

TUGAS AKHIR

KAMPANYE EDUKASI UNTUK MENINGKATKAN KESADARAN ORANG TUA AKAN PENTINGNYA SENSORY PLAY PADA BALITA

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan dalam Memperoleh Gelar Sarjana (S-1)



Oleh :

Lailatul Jannah Fauziah

(21052010137)

Dosen Pembimbing 1:

Aileena S.C.R.El Chidtian, S.T.,M.Ds

Dosen Pembimbing 2:

Diana Aqidatun Nisa, ST.,M.Ds

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS ARSITEKTUR DAN DESAIN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
2024/2025**

TUGAS AKHIR

KAMPANYE EDUKASI UNTUK MENINGKATKAN KESADARAN ORANG TUA AKAN PENTINGNYA SENSORY PLAY PADA BALITA

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan dalam Memperoleh Gelar Sarjana (S-1)



Oleh :

Lailatul Jannah Fauziah

(21052010137)

Dosen Pembimbing 1:

Aileena S.C.R.El Chidtian, S.T.,M.Ds

Dosen Pembimbing 2:

Diana Aqidatun Nisa, ST.,M.Ds

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS ARSITEKTUR DAN DESAIN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
2024/2025**

HALAMAN PENGESAHAN
KAMPANYE EDUKASI UNTUK MENINGKATKAN KESADARAN
ORANG TUA AKAN PENTINGNYA SENSORY PLAY PADA BALITA

Disusun Oleh:

Lailatul Jannah Fauziah

21052010137

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji

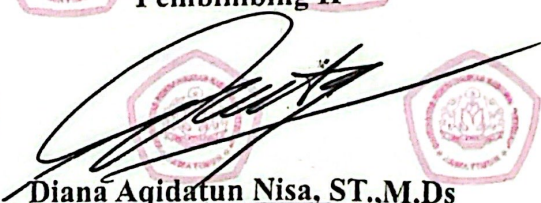
Pada Tanggal: 21 Mei 2025

Pembimbing I

Pembimbing II


Aileena S.C.R.El Chidtian, S.T.,M.Ds

NIP3K. 19870119 202421 2024


Diana Agidatun Nisa, ST.,M.Ds

NIP. 19900611 201803 2001

Penguji I

Penguji II


Mahimma Romadhona, S.T.,M.Ds

NIP. 19880428 201803 2001


Aninditya Daniar, S.Sn.,M.Sn

NIP. 199411242024062002

Tugas Akhir ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh gelar Sarjana Desain (S-1)

Dekan Fakultas Arsitektur dan Desain




Ibnu Sholichin S.T.,M.T

NIP3K. 19710916 202121 1004

HALAMAN PERSETUJUAN
KAMPANYE EDUKASI UNTUK MENINGKATKAN KESADARAN
ORANG TUA AKAN PENTINGNYA SENSORY PLAY PADA BALITA

Disusun Oleh:

Lailatul Jannah Fauziah
21052010137

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji
Pada Tanggal: 21 Mei 2025

Pembimbing I



Aileena S.C.R.El Chidtian, S.T.,M.Ds
NIP3K. 19870119 202421 2024

Pembimbing II



Diana Aqidatun Nisa, ST.,M.Ds
NIP. 19900611 201803 2001

Tugas Akhir ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Desain (S-1)

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual



Masnuna, S.T.,M.Sn
NIP3K. 19840512 2021 212004

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Lailatul Jannah Fauziah

NPM : 21052010137

Program : Sarjana (S1)

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Arsitektur dan Desain

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Tugas Akhir ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada Tugas Akhir ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 10 Juni 2025

Yang Membuat pernyataan

A handwritten signature in black ink is written over a yellow revenue stamp. The stamp features the text '10000' in large red numbers, 'METERAI TEMPEL' in black, and a unique alphanumeric code 'MF90AJX156518920' at the bottom. The signature is fluid and extends across the stamp.

Lailatul Jannah Fauziah
NPM: 21052010137

ABSTRAK

Penemuan fenomena masalah di kalangan masyarakat menengah hingga menengah kebawah di Kota Surabaya tentang kurangnya pengetahuan para orang tua tentang dampak stimulasi sensorik pada tumbuh kembang anak. Penemuan masalah ini didasari oleh perkembangan tren stimulasi sensorik melalui *sensory play* yang sedang viral di sosial media kemudian ditelusuri dengan mengambil sampel di 31 Kecamatan di Kota Surabaya. Ditemukan didalam beberapa kecamatan di Kota Surabaya bahwa banyak orang tua yang belum memenuhi indikator sebagai orang tua yang paham dan sadar tentang dampak stimulasi sensorik terhadap tumbuh kembang anak. Kemudian dipilih tiga kecamatan dengan persentase ketidakpahaman paling tinggi yaitu Kecamatan Tambaksari, Kecamatan Semampir dan Kecamatan Wonokromo. Sesuai dengan keilmuan Desain Komunikasi Visual, dipilihlah solusi permasalahan tersebut melalui media kampanye edukasi stimulasi sensorik melalui *sensory play* yang berjudul Berseri “Bermain Sensorik Riang dan Interaktif” Kampanye Berseri ini dikemas menggunakan bahasa semi-formal dan pendekatan sesederhana mungkin agar dapat menarik simpati dari target audiens. Media Kampanye Berseri adalah program *workshop* secara tatap muka dan penyebaran informasi seputar *sensory play* melalui Instagram. Pelaksanaan program *workshop* juga dilengkapi dengan pemberian bantuan *sensory play kit* atau alat ajar *sensory play* agar para orang tua lebih dimudahkan ketika melakukan stimulasi sensorik pada balitanya. Kampanye Berseri disambut hangat oleh para orang tua atau target audiens dan merasa terbantu dan mendapatkan manfaat dengan adanya kegiatan kampanye tersebut, dan mengharapkan keberlanjutan dari kegiatan semacam Kampanye Berseri.

Kata Kunci: Stimulasi, Kampanye, *Sensory play*, Orang tua, Balita

ABSTRACT

The discovery of the problem phenomenon among the middle to lower middle class in Surabaya City regarding parents' lack of knowledge about the impact of sensory stimulation on child development. The discovery of this problem is based on the development of the trend of sensory stimulation through sensory play, which is currently viral on social media and then traced by taking samples in 31 Districts in Surabaya City. It was found in several districts in Surabaya City that many parents did not meet the indicators as parents who understand and are aware of the impact of sensory stimulation on child development. Then three districts were selected with the highest percentage of lack of understanding, namely Tambaksari District, Semampir District and Wonokromo District. Following the science of Visual Communication Design, a solution to the problem was chosen through the educational campaign media for sensory stimulation through sensory play entitled Berseri "Bermain Sensorik Riang dan Interaktif" This Berseri campaign is packaged using semi-formal language and the simplest possible approach in order to attract sympathy from the target audience. The Berseri Campaign Media is a face-to-face workshop program that disseminates information about sensory play via Instagram. The implementation of the workshop program is also equipped with the provision of sensory play kits or sensory play teaching tools so that parents are more facilitated when providing sensory stimulation to their toddlers. The Berseri Campaign was warmly welcomed by parents or target audiences who felt helped and benefited by the campaign activities and hoped for the continuation of activities such as the Berseri Campaign.

Keywords: *Stimulation, Campaign, Sensory play, toddlers*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur dihaturkan kepada Dzat Maha Pengasih lagi Maha penyayang yakni Allah SWT, atas petunjuk, rahmat, dan hidayah-Nya yang senantiasa kebersamai penulis hingga dititik ini, menyelesaikan laporan tugas akhir dengan judul **“Kampanye Edukasi Untuk Meningkatkan Kesadaran Orang Tua Akan Pentingnya Sensory Play Pada Balita”** sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana dengan baik dan tuntas.

Tak lupa penulis ucapkan rasa terima kasih kepada individual-individual yang telah berkontribusi dan memberikan *support* disetiap langkah kehidupan penulis sampai pada titik menyelesaikan pendidikan sarjana. Oleh karena itu, penulis ingin mengabadikan mereka yang telah berjasa disetiap langkah kehidupan penulis secara khusus dan tertulis agar terkenang bersama susunan tugas akhir yang penulis perjuangkan dengan tekad dan ketulusan. Penulis ucapkan rasa terima kasih kepada:

1. Dzat yang Maha Agung dan Maha Memelihara, Allah SWT yang selalu menerima doa serta memberikan rahmat dan petunjuk-Nya meskipun penulis adalah hamba yang penuh dosa, kurang patuh dan masih jauh dari kata alim.
2. Kekasih Allah SWT, Nabi Muhammad SAW, yang telah kebersamai disetiap doa yang penulis panjatkan kepada Dzat yang Maha Esa, sehingga banyak ridho disetiap perjalanan penulis.
3. Kedua orang tua terkasih, Ayah Fauzan dan Mama Gina yang sudah memperjuangkan kehidupan yang layak dan nyaman kepada penulis, dan doa yang selalu dipanjatkan disetiap detik hidup mereka untuk setiap langkah yang penulis pijak dalam hidup.
4. Adik-adik tersayang, Kaka dan Fafa yang menjadi sumber utama inspirasi dan ide tugas akhir penulis.
5. Dosen pembimbing I, Ibu Aileen Solicitor Costa Rica El Chidtian S.T., M.Ds. yang telah sangat sabar membimbing dan memberi saran dan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan persiapan yang matang dan tuntas.

6. Dosen Pembimbing II, Ibu Diana Aqidatun Nisa S.T.,M.Ds. yang memberikan kemudahan dan kelancaran disetiap proses pengerjaan tugas akhir ini.
7. Dosen Penguji, Mahimma Romadhona, S.T.,M.Ds dan Ibu Aninditya Daniar, S.Sn.,M.Sn yang telah memberikan kritik dan saran sehingga tugas akhir saya semakin berkembang dengan baik.
8. Jajaran dosen dan staff Fakultas Arsitektur dan Desain yang telah memberikan *support* dan bantuan selama proses pengerjaan tugas akhir
9. Sahabat terkasih, Fadli Masdanur yang selalu menyempatkan waktu dan melimpahkan kesabarannya untuk membantu segala urusan dan permasalahan selama di bangku perkuliahan.
10. Teman hidup, Fredella Tania dan Fernandhito yang menyumbangkan hampir separuh waktu di bangku perkuliahan untuk selalu memberikan bantuan tanpa pamrih dan memberikan dukungan serta menyumbangkan gelak tawa.
11. Sahabat jauhku, Uswatun Hasanah, Izzati Rasida, Salma Farichah, Fidela Beryl, Melinda Bilqis, Indria Nuri, dan Salsabila yang selalu konsisten menyempatkan waktunya untuk memberikan *support* dan bantuan dari sejak SMP hingga sekarang.
12. Teman perkuliahan, Iqlimah, Sabil, Manda, Jasmine, Jiun, dan Sukma yang telah menemani, membantu, dan memberikan semangat kepada penulis dari awal masuk perkuliahan hingga dititik ini.
13. Teman-teman DKV UPN Veteran Jawa Timur yang saling memberikan dukungan dan bantuan selama proses perkuliahan.
14. Serta pihak-pihak lain yang tidak bisa penulis sebutkan yang memberikan bantuan dan kontribusi dalam proses pengerjaan tugas akhir ini.

Surabaya, 5 Juni 2025

Lailatul Jannah Fauziah

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	vii
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	4
1.3 Rumusan Masalah	5
1.4 Batasan Masalah.....	5
1.5 Tujuan Perancangan	5
1.6 Manfaat Perancangan	6
1.6.1 Bagi Perancang.....	6
1.6.2 Bagi Khalayak	6
1.6.3 Bagi Instansi	6
1.7 Alur Perancangan	7
BAB II	8
2.1 Definisi Operasional Judul	8
2.1.1 Definisi Kampanye Edukasi	8
2.1.2 Definisi Kesadaran	8
2.1.3 Definisi Orang Tua	8
2.2 Landasan Teori	9
2.2.1 Tinjauan Kampanye.....	9
2.2.2 Tinjauan Edukasi	13
2.2.3 Tinjauan Orang Tua	14

2.2.4 Tinjauan Stimulasi Sensorik.....	14
2.2.5 <i>Sensory Play</i>	16
2.2.6 Tinjauan Balita	17
2.2.7 Tinjauan Desain Komunikasi Visual	19
2.2.8 Profil <i>Stakeholder</i>	27
2.3 Studi Eksisting.....	28
2.4 Studi Komparator	33
BAB III.....	46
3.1 Metode Perancangan	46
3.2 Objek Perancangan.....	48
3.3 Teknik Pengumpulan Data	48
3.3.1 Data Primer.....	49
3.3.2 Data Sekunder	51
3.4 Target <i>Audiens</i>	52
3.5 Teknik Analisis Data.....	53
3.5.1 Analisis Wawancara.....	54
3.5.2 Analisis Data Observasi.....	57
3.5.3 Analisis Hasil Kuisisioner.....	59
3.5.4 Analisis Diagram <i>Fishbone</i>	63
3.5.5 Analisis <i>Consumer Insight</i>	64
3.5.6 Analisis <i>Consumer Journey</i>	65
3.5.7 Sintesa Data.....	68
3.5.8 <i>Unique Selling Proposition</i>	69
BAB IV.....	70
4.1 Perumusan Konsep	70
4.1.1 Definisi <i>Keyword</i>	71
4.1.2 Konsep Verbal	72
4.1.3 Konsep Visual.....	74
4.1.4 Konsep Media.....	77
4.2 Proses Perancangan Desain.....	85
4.2.1 Logo.....	85

4.2.2 <i>Workshop Berseri</i>	90
4.2.3 Instagram.....	91
4.2.4 Brosur	105
4.2.5 <i>Sensory Play Kit</i>	107
4.2.6 Mobil Keliling Berseri.....	110
4.2.7 Banner	111
4.2.8 <i>Template</i> Balasan Instagram.....	112
4.3 Implementasi Desain	113
4.3.1 Instagram.....	113
4.3.2 Reels DIY Sensory Play	114
4.3.3 Brosur	114
4.3.4 <i>Sensory Play Kit</i>	115
4.3.5 Mobil Keliling Berseri.....	117
4.3.6 <i>Merchandise</i>	117
4.3.7 <i>Template</i> balasan Instagram	118
4.4 Anggaran Kampanye	119
BAB V	123
5.1 Kesimpulan.....	123
5.2 Saran.....	124
Daftar Pustaka	125
Lampiran	128

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Alur perancangan.....	7
Gambar 2. Pyramid of Learning.....	15
Gambar 3. Referensi sensory play.....	16
Gambar 4. Tipografi	22
Gambar 5. Teori warna	24
Gambar 6. Logo Sabiluna Children Development Center.....	27
Gambar 7. Akun instagram pemilik Sabiluna CDC	28
Gambar 8. Akun instagram @missnadyabigail	34
Gambar 9. Seminar through their eyes	39
Gambar 10. Akun instagram @ayleen_journal	41
Gambar 11. Wawancara bersama stakeholdes founder Sabiluna CDC	49
Gambar 12. Wawancara stakeholder	54
Gambar 13. . Kiri: konten feeds Instagram, Kanan: konten reels Instagram, Kanan: konten yang membahas sensory play	57
Gambar 14. Diagram fishbone	63
Gambar 15. Keywords kampanye	70
Gambar 16. Referensi desain kampanye	74
Gambar 17. Referensi logo kampanye	75
Gambar 18. Kiri: Babydoll font, Kanan: Alphakind font.....	76
Gambar 19. Konsep warna logo kampanye.....	77
Gambar 20. Brainstorming logo	85
Gambar 21. Sketsa kasar logo	86
Gambar 22. Alternatif logo digital.....	86
Gambar 23. Tiga alternatif logo terpilih	87
Gambar 24. 13/04/2025 Validasi desain pakar desain.....	87
Gambar 25. 28/03/2025 Validasi logo stakeholder.....	88
Gambar 26. Desain logo "Berseri" terpilih.....	89
Gambar 27. Storyboard Reels 1.....	99
Gambar 28. Stooryboard reels 2.....	100
Gambar 29. Sketsa kasar postingan Instagram.....	101
Gambar 30. Alternatif desain digital	101
Gambar 31. 13/04/2025 Validasi desain pakar desain.....	102
Gambar 32. Desain terpilih postingan Instagram	103
Gambar 33. Storyboard "Aftermovie" kampanye	104
Gambar 34. Sketsa kasar desain	105
Gambar 35. Alternatif desain digital	105
Gambar 36. 13/04/2025 Validasi desain pakar desain.....	106
Gambar 37. Desain brosur terpilih	106
Gambar 38. Kiri: Sketsa kasar packaging, kanan: Ukuran packaging	107

Gambar 39. Alternatif desain digital	107
Gambar 40. 13/04/2025 Validasi desain pakar desain.....	108
Gambar 41. Desain packaging terpilih	109
Gambar 42. Manual sensory play kit.....	109
Gambar 43. Alternatif desain digital	110
Gambar 44. 13/04/2025 Validasi desain pakar desain.....	110
Gambar 45. Desain mobil keliling terpilih	111
Gambar 46. Banner workshop "Berseri"	111
Gambar 47. Template balasan Instagram	112
Gambar 48. Desain terpilih template balasan Instagram.....	112
Gambar 49. Mockup tampilan Instagram.....	113
Gambar 50. Reels DIY sensory play	114
Gambar 51. Mockup brosur.....	114
Gambar 52. Mockup packaging sensory play kit	115
Gambar 53. Sensory Board.....	116
Gambar 54. Bahan DIY sensory play	116
Gambar 55. Mockup mobil keliling	117
Gambar 56. Merchandise.....	117
Gambar 57. Template balasan Instagram	118

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Analisis studi eksisting	29
Tabel 2. Analisis studi komparator	34
Tabel 3. Analisis studi komparator	41
Tabel 4. Jadwal kegiatan target audiens	65
Tabel 5. Strategi AISAS	78
Tabel 6. Timeline media kampanye.....	82
Tabel 7. Klasifikasi logo.....	88
Tabel 8. Susunan acara workshop "Berseri"	90
Tabel 9. Content planner Instagram.....	91
Tabel 10. Resep sensory play	95
Tabel 11. Anggaran Biaya	119