

# PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL PENTINGNYA SENI DALAM PENDIDIKAN ANAK

Febrina

1. Desain Komunikasi Visual, Seni dan Desain,  
Universitas Kristen Petra, Surabaya, Indonesia  
Jl. Siwalankerto no. 121 – 131, Surabaya, Jawa Timur, 60236  
E-mail : febrina2397.feb@gmail.com

## Abstrak

Pendidikan merupakan salah satu hak yang seharusnya didapatkan oleh anak – anak. Di Indonesia sendiri, terdapat wajib belajar 12 tahun mulai dari sekolah dasar hingga menengah keatas. Seni merupakan salah satu hal yang dekat dengan anak – anak sejak mereka usia dini. Misalnya, saat di taman kanak – kanak, anak – anak tidak langsung belajar berhitung ataupun membaca. Namun, mereka belajar untuk mewarnai dengan rapi, mengelem, maupun menggunting. Hal ini, menunjukkan bahwa seni memiliki pengaruh bahkan digunakan sebagai dasar pembelajaran. Perancangan ini ditujukan agar orang tua, terutama ibu, mendapatkan *awareness* untuk menggunakan seni sebagai media pembelajaran yang menyenangkan sehingga anak antusias belajar sekaligus melatih kreativitas mereka.

**Kata kunci** : kampanye sosial, seni, pendidikan, anak

## Abstract

**Title:** *Designing Social Campaign for the Importance of Art in Children's Educations*

*Education is the one of rights that children must get. In Indonesia, there is compulsory education for twelve years, from elementary to senior high school. Art is one thing that close to children. For example, children do not immediately learn how to read or count. They learn how to color it neatly, gluing, or even cutting. These things show that art has a role and is even used as a basis for learning. This plan is for parents, especially mom, to get awareness to use art as a fun learning media so that children are enthusiastic about learning while also training their creativity.*

**Keywords:** *social campaign, art, education, children*

## Pendahuluan

Sejak tahun 2013, Indonesia mengalami pergantian kurikulum pendidikan yang dikenal dengan nama kurikulum 2013. Pergantian kurikulum ini didasari dengan beberapa alasan. Salah satunya adalah dari segi persepsi masyarakat yang menitikberatkan nilai kognitif, siswa terbebani, dan kurangnya pembelajaran yang bermuatan karakter. Namun, mata pelajaran yang dijadikan perbandingan untuk mengganti kurikulum tetap terbatas kepada matematika dan ilmu pengetahuan alam. Secara tidak langsung, masyarakat masih cenderung menilai kecerdasan anak dengan angka. Menurut kurikulum 2013, jumlah jam pelajaran (JPM) per minggu untuk siswa/siswi Sekolah Dasar (SD) adalah sebagai berikut, agama 4 jam, pendidikan kewarganegaraan (PKn) 6 jam, Bahasa Indonesia 10 jam, matematika 6 jam, seni budaya dan keterampilan (termasuk muatan lokal) 6 jam,

pendidikan jasmani olahraga dan kesehatan (termasuk muatan lokal) 4 jam. (Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan, 2014). Dari pembagian jam berikut, seni budaya dan keterampilan termasuk seni tari, seni rupa, dan seni musik, serta muatan lokal diberikan 6 jam per minggu. Padahal, seni membutuhkan praktek dan pengerjaan yang tidak cepat. Sedangkan mata pelajaran lain mendapatkan porsi jam yang sama banyak dengan hanya mencakup satu mata pelajaran. Kecerdasan seorang anak tidak dapat disamaratakan kepada satu bidang atau mata pelajaran tertentu. Saat orang tua memberikan standar kecerdasan pada seorang anak, hal tersebut dapat menjadi tekanan untuk anak. Anak akan menduga bahwa orang tua lebih mencintai mereka saat mereka berhasil (mendapatkan nilai sesuai standar orang tua dan sekolah). Selain itu, saat anak tidak dapat mencapai standar keberhasilan orang tua, mereka akan merasa gagal dan merasa bersalah (Chalke, 2009).

Menurut Sulastianto, seni merupakan sarana komunikasi perasaan dan pengalaman batin seseorang kepada kelompok masyarakatnya dalam rangka memenuhi kebutuhan pribadinya (Sulastianto, 2006). Arti kebutuhan pribadi yang dimaksud adalah kebutuhan manusia akan keindahan atau nilai estetis. Pada dasarnya manusia memiliki sifat alami yang menyukai keindahan walaupun bentuk keindahan tersebut tidak selalu sama. Seni memiliki berbagai fungsi, baik untuk individu maupun sosial. Fungsi seni bagi individu adalah untuk memenuhi kebutuhan manusia akan keindahan dan sebagai media untuk meluapkan ekspresi. Sedangkan fungsi sosial seni adalah, seni memiliki sifat menyenangkan sehingga dapat mempermudah untuk menjelaskan sesuatu kepada pihak lain, dalam bidang pendidikan seni juga dapat menjadi media untuk menyampaikan pelajaran, selain itu, seni juga merupakan media hiburan. Seni juga memiliki banyak manfaat untuk perkembangan anak, antara lain, mengenal warna dan bentuk, mengembangkan kemampuan motorik, memancing kreativitas, belajar bersosialisasi, memahami peraturan, menunjukkan ekspresi, membuat percaya diri, belajar fokus, melancarkan komunikasi, serta menyalurkan ekspresi negatif.

Mendapatkan ilmu pengetahuan kognitif penting. Namun, seni juga tidak dapat dikesampingkan dalam hidup manusia. Seni memiliki berbagai manfaat yang dapat membantu menyeimbangkan ilmu pengetahuan. Bahkan, zaman sekarang seni dapat menjadi peluang bisnis. Misalnya, David Wijaya, pemilik dari usaha DWS Kellington yang menjual *doodle art* dalam berbagai bentuk (kartu, boneka, dll). David dapat memperoleh puluhan juta perbulan dalam waktu dua tahun. DWS Kellington tidak akan dapat memperoleh keuntungan yang tinggi jika kemampuan kesenian yang dimiliki David tidak diimbangi kemampuannya untuk melihat peluang bisnis dan mengperhitungkan biaya produksi sehingga dapat memperoleh keuntungan. Serta, DWS juga tidak akan berkembang jika David tidak berpikir secara kreatif dan memanfaatkan minatnya di bidang kesenian. Membuat produk tidak sekedar membuat karya yang indah tanpa memperhitungkan pasar dan kebutuhan konsumen. Bahkan, terkadang membuat produk diperlukan pemikiran tentang konsep yang matang. Contohnya, produk batik kontemporer dengan nama *brand* Mengalun asal Jogjakarta. Pada sekitar bulan Desember 2018, Mengalun mengikuti pameran di Suntec Singapore. Pada saat akan mengikuti pameran tersebut, Mengalun dituntut membuat produk dari awal dan setiap motif yang akan dipamerkan harus memiliki konsep yang matang.

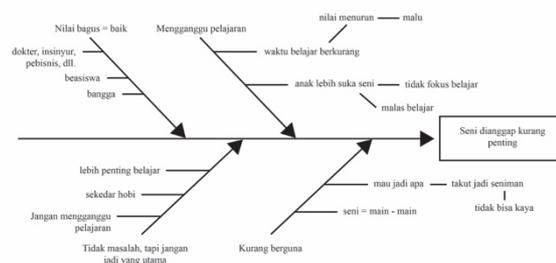
Seni dan ilmu pengetahuan akan membawa dampak yang baik bagi perkembangan anak saat dijalankan secara berdampingan. Demi mendorong dan menyampaikan pesan komunikasi secara visual kepada orang tua bahwa seni bukan merupakan hal yang dapat dikesampingkan. Seni dapat berjalan seimbang dengan ilmu pengetahuan dan membawa manfaat bagi

perkembangan anak. Perancangan dimaksudkan untuk memberikan *awareness* kepada orang tua yang memiliki anak berusia 6 - 12 tahun, akan pentingnya seni untuk keseimbangan pendidikan anak. Anak usia 6 – 12 tahun membutuhkan pengasuhan yang tepat dan mulai harus mengendalikan emosi serta kepercayaan dirinya. Oleh karena itu diharapkan perancangan kampanye sosial ini dapat membantu memberikan pesan kepada orang tua bahwa peran orang tua sangat diperlukan agar anak dapat memperoleh pendidikan yang seimbang. Menurut data – data yang telah dikumpulkan, penelitian atau perancangan serupa belum pernah dilakukan namun perancangan kampanye sosial sudah banyak ditemui.

## Metode Analisis Data

Metode analisis yang akan digunakan adalah metode deskriptif kualitatif yang menggunakan metode analisis *fishbone analysis*. Penggunaan metode *fishbone analysis* bertujuan untuk mendapatkan akar dari permasalahan yang ada. Penjabaran ini dilakukan dengan diagram yang bentuknya menyerupai tulang ikan.

Selain itu, metode yang digunakan adalah metode kualitatif. Metode analisis kualitatif dilakukan dengan mengkategorikan data untuk mendapatkan sebuah pola atau hubungan. Sehingga, dengan metode ini, data yang dikumpulkan dapat dianalisa secara deskriptif dengan dijabarkan secara tidak langsung untuk menemukan pemecahan masalah atau solusi kampanye sosial yang sesuai dengan masalah yang diangkat.



Sumber : Analisis Penulis

Gambar 1 . *Fishbone Analysis*

## Identifikasi Objek Material dan Objek Formal Perancangan

Pendidikan memiliki peranan penting dalam kehidupan anak. Pendidikan tidak hanya meningkatkan intelegensi anak, namun membawa berbagai manfaat bagi perkembangan pendidikan anak. Sekolah

memegang peranan besar bagi perkembangan pendidikan seorang anak. Namun, seringkali sekolah mengutamakan nilai akademis. Padahal, anak tidak hanya membutuhkan ilmu akademis.

## **Iklan Layanan Masyarakat**

Iklan layanan masyarakat menyampaikan informasi, mempersuasi, mendidik khalayak atau audiens bukan untuk tujuan mendapatkan keuntungan ekonomi, melainkan keuntungan sosial. Keuntungan sosial yang dimaksud adalah munculnya penambahan pengetahuan, kesadaran sikap dan perubahan perilaku target audiens terhadap permasalahan yang diangkat, serta mendapatkan citra baik di mata masyarakat (Widyatama, 2007, p. 104).

## **Fungsi dan Tujuan Iklan Layanan Masyarakat**

Iklan layanan masyarakat mendatangkan kebaikan dan peningkatan kualitas hidup masyarakat, bertambahnya pengetahuan masyarakat terhadap sikap dan perubahan perilaku masyarakat membawa dampak positif bagi kualitas hidup masyarakat. Selain itu, dapat membawa keuntungan bagi pengiklan berupa citra baik di masyarakat. Misalnya, program kerja institusi lebih terbantu, visi dan misi lembaga dapat lebih mudah diwujudkan, dsb. Contohnya, kampanye hemat energi oleh PLN, dengan masyarakat yang peduli dan mulai hemat energi, beban kebutuhan listrik yang sangat tinggi dan dikhawatirkan tidak dapat dipenuhi PLN, dapat teratasi.

## **Proses Iklan Layanan Masyarakat**

1. Langkah – langkah identifikasi masalah serta target audiens. Target dianalisis berdasarkan kebutuhan, psikologis dan sosiologis, bahasa, jalan pikir, dll.
2. Menentukan tujuan khusus, atau apa yang diharapkan tercapai dalam iklan layanan masyarakat.
3. Menentukan tema iklan. Tema tersebut akan menjadi topik pokok atau *selling point* dari iklan.
4. Menentukan anggaran iklan dalam jangka waktu tertentu.
5. Perencanaan media :
  - Identifikasi media yang tersedia.
  - Memilih media yang cocok dan dapat digunakan.
  - Menentukan waktu dan frekuensi penyiaran.
6. Menciptakan pesan – pesan iklan. Membuat *headline*, *sub headline*, *body copy*, *artwork*, dan tanda atau logo.
7. Menilai keberhasilan kampanye melalui evaluasi.

## **Definisi Media**

Media adalah segala hal dalam kehidupan TA yang dapat digunakan sebagai alat untuk menyampaikan pesan (Kasilo, 2008, p. 29). Media lebih dari sekedar koran, radio, televisi, brosur, dll. Demi mendapatkan media yang tepat, perlu untuk paham betul benar, isi hati, *behaviour* TA.

Ide media harus saling mendukung dengan ide kreatif dan ide aktivasi. Media digunakan untuk mendistribusikan ide – ide kreatif yang telah dibuat. Sebaliknya, lewat media yang tepat, dapat tercipta ide – ide yang luar biasa. (Smith, Moriarty, Barbatsis, & Kenney, 2005). Pemilihan atau perencanaan media sangat bergantung pada sifat atau karakteristik masing – masing media. Misalnya, televisi menggabungkan gambar dan suara.

## **Pandangan Ahli Psikologi**

Dr. Lena Nesyana Panjaitan, M. Ed, seorang psikolog di bidang pendidikan anak, sekaligus wakil dekan Fakultas Psikologi Universitas Surabaya, mengatakan, setiap anak memiliki cara belajar yang berbeda – beda. Bimbingan dan perhatian orang tua sangat diperlukan karena tidak cukup hanya menggantungkan pendidikan anak di sekolah. Namun, bukan berarti memaksa anak belajar. Setiap individu anak memiliki cara belajar sendiri yang tidak langsung terlihat, ada anak yang belajar dengan bergerak (kinetis), visual atau membutuhkan gambar untuk lebih mengerti, *read and write*, dan audio.

Selain itu, tujuan pendidikan tidak hanya mencerdaskan anak secara kognitif, namun juga afektif dan psikomotorik. Seni berperan besar dalam melatih emosi (afektif) dari anak. Karena itu, sangat baik jika seni dapat berjalan bersama dengan pelajaran inti. Meskipun seorang anak tidak memiliki bakat seni, namun seni tetap dapat membawa pengaruh positif sehingga anak menghargai keindahan, mengontrol emosi, dan meluapkan ekspresi. Bahkan, seni dapat membantu meningkatkan kecerdasan kognitif, karena seni melatih anak untuk terus berpikir kreatif.

Orang tua cenderung merasa mengerti yang terbaik untuk anak. Oleh karena itu, himbauan secara langsung yang bersifat menggurui tidak akan efektif untuk orang tua. Mencari celah untuk dapat masuk dan menyampaikan pesan sangat penting. Selain itu, pemberian data dan fakta sangat membantu untuk menyampaikan pesan komunikasi kepada orang tua.

## **Fungsi Pendidikan**

Fungsi pendidikan sangat penting bagi manusia sejak awal. Mendidik dimaksudkan untuk membantu anak yang berusia muda untuk dapat bertumbuh normal seperti manusia lain. Mendidik berarti memberi pertolongan, tuntunan, dan bantuan kepada peserta didik untuk mengembangkan potensinya melalui pendidikan di sekolah, kemudian berkembang

terus lewat pendidikan lanjutan sehingga dapat hidup mandiri.

Secara sempit, fungsi pendidikan adalah memberi bantuan secara sadar demi perkembangan rohani dan jasmani peserta didik. Sementara, secara luas fungsi pendidikan adalah :

1. Pengembangan diri pribadi, kasih kepada sesama (teman – teman), keluarga, lingkungan, dan mengenal alam semesta.
2. Pengembangan seni budaya dan budaya yang beragama.

### **Porsi Seni dalam Pendidikan Anak**

Pendidikan memiliki peranan penting dalam kehidupan anak. Pendidikan tidak hanya meningkatkan intelegensi anak, namun membawa berbagai manfaat bagi perkembangan pendidikan anak. Sekolah memegang peranan besar bagi perkembangan pendidikan seorang anak. Namun, seringkali sekolah mengutamakan nilai akademis. Padahal, anak tidak hanya membutuhkan ilmu akademis.

Menurut kurikulum 2013, jumlah jam pelajaran (JPM) per minggu untuk siswa/siswi Sekolah Dasar (SD) adalah sebagai berikut, agama 4 jam, pendidikan kewarganegaraan (PKn) 6 jam, Bahasa Indonesia 10 jam, matematika 6 jam, seni budaya dan keterampilan (termasuk muatan lokal) 6 jam, pendidikan jasmani olahraga dan kesehatan (termasuk muatan lokal) 4 jam. Mata pelajaran seni budaya dan keterampilan termasuk seni tari, seni rupa, dan seni musik, serta muatan lokal diberikan 6 jam per minggu. Padahal, seni membutuhkan praktek dan pengerjaan yang tidak cepat. Sedangkan mata pelajaran lain mendapatkan porsi jam yang sama banyak dengan hanya mencakup satu mata pelajaran.

Hal tersebut, secara tidak langsung meletakkan pendidikan akademis berada di atas seni. Akibatnya, orang tua cenderung lebih fokus kepada nilai akademik anak. Padahal, seni memiliki peran dalam perkembangan pendidikan anak selain untuk hiburan. Anak – anak memiliki cara belajar yang tidak sama. Beberapa anak membutuhkan lebih dari sekedar membaca untuk dapat mengerti suatu materi. Dalam hal ini, seni dapat membantu kegiatan belajar seorang anak. Selain itu, seni dapat membantu anak dalam mengendalikan emosi (nilai afektif) dan melatih anak untuk tidak hanya cerdas, namun juga memiliki pengendalian diri dan sifat yang baik.

### **Psikologi Anak Usia 6 – 12 Tahun**

Usia 6 – 12 tahun merupakan masa tenang anak atau masa untuk mengenali bakat dan minat anak. Pada usia 6 – 12 tahun, kemampuan ataupun minat yang dimiliki oleh anak biasanya akan berlanjut di pendidikan selanjutnya. Selain itu, pada usia tersebut, anak mulai mengenal dunia pertemanan. Sehingga, anak mulai berfokus pada hubungan antar teman (kerja sama) dibandingkan keluarga.

Pada usia 6 – 12 tahun, anak tidak hanya mengembangkan kemampuan belajar, motorik, dan bahasa. Namun, anak juga belajar menerima orang lain selain orang tua. Seperti, menaati guru, mematuhi peraturan sekolah, belajar menghormati norma yang ada, dll. Selain itu, pada usia ini diharapkan anak dapat belajar mengendalikan emosinya. Pada usia ini, anak – anak rentan terhadap ejekan dan rasa takut akan kegagalan. Fase ini menentukan perkembangan mental anak ke depannya. Bila anak mampu untuk menghadapi tuntutan dan rasa takut, anak dapat tumbuh menjadi percaya diri dan belajar mengatasi masalah. Sebaliknya, bila seorang anak tertekan dan merasa terbebani dan merasa sering gagal atau diejek, anak dapat tumbuh menjadi rendah diri.

(S. D. Gunarsa & Y. S. D. Gunarsa, 2008)

### **Keterampilan yang Perlu Dikembangkan Usia 6 – 12 Tahun**

1. *Self-Help Skills*  
Kemampuan untuk membantu diri sendiri. Misalnya, mandi sendiri dan makan sendiri. Mulai usia 6 tahun, anak – anak seharusnya sudah belajar mengurus dirinya mulai dari hal yang sederhana.
2. *Social-Help Skills*  
Anak dapat mulai belajar membantu pekerjaan rumah tangga, seperti menyapu, mencuci piring, merapikan tempat tidur, dsb. Hal tersebut, berguna untuk memupuk rasa bahwa diri berguna dan membangun kerja sama.
3. *School Skills*  
Kemampuan/keterampilan sekolah tidak hanya meliputi hal akademik, namun juga non-akademik (menulis, mengarang, melukis, menyanyi, prakarya, dll.)
4. *Play Skills*  
Keterampilan bermain meliputi berbagai permainan baik fisik (bermain bola, mengendarai sepeda, bulu tangkis dll) maupun non-fisik (bermain catur, game ketangkasan, dll). (S. D. Gunarsa & Y. S. D. Gunarsa, 2008).

### **Kontrol Emosi**

Anak usia 6 – 12 tahun mulai dapat mengontrol emosi dan reaksinya. Misalnya, sudah tidak berteriak jika menginginkan sesuatu dan tidak terpenuhi. Emosi anak biasanya lebih terkontrol saat berada di luar lingkungan rumah, seperti di sekolah karena rasa malu dan merasa reaksi yang berlebihan merupakan reaksi “anak kecil”. Pada akhir masa sekolah, biasanya anak lebih memilih mengikuti apa kelompok atau teman – teman dibandingkan yang telah ditetapkan oleh orang tua (cara berpakaian, berbicara, dan tingkah laku).

Pengasuhan di rumah dan lingkungan sosial (termasuk sekolah) mempengaruhi anak dalam belajar

bersikap. Hal tersebut meliputi berinteraksi dengan orang lain, bekerja sama, menemukan identitas diri, peran jenis kelamin, sikap mandiri, inisiatif, serta mengatasi kecemasan dan konflik secara tepat.

(S. D. Gunarsa & Y. S. D. Gunarsa, 2008)

## Target Audience

1. Target Primer
  - a. Demografis :
    - Orang tua (ibu) yang memiliki anak usia 6 – 12 tahun.
    - Status ekonomi sosial menengah ke atas ( A , B ).
  - b. Geografis : Kota Surabaya
  - c. Psikologis :
    - Malu jika tidak mengikuti perkembangan zaman.
    - Keluarga, terutama anak adalah yang utama.
    - Merasa tahu yang terbaik untuk keluarga.
  - d. Behaviour :
    - Gemar mengikuti acara untuk kepentingan anak.
    - Aktif mengikuti perkembangan dunia pendidikan.
    - Aktif di media sosial, membuka media sosial saat senggang.
    - Rajin memposting kegiatan anak di media sosial.
2. Target Sekunder
  - a. Demografis :
    - Anak usia 6 – 12 tahun.
    - Status ekonomi sosial menengah ke atas ( A , B ).
    - Pria dan wanita
  - b. Geografis : Kota Surabaya
  - c. Psikologis :
    - Memiliki sifat sangat taat dan takut terhadap orang tua.
    - Memiliki rasa tidak mau kalah atau merasa malu jika dikalahkan.
  - d. Behaviour :
    - Mengikuti berbagai kegiatan seperti kursus atau les.
    - Terbiasa dibantu oleh orang tua dalam menyiapkan kebutuhan sekolah.

## Wawancara dengan Orang Tua yang Mengajarkan *Fun Learning*

Ibu Stephanie Dannies merupakan seorang ibu rumah tangga yang juga merupakan seorang *fashion designer*. Beliau mengajarkan anaknya dengan cara mengunggah rasa ingin tahu dan mengajak berpikir kreatif. Hal tersebut, dilakukan karena beliau merasa pada zaman sekarang ini, pintar secara akademis saja tidak cukup untuk menjadi bekal di masa depan. Anak perlu untuk berpikir kreatif, mengingat zaman sudah banyak menggantikan peran manusia kepada teknologi. Anak – anak merupakan manusia baru yang perlu

dibimbing supaya bisa *survive* dalam hidupnya, dan belajar tidak cukup hanya dari buku.

Menurut beliau, sebenarnya anak memiliki kemampuan untuk belajar sendiri. Namun, mereka perlu petunjuk dan bimbingan yang tepat agar bisa menyukai proses belajar. Dampak dari mengajarkan anaknya dengan cara – cara kreatif ini, anak beliau menjadi lebih suka belajar hal – hal baru dan cukup mandiri untuk anak seusianya. Selain itu, saat melakukan kegiatan ini, beliau juga memperhatikan ketertarikan anaknya dan membuat kegiatan yang berhubungan dengan ketertarikan tersebut. *Freedom within limit* dan observasi pengembangan anak menjadi pegangan beliau dalam mendidik anak.

## Faktor Penghambat dan Pendukung

Faktor penghambat adalah pandangan mengenai nilai akademis sebagai yang terpenting sudah berlangsung lama dan turun temurun. Hal ini, mengakibatkan cara pikir tersebut sudah mendarah daging dan dianggap normal. Sehingga, diperlukan pemecahan masalah yang efektif untuk dapat mengubah stigma terhadap mata pelajaran non – akademis khususnya seni. Namun, sudah mulai ada pergerakan dari kebiasaan lama yang benar – benar tidak menyukai anak bergumul dengan hal non – akademis menjadi lebih menerima seni. Sehingga, hal ini menjadi faktor pendukung yang baik untuk perancangan ini.

Namun, orang tua masih belum sepenuhnya terbuka dan masih cenderung mengukur segala sesuatu berdasarkan nilai. Selain itu, sudah banyak contoh orang yang sukses diluar bidang akademis karena memanfaatkan kreativitas. Sehingga, data – data tersebut dapat digunakan untuk meyakinkan orang tua untuk menerima seni sebagai pendukung pendidikan anak.

## Pengembangan Visual



Gambar 2. Logo Kampanye  
Sumber : Dokumentasi Pribadi



Gambar 3. Brosur Lipat  
 Sumber : Dokumentasi Pribadi



Gambar 5. X – Banner  
 Sumber : Dokumentasi Pribadi



Gambar 4. Paperbag  
 Sumber : Dokumentasi Pribadi



Gambar 6. Sertifikat  
 Sumber : Dokumentasi Pribadi



Gambar 7. Pin  
 Sumber : Dokumentasi Pribadi



Gambar 8. Stiker  
 Sumber : Dokumentasi Pribadi



Gambar 9. Media Sosial (Instagram)  
 Sumber : Dokumentasi Pribadi



Gambar 10. Media Sosial (Facebook)  
 Sumber : Dokumentasi Pribadi

## Kesimpulan

Perancangan kampanye sosial ini bertujuan untuk meningkatkan *awareness* kepada orang tua mengenai peran seni terhadap pendidikan untuk anak. Acara berupa *mini workshop* diadakan untuk memberikan gambaran kepada orang tua mengenai cara pengajaran yang dimaksudkan. Namun, masyarakat Surabaya masih belum menerima dan memiliki minat yang besar dalam mengikuti acara sejenis. Orang tua dengan SES ( A , B ) di Surabaya, cenderung menyukai acara yang memberikan *pride* kepada mereka seperti lomba. Sementara, dengan mengadakan lomba, fokus orang tua akan berpusat kepada bagaimana anak mereka dapat menang bukan kepada proses yang dilewati oleh anak. Karena itu, lomba kurang sesuai untuk perancangan ini.

Melalui data dan teori yang telah dikumpulkan untuk membuat perancangan ini, dapat disimpulkan bahwa, untuk menyampaikan *awareness* kepada *target audience* perlu diperhatikan berbagai aspek seperti kebiasaan dan perilaku mereka. Kebiasaan sehari – hari seperti jadwal kegiatan (pulang sekolah, anak harus langsung belajar, kemudian les, dsb). Orang tua dengan karakteristik yang ditargetkan, adalah ibu yang memiliki kebiasaan bermain media sosial saat sedang senggang, karena itu penggunaan sosial media sangat mendukung penyampaian pesan. *Target audience* tidak perlu mengeluarkan tenaga dan meluangkan waktu lebih untuk mengikuti acara yang diadakan. Mereka dapat melakukan kegiatan dengan santai di rumah pada waktu senggang.

## Saran

Dalam melakukan kampanye sosial, mencari *link* dan kenalan sangat penting. Bertanya kepada orang – orang yang sering mengadakan acara dapat membantu memberikan gambaran media dan cara yang efektif untuk diaplikasikan kepada setiap target. Selain itu, mengenal dan mengerti lebih tentang *target audience* wajib untuk dilakukan agar setiap langkah yang dilakukan efektif dan efisien baik dari segi waktu maupun dari segi biaya. Bekerja sama dengan lembaga – lembaga terkait dapat membantu untuk promosi dan biaya.

Kampanye sosial tidak harus membuat acara yang ramai didatangi, namun juga harus efektif dan dapat memberikan efek terhadap *target audience*. Berbagai media dapat digunakan untuk menyampaikan dan menyebarluaskan maksud dan tujuan dari kampanye sosial dengan efektif. Membuat *timeline* dan mengiktui jadwal juga sangat penting untuk pelaksanaan kampanye selanjutnya agar setiap kegiatan

dan media yang digunakan dapat berjalan dengan efektif.

Pemanfaatan sosial media cukup efektif untuk menyampaikan pesan. Terutama, jika memiliki biaya yang lebih, menggunakan jasa *influencer* dapat memberikan dampak yang cukup besar untuk menyebarkan pesan komunikasi. Selain itu, menggunakan jasa promosi sosial media juga dapat meningkatkan *engagement*. Mengadakan acara seperti *giveaway* juga dapat menarik perhatian *target audience*. Demikian, diharapkan kegiatan serupa yang akan dilakukan selanjutnya dapat memberikan dampak yang lebih baik lagi.

## Ucapan Terima Kasih

Puji syukur dipanjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus karena kasih dan karunia-Nya Perancangan Tugas Akhir ini dapat dilaksanakan dan dikerjakan dengan lancar. Pada kesempatan ini, rasa terima kasih juga diucapkan kepada berbagai pihak yang telah mendukung dan memberikan arahan dalam proses Perancangan Tugas Akhir, antara lain kepada

1. Tuhan Yesus Kristus yang sudah menyertai dan melindungi selama proses perancangan hingga penulisan laporan.
2. Ibu Dr. Listia Natadjaja, S.T., M.T., M.Des. selaku Kepala Program Studi Desain Komunikasi Visual.
3. Bapak Dr. Prayanto Widyo Harsanto., M.Sn. selaku pembimbing dosen pembimbing I yang telah memberikan arahan, masukan, dan membimbing selama Perancangan Tugas Akhir ini.
4. Ibu Rebecca Milka N. B., S.Sn., M.Ds. selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan *support*, mengarahkan, dan memberikan saran untuk kelancaran Perancangan Tugas Akhir.
5. Ibu Elisabeth Christine Yuwono, S.Sn., M.Hum dan Ibu Cindy Muljosumarto, S.Sn., M.Des. selaku dosen penguji yang telah memberikan saran serta kritik yang membangun demi keberhasilan perancangan ini.
6. Orang tua serta keluarga yang sudah mendukung, mendoakan, serta memberikan kasih sayang dan motivasi selama pengerjaan Tugas Akhir.
7. Teman-teman dan sahabat yang sudah memberikan dukungan dan doa selama proses perancangan.
8. Ibu Dr. Lena Nussyana Panjaitan, M. Ed. yang telah bersedia membagikan sebagian ilmu dan memberikan masukan demi keberhasilan perancangan ini.
9. Ibu Stephanie Dannies yang telah membagikan pengalaman mengenai cara mendidik anak dengan *fun learning*.
10. Segala pihak yang terlibat, baik memberikan waktu untuk wawancara maupun mengikuti rangkaian kampanye yang dilaksanakan.

## Daftar Pustaka

Burton, M. J. & Shea, D. M. (2010). *Campaign Craft The Strategies, Tactics, and Art of Political Campaign Management*. California : ABC-CLIO, LLC.

Chalke, Steve. (2009). *Kiat Menjadikan Anak Sukses & Bahagia*. Yogyakarta : Penerbit ANDI.

Kasilo, Djito. (2008). *Komunikasi Cinta: Menembus G-Spot Konsumen*. Kepustakaan Populer Gramedia (KPG)

Gani, P.R. *Kampanye Sosial*. 9 Juni 2014.  
<http://www.lspr.edu/pritakemalgani/kampanye-sosial/>

Gunarsa, S.D. & Gunarsa, Y. S. D. (2008). *Psikologi Perkembangan Anak dan Remaja*. Jakarta : PT. BPK Gunung Mulia

Guru-id.com. *Cara Mengisi Rombongan Belajar Dapodik 2019*. 31 Agustus 2018. <https://www.guru-id.com/2016/07/cara-mengisi-pembelajaran-jjm-sd-dan.html>

Indonesia. Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. (2014). *Konsep dan Implementasi Kurikulum 2013*. Jakarta : Author.

Iswanto, Randy. *Menjadi Creativepreneur Lewat Hobi Menggambar*. 3 Desember 2018. <https://uc.ac.id/vcd/menjadi-creativepreneur-lewat-hobi-menggambar/>

Jessica. 26 April 2018. *7 Manfaat Menggambar Bagi Perkembangan Anak*.  
<https://www.educenter.id/7-manfaat-menggambar-bagi-perkembangan-anak-2/>

Kasali, Rhenald. *Manajemen Periklanan*. Jakarta : PT. Pustaka Utama Grafiti.

Morissan, M.A. 2010. *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group

Neolaka, A. & Neolaka, G. A. (2017). *Landasan Pendidikan*. Depok : Kencana.

*Pengertian Menggambar Menurut Para Ahli*. 2017. <https://ilmuseni.com/seni-rupa/menggambar/pengertian-menggambar>

Pratiwi, Y. *Pentingnya Seni dan Kreativitas di Pendidikan Anak Usia Dini*. 27 September 2018. <https://cantik.tempo.co/read/1130593/pentingnya-seni-dan-kreativitas-di-pendidikan-anak-usia-dini>

Redaksi. *10 Manfaat Mengenalkan Seni Pada Anak*. 17 Juli 2018.

<https://www.motherandbaby.co.id/article/2018/7/12/10384/10-Manfaat-Mengenalkan-Seni-pada-Anak>

Reddi, C.V . Narasimha. *Effective Public Relations and Media Strategy*. New Delhi: PHI Learning Private Limited, 2009.

Sitepu, Vinsensius. 2004. *Panduan Mengenal Desain Grafis*.

Sulastianto, H., et al. 2006. *Seni Budaya*. Bandung.

Venus, A. (2018). *Manajemen Pemasaran Edisi Revisi*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.

Widyatama, R. 2007. *Pengantar Periklanan*. Yogyakarta : Pustaka Book Publisher.