

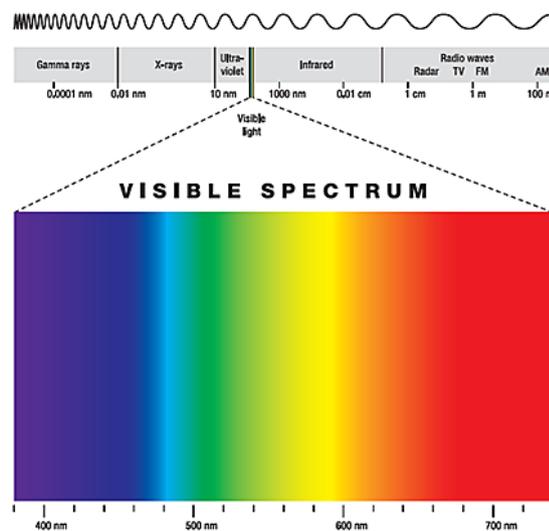
## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### 2.1 TEORI UTAMA

##### 2.1.1 Pengertian Blue Light Digital

Sinar matahari terdiri dari cahaya merah, oranye, kuning, hijau, biru, nila dan ungu. Ketika digabungkan, itu menjadi cahaya putih yang kita lihat. Masing-masing memiliki energi dan panjang gelombang yang berbeda. Sinar di ujung merah memiliki panjang gelombang yang lebih panjang dan lebih sedikit energi. Di ujung lain, sinar biru memiliki panjang gelombang yang lebih pendek dan lebih banyak energi. Cahaya yang terlihat putih dapat memiliki komponen biru besar, yang dapat memaparkan mata ke jumlah panjang gelombang yang lebih tinggi dari ujung biru spektrum.



Gambar 2.4 Viseble Spectrum

Sumber cahaya biru terbesar adalah sinar matahari.

Selain itu, ada banyak sumber lain:

- Lampu neon
- Lampu CFL (lampu neon kompak)
- Lampu LED
- TV layar datar LED
- Monitor komputer, ponsel pintar, dan layar tablet

Paparan cahaya biru yang Anda terima dari layar kecil dibandingkan dengan jumlah paparan dari matahari. Namun, ada kekhawatiran atas efek jangka panjang dari paparan layar karena jarak dekat layar dan lamanya waktu yang dihabiskan untuk melihatnya. Menurut penelitian yang didanai NEI baru-baru ini, mata anak-anak menyerap lebih banyak cahaya biru daripada orang dewasa dari layar perangkat digital.

### **2.1.2 Dampak dari Blue Light**

Seperti disebutkan sebelumnya, *blue light* dapat ditemukan pada benda-benda elektronik, mulai dari *smartphone*, laptop, tablet, televisi, serta pada lampu LED atau *fluorescent*, dan sinar matahari. Dengan begitu banyaknya objek yang memancarkan *blue light*, inilah bahaya *blue light* yang perlu Anda waspadai:

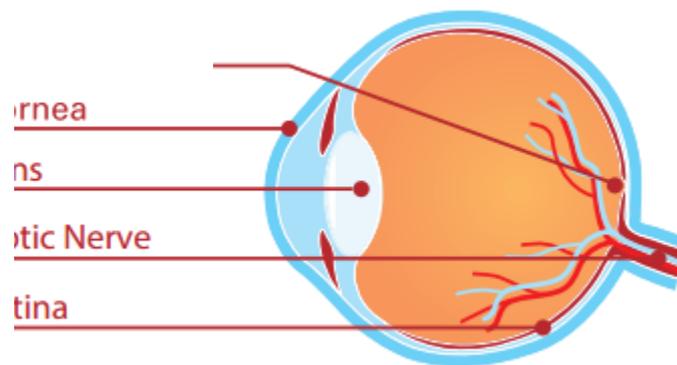
- Mengganggu kesehatan mata: pandangan buram, kesulitan fokus, mata kering dan iritasi, sakit kepala, leher, atau punggung
- Meningkatkan risiko beberapa jenis kanker
- Meningkatkan risiko diabetes, penyakit jantung, dan obesitas
- Meningkatkan risiko depresi
- Dapat menyebabkan kerusakan mata permanen yang dapat berujung pada kehilangan penglihatan

Karena memiliki gelombang yang pendek, gelombang *blue light* cenderung berkedip-kedip, inilah yang menjadi alasan kenapa *blue light* dapat mengakibatkan gangguan kesehatan mata serta membuat mata dan pikiran cepat lelah. Selain itu, filter alami pada mata juga tidak memberikan perlindungan pada *blue light* yang terdapat di sinar matahari, apalagi pada *blue light* artifisial yang berasal dari benda-benda elektronik. Oh, iya, sebenarnya *blue light* juga memiliki beberapa dampak positif pada kesehatan, lho! Diantaranya adalah meningkatkan kesadaran akan sekitar, membantu fungsi memori dan kognitif, serta meningkatkan *mood*.

### 2.1.3 ***Blue Light* Mempengaruhi Mata**

Hampir semua cahaya biru yang terlihat melewati kornea dan lensa dan mencapai retina. Cahaya ini dapat

mempengaruhi penglihatan dan bisa menua usia dini. Penelitian awal menunjukkan bahwa terlalu banyak paparan cahaya biru dapat menyebabkan:



Gambar 2.5 Anatomi Mata

Mata lelah digital: Cahaya biru dari layar komputer dan perangkat digital dapat mengurangi kontras yang mengarah ke mata digital. Kelelahan, mata kering, pencahayaan yang buruk, atau bagaimana Anda duduk di depan komputer dapat menyebabkan kelelahan mata. Gejala mata lelah termasuk mata yang sakit atau iritasi dan kesulitan untuk fokus.

Kerusakan retina: Studi menunjukkan bahwa paparan terus cahaya biru dari waktu ke waktu dapat menyebabkan sel-sel retina yang rusak. Ini dapat menyebabkan masalah penglihatan seperti degenerasi makula terkait usia.

Maka dari itu dr. Rahul Khurana, MD, juru bicara American Academy of Ophthalmology mengatakan hasil penelitiannya menunjukkan bahwa usia diatas 6 – 12 tahun diperbolehkan hanya 2 jam dalam sehari dalam menggunakan *handphone* atau menatap layar digital. Terapkan waktu ini secara konsisten pada anak agar disiplin juga demi kebaikan mata anak.

#### **2.1.4 Mata**

Mata merupakan alat indra yang terdapat pada manusia, secara konstan menyesuaikan jumlah cahaya yang masuk, memusatkan perhatian pada objek yang dekat dan jauh, serta menghasilkan gambaran yang kontinyu untuk dikirim ke otak. Berikut Struktur mata beserta fisiologisnya:

Sklera (bagian putih mata): merupakan lapisan luar mata yang berwarna putih dan relatif kuat.

Konjungtiva: selaput tipis yang melapisi bagian dalam kelopak mata dan bagian luar sklera.

Kornea: struktur transparan yang menyerupai kubah, merupakan pembungkus dari iris, pupil dan bilik anterior serta membantu memfokuskan cahaya.

Pupil: daerah hitam di tengah-tengah iris.

Iris: jaringan berwarna yang berbentuk cincin, menggantung di belakang kornea dan di depan lensa; berfungsi mengatur jumlah cahaya yang masuk ke mata dengan cara merubah ukuran pupil.

Lensa: struktur cembung ganda yang tergantung diantara humor aqueus dan vitreus; berfungsi membantu memfokuskan cahaya ke retina.

Retina: lapisan jaringan peka cahaya yang terletak di bagian belakang bola mata; berfungsi mengirimkan pesan visuil melalui saraf optikus ke otak.

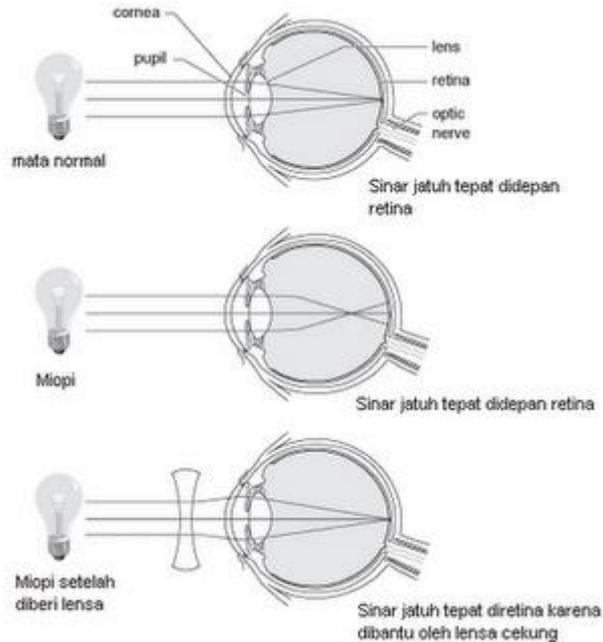
Saraf optikus: kumpulan jutaan serat saraf yang membawa pesan visuil dari retina ke otak.

Humor aqueus: cairan jernih dan encer yang mengalir diantara lensa dan kornea (mengisi segmen anterior mata), serta merupakan sumber makanan bagi lensa dan kornea; dihasilkan oleh prosesus siliaris.

Humor vitreus: gel transparan yang terdapat di belakang lensa dan di depan retina (mengisi segmen posterior mata).

### **2.1.5 Miopia**

Miopi disebut rabun jauh karena berkurangnya kemampuan melihat jauh tapi dapat melihat dekat dengan lebih baik, yang disebabkan bayangan dari benda yang jauh letaknya difokuskan tidak pada retina tetapi jatuh di depan dari retina.



Miopia merupakan kelainan mata yang tersering di seluruh dunia. Kejadian miopia yang terus meningkat dalam 50 tahun terakhir diperkirakan sudah mengenai 1,6 miliar penduduk di seluruh dunia. Menurut perhitungan WHO, jika tidak dilakukan tindakan pencegahan dan pengobatan terhadap miopia, jumlah penderita miopia akan semakin meningkat. Institute of Eye Research memperkirakan pada tahun 2020 jumlah penderita miopia akan mencapai 2,5 miliar penduduk (Yu et al., 2011). Prevalensi miopia ditemukan bervariasi sesuai dengan kelompok etnis dan letak geografis. Asia dilaporkan menduduki posisi pertama dengan Cina sebagai negara dengan angka miopia tertinggi di dunia (Yu et al., 2011). Di Indonesia, prevalensi kelainan refraksi menempati urutan pertama dari penyakit mata, meliputi 25% penduduk atau sekitar 55 juta jiwa (Usman dkk, 2014).

Gejala subjektif miopia antara lain:

- a. Kabur bila melihat jauh
- b. Membaca atau melihat benda kecil harus dari jarak dekat
- c. Lemas lelah bila membaca ( karena konvergensi yang tidak sesuai dengan akomodasi )
- d. Astenovergens

## **2.2 TEORI PENDUKUNG**

### **2.2.1 Kampanye Sosial**

Menurut Kotler & Roberto (Philip Kotler, Eduardo L. Roberto) kampanye sosial dibuat untuk merubah sikap dan perilaku masyarakat umum maupun tertentu. Sedangkan menurut Leslie B. Snyder, Kampanye komunikasi adalah sebuah aktifitas terorganisir yang ditujukan untuk khalayak tertentu, dikerjakan dalam jangka waktu yang ditentukan dan untuk mencapai tujuan tertentu.

Beberapa ahli komunikasi mengakui bahwa definisi yang diberikan Rogers dan Storey adalah yang paling populer dan dapat diterima dikalangan ilmuwan komunikasi. Hal ini didasarkan kepada dua alasan. Pertama, definisi tersebut secara tegas menyatakan bahwa kampanye merupakan wujud tindakan komunikasi, dan alasan kedua adalah bahwa definisi tersebut dapat mencakup keseluruhan proses dan fenomena praktik kampanye yang terjadi dilapangan.

Setiap aktivitas kampanye komunikasi setidaknya mengandung empat hal, yaitu tindakan kampanye yang ditujukan untuk menciptakan efek atau dampak tertentu, jumlah khalayak sasaran yang besar, dipusatkan dalam kurun waktu tertentu, dan melalui serangkaian tindakan komunikasi yang terorganisir. Kampanye juga memiliki ciri atau karakteristik yang lainnya, yaitu sumber yang jelas, yang menjadi penggagas, perancang, penyampai sekaligus penanggung jawab suatu produk kampanye (campaign makers), sehingga setiap individu yang menerima pesan kampanye dapat mengidentifikasi bahkan mengevaluasi kredibilitas sumber pesan tersebut setiap saat.

Selain itu pesan-pesan kampanye juga terbuka untuk didiskusikan, bahkan gagasan-gagasan pokok yang melatarbelakangi diselenggarakannya kampanye juga terbuka untuk dikritisi. Keterbukaan seperti ini dimungkinkan karena gagasan dan tujuan kampanye pada dasarnya mengandung kebaikan untuk publik. Segala tindakan dalam kegiatan kampanye dilandasi oleh prinsip persuasi, yaitu mengajak dan mendorong public untuk menerima atau melakukan sesuatu yang dianjurkan atas dasar kesukarelaan. Dengan demikian kampanye pada prinsipnya adalah contoh tindakan persuasi secara nyata. Dalam ungkapan Perloff dikatakan “Campaigns generally exemplify persuasion in action”.

### **2.2.2 Teori Tipografi**

Menurut Danton Sihombing, tipografi adalah representasi visual dari sebuah bentuk komunikasi verbal dan merupakan properti visual yang pokok dan efektif. Ada 4 kelompok huruf sesuai ciri – ciri anatominya ( Kusrianto,2009:190 ), yaitu :

a. Oldstyle

Beberapa font yang dapat dikategorikan ke dalam kelompok Oldstyle adalah Bembo, Bauer Text, CG Cloister, ITC Usherwood, Claren-don, Garamond, Goudy Oldstyle, Palatino ( Palmspring ), dan lain – lain.

b. Modern

Beberapa font yang termasuk ke dalam kelompok Modern adalah Bodoni, Bauer, Didot, Torino, Auriga, ITC Fenice, Linotype Modern, ITC Modern, Walbaum Book, ITC Zapf Book, Bookman, Cheltenham, Melior, dan lain– lain.

c. Slab Serif

Contoh font yang dapat dikategorikan ke dalam kelompok Slab Serif adalah Boton, Aachen, Calvert, Lubalin Graph, Memphis, Rockwell, Serifa, Clarendon, Stymie, dan lain – lain.

d. Sans Serif

Contoh font yang dapat dikategorikan ke dalam kelompok Sans serif adalah Franklin Gothic, Akzident Grotesk, Helvetica, Univers, Formata, Avant Garde, Gill Sans, Futura, Optima, dan lain – lain.

### 2.2.3 Teori Warna

Menurut Sulasmi Darmaprawira (2002), warna merupakan sebuah alat ekspresi pada manusia. Warna dapat tercipta melalui cahaya, media untuk menangkap warna tersebut yaitu melalui mata. Terdapat dari berbagai macam warna di dunia. Berdasarkan percobaan Newton, warna terdiri dari tujuh warna pelangi yaitu warna merah, jingga, kuning, hijau, biru, indigo dan ungu.

Munsell pada Darmaprawira (2012) menjelaskan bahwa warna terdiri dari warna primer, warna sekunder, warna tersier, dan warna netral. Rumus warna yang dibentuk oleh Munsell yaitu sebagai berikut :

a. Warna Primer

Warna primer merupakan warna asli atau warna dasar, yaitu warna Merah (M), Kuning (K) dan Biru (B).

b. Warna Sekunder

Warna sekunder merupakan campuran dari warna – warna primer, yaitu:

Merah +Kuning = Jingga (J)

Merah + Biru = Ungu (U)

Kuning + Biru = Hijau (H)

c. Warna Tersier

Warna tersier merupakan hasil campuran warna antara warna primer dengan warna sekunder. Warna – warna yang dihasilkan yaitu :

Jingga + Merah = Jingga kemerahan

Jingga + Kuning = Jingga kekuningan

Ungu + Merah = Ungu kemerahan

Ungu + Biru= Ungu kebiruan

Hijau + Kuning= Hijau kekuningan

Hijau + Biru= Hijau kebiruan

d. Warna Netral

Campuran warna tersier dengan warna primer dan warna sekunder yaitu warna abu – abu.

## Psikologi Warna

Warna memiliki keterkaitan emosi serta kepribadian terhadap seorang manusia. Warna – warna yang mempunyai asosiasi dengan pribadi seseorang yaitu sebagai berikut :

1. Merah

Cinta, nafsu, kekuatan, berani, primitif, menarik, bahaya, dosa, pengorbanan, vitalitas

2. Merah jingga

Semangat, tenaga, kekuatan, pesat, hebat, gairah

3. Jingga

Hangat, semangat muda, ekstremis, menarik

4. Kuning jingga

Kebahagiaan, penghormatan, kegembiraan, optimisme, terbuka

5. Kuning

Cerah, bijaksana, terang, bahagia, hangat, pengecut, pengkhianatan

6. Kuning hijau

Persahabatan, muda, kehangatan, baru, gelisah, berseri

7. Hijau muda

Kurang pengalaman, tumbuh, cemburu, iri hati, kaya, segar, istirahat tenang

8. Hijau biru

Tenang, santai, diam, lembut, setia, kepercayaan

## 9. Biru

Damai, setia, konservatif, pasif terhormat, depresi, lembur, menahan diri, ikhlas

## 10. Biru ungu

Spiritual, kelelahan, hebat, kesuraman, kematangan, sederhana, rendah hati, keterasingan, tersisih, tenang, sentosa

## 11. Ungu

Misteri, kuat, supremasi, formal, melankolis, pendiam, agung ( mulia )

## 12. Merah ungu

Tekanan, intrik, drama, terpengcil, penggerak, teka – teki

## 13. Coklat

Hangat, tenang, alami, bersahabat, kebersamaan, tenang, sentosa, rendah hati

## 14. Hitam

Kuat, duka cita, resmi, kematian, keahlian, tidak menentu

## 15. Abu – abu

Tenang, keragu - raguan

## 16. Putih

Senang, harapan, murni, lugu, bersih, spiritual, pemaaf, cinta, terang

### **Warna untuk Anak**

Anak Daya tangkap terhadap warna pada anak – anak berbeda dengan orang dewasa. Menurut Heinich (2005), respon terhadap warna panas dan dingin berbeda tiap usia. Anak – anak cenderung lebih tertarik terhadap warna – warna panas seperti merah, jingga dan kuning. Selain itu, anak – anak juga tertarik

terhadap warna – warna yang terang dan kombinasi warna – warna yang kuat dan bersemangat dibandingkan orang dewasa.

California State University Fullerton telah mengadakan penelitian tentang warna-warna yang berpengaruh kepada emosional anak. Dari hasil penelitian itu yang saya ambil adalah warna biru tua, orange, dan juga putih yang cocok dengan event ini.

Karena dari tiap-tiap nya memiliki psikologi warna yang berbeda-beda. Seperti Biru tua ini adalah warna yang paling nyaman untuk mata, menenangkan, aman, menerima, dan juga sabar. Warna orange mampu meningkatkan percaya diri, keramahan, dan juga penuh keceriaan. Dan warna putih adalah melambangkan kesucian, kesehatan, juga kebersihan.

#### **2.2.4 Teori Ilustrasi**

Menurut Adi Kusrianto, ilustrasi adalah seni gambar yang dimanfaatkan untuk memberi penjelasan atas suatu maksud atau tujuan secara visual. Sedangkan menurut Africa Fanlo (2010) pada buku *A Graphic Design Project From Start To Finish*, ilustrasi adalah gambar yang menjelaskan sebuah konsep secara spesifik yang menceritakan pengetahuan tertentu dan menyediakan gambaran baru tentang teks dan ide-ide tertentu. (2010:128).

Berdasarkan kedua pernyataan di atas, dapat disimpulkan bahwa ilustrasi adalah sebuah seni gambar untuk mengomunikasikan pesan dari sebuah ide atau gagasan secara visual.

### **a. Media Ilustrasi**

Ilustrasi dapat diterapkan pada berbagai media. Dikutip dari buku *A Graphic Design Project From Start To Finish* (2010), media yang digunakan untuk penerapan ilustrasi yaitu :

#### 1. Sektor Penerbitan

Contoh media sektor penerbitan yaitu buku anak, buku orang dewasa, koran, majalah, komik, dan lain – lain.

#### 2. Advertising

#### 3. Product image

Contoh media pada product image yaitu logo, kampanye, packaging, poster, iklan televisi dan lain – lain.

#### 4. Merchandise

Contoh media merchandise yaitu kaos, tas, mainan, dan lain – lain.

### **b. Ilustrasi untuk Anak**

Dalam buku “*Illustrating Children’s Book*” karya Martin Salisbury dalam (Triwulandari, 2014 : 22) mengatakan bahwa ilustrasi yang menarik untuk anak – anak harus dapat memvisualisasikan adegan – adegan pada cerita dengan memberikan tambahan imajinasi dan kejutan. Selain itu, menurut Martin, buku yang disukai anak – anak adalah dengan buku yang menyajikan gambar – gambar yang berukuran besar dan penggunaan tokoh manusia ataupun binatang. Menurutnya ilustrasi yang efektif untuk anak yaitu ilustrasi yang menarik dan

dapat membuat anak-anak berinteraksi kepada buku tersebut serta ilustrasi yang disajikan harus dapat memberi informasi dan bersifat mendidik untuk anak – anak. Ilustrasi yang baik ialah ilustrasi yang dapat memuaskan dari segi nilai estetis dan value (Ursell, 2008).

### **2.2.5 Teori Media**

Media adalah segala bentuk dan saluran yang digunakan untuk menyampaikan informasi atau pesan. Kata media berasal dari kata latin medius, merupakan bentuk jamak dari kata “medium”. Secara harfiah kata tersebut mempunyai arti "perantara" atau "pengantar", yaitu perantara sumber pesan (asource) dengan penerima pesan (a receiver). Didalam kamus Besar Bahasa Indonesia, media diartikan sebagai 1) alat, 2) alat (sarana) komunikasi seperti Koran, majalah , radio, tv, poster, dan spanduk, 3) yang terletak diantara dua pihak (orang, golongan, dsb), 4) perantara. (kamus besar bahasa Indonesia, 1990).

Menurut Santoso S. Hamidjojo dalam Amir Achsin, media adalah semua bentuk perantara yang dipakai orang menyebar ide, sehingga ide atau gagasan itu sampai pada penerima. Sedangkan Assosiasi Teknologi dan Komunikasi (Association of Education and Communication Technology/ AECT) di Amerika memberi batasan yaitu: Media sebagai segala bentuk dan saluran yang digunakan orang untuk menyalurkan pesan/ informasi. Gagne (1970) menyatakan bahwa media adalah berbagai jenis komponen dalam lingkungan siswa yang dapat merangsang siswa untuk belajar. buku, kaset dan film adalah contohnya.

Secara umum media yang tersedia dapat dikelompokkan menjadi media cetak, media elektronik, media luar ruang, dan media lini bawah. Menurut Tjiptono (2004:243) jenis media periklanan yaitu:

### **1. Media Cetak**

Media cetak yaitu media yang statis dan mengutamakan pesan-pesan dengan jumlah kata, gambar, atau foto, baik dalam tata warna maupun hitam putih. Bentuk-bentuk iklan dalam media cetak biasanya berupa iklan baris, iklan display, suplemen, pariwisata, dan iklan layanan masyarakat. Jenis-jenis media cetak yaitu surat kabar, majalah, tabloid, brosur, selebaran dan lain-lain.

### **2. Media Elektronik**

Media elektronik yaitu media dengan teknologi dan hanya bisa digunakan bila ada jasa transmisi siaran. Bentuk iklan dalam media elektronik biasanya berupa sponsorship, iklan partisipasi (disisipkan di tengah-tengah film atau acara), pengumuman acara/film, iklan layanan masyarakat, jingle, sandiwara, dan lain-lain. Jenis iklan pada media elektronik yaitu televisi, radio, internet, dan sebagainya.

### **3. Media Luar Ruang**

Media luar ruang yaitu media iklan (biasanya berukuran besar) yang dipasang di tempat-tempat terbuka seperti di pinggir jalan, pusat 18 keramaian, atau tembok, dan sebagainya. Jenis-jenis media luar ruang meliputi billboard, baleho, poster, spanduk, umbul-umbul, transit (panel bus), balon raksasa, dan lain-lain.

#### 4. Media Lini Bawah

Media lini bawah yaitu media-media yang digunakan untuk mengiklankan produk. Umumnya ada empat macam media yang digunakan dalam media lini bawah, yaitu: pameran , direct mail, point of purchase, merchandising schemes, dan kalender.

#### 2.2.6 Pengklasifikasian Usia

Tahapan-tahapan perkembangan menurut Hurlock:

1. **Prenatal (sebelum lahir)** pralahir dimulai dari masa konsepsi sampai usia 9 bulan dalam kandungan ibu.
2. **Masa Natal**, tahap ini meliputi Infancy atau neonates (dari lahir sampai 14 hari) merupakan fase penyesuaian terhadap lingkungan. Pada masa ini bayi mengalami masa tenang dan tidak banyak terjadi perubahan.

Masa bayi ( antara 2 minggu – 2 tahun ) Pada fase ini bayi tidak berdaya dan sangat tergantung pada lingkungan. Lama kelamaan bayi mulai berusaha melepaskan diri dan mulai belajar berdiri sendiri. Hal ini dimungkinkan karena tubuhnya semakin kuat dan dapat menguasai gerakan-gerakan ototnya, misalnya : jalan sendiri, bicara, makan dan bermain.

Masa anak ( 2-10/11 tahun ) Anak masih immature. Tanda-tanda : usaha menyesuaikan diri dengan lingkungan, sehingga anak merasa bahwa dirinya merupakan bagian dari lingkungan. Penyesuaian social melalui pergaulan dan berbagai pertanyaan.

### 3. Masa remaja ( 11/12 – 20-21 tahun )

Masa remaja adalah masa peralihan atau masa transisi dari anak menuju dewasa. Tahap ini meliputi :

Praremaja ( 11/12 – 13/14 )Merupakan fase yang pendek yaitu hanya 1 tahun. Perempuan mulai pada usia 11/12 – 12/13 tahun, sedangkan laki-laki 12/13 – 13/14 tahun. Fase ini sering juga disebut fase negative, yaitu fase yang sukar untuk anak dan orangtua. Perkembangan fungsi-fungsi tubuh dan seks juga terganggu.

Remaja awal (13/14 – 17 tahun)Terjadi perubahan fisik yang sangat cepat dan mencapai puncaknya. Terjadi juga ketidakseimbangan emosional dan ketidakstabilan dalam banyak hal. Mencari identitas diri dan hubungan social yang berubah.

Remaja lanjut ( 17 – 20/21 )Ingin selalu jadi pusat perhatian, ingin menonjolkan diri, idealis, mempunyai cita-cita tinggi, bersemangat dan mempunyai energy yang besar, ingin memantapkan identitas diri dan ingin mencapai ketidaktergantungan emosional.

#### 1. Dewasa

- Dewasa awal ( 21 – 40 tahun )Penyesuaian terhadap pola-pola hidup baru, harapan mengembangkan nilai-nilai, sifat-sifat yang serba baru. Diharapkan menikah, mempunyai anak, mengurus keluarga, karier dan mencapai prestasi.

- Dewasa menengah ( 40 – 60 tahun )Merupakan masa transisi, masa menyesuaikan kembali, masa equilibrium-

disequilibrium. Masa yang ditakuti karena mendekati masa tua, wanita kehilangan kemampuan reproduksi.

### **2.2.7 Perilaku Anak Usia 8 tahun**

Banyak dari anak usia 8 tahun yang mulai menginginkan sejumlah kebebasan dan kemandirian. Walaupun demikian, disamping segala hal yang telah diajarkan dan ditanamkan orang tua, sesekali anak usia 8 tahun masih akan melupakan hal tersebut.

Akan ada masanya anak terlihat berkelakuan lebih dewasa dari usianya dan ada pula saat ketika anak seolah – olah mengalami kemunduran dalam kemandiriannya. Anak usia 8 tahun sudah ingin memisahkan diri dari masa taman kanak – kanaknya, namun mereka juga belum dapat menyelaraskan diri dengan anak yang lebih besar. Usaha mereka untuk mempelajari kemampuan baru bisa menjadi hal yang membuat anak perlu berjuang keras.

Pada masa – masa ini, penanaman akan disiplin sangat perlu dilakukan agar menjadi tonggak bagi perkembangan mental anak yang sudah mulai beranjak meninggalkan masa kanak – kanaknya. Mereka seringkali akan mendebat orang tua dan bahkan mengetes batas kesabaran Anda. Beberapa hal yang dapat Anda lakukan untuk cara mendidik anak usia 8 tahun yaitu:

### **1. Aktif dalam urusan sekolah**

Usia 8 tahun merupakan tahun dimana anak mulai menghadapi berbagai tes di sekolah dan juga memasuki tahapan pelajaran yang lebih rumit. Tuntutan pada pelajaran sekolah anak pun akan meningkat. Anak bisa saja mulai mengalami masalah perilaku karena merasa tidak dapat mengikuti pelajaran di sekolahnya. Pada saat inilah orang tua perlu lebih aktif lagi di sekolah dengan mengetahui apa saja tugas sekolah anak, dan juga materi apa yang diajarkan serta bagaimana tingkah laku dan hubungan anak di sekolah dengan teman serta gurunya.

### **2. Bantu anak untuk lebih percaya diri**

Pada usia ini, anak mungkin juga akan merasa rendah diri dengan membandingkan pencapaian teman – temannya dengan dirinya sendiri. Kerap kali mereka bisa merasa rendah diri karena merasa tidak dapat menyamai kemampuan teman – temannya yang lebih.

Penting untuk meyakinkan anak bahwa dengan latihan dan usaha yang cukup dapat menjadi cara mendidik anak agar cerdas, mereka dapat mencapai tingkat kemampuan yang lebih baik. Jelaskan kepada anak bahwa kemampuan setiap orang berbeda – beda, karena itu ia tidak bisa mengharapkan untuk memiliki kemampuan yang sama persis dengan orang lain.

### **3. Pertahankan wibawa Anda**

Penelitian menunjukkan bahwa orang tua yang berhasil mendidik dengan wibawa akan mendapatkan hasil yang bagus suatu saat kelak. Orang tua

perlu memperhatikan aspek emosional anak namun juga tetap menegakkan peraturan yang ada dengan tegas dan juga mempertahankan pemberian konsekuensi pada setiap aturan yang dilanggar, penting untuk cara mendidik anak yang keras kepala. Seringkali orang tua menyerah pada intimidasi anak karena tidak ingin direpotkan oleh kerewelan anak, padahal pola asuh semacam itu kelak dapat merusak kepribadian anak.

#### **4. Berikan perhatian yang positif**

Cara mendidik anak balita, cara mendidik anak usia 2 tahun dan cara mendidik anak usia 3 tahun dapat dilakukan dengan pemberian perhatian positif dari orang tua. Anak – anak bergantung pada orang tua untuk keamanan dan kepastian. Salah satu cara untuk memberikan rasa aman kepada anak adalah dengan memberikan banyak perhatian yang positif. Sisihkan sedikit waktu Anda untuk berbincang dengan anak setiap hari agar anak dapat merasakan perhatian penuh orang tua dalam satu hari.

Dengan memastikan selalu memberikan waktu untuk anak, Anda akan mengurangi resiko anak melakukan perbuatan yang dilakukannya untuk mencari perhatian, juga akan lebih mudah untuk Anda meyakinkan anak agar dapat mengikuti peraturan.

#### **5. Berikan pujian dan penghargaan**

Ketika anak melakukan suatu hal yang baik, berilah ia pujian dan kata – kata penyemangat yang baik. Katakan bahwa anak telah berusaha dengan

baik untuk melakukan perbuatan tersebut daripada menyatakan bahwa ia melakukannya dengan baik.

Memberi penghargaan untuk setiap usaha baik anak akan memberinya motivasi dan dorongan yang dibutuhkan untuk terus mencoba bersikap dengan baik dan sesuai aturan, dan juga berguna untuk membangun karakter serta kepribadian anak, dan cara mendidik anak agar berani dan mandiri sejak dini.

#### **6. Ciptakan sistem reward**

Memberikan reward atau penghargaan akan membantu anak mengatasi keinginannya untuk melanggar peraturan atau melakukan sesuatu hal yang negatif. Jika Anda ingin anak melakukan perbuatan tertentu secara berkelanjutan, misalnya bangun pagi tepat waktu untuk pergi ke sekolah, maka berikan anak satu keleluasaan apabila ia dapat melakukannya selama beberapa waktu dengan lancar. Contohnya, mengizinkan anak untuk tidur beberapa menit lebih lama dari jam tidurnya yang biasa. Pemberian reward juga dapat menjadi cara mendidik anak agar mandiri.

#### **7. Berikan tugas di rumah**

Memberikan anak tugas di rumah akan membentuk rasa tanggung jawab dan disiplinnya dengan baik. Cara mendidik anak usia 8 tahun antara lain dengan memberikannya tugas rumah yang sesuai dengan usianya, misalnya menyiram tanaman, membereskan kamarnya, atau bahkan mencuci piringnya sendiri setelah makan, dapat menjadi cara membentuk karakter anak usia dini.

### **8. Gunakan kata – kata positif**

Jelaskan semua hal kepada anak dengan menggunakan kata – kata yang positif. Misalnya, ketika anak ingin menonton televisi namun tugasnya membersihkan kamar belum selesai. Daripada mengatakan bahwa anak tidak dapat menonton televisi jika belum membereskan kamar, katakan bahwa ia baru bisa menonton televisi ketika kamarnya sudah selesai dirapikan.

### **9. Buat peraturan dengan kesepakatan anak**

Kebanyakan anak usia 8 tahun sudah menginginkan kebebasan yang lebih, maka sangat penting untuk menanamkan kepada anak agar ia dapat memegang kepercayaan orang tua yang memberinya kebebasan tersebut. Sepakati batasan apa yang tidak boleh dilanggar dan konsekuensi apa yang akan diterima anak jika ia melanggar batasan yang Anda buat.

### **10. Berikan konsekuensi**

Ketika anak melanggar peraturan, cara mendidik anak usia 8 tahun yang penting adalah dengan memberikannya konsekuensi atas perbuatannya sendiri. Hal ini tentu bertujuan agar anak dapat menyadari resiko yang ada dari setiap tindakan yang diambilnya dan juga merupakan pola asuh anak usia dini yang tepat. Contohnya, Anda dapat mengurangi waktunya menonton televisi, bermain gadget, atau bahkan mengurangi uang saku anak jika ia melanggar peraturan.

### **11. Berikan time out**

Cara mendidik anak usia 8 tahun dengan time out terkadang diperlukan untuk memberikan anak waktu menenangkan dirinya sendiri ketika sedang bersikap emosional atau marah. Namun jangan marah jika anak menolak mematuhi waktu time out sebagian atau menolak melakukan time out sama sekali. Anda bisa menggantinya dengan pemberian konsekuensi.

### **12. Siapkan menu makanan sehat**

Pada usia berapapun anak akan tetap memerlukan asupan makanan yang sehat dan bergizi. Memang mungkin saja pada usia ini anak akan mulai merasa ingin mencicipi beragam makanan yang ia lihat dan tidak semuanya merupakan makanan yang sehat atau aman dimakan. Terlebih lagi jika teman – temannya banyak yang menyukai jenis makanan tersebut.

Untuk itu, Anda harus pintar menjelaskan kepada anak mengenai bahaya makanan yang tidak sehat dan apa saja keuntungan yang didapat jika kita memperhatikan asupan makanan. Pemberian contoh pola makan yang benar dari orang tua juga akan sangat berguna.

### **13. Tentukan jadwal tidur anak**

Tidur merupakan salah satu kegiatan yang penting bagi tahap perkembangan anak. Pastikan anak mematuhi jadwal tidurnya dengan benar dan tidak mengalami kekurangan tidur sehingga merusak

kegiatannya sehari – hari dan juga beresiko mengganggu kesehatan serta tumbuh kembangnya.

#### **14. Beri kegiatan di luar ruangan**

Bergerak merupakan salah satu kegiatan yang sangat dibutuhkan anak untuk menyalurkan energinya dengan baik. Anda dapat memberi anak kesempatan untuk beraktivitas di luar ruangan agar ia dapat membangun otot dan koordinasi tubuhnya dengan baik. Beraktivitas di luar ruangan juga baik untuk anak agar mendapatkan udara segar yang dibutuhkan untuk perkembangan paru – parunya.

#### **15. Berikan contoh yang baik**

Cara mendidik anak usia 8 tahun dengan benar salah satunya adalah dengan pemberian contoh yang dapat ditirunya. Sebagaimana kita ketahui, anak belajar dengan meniru. Akan sulit mengajarkan disiplin kepada anak jika Anda sendiri tidak dapat melakukan hal – hal yang diharapkan kepada anak. Maka orang tua harus memberi contoh disiplin yang baik agar dapat ditiru oleh anak. Jika Anda mengajarkan disiplin namun tidak memperlihatkan sikap yang sama, maka jangan harap anak akan mau mengikuti arahan dari Anda.

#### **16. Ajarkan sopan santun**

Mampu bersopan santun juga merupakan bagian dari cara mendidik anak usia 8 tahun mengenai disiplin. Mengetahui adab kesopanan yang pantas dan etika untuk bertingkah laku yang benar akan membantu anak kelak untuk memasuki lingkungan masyarakat dan mendidiknya agar dapat

mengetahui cara menempatkan diri yang tepat dimana saja. Anak yang sopan tentu akan mudah disukai dan diterima dalam pergaulan.

### **17. Ajarkan anak untuk tepat waktu**

Ketepatan waktu juga merupakan salah satu aspek dari kedisiplinan dan juga merupakan cara mendidik anak usia 8 tahun dengan baik. Anak yang dapat menyelesaikan tugas dan kegiatannya sehari – hari dengan tepat waktu juga merupakan anak yang disiplin dan bisa diandalkan, sebab ia fokus pada tugas dan tanggung jawabnya sendiri.

Cara mendidik anak usia 8 tahun agar disiplin perlu dilakukan dengan kesabaran dan kelembutan dari orang tuanya. Sebaiknya tidak mendidik anak dengan amarah ataupun pemaksaan agar anak dapat mengikuti peraturan yang ada dengan sukarela, dan bukan karena takut kepada kemarahan orang tua.

Anak akan dapat menyadari bagaimana caranya untuk menghormati orang tua dan juga semua orang lain apabila orang tua bisa mengajarnya dengan lemah lembut dan dengan penjelasan yang masuk akal untuk membuka kemampuan logika anak.

Kemarahan dan pemaksaan justru tidak akan membuat anak memahami alasan dibalik semua peraturan yang ada sehingga akan sulit bagi anak untuk selalu mengikuti peraturan dengan kesadarannya sendiri.

<https://dosenpsikologi.com/cara-mendidik-anak-usia-8-tahun-agar-disiplin-dan-mandiri>

### 2.2.8 Teori 5W2H

Menurut penjelasan di buku *The Quality Toolbox*, oleh **Nancy R. Tague**, 5W2H memang perluasan dari konsep 5W1H. Ia mendeskripsikan metode atau pendekatan ini sebagai metode untuk mengajukan pertanyaan terhadap proses atau sebuah persoalan. Struktur pertanyaannya memaksa pelaku mempertimbangkan semua aspek yang mungkin berkaitan dengan persoalan yang sedang dihadapi.

Metode ini biasanya digunakan untuk menganalisa sebuah proses atau upaya dalam peningkatan peluang, atau ketika suatu masalah telah teridentifikasi, tetapi butuh pemahaman lebih lanjut. Tetapi dengan modifikasi tertentu, metode ini bisa digunakan untuk merencanakan sebuah proyek atau langkah-langkah dalam perencanaannya. Metode ini juga bisa berguna untuk mengkaji ulang proyek yang telah dilaksanakan, bahkan bisa membantu dalam menulis laporan, presentasi, atau sekedar menulis artikel. Prosedur penggunaannya cukup mudah. Ada 4 langkah yang direkomendasikan Nancy R.

Tague dalam bukunya tersebut:

1. Kaji ulang situasi yang dihadapi dalam sebuah penelitian/penggalian data. Pastikan Anda telah memahami semua unsur dalam 5W2H;
2. Kembangkan pertanyaan yang relevan untuk setiap unsur dalam 5W2H. Urutannya tidak terlalu penting;

3. Jawablah setiap pertanyaan yang sudah dikembangkan tersebut. Jika ada pertanyaan yang tak dapat dijawab, artinya datanya masih kurang. Cara strategi untuk menggalinya ulang data;
4. Tergantung situasi dan penggunaa metode ini, lanjutkan dengan:
  - jika dalam konteks perencanaan, kembangkan jawaban menjadi strategi perencanaan;
  - jika dalam konteks analisa proses/proyek, gunakan jawaban dan pertanyaan tersebut untuk penggalian lebih lanjut;
  - jika dalam konteks mengidentifikasi persoalan, jawaban dan pertanyaan bisa membantu untuk analisa sumber masalah;
  - jika dalam konteks mengkaji-ulang proyek yang sudah berjalan, gunakan pertanyaan dan jawaban untuk memodifikasi, mengembangkan, atau menstandarisasi perubahan;
  - jika dalam konteks mempersiapkan tulisan atau presentasi, gunakan jawaban-jawaban sebagai isi dari tulisan dan presentasi Anda.

Berikut ini adalah contoh dari buku Nancy R. Tague, **The Quality Toolbox** (hal 253):

**Table 5.6** 5W2H questions.

5W2H	Typical Questions for Processes	Improvement Questions
Who?	Who does this? Who should be involved but is not? Who is involved but shouldn't be? Who has to approve?	Should someone else do it? Could fewer people do it? Could approvals be eliminated?
What?	What is done? What is essential?	Does every step have to be done? Are steps omitted?
When?	When is this activity started? When does it end? When is it repeated?	Can it be done at a different time? Can cycle time be shortened? Can it be done less frequently?
Where?	Where is this activity done?	Can it be done elsewhere?
Why?	Why do we do this?	Can it be eliminated? Can another group do it? Can it be outsourced?
How?	How is this done?	Is there a better way?
How Much?	How much does it cost?	How much less could it cost?

Gambar 2.1 Contoh 5W2H

Apa yang bisa dihasilkan dari metode ini? Tergantung pada konteks penggunaannya. Seperti yang telah dijelaskan di atas, dalam konteks perencanaan, metode ini bisa menghasilkan solusi berupa langkah-langkah apa yang akan diambil dalam perencanaan. Sedangkan dalam konteks mengkaji-ilang (reviewing), metode ini bermandaat untuk mengevaluasi dan mendapatkan umpan balik untuk ditindaklanjuti.

Pertimbangan lebih lanjut dalam menggunakan metode ini:

1. Pertanyaan pada tabel di atas hanyalah contoh saja. Pada kolom ketiga, ada pertanyaan untuk tindak lanjut. Ini hanya digunakan jika memang konteksnya sesuai dengan situasi yang Anda hadapi.

2. Metode ini pada dasarnya merupakan alat untuk mendaftarkan informasi yang sudah kita miliki. Pertanyaan intinya hanya terdiri dari satu-dua kata, sehingga Anda harus kembangkan pertanyaan detailnya sesuai kebutuhan.
3. Pertanyaan *How much* atau *how many* bisa disesuaikan untuk konteks permasalahan. Jawabannya bisa berupa volume, biaya, waktu, atau sumberdaya lain yang relevan.

### Implementasinya dalam pemeriksaan proses

Jika akan digunakan dalam pemeriksaan proses sebuah proyek, metode ini bisa bermanfaat dengan memodifikasi pertanyaannya seperti contoh di bawah ini (Strategi Six Sigma, oleh Anang Hidayat halaman 360):

**Tabel 6.1 Metode 5W2H untuk Pemeriksaan Proses**

<i>5W2H</i>	<i>Deskripsi</i>	<i>Kuis</i>
<i>What?</i>	Subjek	Apa yang akan diselesaikan? Apakah dapat diselesaikan?
<i>Why?</i>	Tujuan	Apakah permasalahan tersebut sangat penting? (klarifikasi tujuan)
<i>Where?</i>	Lokasi	Di mana akan diselesaikan?
<i>When?</i>	Urutan-urutan (waktu)	Kapan permasalahan akan diselesaikan? Apakah cukup waktu untuk menyelesaikannya?
<i>Who?</i>	Personil	Siapa yang akan melaksanakannya? Siapa yang bertanggung jawab?
<i>How?</i>	Metode	Bagaimana cara menyelesaikannya? Apakah cara yang terbaik sudah dirumuskan?
<i>How much?</i>	Biaya	Berapa biaya spesifik yang dibutuhkan? Berapa biaya akhir yang dibutuhkan?

Gambar 2.2 Metode 5W2H untuk Pemeriksaan Proses

### **Implementasinya dalam Analisa Masalah & Khalayak**

Untuk merencanakan kampanye, perlu mendayagunakan metodologi yang lebih tepat. Metode 5W2H ini hanya sebagian kecil dari metodologi kampanye melalui komunikasi. Dengan memahami dulu berbagai aspek permasalahannya, maka desainer sudah berada pada tahap awal menuju penentuan rencana kampanye yang diharapkan dapat menjadi solusinya.

Tahapan selanjutnya yang dapat dilakukan adalah, merumuskan tujuan kampanye, dan pengembangan media kampanye. Jika memungkinkan, harus melakukan ujicoba dan evaluasi dampak kampanye. Secara umum, metodologinya dapat menggunakan strategi komunikasi versi Laurie J. Wilson & Joseph D. Ogden, dalam "*Strategic Communications Planning: For Effective Public Relations and Marketing*", Iowa: Kendall/Hunt Publishing Company, 2008.

Metode 5W2H baru membantu menjawab langkah 1-3 dalam strategi komunikasi kampanye versi Laurie dan Joseph, seperti yang tergambar dalam skema berikut ini:



Gambar 2.3 Skema Metode 5W2H

<http://dkv-unpas.blogspot.com/2012/04/5w2h-memahami-persoalan-sebelum-solusi.html>

### 2.2.9 Teori Consumer Journey

Secara definisi, CJM merupakan sebuah presentasi visual yang menggambarkan hubungan serta interaksi antara pelanggan dengan organisasi atau brand tertentu. Komponen utamanya ada 5, yaitu **persona**, **timeline**, **touchpoint**, **emosi**, dan **saluran**.

Tidak ada satu bentuk visual yang paling tepat atau paling benar untuk membuat CJM. Namun, biasanya dibuat dalam bentuk infografik.

**Timeline** di luar lingkaran persona merupakan siklus waktu tertentu yang biasanya berupa tahapan-tahapan interaksi pelanggan dan organisasi dari awal sampai akhir.

Contohnya:

Fase awal, adalah fase pengenalan dimana sebuah brand menanamkan

pengetahuan baru kepada pelanggan mengenai produk atau layanannya. Fase kedua, merupakan fase pembelajaran, yaitu ketika calon pelanggan mulai mencari tahu lebih mengenai produk/jasa tersebut. Fase ketiga, misalnya adalah fase pembelian dimana pelanggan akhirnya memutuskan untuk membeli produk atau menggunakan jasa yang ditawarkan organisasi. Fase keempat, ialah fase setelah pembelian yang dapat menunjukkan reaksi pelanggan setelah menggunakan produk/jasa tersebut, bagaimana tingkat kepuasannya, dan apakah akan kembali lagi untuk menggunakan produk/jasa tersebut.

Komponen selanjutnya, **touchpoint** adalah aktivitas-aktivitas yang menggambarkan hubungan interaksi antara pelanggan dan organisasi pada sisi pelanggan. Misalnya, pada fase pembelajaran, pelanggan membandingkan brand lain yang menawarkan produk sejenis.

**Emosi** pelanggan harus dapat terwakilkan dengan baik pada setiap touchpoint. Bagaimana perasaannya, apakah kesal, marah, biasa saja, senang, bersemangat, dan lain lain. Setiap emosi ini baiknya disertakan dengan kalimat atau kata-kata (*thoughts*) yang keluar secara langsung dari benak/pikiran pengguna agar dapat mengetahui penyebab di balik emosi-emosinya.

Terakhir, yang jangan ketinggalan adalah **device**. Misalnya, pada tahap pengenalan si pelanggan mengetahui sebuah produk dari iklan di TV,

artinya device yang dimaksud adalah TV. Kemudian pada saat mencari tahu lebih lanjut, pelanggan menggunakan PC yang terkoneksi dengan internet kemudian mencarinya dengan mesin pencarian Google, dan seterusnya.

Melalui pemetaan perjalanan pelanggan ini, kita akan tahu perilaku pelanggan terhadap produk/jasa dari brand kita, mendapatkan informasi-informasi yang berguna untuk menciptakan insight-insight demi terpenuhinya kebutuhan pelanggan melalui produk atau jasa yang diciptakan organisasi.

#### **2.2.10 Teori Target Market dan Target Audience**

Target Market merupakan kelompok yang mempunyai kekuatan untuk membeli (dalam segi ekonomi) dan mempunyai ekspektasi dalam. Sedangkan Target Audience merupakan kelompok atau orang yang menjadi sasaran promosi produk kita.

Mengevaluasi daya tarik masing-masing segmen menggunakan variabel-variabel yang bisa mengkuantifikasi kemungkinan permintaan dari setiap segmen (misalnya tingkat pertumbuhan segmen bersangkutan), biaya melayani setiap segmen (misalnya biaya distribusi), biaya memproduksi produk dan jasa yang diinginkan pelanggan (misalnya biaya produksi dan diferensiasi produk), dan kesesuaian antara kompetensi inti perusahaan dengan peluang pasar

Memilih satu atau lebih segmen sasaran yang ingin dilayani berdasarkan potensi laba segmen tersebut dan kesesuaiannya dengan strategi korporat perusahaan.