

PERANCANGAN KAMPANYE TUNTUNAN MENDIDIK ANAK SECARA ISLAMI DALAM BENTUK KOMIK DI MEDIA SOSIAL

Lalu Muhammad Ahsanul Hazzi¹; Yanuar Rahman²

Program Studi Desain Komunikasi Visual
Fakultas Industri Kreatif – Universitas Telkom
Bandung

ABSTRACT

This campaign is caused of worry about the condition of Indonesian young generation at the future, that today have attacked of negative values like pornography, sexual abuse, unplanned parenting, and peer pressure. If we looked to the research of Kita dan Buah Hati Foundation, BKKBN, and Children National Committee of Indonesia, the results show us the facts if our children is so close to abuse contents and pornography from their gadget, social media, game, and application. From this facts, the one of many treatments should takes is educating the parents how to prevent their children from negative effects of time and technology today.

The challenged of time and technology have converted the lifestyle of many people. The factors as indicator are gadget as an primary needed, daily activities in social media, and technology development that decrease the social interaction. Furthermore, this conditions could be an effective campaign about children educating guidance for parents in social media.

Talked about social media, they developed by visual aspects. There are many social media that supported by values of image friendly. This factor make an opportunities to develop an visual campaign, especially with comics.

Comics chosen to make the campaign spread massively, and more easier to remembered by parents. Our hope the values of children educating guidance can help the parents in educating their children and prevent the Indonesian young generation from many negative values.

Kata Kunci : Tuntunan Anak, Komik Pendidikan Anak, Kampanye Media Sosial

Pendahuluan

Keluarga adalah satuan kekerabatan yang sangat mendasar dalam masyarakat. Hal ini membuat banyak peran dalam masyarakat bermula dan dikerjakan oleh lingkup terkecil bernama keluarga. Ia meliputi berbagai peran layaknya sebuah miniatur masyarakat yang berfungsi untuk membangun proses kehidupan yang lebih baik.

Berkaitan dengan aspek di atas, maka sudah menjadi tanggung jawab bagi setiap anggota keluarga untuk menjalankan peran tersebut dengan sebaik mungkin. Terutama bagi para orangtua untuk dapat mengarahkan anggota keluarganya agar menjadi anggota masyarakat yang berguna. Salah satu aspek yang penting ialah terkait pendidikan anak yang merupakan sumberdaya bagi perbaikan masyarakat masa depan.

Melihat realita saat ini, maka akan diperoleh fakta-fakta yang memprihatinkan terkait generasi masa depan Indonesia. Bagaimana sekolah yang seharusnya menjadi sarana pembelajaran yang aman justru menjadi tempat yang tidak aman bagi seorang anak. Data Yayasan Kita dan Buah Hati (YKBH) tahun 2013 menyebutkan bahwa kekerasan seksual oleh pihak-pihak tidak bertanggung jawab terjadi di sekolah dengan persebaran kasus pada 12 Provinsi di Indonesia. Selain hal-hal negatif yang mengancam siswa dari luar, dari perkembangan individu siswa pun

memiliki tantangannya tersendiri. Penelitian YKBH tahun 2013 merilis bahwa 95 % anak kelas 4-5 SD telah melihat konten-konten pornografi. Sebuah data memprihatinkan akan institusi berlabel pendidikan.

Ketika sekolah tidak sepenuhnya menjadi sarana pendidikan yang layak, maka tanggung jawab tersebut akan kembali kepada orangtua. Karena di usia yang belia anak-anak masih berada pada tanggung jawab pengasuhan oleh orangtuanya. Sehingga peran orangtua dalam melindungi anaknya dari hal-hal yang buruk sangat diperlukan. Berdasarkan pakar pendidikan anak, Ibu Elly Risman mengatakan bahwa kebanyakan anak di Indonesia seakan *fatherless* atau kehilangan sosok ayah dalam tumbuh kembang mereka. Hal ini juga dapat diperparah ketika seorang ibu sekaligus menjadi wanita karir yang membuatnya jarang berada bersama anaknya. Sehingga komunikasi menjadi tidak berjalan optimal yang mengakibatkan hubungan emosional antara anak dan orangtua menjadi renggang. Hubungan emosional yang tidak erat ini kemudian dapat menyebabkan seorang anak mudah menerima pengaruh buruk dari lingkungannya.

Faktor eksternal yakni lingkungan juga memiliki peranan penting dalam membentuk kepribadian anak. Terlebih saat ini anak hidup di zaman yang begitu mudah akan akses informasi tanpa ada filter terhadap konten-konten negatif seperti

kekerasan, gaya hidup bebas, dan pornografi. Sehingga kemudahan

akses informasi ini seringkali disalahgunakan khususnya untuk membuka materi-materi pornografi yang memang menasar anak-anak sebagai target konsumen.

Berbagai kondisi yang ada membutuhkan upaya bersama untuk melindungi generasi masa depan Indonesia dari berbagai pengaruh buruk yang ada. Salah satu cara yang dapat dilakukan ialah melalui kesadaran para orangtua akan peran besar mereka dalam membentuk karakter anaknya. Adapun upaya kesadaran ini dapat melalui berbagai sarana seperti seminar pendidikan anak, sekolah pranikah, rubrik keluarga di berbagai majalah, dan kampanye. Bahkan saat ini telah berdiri SEMAI (Selamatkan Generasi Emas Indonesia) 2045, sebuah organisasi nirlaba yang konsen dalam penyelamatan generasi muda Indonesia dari berbagai pengaruh buruk yang ada.

Salah satu upaya yang menarik terkait kesadaran para orangtua akan perannya dalam pembentukan karakter anak ialah melalui kampanye. Kampanye ini sendiri dapat berbentuk penyebaran materi cetak seperti *flier*, buku, majalah, *booklet*, maupun melalui sarana *online*. Melihat dari faktor biaya yang relatif kecil, jangkauan yang luas, dan kehidupan orangtua yang tidak terlepas dari *gadget* maka kampanye secara *online* melalui media sosial dinilai memiliki dampak

yang efektif dan masif. Dari berbagai media sosial yang ada seperti

facebook, twitter, instagram, path, dan lainnya, facebook dinilai memiliki kelebihan karena sifatnya yang *image friendly* dengan dilengkapi berbagai kemudahan fitur yang ada.

Selain itu terdapat banyak cara dalam menyampaikan konten kampanye tuntunan mendidik anak di media sosial yakni facebook, salah satunya ialah dengan menggunakan komik. Komik memiliki kelebihan sebagai medium komunikasi karena sifatnya yang sekuensial (Hikmat Darmawan, 2012: 32). Sifat sekuensial ini memudahkan pembaca dalam melihat kronologi dan merasakan suasana cerita. Pemilihan komik ini juga mempertimbangkan karakteristiknya yang lebih banyak memuat komponen visual dibandingkan dengan media verbal, sehingga mampu menarik perhatian dari target *audience*. Dengan media komik ini diharapkan pesan edukasi dapat tersampaikan secara optimal. Secara khusus, perancangan ini bertujuan untuk mengkampanyekan nilai-nilai dalam mendidik anak sesuai tuntunan Islam.

Permasalahan

Dari berbagai data yang dirilis oleh berbagai lembaga kompeten seperti YKBH dan Komnas PA maka akan diperoleh data bahwa kasus kekerasan seksual terhadap anak di Indonesia cukup tinggi, selain itu

ternyata akses konten pornografi marak terjadi di kalangan anak. Hal ini umumnya disebabkan oleh hubungan yang renggang antara anak dan orangtua serta pengaruh dari lingkungan luar.

Rumusan Masalah

“Bagaimana merancang kampanye tuntunan mendidik anak secara islami melalui komik di media sosial yang dapat diterima oleh para orangtua.”

Pengumpulan Data

Observasi

Penulis melakukan penelitian dengan menghadiri berbagai seminar dan sekolah pendidikan anak, untuk belajar bagaimana perspektif pendidikan anak dari lembaga-lembaga yang konsen di bidang ini.

Wawancara

Melalui metode wawancara ini penulis berusaha mendapatkan informasi yang dibutuhkan dengan berkomunikasi langsung kepada orang yang kompeten di bidang pendidikan anak. Sehingga informasi yang diperlukan dapat diperoleh.

Studi Pustaka

Penulis membaca berbagai literatur dari buku maupun internet yang

terkait pendidikan anak, baik yang merujuk langsung kepada tuntunan Islam maupun tidak.

Data Klien



Gambar 1.1 Logo SEMAI 2045

SEMAI 2045 adalah gerakan sinergi dari berbagai usia, latar belakang, agama, dan status sosial yang secara aktif melakukan pencerdasan ke semua lapisan masyarakat untuk dapat mewujudkan generasi emas Indonesia. Melalui gerakan ini SEMAI mencoba mengenalkan istilah BEST sebagai tujuan generasi yang ingin dibentuk yakni generasi yang berakhlak mulia (*Behave*), peka sosial (*Empathic*), cerdas (*Smart*), dan tangguh (*Tough*), dengan berlandaskan rasa cinta dan kepedulian terhadap generasi penerus bangsa.

Gerakan SEMAI untuk mencapai tujuannya, memiliki 4 program utama yakni berupa *research*, *knowledge pool*, *whisperer program*, dan *parenting school*.

Research yang dilakukan bertujuan untuk memperoleh data tentang masyarakat agar program yang dijalankan tepat sasaran. Adapun sumber data ini ialah melalui informasi dari relawan-relawan SEMAI yang tersebar di berbagai

kota di Indonesia, juga melalui survei yang dilakukan oleh lembaga-lembaga terkait, dan melalui diskusi kelompok.

Knowledge Pool adalah fasilitas berupa situs yang berisi informasi terkait keluarga, pendidikan anak, dan lainnya. Di dalam situs ini kita dapat melihat video-video oleh para pakar pendidikan anak, artikel, infografik, dan *e-book*.

Whisperer Program adalah program yang berfungsi untuk menyebarkan pemikiran akan perlunya aksi-aksi nyata untuk menyelamatkan generasi Indonesia dari ancaman degradasi moral. Cara yang ditempuh ialah dengan membuka kesempatan bagi setiap orang untuk menjadi relawan SEMAI dan pembinaan kepada relawan tersebut.

Parenting School adalah kelas pengajaran terkait pendidikan anak yang dibuka oleh SEMAI. Program ini bersifat sosial dengan mengandalkan subsidi silang bagi masyarakat.

Data Produk

Berdasarkan data yang dimiliki SEMAI 2045, saat ini terdapat 46 juta anak berusia 0-9 tahun dan 44 juta anak berusia 10-19 tahun. Anak-anak ini berada dalam kepungan berbagai dampak negatif dunia moderen. Mulai dari keluarga dengan pola pengasuhan yang tidak tepat, sekolah dengan tingkat *bullying* yang tinggi, dan *gadget* dengan materi-materi pornografi yang ada.

Berdasarkan data Yayasan Kita dan Buah Hati tahun 2013, anak-anak kelas 4 & 5 SD diketahui telah melihat konten pornografi. Ditambah lagi dengan kasus anak-anak yang menjadi korban kekerasan seksual terjadi di 12 provinsi di Indonesia. Berdasarkan sumber lain, Komnas Perlindungan Anak juga memiliki data yang tidak kalah memprihatinkan terkait generasi masa depan Indonesia. Setidaknya kekerasan terhadap anak meningkat setiap tahun dengan laporan tahun 2013 mencapai 3032 kasus dan secara khusus kekerasan yang bersifat seksual dengan 1620 kasus.

Data Khalayak Sasaran

Demografis

Kampanye ini ditujukan kepada orangtua muda muslim dengan kisaran usia 18-29 tahun yang berada pada golongan ekonomi menengah keatas.

Geografis

Orang-orang Indonesia yang hidup di daerah perkotaan cenderung memiliki akses informasi yang lebih tinggi dibanding dengan di pedesaan, hal ini membuat orang-orang di perkotaan lebih banyak mengonsumsi informasi-informasi negatif yang dipaparkan media. Sehingga timbul upaya setiap orang

khususnya di perkotaan untuk membentengi diri terhadap dampak buruk dari hal-hal yang biasa mereka saksikan. Untuk itu kampanye melalui komik dengan sarana publikasi di media sosial akan lebih menargetkan konsumen di wilayah perkotaan.

Psikografis

Setiap rentang usia dalam ilmu psikologi memiliki tugas perkembangannya masing-masing. Dan salah satu tugas perkembangan yang muncul pada rentang usia remaja akhir adalah tentang berkeluarga. Secara psikologis orang-orang pada usia ini akan tertarik dengan pembahasan-pembahasan terkait pernikahan dan kehidupan rumah tangga. Sedangkan bagi orang-orang yang telah berkeluarga maka tugas perkembangan tersebut akan berkembang pada pembelajaran cara-cara membangun keluarga harmonis dan metode mendidik anak.

Analisis

Hasil Wawancara:

Untuk menunjang laporan penelitian ini, dilakukan wawancara dengan

narasumber yang sudah lama berkecimpung di bidang pendidikan anak, konsultasi keluarga, dan penanganan masalah dalam rumah tangga. Wawancara dilakukan pada Rabu, 12 November 2014 di wilayah Cikadut, Karang Pamulang, Mandalajati Bandung. Narasumber tersebut adalah dr. Zulaehah Hidayati yang akrab disapa dengan Dokter Zule. Beliau adalah seorang PNS dengan profesi sebagai dokter umum di Rumah Sakit Hasan Sadikin (RSHS) Bandung. Selain aktivitas tersebut narasumber juga aktif mengisi di berbagai kegiatan bertemakan pendidikan anak dan keluarga melalui yayasan yang dibentuknya sejak tahun 2009 bernama Rumah Parenting.

Rumah Parenting adalah sebuah yayasan yang berdiri untuk saling berbagi ilmu dan manfaat terkait pengasuhan anak. Beliau menceritakan, latar belakang pendirian yayasan ini memang diawali dari permasalahan yang beliau hadapi sendiri terkait pengasuhan anak. Kondisi anak yang tidak bisa diatur, tidak mau mengkonsumsi sayuran, dan berbagai kenakalan lain dari anaknya membuatnya berfikir apa penyebab semua ini. Hingga kemudian ia mengikuti berbagai seminar terkait pendidikan anak dan rajin membaca buku-buku. Beliau mengaku tersadar akan persepsinya dahulu yang menganggap mendidik anak adalah hal mudah ternyata salah. Pendidikan anak membutuhkan persiapan ilmu

dan penanganan yang cermat dari para orangtua. Kini dengan kondisi memiliki 3 orang anak yang masih kecil, beliau ingin berbagi ilmu dan pengalamannya ketika anak-anaknya yang awalnya tidak bisa diatur hingga bisa menjadi anak yang baik seperti saat ini. Beliau juga ingin agar pengalamannya dapat bermanfaat untuk lebih banyak keluarga lain yang mungkin merasakan hal yang sama.

Kegiatan Rumah Parenting yang beliau asuh akrab menyelenggarakan kegiatan dengan nama, “Training untuk Terampil (TUT)” dengan konsep berbeda dengan seminar karena para peserta harus menginap dan mengikuti pelatihan selama beberapa hari. Beliau memaparkan, hal ini perlu dilakukan untuk memberikan efek kegiatan yang lebih lama kepada para peserta. Selain itu ada beberapa materi yang butuh momen-momen tertentu untuk menyampaikannya.

Selain menjadi pengisi di berbagai seminar *parenting* beliau juga aktif menulis buku terkait hal ini. Beberapa karyanya ialah buku berjudul, “Anak Saya Tidak Nakal, Kok” dan “Time Out dalam Parenting”. Beliau memaparkan lebih jelas makna *Time Out* dalam

bukunya dengan menceritakan salah seorang anaknya yang dulu sangat tidak bisa diatur dan mudah marah ketika di rumah. Di dunia barat ketika seseorang marah maka digunakanlah istilah *Time Out* atau relaksasi. Hingga beliau bertanya dalam benaknya, apakah ini murni teori dari barat atau Islam pun mengajarkan hal yang sama ketika marah yakni relaksasi. Beliau mengutip hadits dimana Nabi Saw. mengajarkan seseorang untuk diam ketika marah. Juga pada hadits lain dimana Nabi Saw. mengajarkan apabila seseorang marah dalam keadaan berdiri agar kemudian ia duduk, ketika dengan duduk masih belum meredakan marahnya, hendaknya ia berbaring. Itulah yang beliau maksud tentang *Time Out*, yakni cara orangtua mengajarkan anak untuk relaksasi yang ternyata juga diajarkan Nabi Saw.

Beliau menekankan bahwa yang menjadi catatan dalam kegiatan pendidikan anak ialah peran orangtua yang secara simultan menerapkan nilai-nilai kebaikan dalam keluarga. Tidak hanya memuji saja, namun dibarengi juga dengan ketegasan.

Tidak hanya sekedar melarang sesuatu hal, namun juga memberikan alasan mengapa hal tersebut dilarang.

Konsep Perancangan

Konsep Komunikasi

Konsep pesan dari perancangan ini adalah penyampaian materi tuntunan mendidik anak yang dikemas dalam bentuk cerita komikstrip dengan media sosial sebagai sarana publisitasnya. Target *audience* utama dari perancangan ini ialah orangtua muslim pada usia muda 18-29 tahun. Pemilihan target ini khususnya dilatar belakangi oleh pesan-pesan mendidik anak yang disampaikan adalah hal-hal yang sifatnya awal dan dasar yang cocok untuk orang yang baru menikah hingga baru memiliki anak. Dengan pesan edukasi terkait tuntunan mendidik anak ini, diharapkan akan melahirkan orangtua yang mengerti konsep dasar dalam mendidik anak sesuai tuntunan Islam sehingga nantinya akan lahir generasi masa depan unggulan dari anak-anak Indonesia.

Konsep Kreatif

Konsep kreatif yang dibawa dalam kampanye ini ialah dengan menjadi relawan SEMAI 2045 melalui kegiatan bernama “*Whisperer Program*”. Salah satu bagian dari *Whisperer Program* ini ialah melalui penaanngan berbagai komunitas dengan tujuan yang sama yakni

menyebarkan nilai-nilai positif terkait tuntunan mendidik anak dan melindungi generasi penerus Indonesia dari berbagai pengaruh buruk yang mengancamnya.

Untuk itulah dalam kampanye ini dibuat sebuah *fanpage* facebook berbasis komunitas bernama Orangtua Muslim untuk mendukung program yang ada. Aspek kreatif dari kampanye melalui *fanpage* ini yang membedakannya dengan berbagai *fanpage* lain ialah melalui pengembangan karakter komik keluarga di dalamnya. Dalam hal ini terdapat empat karakter utama yang mewakili ayah, ibu, anak laki-laki, dan anak perempuan.

Melalui karakter-karakter yang ada inilah nilai-nilai edukasi tuntunan mendidik anak secara Islami akan disampaikan kepada target *audience*. Dalam hal ini juga terdapat *tagline* yang coba dikenalkan yakni “Dari Rumah Membangun Peradaban” untuk menguatkan pesan kampanye yang coba diberikan.

Konsep Visual

Pada perancangan ini digunakan gaya gambar kartun dalam visualisasi komikstrip. Pemilihan gaya kartun ini didasarkan pada penggambaran kartun yang dapat memberikan keleluasaan terhadap distorsi bentuk. Distorsi bentuk ini akan memudahkan pengembangan

ekspresi karakter untuk mendapatkan suasana emosi pembaca yang diinginkan.

Warna

Warna yang digunakan adalah dominan warna-warna yang cerah karena kesan menarik perhatian yang dimiliki oleh warna-warna tersebut. Selain itu warna-warna cerah memiliki sifat ceria dan semangat yang cocok untuk penerimaan yang positif dari target *audience*.

Tipografi

Tipografi utama yang digunakan dalam perancangan komikstrip ialah *Font SF Arch Rival* dan *Font SF Cartoonist Hand* karena kesan huruf yang tidak kaku dan fleksibel sehingga cocok menggambarkan teks dialog dalam keluarga.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890 (.,":;?)

Gambar 1.2 Font SF Cartoonist Hand

abcdefghijklmn
opqrstuvwxyz
1234567890!?

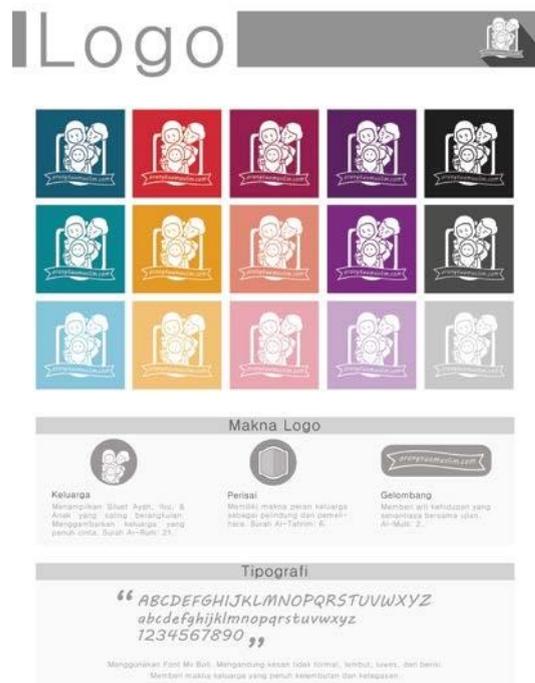
Gambar 1.3 Font SF Arch Rival

Hasil Perancangan

Berikut hasil perancangan yang digunakan dalam kampanye ini:

Logo

Logo menggambarkan ayah, ibu, dan anak yang saling berangkulkan untuk memberi makna keluarga yang penuh cinta.



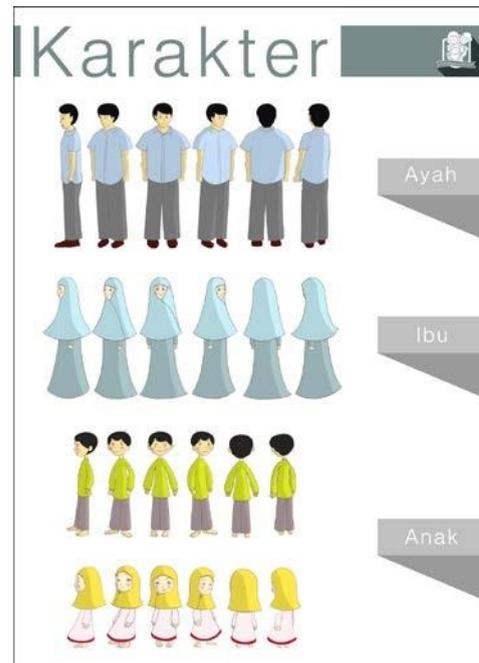
Gambar 1.4 Logo Kampanye

Desain Fanpage



Gambar 1.5 Desain Fanpage

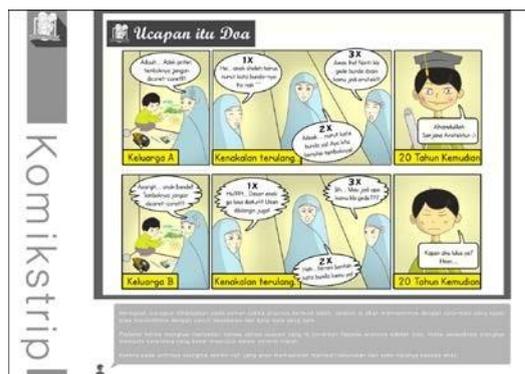
Desain Karakter



Desain Ilustrasi



Desain Komikstrip



Penutup

Harapannya melalui kampanye ini dapat mengurangi berbagai dampak buruk dari kemajuan teknologi dan orangtua mampu mendidik anaknya secara benar sesuai tuntunan Islam.

Daftar Pustaka

Badan Koordinasi Keluarga Berencana Nasional. (2007).

Remaja dan Perkawinan Dini.
 Jakarta: Direktorat Pemaduan Kebijakan Pengendalian Penduduk.

Daniel L. Yadin (1999).
Menciptakan Komunikasi Pemasaran Yang Efektif. Terj. A. Sandiwan Suharto. Jakarta, Penerbit Gramedia.

Darmawan, Hikmat. (2012). *How to Make Comics.* Jakarta : Plotpoint Publishing.

Treadaway, Chris and Mari Smith. (2010) *Facebook Marketing: an hour a day,* Canada, Wiley Publishing.

Khalid Ahmad (2013). *Mendidik Anak Laki-Laki.* Terj. Umar Mujtahid. Solo, Penerbit Aqwam.

Lembaga Demografi Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. (2013). *Penelitian Usia Kawin Pertama.* Jakarta: Gramedia.

Sarwono, Sarlito Wirawan. (2002). *Psikologi Remaja,* Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Scott Mc Cloud (1993).
*Understanding Comics: The
Invisible Art*. Terj. Kinanti.
Jakarta, Kepustakaan Populer
Gramedia.

Sibero, Ivan C. (2010). *First Step to
be Freelance Graphic Designer*.
Yogyakarta: Penerbit
Mediakom.

Syauqi Abu Khalil (2007). *Atlas
Hadits*. Terj. Tim Almahira.
Jakarta, Penerbit Almahira.

[http://tech.dbagus.com/jejaring-sosial-
terpopuler-di-indonesia](http://tech.dbagus.com/jejaring-sosial-terpopuler-di-indonesia)

<http://www.semait2045.org/>