

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bermain, diambil dari kata ‘main’, merupakan suatu aktivitas yang pernah dilakukan oleh semua orang. Kata ‘bermain’ sendiri memiliki arti yaitu aktivitas seseorang untuk mencari sebuah kesenangan atau kepuasan tertentu. Tedjasaputra (2001) menjelaskan bahwa bermain memiliki fungsi melatih beberapa kemampuan tertentu dan kerap digunakan untuk melatih konsentrasi pada tugas tertentu, melatih konsep-konsep dasar seperti bentuk, warna, arah, besaran, dan bangun ruang, melatih keterampilan motorik kasar, halus, dan sebagainya. Vygotsky (dalam Tedjasaputra, 2001) meyakini bahwa bermain memiliki peran langsung dalam perkembangan kognitif anak. Menurut Vygotsky, seorang anak tidak mampu berpikir abstrak karena bagi mereka, *meaning* (makna) dan objek menjadi satu. Dengan bermain, anak dapat terbantu perkembangan kognitifnya sehingga anak dapat berpikir secara abstrak. Contohnya seorang anak tidak dapat berpikir tentang pesawat terbang tanpa melihat pesawat terbang yang sesungguhnya. Namun jika seorang anak mengambil suatu alat rumah tangga untuk mewakili objek pesawat terbang dan ‘menerbangkannya’ mengelilingi rumah, maka *meaning* (makna) telah mulai terpisah dari objek. Jadi bermain simbolik memiliki peran penting dalam perkembangan berpikir secara abstrak seorang anak. James Sulley (1902) di dalam bukunya *Essay on Laughter* (dalam Tedjasaputra, 2001) menjabarkan bahwa salah satu tanda dari kegiatan bermain adalah tertawa dan tertawa merupakan aktivitas sosial yang dilakukan berkelompok teman.

Mainan merupakan sesuatu yang digunakan dalam sebuah permainan oleh anak-anak, orang dewasa maupun oleh binatang. Berbagai jenis benda dapat digunakan sebagai mainan, tetapi terdapat juga barang yang diproduksi dengan tujuan lain untuk digunakan sebagai mainan. Terdapat ribuan jenis mainan yang telah diproduksi dari tahun ke tahun, bahkan setiap generasi memiliki mainan populernya masing-masing. Pada tahun 1990 sampai 2000, terdapat beberapa mainan populer, seperti: bola kelereng, papan monopoli, boneka kertas, pistol peluru plastik atau peluru air, mobil Tamiya, dan figura aksi. Terdapat pula mainan digital populer pada masa itu seperti Playstation dan gimbot atau *gameboy*. Sampai saat ini, mainan sudah banyak ditingkatkan, dari segi bentuk, segi cara bermain, segi kemodernannya, serta segi manfaat.

Salah satu mainan yang populer dimainkan oleh anak-anak adalah mainan plastisin. Plastisin merupakan tanah liat sintetis yang tidak mengering, sehingga bisa digunakan berkali-kali. Sifat plastisin adalah elastis, lunak, dan mudah dibentuk. Mainan plastisin ditujukan kepada anak-anak dengan rentang usia 2 - 6 tahun karena masa usia tersebut merupakan masa awal eksplorasi dan latihan sensori dan motorik halus untuk anak. Mainan plastisin datang juga dengan cetakan-cetakannya, seperti cetakan sayur-sayuran, buah-buahan, bunga-bunga, dan berbagai bentuk lainnya. Salah satu brand populer yang memproduksi mainan plastisin untuk anak adalah brand Play-Doh. Produk plastisin Play-Doh datang dengan berbagai warna dan cetakan yang menarik untuk anak-anak.

Bermain plastisin sendiri dirancang khusus dengan tujuan meningkatkan kreativitas anak serta untuk mengembangkan kemampuan motorik halus anak. Dengan bermain plastisin, anak dapat dengan bebas membuat berbagai bentuk yang mereka inginkan. Manfaat lain dari bermain plastisin adalah untuk melatih daya pikir, eksplorasi, dan mengembangkan kemampuan berimajinasi anak. Anak dilatih untuk menciptakan suatu benda, bangunan, atau binatang sesuai khayalan dengan hasil serta cerita yang berbeda-beda. Kusumawati dan Sunaria (2017) mendapati kesimpulan bahwa anak dengan rentang usia 5 - 6 tahun memiliki ketertarikan cukup tinggi dalam bermain plastisin, dan memberikan pengaruh besar terhadap kemampuan menulis anak karena secara tidak langsung, anak juga dilatih untuk melenturkan jari-jari yang dapat menstimulasi kemampuan menulisnya. Alfin (2011, dalam Maisarah et al, 2020) mengemukakan, dalam mengembangkan semua potensi aspek pengembangan, terdapat dua bidang perkembangan, yaitu pengembangan dalam pembentukan perilaku dan pengembangan kemampuan dasar dimana pembentukan perilaku dapat dilakukan melalui pembiasaan dan pengetahuan dasar, sedangkan kemampuan dasar dapat mencakup kemampuan berbahasa, fisik motorik dan kognitif, dan seni.

Seiring dengan perkembangan teknologi, orang tua kerap memberikan *gadget* kepada anak-anak karena dirasa lebih mudah dan praktis dibanding dengan bepergian ke toko untuk membeli mainan fisik. Dengan kesibukannya, orang tua kerap memberikan *gadget* kepada anak dengan kesimpulan bahwa *gadget* sudah memiliki banyak fitur, seperti menyediakan gim digital atau tontonan kartun yang dapat diakses melalui aplikasi. Hal ini menyebabkan orang tua tidak memiliki informasi yang cukup tentang manfaat dari bermain plastisin sehingga menimbulkan akibat yaitu kurangnya antusias anak dalam bermain plastisin.

Maka dari itu, Kegiatan *BUILDING CREATIVITY* bertujuan untuk mengajak, memperkenalkan dan memberikan informasi dalam mengembangkan imajinasi, kreativitas, kecerdasan kognitif dan berbahasa, dan kemampuan saraf motorik anak melalui media bermain mainan plastisin. Berdasarkan tujuan yang dimiliki, dibutuhkan media promosi dan komunikasi untuk memperkenalkan Kegiatan agar dapat diketahui secara luas oleh masyarakat, khususnya para orang tua yang memiliki anak berumur 2 - 6 tahun, dan dapat dijalankan dengan baik dan mencapai tujuan. Salah satu yang dapat dilakukan adalah dengan melakukan *branding* yang bagus dan tepat. Menurut Alina Wheeler (2013), *branding* merupakan proses disiplin untuk membangun *brand awareness* dan kesetiaan konsumen terhadap sebuah brand (Reza, 2018). *Brand awareness* adalah ukuran eksistensi sebuah brand di memori atau benak pelanggan (Ambadar, 2007 dalam Reza, 2018). Kegiatan tersebut akan dirancang dalam bentuk media promosi *online* dan media cetak toko yang berupa *Playing Area* untuk *Island Display* serta akan dikemas dengan visual yang menyenangkan dan menggemaskan. Dengan *branding* yang tepat, masyarakat diharapkan dapat mengenal serta mengetahui informasi tentang Kegiatan *BUILDING CREATIVITY* supaya tercapainya tujuan Kegiatan tersebut.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang, dapat teridentifikasi beberapa masalah untuk perancangan solusi, yaitu :

1. Popularitas plastisin sebagai mainan anak yang dapat dikembangkan tidak hanya terpaku menjadi sebuah “mainan”, tetapi juga dapat dijadikan alat pembelajaran untuk perkembangan kreativitas serta syaraf motorik anak.
2. Penggunaan teknik serta pemahaman *visual branding* dalam memasarkan Kegiatan *BUILDING CREATIVITY* terhadap orang tua yang memiliki anak dengan rentang umur 2 - 6 tahun.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah, maka didapatkan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana cara mengenalkan mainan plastisin kepada masyarakat serta memaparkan manfaat dari permainan plastisin?
2. Bagaimana perancangan *visual branding* yang tepat untuk Kegiatan *BUILDING CREATIVITY*?

1.4 Ruang Lingkup

Berdasarkan permasalahan yang diangkat oleh penulis, terdapat rangkaian ruang lingkup dari penelitian dan desain Kegiatan, yaitu :

1. Apa (*what*)

Desain *visual branding* Kegiatan *BUILDING CREATIVITY* sebagai media bermain plastisin untuk perkembangan anak dalam berbagai aspek perkembangan.

2. Siapa (*who*)

Target audiens dari *BUILDING CREATIVITY* merupakan orang tua dengan anak rentang usia 2 - 6 tahun.

3. Dimana (*where*)

Desain dan penelitian Kegiatan *BUILDING CREATIVITY* akan dilaksanakan di Jakarta, Indonesia.

4. Kenapa (*why*)

Sebagai upaya meningkatkan kesadaran serta edukasi kepada orang tua tentang media bermain plastisin sebagai salah satu upaya perkembangan kreativitas serta aspek perkembangan lainnya pada anak.

5. Kapan (*when*)

Desain Kegiatan *BUILDING CREATIVITY* akan dikerjakan selama satu semester.

6. Bagaimana (*how*)

Penyajian logo, slogan, media promosi *online*, *visual branding* toko, dan maket *playing area* untuk *Island Display*.

1.5 Tujuan

Adapun tujuan penelitian dan desain yang ingin dicapai oleh penulis adalah :

1. Meningkatkan pengetahuan terhadap manfaat serta tujuan bermain plastisin.
2. Memperkenalkan media bermain plastisin sebagai salah satu media dalam meningkatkan perkembangan saraf motorik halus anak.

1.6 Metode Penelitian

Dalam melaksanakan proses perancangan, berikut beberapa metode penelitian yang digunakan:

1. Observasi

Mengumpulkan data dengan cara mengamati objek secara langsung atau tidak langsung

merupakan definisi dari observasi menurut Riyanto (2010). Pada tahapan ini penulis telah melaksanakan proses magang dan kegiatan lapangan di PT Mitra Adiperkasa Tbk sebagai desainer grafis sebagai referensi utama penelitian.

2. Studi Pustaka

Menurut Sugiyono (2017) studi pustaka adalah yang berkaitan dengan tinjauan dan teori-teori dari berbagai sumber yang berkaitan dengan penelitian. Teori dan data valid didapatkan melalui buku, artikel, dan jurnal yang membahas tentang komponen penting dalam desain dan *visual branding*.

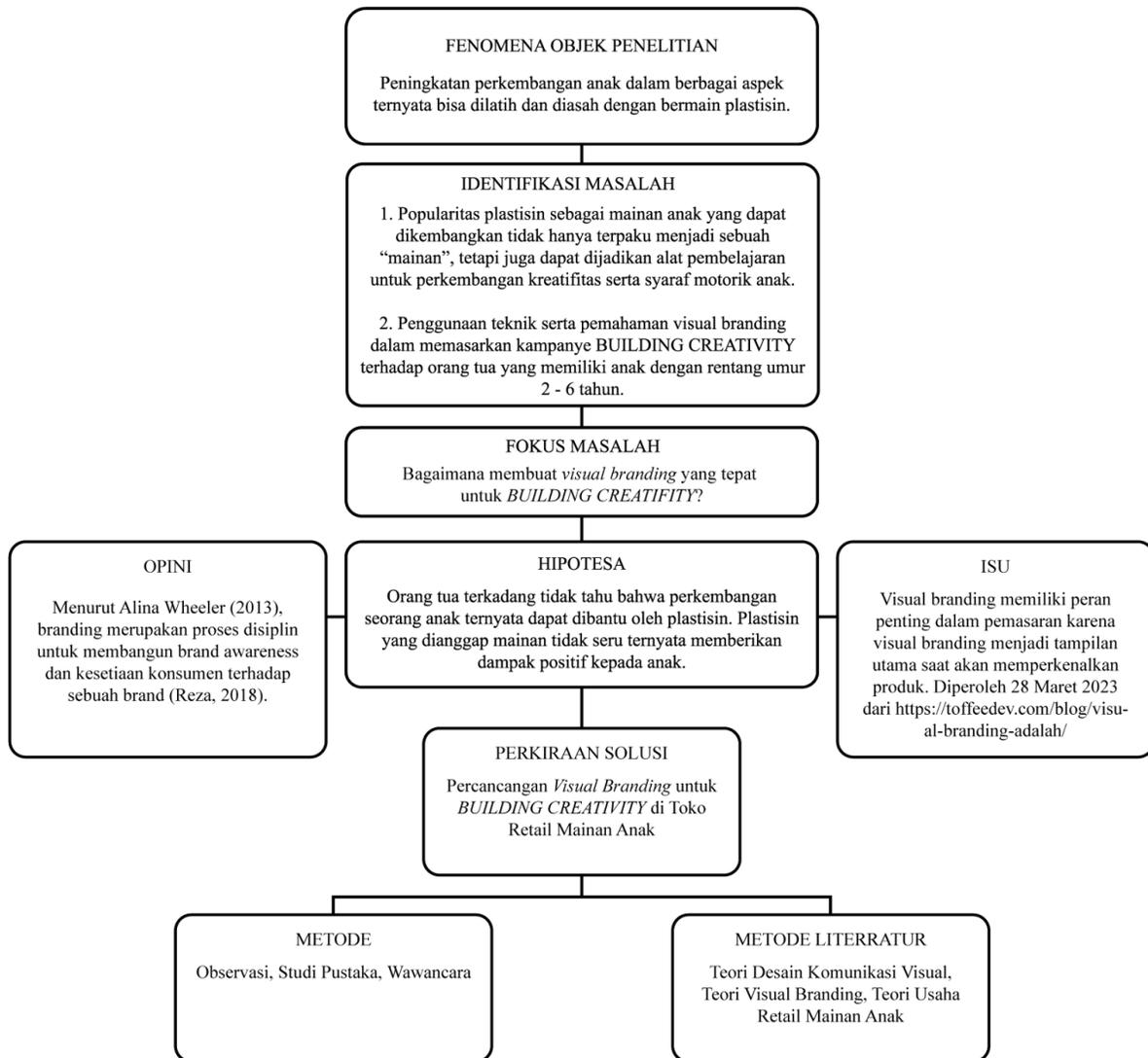
3. Wawancara

Metode wawancara ini digunakan sebagai pendukung data observasi dan studi pustaka, yang tidak terdapat pada media tertulis. Teknik wawancara yang digunakan adalah dengan berdiskusi langsung dengan narasumber yang dibutuhkan untuk mendukung laporan penelitian.

1.7 Metode Analisis

Metode analisis yang digunakan pada perancangan kegiatan *BUILDING CREATIVITY* adalah metode analisis SWOT. Menurut Wheelen dan Hunger (2012), metode analisis SWOT didasarkan oleh logika yang dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang serta meminimalisir kelemahan dan ancaman secara bersamaan (Harisudin, 2019). Menurut Kotler dan Keller (2009), analisis SWOT adalah penilaian holistik terhadap kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman, dan merupakan metode untuk menganalisis lingkungan pemasaran secara internal dan eksternal terhadap suatu perusahaan atau bisnis.

1.8 Kerangka Perancangan



1.9 Pembabakan

Sistematika penulisan akan dibagi menjadi beberapa babak sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Berupa latar belakang perancangan dan penelitian, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, metode penelitian, metode analisis, dan kerangka perancangan.

BAB II LANDASAN TEORI

Berupa penjabaran teori-teori dan landasan pendukung penelitian dan perancangan *visual branding* untuk kegiatan *BUILDING CREATIVITY*. Teori yang digunakan adalah teori desain komunikasi visual, teori visual branding, dan teori retail mainan anak.

BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH

Penguraian hasil pencarian data secara terstruktur yang didapatkan dari pelaksanaan wawancara, observasi, dan studi pustaka. Bab ini juga akan menjabarkan hasil analisis teori visual dan analisis metode SWOT.

BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN

Penjabaran ide dan gagasan, konsep perancangan, konsep media, dan hasil perancangan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Berupa kesimpulan dari penelitian dan perancangan, serta saran hasil penelitian.