

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Dongeng merupakan bagian dari budaya Indonesia yang sejak dulu diceritakan pada anak-anak. Dongeng adalah cerita fantasi sederhana yang tidak benar-benar terjadi berfungsi untuk menyampaikan ajaran moral (mendidik) dan juga menghibur. Menurut Trianto (2007 : 32) Dongeng merupakan kebiasaan bertutur yang dilakukan turun-temurun dari nenek moyang dan mejadi bagian dari budaya lisan Indonesia.

Menurut Suyadi atau yang biasa dikenal sebagai Pak Raden, dalam proses mendongeng, hubungan antara orang tua dan anak terbangun melalui kisah yang diceritakan. Dengan kata lain, dongeng mendekatkan hubungan antara keduanya. Namun sayangnya di zaman modern ini tidak banyak orang tua yang masih mendongeng. Menurut Dinas Pariwisata dan Kebudayaan (14 Februari 2014), hanya tersisa sekitar 15% orang tua yang masih mendongeng untuk anak-anaknya. Hal ini disebabkan oleh perubahan gaya hidup orang tua di zaman modern. Perubahan yang dimaksud adalah orang tua memiliki aktifitas yang cukup banyak yang membuat orang tua merasa malas untuk meluangkan waktu bagi anak untuk sekedar mendongeng. Hal ini menyebabkan budaya mendongeng mulai luntur sehingga dampak positif dari pesan moral yang disampaikan lewat dongeng terhadap anak hilang dan pengetahuan orang tua mengenai dongeng pun berkurang. Ditambah dengan banyaknya budaya dari negara lain yang masuk ke Indonesia dan sayangnya tidak sedikit dari budaya tersebut yang berdampak buruk pada karakter anak.

Dongeng pada umumnya memiliki manfaat pada beberapa aspek perkembangan anak, yaitu aspek bahasa, aspek sosial, dan aspek moral. Pada saat mendongeng, anak akan mendengar kalimat yang diucapkan oleh pendongeng dan berusaha mengerti maknanya. Jika terdapat kata yang tak dipahaminya, anak akan bertanya arti dari kata tersebut. Hal ini sangat penting bagi tumbuh kembang anak, untuk mempermudah komunikasi agar dapat bersosialisasi dengan lingkungannya. Dongeng juga menumbuhkan kematangan sosial anak. Dalam mendongeng, terdapat beberapa situasi sosial tertentu yang akan dipahami anak. Contohnya, dalam dongeng Malin Kundang anak akan berfikir bahwa

durhaka kepada orangtua adalah perbuatan yang buruk dan mencelakakan diri. Saat mendengar kisah Bawang Merah Bawang Putih anak akan berfikir bahwa sifat tamak tidak baik. Hal-hal seperti ini akan diterapkannya pada lingkungan sosialnya sehingga anak akan terasah empatinya, mudah beradaptasi dalam situasi tertentu, dan belajar norma-norma kehidupan.

Pada kuesioner yang diberikan kepada orangtua murid pada 3 Taman Kanak-Kanak di Bandung, sebanyak 64% orangtua mengetahui manfaat mendongeng. Namun dari 64% tersebut hanya 23% yang mendongeng pada anak. Menurut Drs. Perwitasari, yang dilakukan orangtua tersebut merupakan sebuah *mental block*, yaitu ketidak inginan melakukan suatu hal dikarenakan beberapa hal yang di lalunya pada masa lampau.

Pudarnya tradisi mendongeng pada anak salah satunya disebabkan oleh kurangnya kesadaran orangtua terhadap pentingnya mendongeng untuk anak.

Bambang Bimo Suryoto, seorang pedongeng ternama Indonesia yang akrab dipanggil Kak Bimo, menyatakan bahwa “Nilai, jati diri, karakter, dan kepribadian sebuah bangsa dapat dilihat dari cerita-cerita rakyat yang hidup dibangsa itu. Maka dari itu, jelas mendongeng adalah aktifitas yang memiliki manfaat jangka panjang dan bukanlah sesuatu yang berakibat sederhana. Menurut kepala seksi bahasa, sastra, dan aksara Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Ibu Titin, dongeng di Indonesia memiliki nilai moral yang kompleks tapi tetap bisa tertanam di benak anak-anak, saat budaya ini mulai hilang, gaya hidup anak terhadap orang tua pun berubah dan hubungan orang tua dan anak menjadi renggang. Hal ini kemudian berdampak pada perilaku buruk di usia dini.

Ajakan untuk mendongeng kepada orang tua di Indonesia sampai sekarang masih terhitung sedikit, kebanyakan masih berupa acara mendongeng untuk anak-anak. Ada beberapa kampanye dongeng untuk orangtua yang berasal dari komunitas, namun ajakan dongeng hanya terdapat pada *event-event* tertentu dan selalu dikemas dalam bentuk seminar. Sedangkan menurut Rangkuti (2009:68), strategi kampanye tidak hanya dengan cara membuat ide yang sesuai dengan positioning produk, tetapi juga penempatan media yang tepat sehingga mampu menarik perhatian dan melibatkan target market serta memotivasi prospek agar mencoba produk/jasa yang ditawarkan. Pentingnya strategi penempatan pesan komunikasi persuasif ini juga akan memberikan pengaruh yang baik terhadap image produk di mata target audience.

Melihat fenomena diatas, penulis membuat sebuah penelitian yang berjudul ‘Perancangan DOMOGU Sebagai Media Berlatih Dongeng bagi Orang tua. Harapannya

adalah agar orangtua dengan kelas menengah keatas di kota Bandung mengetahui pentingnya mendongeng dan tujuannya, sehingga mau mendongeng untuk anaknya.

## **1.1 Permasalahan**

Dari latar belakang diatas, terdapat beberapa pecahan permasalahan yang mendasari penelitian ini

### **1.1.1 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan di atas, masalah yang dapat diidentifikasi adalah sebagai berikut :

1. Orangtua menengah ke atas kota Bandung tidak meluangkan waktu mendongeng pada anak.
2. Orangtua tidak percaya diri untuk bercerita

### **1.1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah yang ada, rumusan masalah dari tugas akhir ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana cara merancang ambient media agar orangtua menengah keatas di kota Bandung meluangkan waktu untuk mendongeng pada anak?
2. Bagaimana cara membuat orangtua percaya diri untuk bercerita?

## **1.2 Ruang Lingkup**

Agar masalah tidak meluas, penulis membatasi ruang lingkup permasalahan sebagai berikut:

### **1.2.1 What (Apa)**

Perancangan desain komunikasi visual menggunakan *ambient media* untuk orangtua yang menyekolahkan anaknya di Taman Kanak-kanak kota Bandung mengenai pentingnya mendongeng untuk anak usia 2-5 tahun.

### **1.2.2 Where (Dimana)**

Penelitian akan dilakukan di kota Bandung

### **1.2.3 When (Kapan)**

Pengumpulan data penelitian : Februari - Mei 2016

Eksekusi perancangan media : Mei – Juli 2016

#### 1.2.4 *Who* (Siapa)

Objek survey adalah orangtua kelas menengah keatas di kota Bandung yang memiliki anak usia 2-5 tahun.

#### 1.2.5 *Why* (Mengapa)

Karena orangtua di Bandung yang tidak bersedia meluangkan waktu mendongeng pada anaknya .

#### 1.2.6 *How* (Bagaimana)

Merancang *ambient* media untuk orangtua tentang pentingnya mendongeng pada anak di masa kanak-kanak awalnya.

### 1.4. Tujuan Perancangan

Perancangan ini memiliki tujuan utama, yaitu:

1. Membuat orang tua menengah ke atas di kota Bandung meluangkan waktu untuk mendongeng pada anak.
2. Membuat orangtua percaya diri untuk bercerita.

### 1.5 Cara Pengumpulan Data dan Analisis

#### 1.5.1 Cara Pengumpulan Data

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif. Menurut Sugiyono, metode kualitatif merupakan metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada objek yang alamiah dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci. Teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi, analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna. Teknik yang digunakan dalam metode penelitian kualitatif adalah :

##### 1. Observasi

Sutrisni Hadi (dalam Sugiyono 2013:145) mengemukakan bahwa, observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan. Dalam penelitian ini penulis melakukan pengamatan langsung dengan mengunjungi 3 playgroup di kota Bandung dan di sebuah cafe tempat orangtua menunggu anaknya pulang yaitu:

1. Taman Kanak-kanak Pertiwi
2. Taman Kanak-kanak Shandhy Putra

3. Taman Kanak-kanak As-Salam
4. Kopi Anjis Jl. Begawan

## 2. Wawancara

Wawancara adalah proses pengumpulan data atau informasi melalui tatap muka antara pihak penanya dan pihak yang ditanya atau penjawab. Wawancara sifatnya mendalam karena ingin mengeksplorasi informasi secara keseluruhan dan jelas dari informan (Sudjana, 2000:234).

Dalam penelitian ini penulis melakukan wawancara terstruktur dengan beberapa ahli yang diperlukan seperti psikolog, budayawan, pemantun Jawa Barat (ahli dongeng), dan guru di taman kanak-kanak.

1. Ibu Rika Rachmawati, S.Pi. M.Pi. selaku psikolog.
2. Bapak Andi Yudha, selaku pendongeng Indonesia, dan *Founder* Pacu Picu.
3. Dra. Perwitasari, S.Psi. selaku manager divisi pelatihan orangtua Yayasan Kita dan Buah Hati.
4. Bunda Cinta, selaku pendiri Kampung Dongeng Amanah Bandung

## 3. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2013:142). Dalam penelitian ini penulis menyebarkan kuesioner kepada orangtua yang menyekolahkan anaknya di playgroup di kota Bandung, untuk mengetahui apakah mereka meluangkan waktu mendongeng pada anaknya atau tidak. Juga untuk mengetahui kendala yang dialami saat mendongeng pada anak.

Kuesioner di sebar ke 3 Taman Kanak-kanak, yaitu :

1. Taman Kanak-kanak Shandy Putra, pada 24 Februari 2016 dengan 21 responden
2. Taman Kanak-kanak Dewi Sartika, pada 26 Februari 2016 dengan 16 responden
3. Taman Kanak-kanak Pertiwi, pada 2 Maret 2016 dengan 19 responden

### 1.5.2 Analisis

Analisis data dilakukan dengan cara :

1. Analisis SWOT

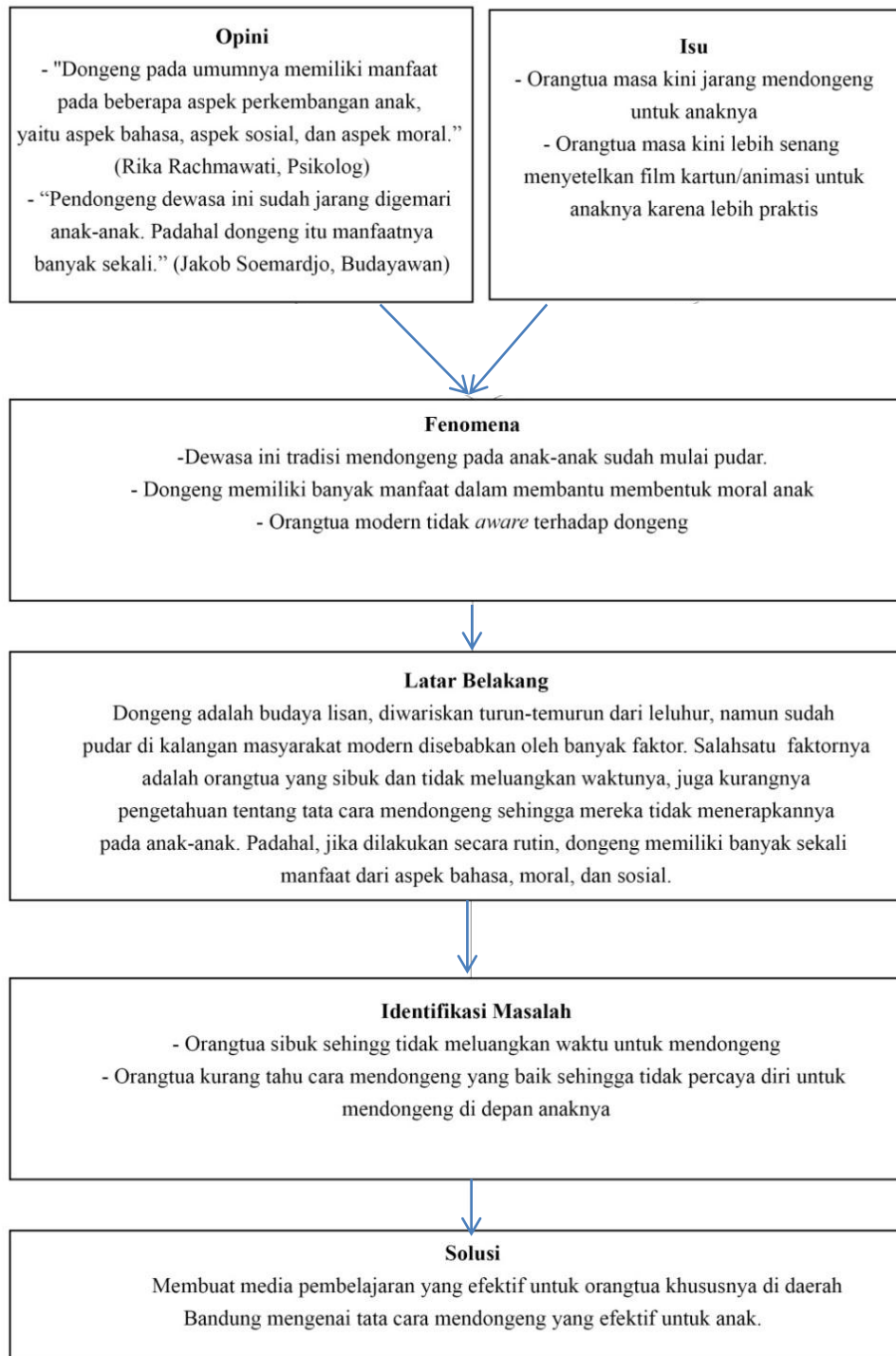
Analisis SWOT merupakan sebuah metode perencanaan strategi yang digunakan untuk mengetahui kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*), dan ancaman (*threat*) dalam suatu proyek atau bisnis. Dalam penelitian ini, analisis dilakukan dalam membandingkan beberapa kampanye dongeng yang telah ada sebelumnya.

Analisis ini diterapkan kepada data produk, hasil kuesioner, observasi, dan wawancara yang telah terkumpul

## 2. Analisis AIDA

Analisis AIDA merupakan sebuah metode perencanaan strategi yang digunakan untuk mendapatkan perhatian (*attention*), ketertarikan (*interest*), keinginan (*desire*), dan perbuatan (*action*) dari *target audience*. Dalam penelitian ini, analisis dilakukan dalam merancang komunikasi visual. Analisis ini diterapkan pada konsep pesan dan media.

## 1.6. Kerangka Perancangan



Bagan 1.1 Kerangka Perancangan

(sumber: Dokumen Pribadi)

## 1.7 Pembabakan

### Bab I. Pendahuluan

Membahas mengenai latar belakang diangkatnya dongeng sebagai permasalahan, identifikasi masalah yang terdapat pada dongeng masa kini sehingga menjadi alasan kuat untuk perancangan. Bab ini juga membahas ruang lingkup yang terdiri dari 5W+1H, tujuan dari perancangan tugas akhir, cara pengumpulan data dan analisis yang digunakan. Selain itu juga membahas tentang kerangka perancangan, dan pembabakan atau sistematika penulisan.

## **Bab II. Dasar Pemikiran**

Menjelaskan dasar pemikiran dari teori-teori yang relevan untuk digunakan sebagai pijakan dalam merancang media pembelajaran yang menarik dan tepat untuk orangtua. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan daya tarik orangtua untuk kembali membiasakan mendongeng pada anaknya.

## **Bab III. Data Dan Analisis Masalah**

Penjelasan mengenai data-data yang telah diperoleh sebagai acuan dalam perancangan serta uraian mengenai hasil wawancara, observasi, serta analisis yang berkaitan terhadap masalah yang dibahas sebagai dasar perancangan.

## **Bab IV. Konsep Dan Hasil Perancangan**

Hasil yang didapat dari analisis dan data berdasarkan teori-teori, digunakan untuk merancang konsep yang menjadi acuan *output* perancangan secara menyeluruh.

## **Bab V. Penutup**

Kesimpulan berupa jawaban terhadap permasalahan dan nilai baru yang ditemukan, juga saran bagi proyek desain selanjutnya dilihat dari keterbatasan yang dilakukan selama penelitian berlangsung.