BAB II
LANDASAN TEORI

2.1. Teori Utama

Teori utama merupakan teori yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan penulis. Dalam penelitian yang digunakan penulis pada penelitian ini adalah teori-teori dasar yang berkaitan dalam penelitian yang dilakukan.

2.1.1. Kampanye Sosial

Kampanye Sosial adalah suatu kegiatan berkampanye yang mengkomunikasikan pesan-pesan yang berisi tentang masalah sosial kemasyarakatan, dan bersifat non komersil. Tujuan dari kampanye sosial adalah untuk menumbuhkan kesadaran masyarakat akan gejala-gejala sosial yang sedang terjadi. (Venus : 2004)

2.1.1.1. Fungsi dan Tujuan Kampanye Sosial

Kegiatan kampanye yang bertujuan dalam menciptakan suatu efek tertentu pada masyarakat melalui proses komunikasi, memiliki fungsi dan tujuan sebagai berikut.

1. Fungsi Kampanye Sosial

Dalam garis besarnya kampanye memiliki fungsi sebagai suatu penyalur informasi bagi masyarakat agar lebih tanggap terhadap pesan yang disampaikan dalam kampanye. Menurut Drs. Antar Venus,MA (2012) suatu kampanye memiliki fungsi sebagai berikut :

1. Sebagai sarana pola pikir yang dapat merubah pola pikir dari masyarakat.
2. Sebagai upaya pelaksanaan kampanye dalam mencapai tujuan dengan menggugah kesadaran dan pendapat masyarakat terhadapa suatu masalah tertentu.
3. Untuk membangun citra positif peserta kampanye.

2. Tujuan Kampanye Sosial

Kampanye merupakan suatu kegiatan komunikasi yang dilakukan secara tersusun dan terencana, penyelengara kampanye umumnya bukanlah individu melainkan lembaga atau organisasi. Kampanye selalu memiliki tujuan yang sangat beragam dan berbeda antara satu organisasi dengan yang lainnya. Namun secara umum tujuan kampanye adalah untuk menggugah suatu masalah tertentu dengan

cara menyampaikan suatu gagasan atau pesan yang dikampanyekan sehingga masyarakat dapat menyukai, simpati, peduli, dan mau melakukan apa yang dikampanyekan.

Apapun ragam serta tujuannya, hal yang ingin dicapai dari kampanye selalu melibatkan aspek pengetahuan (*knowledge*), sikap (*attitude*), dan perilaku (*behavioural*). Menurut Ostergaard (2002) menyebutkan bahwa ketiga aspek tersebut dengan istilah 3A yaitu *awareness, attitude* dan *action,* dimana aspek ini saling berkaitan dan merupakan sebuah *target of influence* yang mesti dicapai secara bertahap agar suatu kondisi perubahan yang diinginkan dapat tercipta. Dalam konsep Ostergaard tahapan yang harus dilakukan dalam mencapai tujuan suatu kampanye adalah sebagai berikut.

1. Tahap pertama adalah memunculkan kesadaran dari masyarakat tentang sebuah masalah untuk menarik perhatian dan memberikan informasi dari produk atau gagasan yang dikampanyekan.
2. Tahap kedua adalah melakukan perubahan dalam ranah sikap untuk memunculkan simpati, rasa suka dan kepedulian tentang masalah yang dikampanyekan
3. Pada Tahap terkahir ditujukan untuk merubah perilaku masyarakat, dimana adanya tindakan tertentu dari sasaran kampanye, dimana tindakan tersebut dapat dilakukan sekali itu saja atau berkelanjutan yang dapat merubah perilaku secara permanen dari diri sasaran.

2.1.1.2. Persuasi Dalam Kampanye Sosial

Setiap tindakan yang berhubungan dengan kampanye selalu menyatu dengan persuasi, konsep dasar kampanye sendiri adalah sebuah tindakan komunikasi dua arah yang berdasar pada pendekatan persuasif. Menurut Ostergaard (2002) sebuah kampanye yang tidak di dasarkan.

2.1.2. Perancangan

Perancangan adalah suatu sistem yang berlaku untuk segala jenis perencanaan dimana titik beratnya adalah melihat segala sesuatu persoalan tidak secara terpisah atau tersendiri,melainkan sebagai suatu kesatuan dimana satu masalah dengan lainnya saling terkait. Dalam perancangan terdapat suatu disiplin ilmu yang bertujuan mempelajari konsep-konsep komunikasi serta ungkapan kreatif melalui berbagai media untuk menyampaikan pesan dan gagasan secara visual dengan mengelola elemen-elemen grafis yang berupa bentuk dan gambar, tatanan huruf, serta komposisi warna serta tata letak atau perwajahan. Dengan demikian, gagasan bisa diterima oleh orang atau kelompok yang menjadi sasaran penerima (Kusrianto dalam Sriwitari & I Gusti Nyoman, 2014 : 2).

2.1.3. Audio Visual

Audio Visual adalah media yang mempunyai unsur suara dan unsur gambar. Jenis media ini mempunyai kemampuan yang lebih baik, karena meliputi kedua jenis media auditif (mendengar) dan visual (melihat). Media Audio visual merupakan sebuah alat bantu audiovisual yang berarti bahan atau alat yang dipergunakan dalam situasi belajar untuk membantu tulisan dan kata yang diucapkan dalam menularkan pengetahuan, sikap, dan ide.

Dari hasil penelitian media audio visual sudah tidak diragukan lagi dapat membantu dalam pengajaran apabila dipilih secara bijaksana dan digunakan dengan baik. Beberapa manfaat alat bantu audio visual adalah :

1. Membantu memberikan konsep pertama atau kesan yang benar,
2. Mendorong minat,
3. Meningkatkan pengertian yang lebih baik,
4. Melengkapi sumber belajar yang lain,
5. Menambah variasi metode mengajar,
6. Menghemat waktu,
7. Meningkatkan keingintahuan intelektual,
8. Cenderung mengurangi ucapan dan pengulangan kata yang tidak perlu,
9. Membuat ingatan terhadap pelajaran lebih lama,
10. Dapat memberikan konsep baru dari sesuatu diluar pengalaman biasa.

2.1.3.1. Jenis-jenis Audio Visual

Adapun beberapa jenis media audio visual adalah sebagai berikut :

1. Audio-Visual Murni

Audio-visual murni atau biasa disebut juga dengan audio-visual gerak merupakan media yang bisa menampilkan unsur suara serta gambar yang bergerak, unsur suara atau unsur gambar tersebut berasal dari sebuah sumber sebagai berikut :

- Film Bersuara

  Film bersuara ada berbagai macam jenis, ada yang dipakai untuk hiburan, contohnya seperti film komersial yang diputar di bioskop-bioskop. Film bersuara yang dimaksud dalam pembahasan ini adalah film sebagai alat pembelajaran.
- Video

  Video merupakan suatu media audio-visual yang menampilkan gerak, semakin lama semakin populer dalam masyarakat kita. Pesan yang disampaikan dapat bersifat fakta maupun fiktif, dapat bersifat informatif, edukatif atau bisa juga instruksional.
- Televisi

  Selain film dan video, televisi merupakan media yang menyajikan pesan-pesan pembelajaran secara audio-visual dengan disertai unsur gerak di dalamnya.

2. Audio-Visual Tidak Murni

Audio Visual tidak murni adalah media yang unsur suara dan juga gambarnya berasal dari sumber yang berbeda. Audio visual tidak murni ini biasa disebut juga dengan audio-visual diam plus suara merupakan media yang menampilkan suara serta gambar diam, contoh seperti *Sound slide* (Film bingkai suara). Slide atau filmstrip yang ditambah dengan suara bukan alat audio-visual yang lengkap, sebab suara dan juga rupa berada terpisah, oleh karena itu slide atau *filmstrip* termasuk media audio-visual saja atau bisa juga sebagai media visual diam plus suara.

2.1.3.2. Fungsi Audio Visual

Fungsi media dalam pembelajaran dalam konteks komunikasi mempunyai fungsi yang sangat luas yaitu sebagai berikut :

1. Fungsi Edukatif

   Menyampaiakan pengaruh yang bernilai pendidikan, mendidik siswa serta masyarakat agar berfikir kritis, memberi pengalaman yang bermakna dan mengembangkan serta memperluas cakrawala berpikir siswa.
2. Fungsi Sosial

   Menyampaikan informasi autentik dalam berbagai bidang kehidupan dan juga konsep yang sama pada setiap orang supaya dapat memperluas pergaulan, pengenalan, pemahaman tentang orang dan adat istiadat serta cara bergaul.
3. Fungsi Ekonomis

   dengan menggunakan media pendidikan pencapaian tujuan bisa dilakukan dengan efisien, penyampaian materi bisa menekan sedikit mungkin pemakaian biaya, tenaga, serta waktu tanpa mengurangi efektivitas dalam pencapaian tujuan.
4. Fungsi Budaya

   memberikan perubahan-perubahan dalam segi kehidupan manusia, bisa mewariskan dan juga meneruskan unsur-unsur budaya serta seni yang ada di masyarakat.

2.1.3.3. Manfaat Audio Visual

Manfaat menggunakan audio visual dalam kampanye adalah sebagai berikut :

1. Mempermudah dalam menyajikan serta menerima pembelajaran maupun informasi serta bisa menghindarkan salah pengertian.
2. Mendorong rasa keingintahuan, hal ini disebabkan karena sifat audio visual yang menarik dengan gambar yang dibuat semenarik mungkin membuat anak tertarik serta memiliki keinginan untuk mengetahui lebih banyak.
3. Memastikan pengertian yang diperoleh sebab selain dapat menampilkan gambar, grafik, diagram maupun cerita, sehingga mengekalkan pengertian. Pembelajaran yang diserap melalui penglihatan (visual) sekaligus dengan

pendengaran (audio) bisa mempercepat daya serap anak didik dalam memahami pelajaran yang disampaikan.

4. Tidak membosankan, maksudnya ialah karena sifatnya yang variatif, siswa dalam pembelajaran tidak merasa bosan, karena sifatnya yang beragam ; film, tiga dimensi atau empat dimensi, dokumenter dan yang lainnya. Hal ini dapat menciptakan sesuatu yang variatif tidak tidak membosankan para siswa.

2.1.4. Poster

Poster adalah gambar pada selembar kertas berukuran besar yang digantung atau ditempel di dinding atau permukaan lain. Poster merupakan alat untuk mengiklankan sesuatu, sebagai alat propaganda, dan protes, serta maksud-maksud lain untuk menyampaikan berbagai pesan. Selain itu, poster juga dipergunakan secara perorangan sebagai sarana dekorasi yang muerah meriah terutama bagi anak muda (Ensiklopedia Wikipedia)

Poster adalah iklan atau pengumuman yang diproduksi secara masal. Poster pada umumnya dibuat dengan ukuran besar di atas kertas untuk di display kepada khalayak. Sebuah poster biasanya berisi gambar ilustrasi dengan warna-warna yang indah dan beberapa teks maupun memuat *trademark*. Sebuah poster biasanya berguna secara komersial untuk mengiklankan suatu produk, suatu kegiatan pendidikan, acara entertainment, even-even tertentu, maupun sebagai alat propaganda. Namun, banyak juga poster yang dibuat hanya untuk tujuan seni maupun sebagai hiasan (Ensiklopedia Encarta – edisi 2004)

Dari kedua definisi tersebut di atas, jelaslah bahwa poster adalah salah satu bagian seni grafis yang memiliki gaya, aliran, maupun trend tersendiri yang tidak lepas dari tingkat penguasaan teknologi serta gaya hidup dari suatu zaman. Oleh karena poster dibuat untuk menyampaikan pesan atau informasi, maka poster menjadi elemen dalam Desain Komunikasi Visual.

2.1.5. Tipografi

"Typography" (Tipografi) merupakan suatu ilmu dalam memilih dan menata huruf dengan pengaturan penyebarannya pada ruang-ruang yang tersedia, untuk menciptakan kesan tertentu, sehingga dapat menolong pembaca untuk mendapatkan kenyamanan membaca semaksimal mungkin. Tipografi bisa juga dapat dikatakan sebagai *"visual language"* atau dapat berarti "Bahasa yang dapat dilihat".

2.1.5.1. Huruf Serif

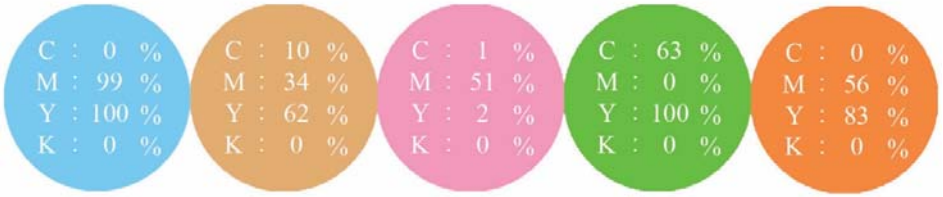
Jenis huruf ini memiliki garis-garis kecil yang disebut *counterstroke* kepada ujung-ujung badan huruf. Garis-garis tersebut berdiri horizontal terhadap badan huruf. Huruf serif dikenal lebih mudah dibaca karena kaitnya tersebut menuntun pandangan pembaca membaca baris teks yang sedang dibacanya. Contoh : *Times New Roman, Garamond, Book Antiqua* dan lain-lain.

2.1.5.2. Huruf San Serif

Jenis huruf ini tidak memiliki garis-garis kecil yang disebut *counterstroke*. Huruf ini berkarakter *streamline, fungsional, modern* dan *contemporer*. Contoh : *Arial, Futura, Century Gothic* dan lain sebagainya.

2.1.6. Warna

Warna merupakan unsur penting dalam desain, karena dengan warna suatu karya desain akan mempunyai arti dan nilai lebih dari utilitas karya tersebut. Warna juga dapat memberi pengaruh emosional. Setiap warna mempunyai sifat dan karakter yang berbeda dan mempunyai pengaruh terhadap manusia (J. Pamudji Suptandar)



2.1.6.1. Makna Warna

Biru

Laut, manusia, produktif, isi dalam, langit, damai, kesatuan, harmoni, damai, tenang, percaya, sejuk, kolot, air, es, setia, bersih, teknologi, musim dingin, depresi, dingin, idealisme, udara, bijaksana, kerajaan, bangsawan, bumi, zodiak Virgo, Pisces, Aquarius, kuat, tabah, cahaya, ramah, perkabungan (Iran), kebenaran, cinta, keagamaan, mencegah roh jahat, kebodohan dan kesialan.

Cokelat

Tenang, berani, kedalaman, makhluk hidup, alam, kesuburan, desa, stabil, tradisi, ketidaktepatan, fasisme, tidak sopan, bosan, cemar, berat, miskin, kasar, tanah, bulan Oktober, zodiak Capricorn, Scorpio, membumi, selera makan, menyehatkan, tabah, simpel, persahabatan, ketergantungan.

Pink

Musim semi, rasa syukur/terima kasih, penghargaan, kagum, simpati, feminin, kesehatan, cinta, roman, bulan Juni, perkawinan, sukacita, *innocence,* kekanakan.

Hijau

Kecerdasan tinggi, alam, musim semi, kesuburan, masa muda, lingkungan hidup, kekayaan, uang (Amerika), nasib baik, giat, murah hati, pergi, rumput, agresi, dingin, cemburu, malu (Cina), sakit, rakus, narkoba, korupsi (Afrika Utara), abadi, udara, tanah, tulus, zodiak Cancer, pembaruan, pertumbuhan, kesehatan, bulan Agustus, keseimbangan, harmoni, stabil, tenang, kreatif, Islam.

Jingga

Hindunisme, Buddhisme, kebahagiaan, energi, keseimbangan, panas, api, antusiasme, flamboyan, kesenangan, agresi, sombong, menonjol, emosi berlebih, peringatan, bahaya, musim gugur, hasrat, zodiak Sagitarius, bulsn September, kerjaan (Belanda), Protestanisme (Irlandia).

2.1.7. Ilustrasi

Ilustrasi adalah hasil visualisasi dari suatu tulisan dengan teknik gambar, lukisan, fotografi, atau teknik seni rupa lainnya yang lebih menekan hubungan subjek dengan tulisan yang dimaksud. Tujuan ilustrasi adalah untuk menerangkan atau menghiasi suatu cerita, tulisan, puisi, atau informasi tertulis lainnya (Supriyono

Rakhmat, 2010). Diharapkan dengan bantuan visual, tulisan tersebut akan lebih mudah di cerna. Fungsi khusus ilustrasi antara lain :

1. Memberikan bayangan setiap khusus karakter di dalam cerita.
2. Memberikan bayangan bentuk alat-alat yang digunakan didalam tulisan ilmiah.
3. Memberikan bayangan langkah kerja.
4. Mengkomunikasikan cerita.
5. Menggabungkan tulisan dengan kreativitas dan individualitas manusia.
6. Memberikan humor-humor tertentu untuk mengurangi rasa bosan.
7. Dapat menerangkan konsep.

2.1.7.1. Ilustrasi Digital

Ilustrasi digital adalah ilmu yang mempelajari tentang bagaimana mengesplorasikan kemampuan kreatif program komputer untuk membuat seni visual berupa ilustrasi (*illustrasi making*) dan memperbaiki ilustrasi (*Illustrasi Editing*). Sebelum mempelajari program aplikasi komputer ini perlu mengenal jenis gambar digital yang akan diolah. Ada dua macam gambar dapat dihasilkan proses digital, yaitu gambar vector dan gambar bitmap. Masing masing mempunyai karakteristik dan manfaat yang berbeda.

2.1.7.2. Gambar Vektor

Gambar vektor adalah gambar yang tidak tergantung pada resolusi. Gambar jenis ini tidak akan mengalami perubahan pada saat dibesarkan atau dikecilkan. Gambar vektor merupakan hasil garis, kurva dan bidang. Setiap unsur memiliki *fill* dan *stroke* yang dapat diedit sesuai kreasi.

2.1.8. Logo

Logo adalah penyingkatan dari *logotype*. Istilah logo baru muncul tahun 1937 dan kini istilah logo lebih populer daripada *logotype*. Logo bisa menggunakan elemen apa saja : tulisan, logogram, gambar, ilustrasi, dan lain-lain.

Banyak juga yang mengatakan logo adalah elemen gambar/symbol pada identitas visual. Untuk mengetahui apa itu logo, sebaiknya mengacu pada istilah *logotype* di atas.

2.1.8.1. *Logotype*

Asal kata logo dari bahasa Yunani logos, yang berarti kata, pikiran, pembicaraan, akal budi. Pada awalnya yang lebih dulu populer adalah istilah *logotype*, bukan logo. Pertama kali istilah *logotype* muncul tahun 1810-1840, diartikan sebagai tulisan nama entitas yang didesain secara khusus dengan menggunakan teknik *lettering* atau memakai jenis huruf tertentu. Jadi awalnya *logotype* adalah elemen tulisan saja.

Pada perkembangannya orang membuatnya makin unik / berbeda satu sama lain. Mereka mengolah huruf itu, menambahkan elemen gambar, bahkan tulisan dan gambar berbaur jadi satu, dan semua itu masih banyak yang menyebutnya dengan istilah *logotype*. Fungsinya sebagai berikut :

1. Identitas diri. Untuk membedakannya dengan identitas milik orang lain.
2. Tanda kepemilikan. Untuk membedakan miliknya dengan milik orang lain.
3. Tanda jaminan kualitas.
4. Mencegah peniruan/pembajakan.

2.1.8.2. Logogram

Bila *logotype* merupakan elemen tulisan pada logo, maka umumnya orang beranggapan logogram adalah elemen gambar pada logo. Kemungkinan besar istilah logogram ini telah mengalami perubahan makna dikarenakan kemiripan kata dengan *logotype*. Sebenarnya logogram adalah sebuah simbol tulisan yang mewakili sebuah kata/makna. Contoh : angka-angka dan lambang-lambang matematika. “1” mewakili “satu”, “+” mewakili “tambah”.

2.1.9. *Layout*

Prinsip-prinsip dasar layout dapat dianalogikan sebagai suatu formula untuk membuat suatu *layout* yang baik. Formula ini akan bekerja dan memberikan hasil yang maksimal bila diterapkan dengan seksama ditambah dengan latihan dan eksplorasi terus menerus. Prinsip dasar layout adalah juga prinsip dasar desain grafis, antara lain : *sequence/*urutan, *emphasis/*penekanan, *balance/*keseimbangan, *unity/*kesatuan.

Sequence/urutan, banyak juga yang menulisnya dengan istilah hierarki/flow/aliran. Membuat prioritas dan mengurutkan dari yang harus dibaca

pertama sampai ke yang boleh dibaca belakangan. Mengapa perlu *sequence?* Jika semua informasi itu ditampilkan sama kuatnya, pembaca akan kesulitan menangkap pesannya. Dengan adanya *sequence* akan membuat pembaca secara otomatis mengurutkan pandangan matanya sesuai dengan yang kita inginkan. *Sequence* dapat dicapai dengan adanya *Emphasis*/penekanan. *Emphasis* dapat diciptakan dengan berbagai cara, antara lain :

1. Memberi ukuran yang jauh lebih besar dibandingkan elemen-elemen layout lainnya pada halaman tersebut.
2. Warna yang kontras/berbeda sendiri dengan latar belakang dan elemen lainnya
3. Letakkan di posisi yang strategis atau yang menarik perhatian. Bila pada umumnya, kebiasaan orang membaca dari atas ke bawah dan dari kiri ke kanan, maka posisi yang paling pertama dilihat orang adalah sebelah kiri atas.
4. Menggunakan bentuk atau style yang berbeda dengan sekitarnya.

Selain kedua prinsip tersebut, ada lagi yang perlu diperhatikan, yaitu *balance*/keseimbangan. Pembagian berat yang merata pada suatu bidang layout. Pembagian berat yang merata bukan berarti seluruh bidang layout harus dipenuhi dengan elemen, tetapi lebih pada menghasilkan kesan seimbang dengan menggunakan elemen-elemen yang dibutuhkan dan meletakkannya pada tempat yang tepat. Tidak hanya pengaturan letak, tapi juga ukuran, arah, warna, dan atribut-atribut lainnya.

Supaya sebuah layout memberi efek yang kuat bagi pembacanya, ia harus mempunyai kesan *unity*/kesatuan. Prinsipnya sama dengan kesatuan antara elemen-elemen desain. Teks, gambar, warna, ukuran, posisi, *style*, dan lainnya. Semua elemen harus saling berkaitan dan disusun secara tepat. Tidak hanya dalam hal penampilan, kesatuan di sini juga mencakup selarasnya elemen-elemen yang terlihat secara fisik dan pesan yang ingin disampaikan dalam konsepnya.

2.2. Teori Pendukung

Teori pendukung merupakan teori-teori dasar yang penting untuk menunjang serta memperdalam pemahaman informasi yang disajikan. Teori pendukung juga diperlukan untuk penunjang penelitian yang dilakukan.

2.2.1. Permainan

Permainan berasal dari kata "main" yang artinya melakukan suatu kegiatan untuk menyenangkan hati, baik menggunakan alat maupun tidak. Bermain adalah kegiatan yang sangat dekat dengan dunia anak. Kegiatan ini dapat dilakukan secara perorangan maupun berkelompok. Jenis permainan, jumlah peserta serta lamanya waktu yang dialokasikan untuk bermain, bergantung pada keinginan serta kesepakatan yang dibuat oleh para peserta.

Permainan merupakan alat bagi anak untuk menjelajahi dunianya, dari yang tidak dikenali sampai pada yang diketahui, dan dari yang tidak dapat diperbuatnya sampai mampu melakukannya. Bermain bagi anak memiliki nilai dan ciri yang penting dalam kemajuan perkembangan kehidupan sehari-hari. Pada permulaan setiap pengalaman bermain memiliki resiko. Ada resiko bagi anak untuk belajar misalnya naik sepeda sendiri, belajar meloncat dll.

Unsur lain adalah pengulangan. Anak mengkonsolidasikan keterampilannya yang harus diwujudkan dalam berbagai permainan dengan nuansa yang berbeda. Dengan cara ini anak memperoleh pengalaman tambahan untuk melakukan aktivitas lain. Melalui permainan anak dapat menyatakan kebutuhannya tanpa dihukum atau terkena teguran misalnya bermain boneka diumpamakan sebagai adik yang sesungguhnya. (Semiawan, 2002).

2.2.1.1. Klasifikasi Jenis Mainan Dan Permainan

Berdasarkan sifat permainan, maka permainan rakyat (*folk games*) dapat dibagi menjadi dua golongan besar, yaitu permainan untuk bermain (*play*) yang bersifat rekreasi, mengisi waktu senggang dan permainan untuk bertanding, yaitu yang terikat oleh sebuah aturan, berorientasi pada menang dan kalah (*game*). Aturannya tidak tertulis, disepakati oleh semua anak, dan biasanya bermain kelompok.

2.2.2. Permainan Tradisional

Permainan tradisional dapat diartikan sebagai suatu kegiatan yang menyenangkan yang dilakukan menurut tradisi, sehingga menimbulkan rasa puas pada pelakunya. Permainan tradisional adalah suatu jenis permainan yang ada pada suatu daerah tertentu yang berdasarkan kepada kultur atau budaya daerah tersebut. Permainan tradisional biasanya dimainkan oleh orang-orang pada daerahnya tertentu dengan aturan dan konsep yang tradisional.

2.2.2.1. Manfaat Permainan Tradisional

Gempuran game online yang semakin kuat perlahan-lahan membuat permainan tradisional mulai ditinggalkan. Permainan seperti gobak sodor, adu kelereng, dan petak umpet kalah bersaing dengan permainan-permainan digital. Anak-anak lebih memilih berada di rumah bermain dengan gadget mereka dibandingkan keluar bermain di lingkungan sekitar. Padahal banyak efek positif yang dapat dirasakan melalui permainan tradisional. Diantaranya adalah sebagai berikut :

1. Dapat menyehatkan tubuh. Permainan tradisional yang rata-rata mengandalkan kekuatan fisik membuat kita seperti berolahraga. Contohnya dalam permainan petak umpet, dimana kita harus berlari untuk dapat bersembunyi.
2. Dapat belajar untuk bersosialisasi. Dilakukan di lingkungan sekitar, maka kita harus dapat bersosialisasi dengan sesama.
3. Dapat melatih kerja sama. Kebanyakan permainan tradisional dimainkan dalam grup sehingga kerja sama di dalam grup sangat dibutuhkan untuk dapat memenangkan permainan. Contohnya dalam permainan gobak sodor dan benteng.

Efek positif yang terdapat dalam permainan tradisional seharusnya membuat kita tetap menjaga dan melestarikannya.

2.2.3. Bermain

Bermain adalah kegiatan yang dilakukan untuk menimbulkan kesenangan. Hal ini senada dengan pendapat Piaget yang menjelaskan bahwa bermain terdiri atas tanggapan yang diulang semata untuk kesenangan fungsional. Pengertian ini

membedakan antara bermain dengan bekerja, yang memiliki tujuan tertentu dan tidak harus menimbulkan kesenangan.

Saat ini, sekolah telah mengakui nilai dan manfaat bermain yang bersifat edukatif bagi perkembangan para peserta didik. Hal ini terlihat dengan pencakupan kegiatan permainan, olah raga, drama, seni dan sebagainya dalam kurikulum pendidikan formal.

Bermain merupakan aktivitas anak yang dilakukan dengan gerakan atau perbuatan tertentu untuk mendatangkan rasa puas, senang, dan gembira. Dimanapun ada anak, di situ ada permainan, sedang dunia anak tidak dapat dipisahkan dari kegiatan bermain. Permainan merupakan kesibukan yang dipilih sendiri tanpa adanya unsur paksaan, tanpa didesak oleh rasa tanggung jawab. Permainan tidak mempunyai tujuan tertentu. Tujuan permainan terletak pada permainan itu sendiri dan dapat dicapai pada waktu bermain.

2.2.3.1. Pendapat Tentang Bermain

Banyak Ahli mencetuskan pendapatnya dan teori tentang bermain. Diantara sekian banyak ahli, beberapa adalah yang cukup populer antara lain:

1. Gross (1986) menjelaskan bahwa bermain dilakukan untuk mempelajari keterampilan baru yang dibutuhkan sebagai orang dewasa
2. Sutton-Smith menjelaskan bahwa bermain adalah progress, bermain adalah seperti nasib dalam pertaruhan, bermain melibatkan kekuatan, bermain sebagai sutau identitas, bermain sebagai imajinasi, bermain sebagai sesuatu yang konyol.
3. Jean Piaget (1952) menjelaskan bahwa kita dapat melihat kegembiraan, kebahagiaan atau ketidakbahagiaan dalam hidup seorang anak melalui bonekanya.
4. J. Singer (1981) menjelaskan bahwa bermain merupakan perwujudan/ekspresi fantasi internal
5. Vygotsky (1930/ 1967) menjelaskan bahwa imajinasi kreatif bersumber dari permainan anak-anak
6. Hurlock (1956) menjelaskan bahwa aktivitas yang dilakukan untuk mendapatkan kesenangan tanpa memikirkan hasil akhir yang akan didapat.