisa dikerjakan oleh anak. Untuk itu kualitas *activity book* juga harus diperhatikan, dengan menggunakan ilustrasi dan tema cerita yang menarik agar *activity book* dapat dipilih oleh orang tua dan diminati oleh sang anak.

Dengan adanya activity book yang berjudul “Mengenal Kebudayaan Sunda” diharapkan masyarakat terutama orang-orang yang memiliki relasi dekat dengan anak-anak yang berumur 3-6 tahun seperti guru, orang tua, kerabat dekat, dll, bisa mengenalkan kebudayaan dalam negerinya sendiri yang difokuskan kepada kebudayaan sunda kepada anak-anak tersebut.

PERNYATAAN PENGHARGAAN

1. Dosen pembimbing dan juga dosen penguji yang telah banyak membantu proses pembuatan pengantar tugas akhir dan hasil akhir karya tugas akhir ini
2. Narasumber dari Universitas Telkom dan TK Al-Kaaffah yang telah memberikan waktunya untuk berbagi pendapat dan juga informasi
3. Kerabat dekat yang telah membantu selama proses tugas akhir ini berlangsung

DAFTAR PUSTAKA

Abriyanti, E. (2019, Juni 19). *Lunturnya Budaya Tradisional di Era Digital*. Diambil kembali dari www.harianbhirawa.co.id: https://www.harianbhirawa.co.id/lunturnya-budaya-tradisional-di-era-digital/

Agung, L. (2017). *Pengantar Sejarah dan Konsep Estetika.* Bandung: PT Kanisius.

Asri, A. (2015, September 15). *Efek Buruk Anak dengan Orangtua Sibuk Bekerja*. Retrieved from Okelifestyle: https://lifestyle.okezone.com/read/2015/09/15/196/1214404/efek-buruk-anak-dengan-orangtua-sibuk-bekerja

Astuti, A. M., & Ratnawati, S. (2020). Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran. *Jurnal Ilmu Manajemen, Volume 17*, 58-62.

Dewi, W. N., Sevtiana, A., Suwandi, & Julaeha, T. S. (2022). PERANCANGAN BRAND IDENTITY DAN BANNER SEBAGAI MEDIA PROMOSI BUNABEE FASHION UNTUK MENINGKATKAN BRAND AWARENESS. *JURNAL DIGIT Vol. 12*, 54-55.

Hidayatullah, S. (2019). Perancangan Background dan Layout dalam Film Animasi 2D yang Diadaptadi dari Tradisi Budaya Rempug Tarung Adu Tomat sebagai Media Edukasi untuk Anak-anak. 1-17.

Iswandi, H. (2018). Peran dan Pengaruh Tampilan Desain pada Periklanan. *JURNAL SENI DESAIN DAN BUDAYA VOLUME 3*, 100-103.

Lathifa, N., Aditia, P., & Hidayat, D. (2015). PERANCANGAN BUKU BERGAMBAR PENGENALAN PERMAINAN TRADISIONAL JAWA BARAT DENGAN BATU SEBAGAI ALAT BERMAIN UNTUK ANAK. *e-Proceeding of Art & Design : Vol.2,*, 1109-1111.

Mukhtar, S., & Nurif, M. (2015). PERANAN PACKAGING DALAM MENINGKATKAN HASIL PRODUKSI TERHADAP KONSUMEN. *Jurnal Sosial Humaniora Vol 8*, 181-182.

Nafisah, V. (2014, Juli 23). *MOMMIES DA!ILY*. Retrieved from DIY: Simple Activity Book: https://mommiesdaily.com/2014/07/23/rdiy-simple-activity-book-dari-bahan-flanel/

Noviadji, B. R., & Hendrawan, A. (2021). PERANCANGAN BUKU ILUSTRASI SEBAGAI MEDIA . *Jurnal Desain Vol. 08*, 103-107.

Pongrekun, D. (2020, Agustus 3). *Penelitian: Hati-Hati, Terlalu Sering Main Gadget Bisa Merusak Otak Anak*. Diambil kembali dari iNews.id: https://www.inews.id/news/nasional/penelitian-hati-hati-terlalu-sering-main-gadget-bisa-merusak-otak-anak

Putra, R. W. (2021). Pengantar Desain Komunikasi Visual Dalam Penerapan. Yogyakarta: Penerbit ANDI.

Sayer, I. K. (2018). Fairy Tale as a Medium for Children's Character Cooperation . *Al-Ta'lim Journal 25*, 108-116.

Sihombing, D. (2017). *Tipografi dalam Desain Grafis.* Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Soewardikoen, D. W. (2021). *Metodologi Penelitian Desain Komunikasi Visual - Edisi Revisi.* Bandung: PT Kanisius.

Suyasa, I. M., & Sedana, I. N. (2020). Mempertahankan Eksistensi Media Cetak di Tengah Gempuran Media Online. *Jurnal Komunikasi dan Budaya*, 56-64.

Utami, S. H. (2019, Februari 16). Diambil kembali dari https://www.suara.com/lifestyle/2019/02/16/173000/pentingnya-mengenalkan-anak-pada-budaya-indonesia-sejak-dini?page=all

Xiaoxian, S. M. (2021). Spatial Color Analysis of Kindergarten Interior Design Based on Children's Psychological Activities in Digital Environment. *E3S Web of Conferences 236*, 1-4.