

**PERANCANGAN APLIKASI SEBAGAI MEDIA KAMPANYE
SOSIAL UNTUK PECEGAHAN ANXIETY PADA ANAK-ANAK
USIA 6-12 TAHUN DI KOTA JAKARTA**

*Application Design as a Media for Social Campaign to Preventing
Anxiety in Children 6-12 Years in Jakarta*

Dinda Novia Rachma¹, Atria Nuraini Fadilla² S.Ds, M.Ds.

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

Email: ¹dndanovia@gmail.com, ²atria.fadilla@gmail.com

ABSTRAK

Kecemasan merupakan hal yang wajar dialami oleh setiap individu. Kecemasan biasanya muncul ketika sedang bekerja, saat akan menghadapi ujian, atau berbicara depan umum. Perasaan cemas yang berlebihan disebut dengan gangguan kecemasan atau anxiety. Kecemasan mulai muncul pada masa anak-anak awal yang sering diawali dengan kekhawatiran dan ketakutan. Faktanya, kecemasan yang berlebihan dan tidak terkontrol akan melelahkan anak. Walaupun anak tahu bahwa tidak ada yang perlu dikhawatirkan, anak akan merasa takut dan melakukan apa saja untuk menghindari situasi tersebut. Orang tua yang terlalu melindungi atau mengendalikan anak, maka semakin besar juga peluang munculnya gangguan kecemasan pada anak tersebut. Penulis mendapatkan data yang dibutuhkan melalui metode observasi, wawancara serta studi pustaka. Mengingat bahwa pola asuh yang diterapkan orang tua zaman sekarang dapat memunculkan anxiety pada anak, maka diperlukan adanya pencegahan serta kampanye yang diberikan kepada anak-anak untuk menghindari atau mengurangi gejala-gejala anxiety tersebut. Kampanye tersebut dibuat untuk orang tua khususnya ibu-ibu mengenai informasi tentang pola asuh yang paling baik untuk mendidik anak. Dengan adanya kampanye tersebut penulis berharap dapat membantu anak untuk mengurangi kecemasan dan menjadi percaya diri serta memiliki pola pikir yang selalu positif serta membantu orang tua untuk menerapkan pola asuh yang sesuai untuk perkembangan anak.

Kata kunci: Anxiety, Pola Asuh, Orangtua, Kampanye Sosial

ABSTRACT

Anxiety is a natural thing experienced by every person. Anxiety usually show up when one is working, taking a test, or talking in front of the public. The feeling of excessive anxious or worry is described as anxiety. Anxiety starts to appear in early childhood and often begins with worry and fear. The fact is, excessive and uncontrolled anxiety will get childrens exhausted. Although childrens knows that there is nothing to worry about, childrens will be afraid and do anything to avoid that situation. Parents who are too protective or controlling their childs are increasing the chances of the emergence

of anxiety disorder in their child. Author gets the required data through observation methods, interviews and literature study. Given that today's parenting pattern leads to the emergence of anxiety disorder in their child, there needs to be prevention and campaigns given to the children to avoid or reduce anxiety disorders. The campaign is made for parents especially mothers, to inform about the best parenting to educate their children. With the campaign, the author hopes to help children reduce anxiety disorders and become confident and have a positive mindset and help parents to apply suitable parenting for the development of their children.

Keywords: Anxiety, Parenting, Parents, Social Campaign

PENDAHULUAN

Kecemasan merupakan hal yang wajar dialami oleh setiap individu. Kecemasan biasanya muncul ketika sedang bekerja, saat akan menghadapi ujian, atau berbicara depan umum (Musfir, 2005: 512). Kecemasan dapat dikatakan menyimpang apabila tidak dapat menahan rasa cemas tersebut seperti kebanyakan orang mampu menanganinya tanpa ada kesulitan. Perasaan cemas yang berlebihan disebut dengan gangguan kecemasan atau *anxiety*.

Kemungkinan paling besar terciptanya kecemasan pada anak adalah lingkungan mereka ketika berada di rumah seperti peran orang tua. Contohnya adalah peran pola asuh otoriter yang terlalu mengontrol anak serta pola asuh seperti kurangnya perhatian serta kehangatan untuk anak (Rana, Akhtar & Tahir, 2013; Corina, 2011). Orang tua yang sangat protektif cenderung melakukan penolakan yang signifikan pada anak dan meningkatkan kecemasan anak (Lieb, 2000; Aslam, 2004). Sikap atau pola asuh orang tua yang fleksibel atau demokratis akan menciptakan psikologis anak yang sehat (Bibi, 2013). Selanjutnya pada pola asuh permisif yaitu dimana segala kegiatan dan tingkah laku anak hampir tidak pernah dilarang dan dikontrol oleh orang tua dan pola asuh penelantaran dimana orang tua sangat tidak peduli dan mengabaikan perkembangan anak memiliki kemungkinan yang sangat besar untuk meningkatkan kecemasan pada anak (Baumrind, 1972 dalam Santrock, 2007). Menurut Nelly Hurseppony, Orang tua hanya mengikuti pola asuh yang diberikan oleh orang tua terdahulu dan tidak mengetahui pola asuh yang digunakan untuk anak pada zaman sekarang.

Dengan adanya *anxiety* yang sering dialami anak-anak yang diakibatkan oleh berbagai hal terutama dimulai dari lingkungan keluarga, diperlukan adanya pencegahan serta kampanye yang diberikan kepada anak-anak untuk menghindari atau mengurangi gejala-gejala *anxiety* tersebut. Hal tersebut diharapkan dapat membantu anak untuk mengurangi kecemasan dan menjadi percaya diri serta memiliki pola pikir yang selalu positif.

KAJIAN TEORI

1. Kampanye Sosial

Kampanye adalah suatu kegiatan promosi, komunikasi atau rangkaian pesan terencana yang khususnya spesifik atau untuk memecahkan masalah kritis, bisa masalah komersial, bisa juga masalah nonkomersial, seperti masalah sosial, budaya, politik, lingkungan hidup / ekologi.

Kegiatan ini direncanakan dan dilakukan berkesinambungan dalam waktu tertentu dan singkat, tidak lebih dari satu tahun melalui tema sentral dalam suatu program media yang terkoodinir dan konvergen. Pesan disampaikan secara individual dan kumulatif dengan

maksud utama menyokong obyek kampanye seperti brand, masalah sosial, politik dan sebagainya (Safanayong, 2009: 71).

2. Komunikasi

Komunikasi massa itu sendiri adalah komunikasi yang ditujukan kepada massa atau khalayak atau sejumlah orang banyak. Drs. R.A. Santoso Sastropetro dalam bukunya *Propaganda Salah Satu Bentuk Komunikasi Massa*, (Bandung: Alumni, 1991) mengatakan bahwa komunikasi meliputi berbagai kegiatan khusus atau disebut juga dengan istilah “spesialisasi” atau kegiatan komunikasi spesialisasi, yaitu public relations, kampanye, propaganda, jurnalistik, periklanan, publikasi, penerangan, retorika, agitasi, rapat besar dan komunikasi internasional.

3. Desain Komunikasi Visual

Desain komunikasi visual dapat dikatakan sebagai seni menyampaikan pesan (art of communication) dengan menggunakan bahasa rupa (visual language) yang disampaikan melalui media berupa desain yang bertujuan menginformasikan, mempengaruhi hingga merubah perilaku target audiens sesuai dengan tujuan yang ingin diwujudkan. Sedangkan Bahasa rupa yang dipakai berbentuk grafis, tanda, simbol, ilustrasi gambar/foto, tipografi/huruf dan sebagainya (Supriyono, 2010: 10).

4. Aplikasi

Pengertian aplikasi menurut Barry Pratama adalah:

- a. Aplikasi adalah satu unit perangkat lunak yang dibuat untuk melayani kebutuhan akan beberapa aktivitas.
- b. Aplikasi adalah sistem lengkap yang mengerjakan tugas spesifik.
- c. Aplikasi berbasis data terdiri atas sekumpulan menu, formulir, laporan dan program yang memenuhi kebutuhan suatu fungsional unit bisnis/organisasi/instansi.

METODE PENELITIAN DAN METODE ANALISIS

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam perancangan ini yaitu metode observasi, wawancara, kuesioner, dokumentasi dan studi literatur. Wawancara adalah suatu percakapan yang diarahkan pada suatu masalah tertentu dan merupakan proses tanya jawab lisan di mana dua orang atau lebih berhadapan secara fisik. Setyadin dalam Gunawan (2013:160). Narasumber yang diwawancarai adalah psikolog anak yaitu Ibu Nelly Hursepunny, M.Psi, Psikolog. yang bertugas di Rumah Sakit Dharmais, Jakarta.

Kuesioner merupakan sejumlah pertanyaan atau pernyataan tertulis tentang data faktual atau opini yang berkaitan dengan diri responden, yang dianggap fakta atau kebenaran yang diketahui dan perlu dijawab oleh responden (Suryono: 2009).

Sutrisno Hadi dalam Sugiyono (2013:145) mengemukakan bahwa, observasi mengungkapkan gambaran sistematis mengenai peristiwa, tingkah laku, benda atau karya yang dihasilkan dan peralatan yang digunakan. Observasi yang dilakukan adalah observasi terhadap objek penelitian serta observasi tentang kampanye serupa.

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Hasil penelitian dari observasi atau wawancara, akan lebih kredibel atau dapat dipercaya kalau didukung oleh sejarah pribadi kehidupan masa kecil, sekolah, di tempat kerja, di masyarakat dan autobiografi (Sugiyono: 2011). Dokumentasi yang diperlukan adalah dokumentasi wawancara dan hal yang butuh bukti bahwa telah dilaksanakannya acara tersebut untuk kelengkapan data penelitian.

Studi pustaka cetak adalah mempelajari berbagai buku referensi serta hasil penelitian sebelumnya yang sejenis yang berguna untuk mendapatkan landasar teori mengenai masalah yang akan diteliti (Sarwono: 2006).

Metode analisis yang digunakan yaitu metode analisis SWOT dan metode analisis matriks. Analisis SWOT adalah analisis yang berdasarkan pada anggapan bahwa suatu strategi yang efektif berasal dari sumber daya internal (strength dan weakness) dan eksternal (opportunity dan threat). Metode analisis matriks digunakan untuk menemukan lebih banyak indikator umum yang akan membedakan dan memberi kejelasan jumlah besar kompleks informasi saling terkait. Ini akan membantu kita untuk memvisualisasikan dengan baik dan mendapatkan wawasan tentang permasalahan (Poerwanto: 2013).

DATA DAN ANALISIS

Seiring dengan perkembangan zaman, kecemasan ternyata dapat lebih mudah meningkat dan menyebabkan depresi. Menurut hasil survey, anak-anak zaman sekarang lebih mudah mengalami anxiety karena permasalahan yang semakin kompleks. Kecemasan sendiri dapat diartikan sebagai rasa khawatir yang berlebihan dan menurunkan produktifitas seseorang. Tidak jarang kecemasan ini dapat menyebabkan efek samping fisik seperti serangan panik. National Comorbidity Study (NSC) mengungkapkan 1 dari 4 orang memenuhi kriteria untuk sedikitnya satu gangguan kecemasan (Lubis & Afif, 2014). Terdapat 16 juta orang atau 6% penduduk Indonesia mengalami gangguan mental emosional, termasuk kecemasan (Riskesdas, 2013). Sebuah penelitian di Rumah Sakit Dr. Cipto Mangunkusumo Jakarta pada tahun 2015 mengatakan bahwa usia terbanyak yang mengalami kecemasan adalah anak usia 6-7 tahun dan merupakan anak kedua dalam sebuah keluarga, dilihat dari jenis kelaminnya, anak laki-laki lebih sedikit mengalami kecemasan daripada anak perempuan.

Dari hasil wawancara Narasumber yang diwawancarai oleh penulis adalah seorang psikolog anak yang bertugas di Rumah Sakit Dharmais, Jakarta. Narasumber bernama Ibu Nelly Hursepunny, M.Psi, Psikolog. Menurut beliau, anxiety atau kecemasan adalah hal yang biasa dialami oleh semua usia. Namun kecemasan berawal dari masa kanak-kanak yang diakibatkan oleh pola asuh orang tua yang kurang baik sehingga mempengaruhi perkembangan anak. Masa perkembangan yang dilalui anak pasti berbeda-beda tergantung cara orang tua mereka mendidik mereka. Banyak sekali orang tua yang tidak tahu bagaimana cara mendidik anak yang benar.

Dari kuesioner yang telah dibagikan, dapat disimpulkan bahwa orang tua mengira bahwa anxiety pada anak muncul ketika anak keluar dan bersosialisasi dengan lingkungan sosial. Namun orang tua mengetahui bahwa perasaan cemas muncul pada masa-anak-anak. Dengan minimnya pengetahuan orang tua tentang segala sesuatu yang menyebabkan kecemasan, orang tua tertarik untuk menambah informasi mereka dengan mengetahui pola asuh yang baik dan benar yang disampaikan dengan cara kampanye melalui media sosial, internet maupaun iklan media cetak.

HASIL DAN DISKUSI

Dari hasil analisis yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, tujuan dari perancangan kampanye sosial ini adalah memberikan awareness kepada orang tua, khususnya ibu-ibu untuk mencegah terjadinya anxiety pada anak –anak usia 6-12 tahun melalui pola asuh yang diberikan oleh orang tua sejak dini yang diinformasikan melalui sebuah media yaitu aplikasi. Dalam melakukan kampanye sosial tersebut dibutuhkan beberapa konsep diantaranya :

- a. **Konsep Pesan**, Gaya pesan yang digunakan dalam penyampaian pesan kampanye ini adalah gaya pesan rasional/positif yaitu isi pesan yang menekankan fakta dan hal-hal yang logis. Nama kampanye ini adalah “Pretty Child” yang merupakan singkatan dari “*Prevent Anxiety for your Child*”. Kata “*Prevent*” artinya mencegah yaitu sebuah aksi pencegahan, “*Anxiety*” artinya kecemasan yang merupakan topik penulisan ini, “*for your Child*” artinya untuk anak anda. Selain menentukan nama kampanye, penulis juga membuat sebuah slogan yang digunakan dalam kampanye ini, yaitu “*Make your kids priority, get rid their anxiety*”.
- b. **Konsep Kreatif**, Konsep kreatif yang akan digunakan dalam kampanye ini adalah membuat informasi yang akan disampaikan kedalam media yang edukatif dan informatif yang membangun awareness target audiens. Konsep kreatif juga digunakan untuk menarik perhatian target audiens agar ikut serta dalam mencegah anxiety untuk anak usia 6-12 tahun dengan pola asuh yang baik yang akan disampaikan dalam bentuk aplikasi khusus tentang pola asuh yang baik untuk anak.
- c. **Konsep Visual**, Konsep visual yang dilakukan dibagi menjadi dua yaitu identitas visual logo dan media kampanye. Gaya visual yang digunakan yaitu menggunakan gaya visual flat design. Dengan menggabungkan tema pola asuh orang tua dengan warna-warna yang melambangkan pola asuh.
 - 1) **Elemen visual** yang digunakan adalah gradasi. Selain itu elemen visual lainnya adalah icon anak dan orang tua dengan gaya yang berbeda untuk melambangkan pola asuh dari orang tua. Perancangan ini juga menggunakan logo kampanye dan logo kementerian kesehatan RI.
 - 2) **Warna** yang digunakan pada media perancangan kampanye sosial ini adalah warna-warna primer dan sekunder dengan intensitas rendah yang disesuaikan dengan pendekatan pada setiap media yang dirancang. Warna yang digunakan adalah warna primer dan warna sekunder dengan mayoritas warna pink yang melambangkan wanita dan feminisme.
 - 3) **Tipografi** yang dipilih adalah sans serif karena memiliki keterbacaan yang jelas dan tegas, serta informasi yang terdapat dalam media mudah dipahami. Perancangan ini menggunakan 3 paduan huruf diantaranya huruf KG Broken Vessels, Roboto Medium dan Roboto Light.
 - 4) **Layout** pada perancangan ini akan menyesuaikan dengan setiap media yang digunakan untuk mempermudah keterbacaan informasi yang disampaikan.
 - 5) **Ilustrasi** yang digunakan pada perancangan ini yaitu jenis vektor dengan gaya visual flat.
- d. **Konsep Media**, Strategi media komunikasi visual yang digunakan yaitu media utama, media pendukung dan media merchandise. Media utamanya antara lain aplikasi, *motion graphics*, poster dan *banner*. Media Pendukung antara lain instagram, facebook dan youtube. *Merchandise* antara lain stiker, *t-shirt*, *pouch* dan kipas tangan.

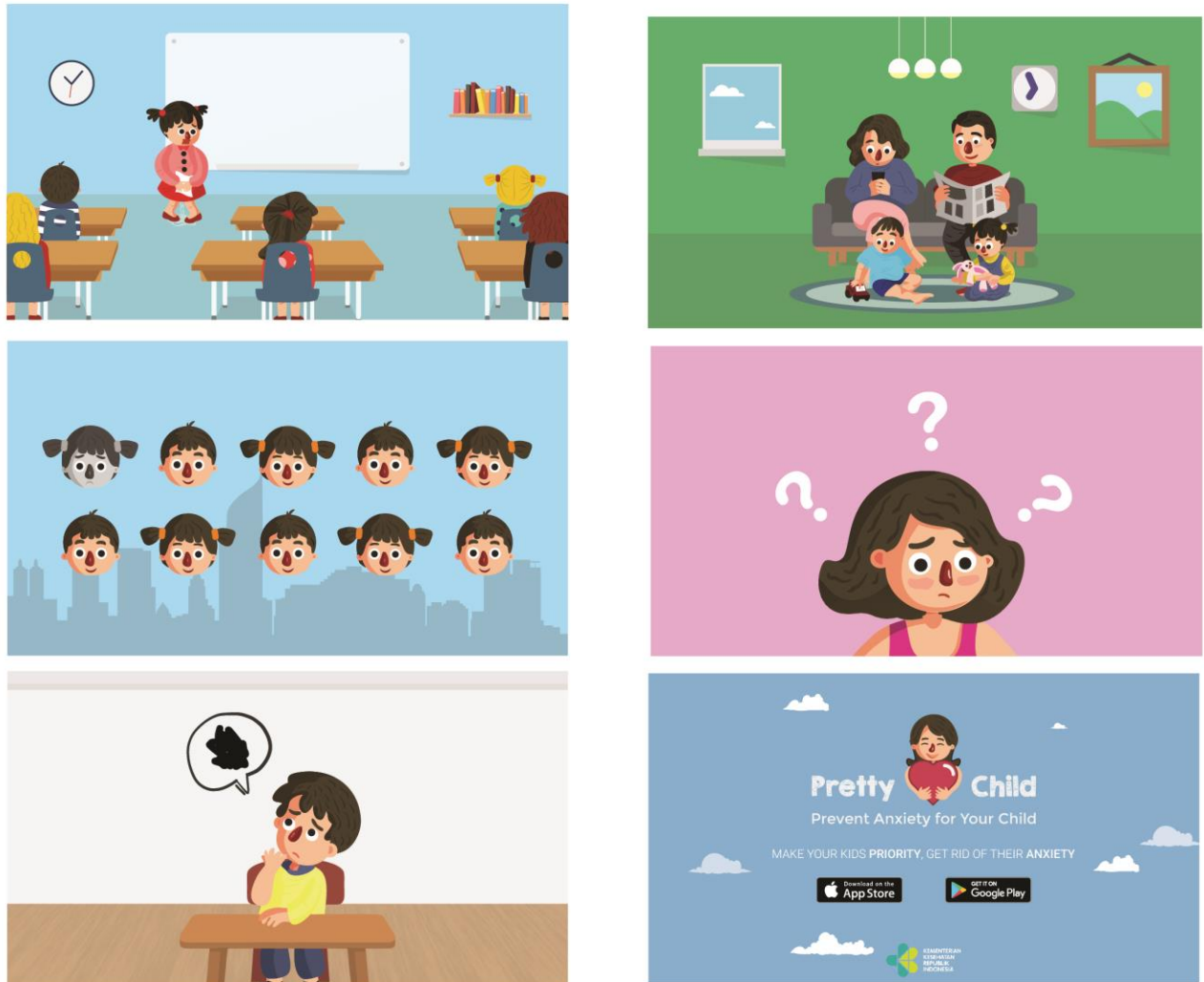
1. Media Utama
a) Aplikasi



Gambar 1 Hasil Perancangan Aplikasi

(Sumber: Data Pribadi)

b) *Motion Graphics*



Gambar 2 Hasil Perancangan *Motion Graphics*

(Sumber: Data Pribadi)

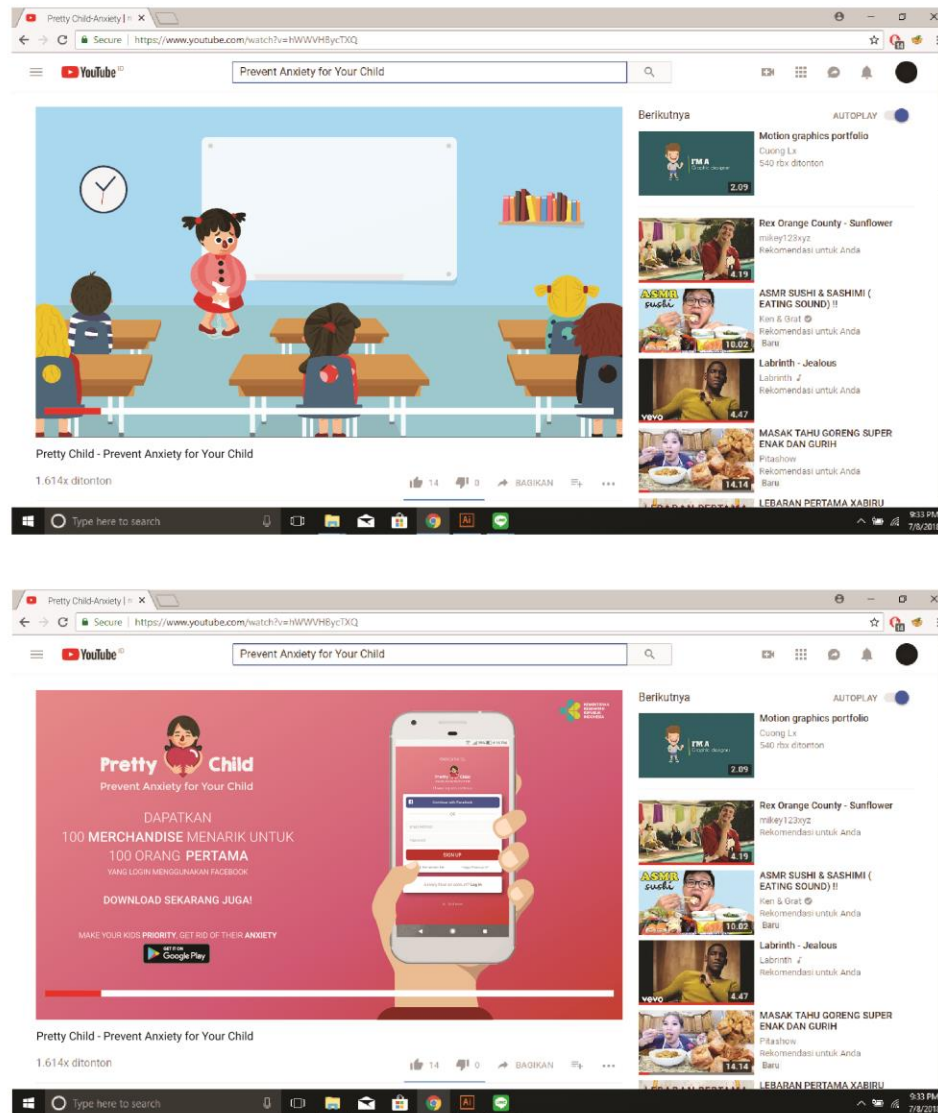
c) Poster



Gambar 3 Hasil Perancangan Poster

(Sumber: Data Pribadi)

2. Media Pendukung
a) Facebook dan Youtube



Gambar 4 Hasil Perancangan Sebagian Media Sosial

(Sumber: Data Pribadi)

3. Merchandise



Gambar 5 Hasil Perancangan Merchandise

(Sumber: Data Pribadi)

Berdasarkan penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa dibutuhkan adanya sebuah gerakan kampanye sosial untuk pencegahan anxiety pada anak-anak usia 6-12 tahun. Salah satu faktor yang paling berpengaruh terhadap perkembangan anak adalah pola asuh orang tua. Pola asuh orang tua yang salah dapat menyebabkan anak menderita gangguan kecemasan. Terdapat berbagai macam pola asuh yang masih belum diketahui oleh orang tua terutama ibu-ibu yang lebih dekat dan sangat berperan terhadap masa perkembangan anak.

Untuk itu perlu diadakannya sebuah kampanye sosial yang ditargetkan untuk ibu-ibu usia 27-40 tahun yang berbentuk motion graphics, aplikasi serta berbagai macam poster untuk memberikan awareness dan informasi tentang kecemasan atau anxiety pada anak. Kampanye sosial ini diberi nama "Pretty Child" yang merupakan singkatan dari "Prevent Anxiety for Your Child" yang berarti pencegahan kecemasan untuk anak yang diambil dari konsep pesan yang akan disampaikan yaitu menyampaikan informasi guna pencegahan kecemasan untuk anak usia 6-12 tahun.

Daftar Pustaka:

- Jaiz, Muhammad. 2006. Dasar-dasar Periklanan. Tangerang: Graha Ilmu.
- Mash & Wolfe. 2010. Abnormal Child Psychology, 4th Edition. Wadsworth: USA.
- Morissan, M.A. 2007. Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu. Jakarta: Kencana.
- Rustan, Suriyanto. 2009 . Layout Dasar dan Penerapannya. Jakarta: Penerbit Gramedia Pustaka Utama.
- Rustan, Suriyanto. 2011. Huruf Font Tipografi. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Safanayong, Yongky. 2006. Desain komunikasi visual Terpadu. Jakarta: Arte Intermedia.
- Sastropoetro Santoso, RA. 1991. Propaganda Salah Satu Bentuk Komunikasi Massa. Bandung: Alumni.
- Sugiyono. 2005. Memahami Penelitian Kualitatif. Bandung: Alfabeta.
- Supriyono, Rakhmat. 2010. Desain Komunikasi Visual: Teori dan Aplikasi. Yogyakarta: Andi.