

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Manusia adalah salah satu makhluk ciptaan tuhan yang diberi kelebihan kecerdasan emosional dan intelektual dibanding makhluk hidup lainnya. Namun hal tersebut tidak semata-mata ada dan tidak bersifat konstan sejak baru lahir hingga meninggal dunia. Kecerdasan emosional dan intelektual ibaratnya adalah sebuah benih yang ditanam kemudian tergantung pemiliknya ingin merawat hingga menjadi pohon yang rindang dan subur atau hanya asal menanam hingga menjadi pohon ala kadarnya. Menurut (Syarif, 2023) kecerdasan intelektual atau IQ adalah kemampuan manusia untuk menyerap hal yang bersifat faktual, data hitungan, bersifat logis-rasional dan kemampuan untuk merespon alam semesta, sedangkan kecerdasan emosional atau EQ adalah kemampuan manusia untuk memahami perasaan diri sendiri dan berempati kepada orang lain. Dasar dari kecerdasan intelektual dan emosional manusia adalah perkembangan kognitifnya. Istilah kognitif berasal dari kata cognition yang berarti pengertian, atau mengetahui. Williams mendefinisikan kognitif sebagai cara individu bertingkah laku, bertindak, dan cepat lambatnya setiap individu untuk memecahkan masalah yang dihadapinya. Kognitif atau kognisi juga diartikan sebagai suatu proses pengenalan terhadap sesuatu yang berasal dari lingkungan individu dan menjadikannya bagian tak terpisahkan dari perilaku individu tersebut (Marinda, 2020).

Jean Piaget adalah salah satu tokoh ilmuwan yang meneliti tentang perkembangan kognitif. Menurut Teori Jean Piaget (Marinda, 2020) Tahapan-tahapan perkembangan kognitif pada suatu individu dibagi menjadi empat tahapan yaitu, tahapan sensory motorik (0-2 tahun), pra operasional (2-7 tahun), operasional konkret (7-11 tahun), dan operasional formal (11-15 tahun). Menurut Piaget periode sensory motorik adalah periode penting untuk perkembangan pemikiran sebagai dasar untuk mengembangkan intelegensinya. Teori tersebut apabila dikaitkan dengan Pyramid of Learning oleh Taylor-Trott 1991 (Hathaway, 2019) mempunyai urgensi yang sama yaitu stimulasi sensori dari sejak kecil atau anak usia dini. Dijelaskan pada *pyramid of learning*, dasar dari perkembangan kognitif dan

intelektual anak dimulai dari central nervous system yang menghasilkan rangsangan berupa tujuh fundamental rangsangan sensorik yaitu taktil (peraba), vestibular (gerakan, keseimbangan), Proprioseptif (otot, sendi), olfaktori (penciuman), visual (penglihatan), pendengaran, dan pengecap pada tingkatan pertama, yang apabila terstimulasi dengan baik sejak dini maka perkembangan motorik sensorik dan motorik persepsi pada dua tingkatan selanjutnya akan membantu menciptakan pondasi yang kuat untuk perkembangan intelektual dan emosional anak usia dini (0-6 tahun). Stimulasi sensori sejak dini merupakan langkah stimulasi dasar yang perlu dilakukan karena tahapan tersebut berdampak pada terpenuhinya kebutuhan anak dalam eksplorasi lingkungan (Meilanie, 2020). Berdasarkan beberapa pendapat para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa stimulasi sensorik pada anak usia dini merupakan hal penting untuk proses perkembangan kognitif anak untuk hasil kecerdasan intelektual dan emosional yang maksimal.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, kata stimulasi berarti rangsangan atau dorongan. Sedangkan sensorik adalah sistem dalam tubuh yang menerima hasil rangsangan yang dilakukan oleh indera manusia. Kegiatan memberikan rangsangan atau dorongan tersebut tentunya perlu peran orang tua, selain itu perlu diteruskan oleh pengasuh anak, kelompok masyarakat, atau lembaga pendidik anak usia dini di lingkungan sekitar anak (Meilanie, 2020). Namun dalam hal ini, orang tua mempunyai peranan penting sebagai edukator pertama yang menemani tumbuh kembang anak dari baru lahir hingga menginjak usia dewasa. Orang tua menyandang aktor vital dalam perkembangan anak-anaknya karena dituntut untuk memberi stimulus dalam segala aspek perkembangan anaknya (Bening,2022). Pemberian stimulasi sensorik paling tepat dilakukan pada anak saat masa *golden age* atau masa emas, yaitu saat usia 0-6 tahun. Menurut McGregor dan Smith (2018) dalam (Fathia et al., n.d. 2024) “seorang anak akan mengalami pertumbuhan dari janin hingga balita dimana masa tersebut merupakan periode terpenting yang menjadi dasar perkembangan dan menentukan kehidupan di masa selanjutnya”. Bermain menjadi kata yang sering disangkut pautkan dengan anak-anak dan hal yang menyenangkan. Proses bermain bisa menjadi alternatif dalam proses stimulasi sensorik anak, karena ketika bermain, anak mengeksplor apapun yang berada

dilingkungannya dengan perasaan senang, sehingga hal tersebut memberi pengalaman sensoris pada anak dan mudah diserap oleh anak karena dilakukan dengan rasa senang. Berdasarkan riset yang penulis lakukan di sosial media, *sensory play* merupakan metode stimulasi sensorik yang sedang tren di Instagram hingga menyentuh 3,6 juta postingan. *Sensory play* juga didefinisikan sebagai kegiatan bermain secara aktif yang melibatkan kemampuan indrawi (Fathia et al., n.d.). Bentuk *sensory play* beragam macamnya, tergantung kebutuhan sensorik yang ingin dirangsang.

Berdasarkan kuisioner yang diisi oleh total 146 orang tua, sejumlah 110 orang tua atau 75,3% dari total responden merasa pengetahuannya tentang stimulasi sensorik tidak cukup. Hal ini diperkuat dengan jawaban para responden terhadap pertanyaan berikutnya yang berisi tentang pentingnya pemberian stimulasi sensorik pada balita terhadap tumbuh kembang kognitif, motorik, dan emosional anak, sejumlah 79 orang tua atau 54% dari total responden menjawab tidak atau tidak tahu akan pentingnya stimulasi sensorik terhadap segala aspek tumbuh kembang anak. Kemudian pertanyaan tentang jadwal atau rutinitas melakukan stimulasi sensorik pada anak atau balita, rata-rata responden menjawab 1 kali dalam seminggu atau 2-3 kali dalam seminggu, padahal menurut Sri Sulistianingsih S.psi.Psikolog yang berprofesi sebagai psikolog anak sekaligus *stakeholder* dalam perancangan ini mengatakan bahwa idealnya pemberian stimulasi sensorik pada anak diberikan setiap hari dalam jangka waktu yang singkat atau 60 menit namun terfokus dan konsisten. Pada pertanyaan tersebut hanya 23 responden atau 15,8% dari total responden yang menjawab dengan jawaban setiap hari. Berdasarkan hasil proyeksi Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah kelahiran di Indonesia sebanyak 4,62 juta pada tahun 2023. Jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya, angka tersebut turun sebanyak 0,6 persen. Namun tetap saja, angka tersebut terbilang cukup tinggi apabila dibandingkan dengan kuisioner yang dilakukan oleh penulis.

Hasil dari kuisioner tersebut menjadi bukti bahwa kurangnya pengetahuan dan pemahaman orang tua yang lebih mendalam tentang stimulasi sensorik kepada balita. Kurangnya pengetahuan orang tua akan pentingnya stimulasi sensorik kepada balita tentunya menjadi masalah serius bagi perkembangan anak nantinya.

Disampaikan oleh Sri Sulistianingsih S.psi.Psikolog permasalahan yang akan muncul ketika sensorik anak usia dini tidak terstimulasi dengan baik adalah gangguan transmisi sensori seperti menolak rangsangan yang berlebihan, tantrum, *speech delay* hingga *global delay development*.

Penulis membuat perancangan kampanye edukasi sebagai upaya meningkatkan pengetahuan orang tua akan pentingnya stimulasi sensorik pada balita melalui kegiatan yang mudah serta menyenangkan yaitu *sensory play*. Menurut Ostegaard (2003) dalam (A. S. C. R. El Chidtian et al., 2019) tujuan sebuah kampanye adalah untuk merubah beberapa aspek dari target sasaran agar suatu kondisi perubahan tercipta, yaitu aspek kesadaran (*awareness*), sikap (*attitude*), perilaku (*action*). Kampanye dinilai efektif karena sebagai penyampaian informasi yang terencana, bertahap, dan terkadang memuncak pada suatu saat, yang bertujuan untuk mempengaruhi sikap, pendapat dan opini seseorang (A. S. R. E. Chidtian, 2020). Apabila sebuah kampanye direncanakan secara matang strategi dan tahapannya, maka bukan hanya pengetahuan saja yang didapatkan oleh target sasaran, namun bisa mengubah kesadaran dan perilaku target sasarnya (Azzahra et al., 2023). Dijelaskan oleh Renteng (2021) dalam (Bening, 2022) bahwa anak akan kurang terstimulasi oleh orang tua yang memiliki sikap, pengetahuan dan keterampilan yang lemah. Penulis memilih media kampanye sebagai wadah edukasi untuk memecahkan isu permasalahan yang diangkat oleh penulis karena dirasa berbanding lurus dengan tujuan dari isu permasalahan tersebut.

1.2 Identifikasi Masalah

1. 75,3% (110 responden) dari total responden yang berjumlah 146 merasa tidak mempunyai pengetahuan yang cukup tentang stimulasi sensorik terhadap balita. Hal tersebut tentunya menjadi bukti bahwa perancangan kampanye edukasi merupakan langkah efektif untuk mengurangi ketidaktahuan tersebut
2. Poin diatas diperkuat dengan hasil dari beberapa pertanyaan kuisioner diantaranya. 52,7% (77 responden) dari total responden menjawab tidak atau tidak tahu tentang dampak stimulasi sensorik terhadap segala aspek tumbuh kembang anak, dan 55,5% (81 responden) dari total responden tidak

mengetahui fungsi *sensory play* terhadap stimulasi sensorik pada balita. Ketidaktahuan yang konsisten oleh para orang tua ini menjadi masalah serius bagi tumbuh kembang dan masa depan anak.

3. 60,3% (88 responden) dari total responden merasa tertarik dan ingin mempelajari *sensory play* untuk meningkatkan pengetahuan tentang stimulasi sensorik pada balita. Hal ini menjadi syarat atau hal baik yang harus direalisasikan melalui kegiatan kampanye edukasi *sensory play* kepada orang tua.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang dan identifikasi masalah diatas, rumusan masalah dari perancangan ini adalah: Bagaimana merancang kampanye edukasi untuk meningkatkan kesadaran orang tua akan pentingnya *sensory play* untuk perkembangan balita?

1.4 Batasan Masalah

1. Studi kasus dan target utama perancangan ditujukan kepada orang tua, terutama ibu. Peran ibu sangat bermanfaat terhadap stimulasi perkembangan anak (Bening, 2022) yang sudah memiliki balita atau orang tua yang akan memiliki anak (sedang hamil)
2. Jenis stimulasi sensorik anak yang dimaksud pada perancangan ini adalah *sensory play*
3. Perancangan kampanye edukasi ini berfokus pada upaya meningkatkan pengetahuan para orang tua tentang pentingnya stimulasi sensorik pada balita melalui media pembelajaran *sensory play*

1.5 Tujuan Perancangan

Berdasarkan pemaparan diatas, perancangan kampanye ini memiliki beberapa tujuan yaitu:

1. Meningkatkan kesadaran orang tua yang kurang paham atau belum paham terkait pentingnya menstimulasi sensorik anak sejak dini terutama balita.
2. Menciptakan generasi emas di masa depan dengan membangun pondasi yang kuat untuk tumbuh kembang kognitif dan intelektual anak sejak dini

3. Memperkenalkan metode *sensory play* sebagai alternatif media yang berupa kegiatan bermain dengan fokus untuk menstimulasi sensorik balita

1.6 Manfaat Perancangan

1.6.1 Bagi Perancang

1. Menambah pengetahuan diluar materi yang dipelajari di bangku perkuliahan yaitu stimulasi sensorik dan *sensory play* untuk balita, serta mendapatkan pengalaman baru saat melakukan kampanye edukasi tersebut
2. Mengimplementasikan ilmu pengetahuan yang dipelajari selama menempuh bangku perkuliahan sebagai mahasiswa program studi desain komunikasi visual

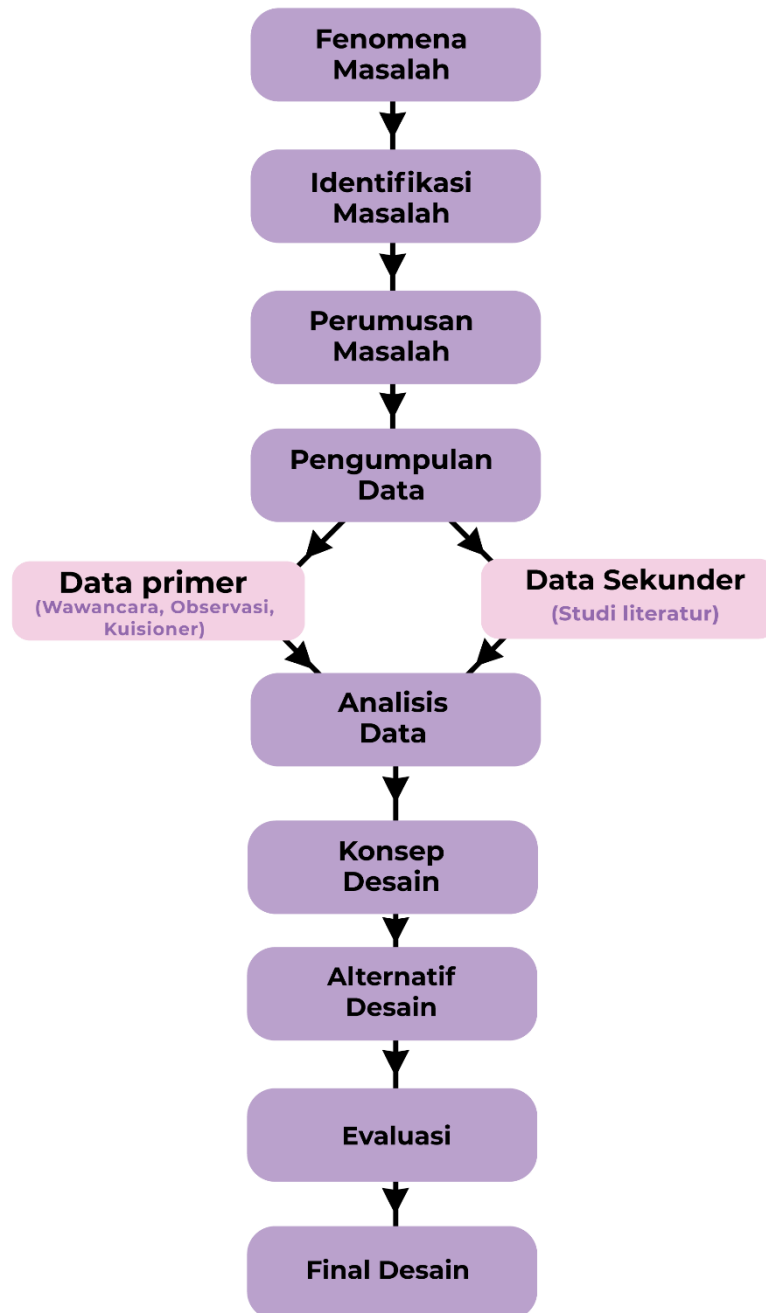
1.6.2 Bagi Khalayak

1. Meningkatkan kesadaran masyarakat terkhusus para orang tua akan pentingnya stimulasi sensorik pada balita untuk menciptakan generasi emas Indonesia di masa depan
2. Mengenalkan dan memberikan edukasi kegiatan *sensory play* sebagai alternatif melakukan stimulasi sensorik pada balita dengan cara yang menyenangkan dan mudah

1.6.3 Bagi Instansi

1. Membantu instansi terkait dalam melakukan edukasi stimulasi sensorik pada balita dan pencegahan terhadap gangguan sensorik integrasi pada balita

1.7 Alur Perancangan



Gambar 1. Alur perancangan

Sumber: Dokumen pribadi