

Bab I Pendahuluan

1.1. Latar Belakang Masalah

Dewasa ini, literasi bukan hanya sekedar membaca dan menulis. Pengertian kemampuan literasi telah meluas hingga mencakup keahlian seseorang memahami bahasa tertulis, mengartikan makna tersirat dan tersurat, serta menerapkan kemampuan tersebut dalam pembuatan karya tulis atau lisan yang sistematis dan logis (Indriyani dalam Pratiwi dkk, 2017:16). Dengan demikian, kemampuan literasi sangatlah penting dalam mengukur kualitas sumber daya manusia (SDM) sebuah negara.

Indonesia sendiri merupakan negara ke 60 dari 61 negara dalam survei tingkat literasi yang dilakukan oleh Central Connecticut State University. Selain itu, minat baca anak Indonesia juga masih sangat rendah dengan hanya 2 dari 10 anak berminat membaca (Inten, 2017). Rendahnya kemampuan literasi bangsa ini dapat berdampak pada buruknya kualitas sumber daya manusia dan membuat Indonesia sulit bersaing dengan negara lain.

Menyadari pentingnya kemampuan literasi di era persaingan global ini, kemampuan literasi perlu dikembangkan sejak dini. Pengenalan literasi sejak usia dini dapat mendekatkan anak dengan dunia literasi. Selain itu, penanaman kebiasaan pada anak dapat terbawa hingga dewasa sehingga pengembangan budaya literasi paling mudah dilakukan pada generasi muda.

Perkembangan anak dipengaruhi oleh berbagai faktor, salah satunya adalah faktor lingkungan eksternal. Bagi anak, lingkungan eksternal terdekatnya adalah orangtua. Penelitian yang dilakukan oleh Marrew (Inten, 2017:26) menyatakan bahwa orangtua adalah sumber perilaku yang ditiru oleh anak. Oleh karena itu, bukan tidak mungkin anak mendapat pengaruh yang besar dari didikan dan kebiasaan yang diajarkan oleh orangtua (Antasari, 2016:139).

Buku cerita anak merupakan sarana literasi anak yang paling awal. Dengan visual yang ringkas dan warna-warna menarik, buku cerita anak mampu menarik minat baca anak. Melalui buku cerita bergambar, anak mulai belajar membaca, menulis, hingga kemudian memahami sebuah cerita. Selain teks, anak juga belajar memahami simbol visual lain yang tergambar dalam buku cerita.

by:cn memproduksi buku cerita anak kustomisasi yang personal dan mengandung konten edukatif. Konsep kustomisasi dipilih agar menambah nilai

personal buku cerita tersebut bagi penggunanya. Dengan penambahan nilai personal tersebut, diharapkan pengguna memiliki ketertarikan emosional pada buku sehingga tertarik pada kegiatan membaca dan terasah kemampuan literasinya. Diselipkan pula konten edukatif pada cerita agar anak tidak hanya merasa terhibur melainkan juga mendapatkan ilmu melalui kegiatan membaca tersebut.

Target pengguna produk by:cn adalah anak usia 6-8 tahun, sedangkan target pembeli produk adalah orang tua yang memiliki anak usia target pengguna, berada pada tingkat ekonomi menengah atas, memiliki kesadaran terhadap literasi anak, dan peduli pada perkembangan kreatifitas anak. Pada usia target pengguna (6-8 tahun), anak mengalami pertumbuhan kemampuan verbal yang pesat, mulai dapat memahami struktur logika sederhana, serta mengalami pertumbuhan mental yang terjadi karena interaksi dengan anak sebaya saat mulai bersekolah (Marsol, 2017:11-12).

Dengan target pengguna yang berada dalam masa perkembangan pesat, by:cn dituntut untuk memiliki produk dengan konten yang tidak membosankan. Tema yang berkisar antara kehidupan sehari-hari bisa menjadi monoton dan membosankan bagi pengguna. Gaya ilustrasi yang monoton dan warna monokrom juga kurang menarik bagi pengguna yang berada dalam masa perkembangan kemampuan visual.

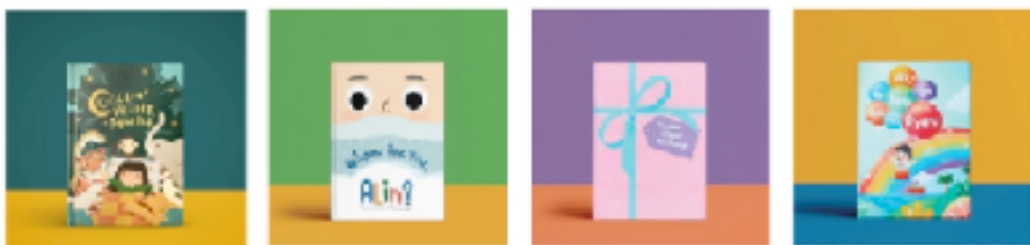
Pesaing by:cn telah menggunakan strategi variasi produk dan memiliki keuntungan karena telah terlebih dahulu masuk dalam pasar. Pesaing yang dimaksud dapat dibagi menjadi 2 kategori yakni pesaing langsung dan tidak langsung. Pesaing langsung merk antara lain: Mum's Project dan Book a Book, sedangkan pesaing tidak langsungnya adalah Seri Buku Pertamaku.

Mum's Project adalah usaha buku cerita anak kustom dari bahan tekstil yang ditujukan untuk pengguna anak usia 0-3 tahun. Produk Mum's Project terbuat dari bahan tekstil dan mendukung perkembangan anak usia batita. Mum's Project memiliki 3 varian buku, yakni: Hello Baby yang memperkenalkan bentuk geometris dan warna, Mengenal Anggota Tubuh yang mengangkat pengenalan tubuh, dan A Day to Remember yang bercerita tentang proses kelahiran anak. Mum's Project memiliki variasi produk yang bersifat personal maupun edukatif.



Gambar 1.1. Produk Mum's Project

Book a Book merupakan merk buku cerita anak kustom yang berbasis di Jakarta. Target penggunanya cukup luas, anak usia 1-10 tahun, karena produknya mengangkat tema yang umum dan mudah dijumpai di kehidupan sehari-hari. Book a Book memiliki 4 varian produk dengan produk terbaru dirilis pada Oktober 2019. Produk Book a Book adalah: Where are You yang bercerita tentang tempat-tempat di dalam rumah, Happy Birthday! yang mengambil tema ulang tahun sembari memperkenalkan bentuk-bentuk geometris, All the Things You Can Be! yang memperkenalkan macam-macam profesi, dan yang terbaru adalah Good Night yang bercerita tentang hewan dan waktu tidur. Setiap produk memiliki 2 varian bahasa, yakni Bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris.



Gambar 1.2. Produk Book a Book

Seri Buku Pertamaku adalah seri buku untuk anak usia 0-5 tahun yang diproduksi oleh penerbit Bhuana Ilmu Populer. Produk ini mengambil tema cerita sehari-hari, seperti menggosok gigi, pergi ke pasar, merapikan mainan, dan sebagainya. Masing-masing buku diilustrasikan oleh ilustrator yang berbeda sehingga gaya ilustrasinya tidak monoton. Tiap produk konsisten dalam menyisipkan konten edukatif dalam cerita sehari-hari.



Gambar 1.3. Produk Seri Buku Pertamaku

Seperti yang telah dipaparkan di atas, ketiga pesaing merk by:cn tersebut menggunakan strategi variasi produk untuk mengatasi resiko kebosanan pengguna. Variasi produk yang dilakukan dapat berupa variasi konten cerita, variasi pada konten edukatif, maupun variasi pada gaya ilustrasi.

Dengan target pengguna yang berada pada masa perkembangan mental dan logika, by:cn akan berfokus pada konten edukatif yang dapat disampaikan melalui produknya. Pendidikan moral adalah tema besar yang dewasa ini seringkali dibicarakan dalam pendidikan nasional. Dalam Bahan Pelatihan Penguatan Metodologi Pembelajaran Berdasarkan Nilai-nilai Budaya untuk Membentuk Daya Saing dan Karakter Bangsa (2010), disebutkan bahwa terdapat 18 nilai karakter yang dikehendaki ada dalam pendidikan di Indonesia, yakni: religius, jujur, toleransi, disiplin, kerja keras, kreatif, mandiri, demokratis, rasa ingin tahu, semangat kebangsaan, cinta tanah air, menghargai prestasi, bersahabat/komunikatif, cinta damai, gemar membaca, peduli lingkungan, peduli sosial, dan tanggung jawab. Merujuk pada banyaknya nilai karakter yang dikehendaki untuk ditanamkan dalam pendidikan anak bangsa, strategi visual

yang akan dipilih oleh by:cn adalah variasi pada konten edukasi yang disampaikan.

Selain menambah variasi produk, media promosi juga diperlukan untuk mengangkat kesadaran masyarakat terhadap merk maupun produk. Promosi adalah kegiatan mengenalkan produk pada calon konsumen potensial dengan menyampaikan informasi antara lain: harga, tempat pembelian, ciri khas, dan daya tarik produk (Sukirno, 2017). Media promosi adalah perantara—berupa alat maupun platform— yang berfungsi mendukung jalannya aktifitas promosi.

1.2. Rumusan Masalah

Bagaimana merancang seri buku cerita anak kustomisasi bertema pendidikan moral dan media promosinya yang sesuai bagi pengguna anak usia 6-8 tahun dengan tujuan menambah alternatif produk untuk merk by:cn sehingga dapat menyesuaikan dengan kebutuhan pasar?

1.3. Tujuan Perancangan

Tujuan perancangan Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut:

- a) merancang seri buku cerita anak kustomisasi bertema pendidikan moral bagi pengguna anak usia 6-8 tahun untuk merk by:cn agar dapat menyesuaikan dengan kebutuhan pasar
- b) merancang media promosi buku cerita anak kustomisasi untuk merk by:cn agar dapat mengangkat kesadaran merk dan produk

1.4. Spesifikasi Perancangan

Karakteristik hasil rancangan yang diharapkan dari Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut:

- a) Buku cerita anak kustomisasi bertema pendidikan moral
 - Bahasa pengantar : Bahasa Inggris
 - Ukuran : 250x176 mm (B5)
 - Jumlah halaman : 32 halaman
 - Cetak : warna
 - Jilid : softcover
- b) Akun Instagram

- c) Website
- d) Promotional Poster
 - Ukuran : 420x594 mm (A2)
 - Cetak : warna
- e) Book Trailer
- f) Point of Purchase
- g) Pop-up Booth
- h) Giveaway Pack
 - Tote bag
 - T-shirt
 - Pin

1.5. Manfaat Perancangan

Manfaat perancangan Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut:

- a) Meningkatkan minat baca dan kemampuan literasi anak melalui produk buku cerita anak kustomisasi bertema pendidikan moral
- b) Membantu pendidikan karakter anak sesuai dengan Bahan Pelatihan Penguatan Metodologi Pembelajaran Berdasarkan Nilai-nilai Budaya untuk Membentuk Daya Saing dan Karakter Bangsa melalui produk buku cerita anak kustomisasi bertema pendidikan moral
- c) Turut berkontribusi bagi perkembangan ilmu Desain Komunikasi Visual, khususnya dalam bidang ilustrasi

1.6. Batasan Perancangan

Hal yang umum menjadi batasan perancangan Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut:

- a) Batasan keilmuan
Perancangan Tugas Akhir ini berada di ruang lingkup ilmu Desain Komunikasi Visual, khususnya ilustrasi
- b) Batasan waktu
Perancangan Tugas Akhir ini dilaksanakan dalam periode Desember 2019 - Mei 2020
- c) Batasan pengumpulan data

Pengumpulan data untuk Tugas Akhir ini dilakukan dalam area Indonesia, khususnya Kota Surabaya

d) Batasan teknologi dan material

Perancangan Tugas Akhir ini menggunakan software Adobe Illustrator, Adobe Indesign, Adobe Photoshop, Adobe After Effect, Adobe Premier, dan Clip Studio Paint. Material yang digunakan adalah media promosi cetak yang terdiri dari poster, point of purchase, dan giveaway pack, serta dan media promosi daring yang terdiri dari book trailer dan Instagram

1.7. Definisi Istilah

Istilah yang umum digunakan dalam Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut:

a) Buku cerita anak bergambar

Buku cerita anak adalah buku cerita yang ditujukan bagi pembaca anak (Badot, dkk, 2017). Seringkali berupa cerita dengan teks yang pendek dan ilustrasi yang menonjol. Buku cerita anak seringkali terkesan kuno, namun bentuk fisiknya yang riil dapat membantu anak untuk memahami lebih mudah dan membantu pembelajaran anak usia dini (Wahyudi, dkk, 2019). Buku cerita anak menjadi populer karena keyakinan masyarakat akan penanaman nilai positif bagi karakter individu yang dapat ditanamkan melalui media ini semenjak kecil. Oleh karena itu, buku cerita anak dapat dinilai dari kesuksesannya dalam menyampaikan pesan positif (pesan moral) pada pembacanya (Marsol, 2017). Karena keterbatasan pemahaman yang dimiliki anak, sebagian besar bacaan anak adalah hasil seleksi orangtua (Nurgiantoro, 2018).

b) Pendidikan moral

Pendidikan moral adalah pengajaran, pemberian pengetahuan perihal sikap baik- buruk, akhlak, dan budi pekerti. Penanaman nilai moral pada individu dibangun oleh unsur kognitif yakni pikiran, pengetahuan, dan kesadaran, serta unsur afektif yakni perasaan (Irawan dan Haryadi, 2016). Menurut Bahan Pelatihan Penguatan Metodologi Pembelajaran Berdasarkan Nilai-nilai Budaya untuk Membentuk Daya Saing dan Karakter Bangsa tahun 2010, ada 18 nilai karakter yang dikehendaki pada pendidikan di Indonesia, yakni: religius, jujur, toleransi, disiplin, kerja keras, kreatif, mandiri, demokratis, rasa ingin tahu, semangat

kebangsaan, cinta tanah air, menghargai prestasi, bersahabat/komunikatif, cinta damai, gemar membaca, peduli lingkungan, peduli sosial, tanggung jawab. Pelaku pertama pendidikan moral bagi anak adalah orangtua dan guru. (Rahma dan Dara, 2017). Pembelajaran moral agar efektif harus menempatkan peserta didik untuk aktif. agar pembelajaran bisa efektif dapat dengan pembiasaan. tahap perkembangan moral mulai dari tingkat prakonvensional (menilai berdasar konsekuensi langsung), konvensional (membandingkan dengan pandangan dan harapan masyarakat), dan paskakonvensional (perspektif diri) (Suryana, 2016).

c) Gaya desain ilustrasi

Gaya visual adalah pengelompokan pola visual yang sejenis dalam hasil akhir maupun konsepnya (Hadiprawiro dan Raden, 2017). Gaya visual yang digunakan dalam perancangan Tugas Akhir ini adalah gaya ilustrasi naratif, yakni ilustrasi/gambar yang menyampaikan satu bagian dalam cerita, baik menyampaikan cerita secara mandiri maupun pendukung teks cerita (Doyle, 2019).

d) Literasi

Literasi memiliki berbagai aspek: literasi dasar, literasi sains, literasi ekonomi, literasi teknologi, literasi visual, literasi informasi, literasi multikultural, dan kesadaran global. SDM yang baik adalah masyarakat yang literat, di mana kemampuan literasinya (membaca dan menulis) lebih menonjol daripada aspek orasinya. Kemampuan literasi berpengaruh pada kemampuan mengumpulkan dan mengolah informasi (Kharizmi, 2019). Masyarakat yang literat mampu menghargai, mengkritisi, dan menggunakan informasi yang dimilikinya untuk kebaikan (Inten, 2017).

e) Promosi

Promosi adalah upaya mengenalkan produk pada target konsumen. Informasi yang disampaikan umumnya antara lain: harga, tempat pembelian, manfaat, kekhasan, dan daya tarik produk (Sukirno, 2017)

1.8. Metode Perancangan

Dalam memenuhi perancangan Tugas Akhir ini, sistematika perancangan yang dilakukan adalah sebagai berikut:

