

# 1. PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang Masalah

Perubahan pola pikir dan tingkah laku anak, ada yang bersifat positif ada juga yang bersifat negatif, itu semua tergantung dari pola asuh orang tua dan pengaruh lingkungan sekitar. Anak sejak dini perlu diajarkan etika bersopan santun, karena usia dini adalah masa saat anak-anak mulai memasuki lingkungan sekolah yang baru dan mulai beradaptasi dengan lingkungan masyarakat. Selain anak diajarkan etika bersopan santun di sekolah, Orangtua juga patut mengajarkan kepada anak etika bersopan santun dalam keluarga. Sehingga terdapat keseimbangan antara pola pikir dan tingkah laku pada diri anak.

Etika bersopan santun perlu diterapkan dan diajarkan pada anak-anak, karena etika bersopan santun merupakan penerapan tingkah laku dalam kehidupan sehari-hari, yang tidak pernah lepas sampai anak menginjak usia dewasa. Apabila anak tidak tahu etika bersopan santun, maka anak tersebut tidak dapat beradaptasi dengan lingkungan sekitar, tidak dapat membedakan tingkah laku mana yang baik dan tingkah laku mana yang buruk. Sehingga akibatnya dia tidak disenangi oleh teman-temannya dan dikucilkan oleh lingkungan sekitar. Pada akhir menginjak usia dewasa, dia mulai mudah terpengaruh dengan lingkungan yang tidak baik, hal tersebut mempengaruhi pola pikir dan tingkah laku yang punya dampak negatif yang berakibat tidak mempunyai etika sopan santun sama sekali. Misalnya berani terhadap orangtua dan guru sehingga menjadi tidak patuh dan sering berbuat onar, berani terhadap teman sehingga sering berkelahi, dan sampai pada akhirnya menjurus pada hal-hal yang bersifat kriminal seperti mencuri, merampok dan sebagainya. Di samping itu etika bersopan santun dapat dilihat dari cara berpakaian dan cara menghadapi orang.

Etika bersopan santun berawal sejak usia dini mulai membiasakan diri belajar menghormati orangtua, belajar menghargai teman, bila ke sekolah harus mengenakan seragam sekolah dan sepatu yang rapi. Apabila etika bersopan santun tidak diterapkan dan tidak dibiasakan pada anak usia dini

maka lambat laun akan memunculkan dampak negatif seperti yang telah disebutkan di atas.

Memasuki era globalisasi, pola pikir dan tingkah laku anak-anak di masa sekarang ini benar-benar berubah seiring dengan berjalannya waktu. Ada saatnya juga anak bisa kehilangan etika bersopan santun, ketika ia tidak sengaja membaca komik yang tidak layak dibaca, melihat sesuatu melalui televisi yang tidak layak ditonton dan didengar, sehingga dapat mempengaruhi perkembangan psikologis anak. Melihat perkembangan tersebut banyak sekali media televisi dan komik yang menampilkan cerita dan gambar-gambar yang tidak layak dilihat, dibaca dan ditiru oleh anak-anak. Padahal media televisi dan media komik adalah sahabat anak-anak diwaktu senggang.

Dalam hal literature, komik cenderung banyak menarik perhatian anak disamping dengan televisi. Hal ini dibuktikan dengan membanjirnya bacaan bergambar tersebut di pasaran sebagai fenomena yang menunjukkan begitu digemarinya komik.

Dari sekian banyak komik yang beredar, komik asing ternyata lebih mendominasi. Jika dulu pasaran komik asing didominasi oleh komik Amerika, maka trend di masa sekarang menunjukkan komik Jepanglah yang menguasai pasaran. Barangkali tidak ada anak-anak yang tidak mengenal tokoh-tokoh komik seperti Sinchan, Doraemon, Pokemon, dan sejumlah komik Jepang yang amat laris dipasaran. Selera pembaca telah digiring dari komik Amerika kekomik Jepang.<sup>1</sup>

Kalangan pembaca anak-anak sangat menggemari komik Jepang tersebut, terutama komik Sinchan merupakan komik terfavorit di kalangan anak-anak. Komik saduran Jepang yang tidak layak dikonsumsi untuk anak-anak seperti Crayon Sinchan. Karena komik tersebut membawa pengaruh negatif terhadap pola pikir dan perilaku anak-anak.<sup>2</sup>

Kelompok Pemerhati Moral anak bangsa: Klimaks, menyatakan bahwa dari sekian banyak komik anak-anak dari luar negeri setelah dianalisis Klimaks dan ditemukan memiliki unsur pornografi. Salah satu komik yang dianalisis Klimaks dan ditemukan memiliki unsur pornografi yang cukup banyak adalah komik Crayon Sinchan karya seniman Jepang, Yoshito Ushui.

---

<sup>1</sup> Heru Nugroho, Anak sebagai Target Perluasan Pasar, (Prisma 2 February 1997)

<sup>2</sup> Hafiz Ahmad, Segmentasi dan Positioning komik Indonesia, gelar komik Merdeka Solo, 22-25 April 2002

“Ini cukup memprihatinkan kita. Sebab komik ini memang dikonsumsi oleh anak-anak.” (mengutip Wahadiat, “Komik yang bikin mata mendelik, Media Indonesia 17Desember2000). Menurut analisis yang dilakukan klimaks didapatkan kenyataan bahwa karakter anak tersebut diantaranya, lucu, nakal, pembantah, tidak sopan, dan suka pada hal-hal yang porno. Contoh perilaku yang sering dilakukannya adalah suka mengintip, memperhatikan bagian tubuh wanita. Dan banyak lagi penyimpangan perilaku yang tidak semestinya dilakukan oleh anak seusianya.<sup>1</sup>

Masalah itulah yang dikhawatirkan dapat mempengaruhi pola pikir dan tingkah laku anak, apabila anak mulai gemar mengkonsumsi bacaan komik yang tidak mendidik. Biasanya berdampak pada anak umur 7 tahun ke atas yang bisa membaca dan menulis, mulai gemar membaca dan mengkoleksi komik-komik tersebut di rumah. Pada awal mula anak usia 3,4,5 tahun, etika sopan santun yang diajarkan orangtua masih melekat kuat, tetapi setelah menginjak usia 7 tahun keatas, ketika dia sudah mengenal buku komik, etika sopan santun anak menjadi berubah atau bahkan lambat laun anak akan kehilangan etika sopan santunnya, karena pengaruh cerita dalam komik yang tidak mendidik. Akibatnya nasehat orangtua tidak lagi dituruti, dia hanya meniru tingkah laku tokoh-tokoh komik yang digemarinya. Usia tersebut merupakan usia yang masih labil, mudah terpengaruh dengan apa yang dilihat, didengar dan dibaca.

Anak-anak cenderung mudah meniru dan mengulang kata-kata. Kalau mereka mendapatkan yang baik, tentunya akan baik, tetapi kalau tidak baik bisa jadi ia mengikuti yang tidak baik itu. Usia paling rawan meniru terjadi pada anak Balita, mereka ini total meniru. Sedang yang lebih besar mempunyai cara berpikir yang baik, tetapi tetap saja proses meniru masih ada.<sup>2</sup>

Anak akan terpengaruh kalau tiap harinya ia menerima komik, televisi dan baju, otomatis ia memerankan dirinya seperti si tokoh itu.

Seperti yang sudah dibahas sebelumnya, bahwa sahabat anak-anak di waktu senggang adalah televisi dan buku komik Jepang. Kedua hal itu seakan

<sup>1</sup> Media Indonesia, “Komik yang Bikin Mata Mendelik,” 17 Desember 2000

<sup>2</sup> Fawzia, “Apa boleh buat, sekarang memang eranya komik Jepang,” Kompas, 28 Januari 2001

seakan sengaja dikaitkan untuk menarik perhatian lebih banyak anak. Anak-anak tak cukup puas hanya dengan menonton film animasi yang ditayangkan televisi atau membaca komiknya saja. Mereka harus memiliki keduanya, membaca komik sekaligus menonton film animasinya. Itulah strategi promosi yang dilakukan oleh perusahaan penerbit komik Jepang, dalam mempopulerkan komik. Beberapa komik Jepang yang film animasinya disiarkan di televisi adalah Digimon, Doraemon, Crayon Sinchan, Cyborg Kurochan, Dragon Ball, Gundam Wing dan Flame of Recca. Tidak cukup dengan film animasi, strategi promosi lainnya yang dilakukan adalah promosi penjualan pernik-pernik atau variasi *merchandise* yang berupa boneka, tas, mainan anak-anak, perlengkapan sekolah, kaos, poster bergambar tokoh komik yang lucu menghiasi toko-toko, mall, dan kios VCD. Strategi Promosi penjualan yang dilakukan perusahaan penerbit komik Jepang sangatlah fantastis. Hampir rata-rata keseluruhan promosi penjualan yang dilakukan mengalami booming mencapai taraf nasional maupun internasional.

Sarana-sarana promosi yang berbentuk visual itulah yang dapat mempengaruhi anak-anak untuk mengkoleksi barang-barang sesuai dengan tokoh kartun idolanya. Biasanya anak cenderung ingin membeli perlengkapan alat-alat sekolah, kaos dan lain sebagainya dengan gambar tokoh idola mereka, kalau tidak ada gambar tokoh idola mereka, maka ia tidak berminat untuk membeli. Tokoh-tokoh kartun idola dalam komik telah menjadi *brand image* mereka.

Dampak positifnya kalau tokoh idola dalam komik yang digemari oleh anak-anak mempunyai karakter yang baik, dengan sifat mampu memberikan contoh keteladanan, kemungkinan dapat mempengaruhi pola pikir dan tingkah laku anak menjadi baik. Dampak negatifnya, kalau tokoh idola dalam komik yang digemari oleh anak-anak mempunyai karakter yang buruk seperti Crayon Sinchan, dikhawatirkan dapat mempengaruhi pola pikir dan tingkah laku anak menjadi buruk. Lambat laun anak akan kehilangan etika bersopan santunnya, karena mengingat karakter Crayon Sinchan yang suka membantah orang tua, berbuat jorok dan lain-lain perbuatannya tidak layak ditiru anak-anak.

Yang perlu dikhawatirkan lagi bagi perkembangan psikologis anak adalah adanya sarana promosi *merchandise* berupa boneka Sinchan yang telah beredar menampilkan versi yang jorok misalnya Sinchan memakai baju dalam wanita, Sinchan menunjukkan alat kelaminnya (diganti dengan belalai gajah). Tas sekolah buat anak-anak juga ada yang menampilkan visualisasi Sinchan dengan versi jorok dan lain sebagainya. Banyak sekali anak-anak yang mengoleksi boneka, dan pernik-pernik Sinchan. Melihat perkembangan tersebut, patut disayangkan apabila komik dan sarana promosinya yang tidak layak dikonsumsi merajai pangsa pasar anak-anak.

## 1.2 Perumusan Masalah

Perusahaan penerbit komik asing, sangat gencar melakukan strategi promosi dalam mempopulerkan komik, melalui media televisi, VCD, sampai pada variasi merchandisenya berupa boneka, tas, mainan anak-anak, perlengkapan sekolah (kotak pensil, ballpoint, penggaris, buku tulis, dan lain-lain) kalender, poster bergambar tokoh komik, menghiasi toko-toko, mall, dan kios VCD. Sarana-sarana promosi yang berbentuk visual itulah yang dapat mempengaruhi anak-anak untuk mengoleksi barang-barang sesuai dengan tokoh komik kartun idolanya. Biasanya anak cenderung ingin membeli perlengkapan alat-alat sekolah, kaos dan lain sebagainya dengan gambar tokoh idola mereka, kalau tidak ada gambar tokoh idola mereka, maka ia tidak berminat untuk membeli. Karena strategi promosi yang fantastis itulah, tidak hanya komik saja yang digandrungi anak-anak, produk sampingannya pun jadi kegemaran anak-anak, sehingga booming di pasaran nasional maupun internasional.

Larisnya dan populernya komik, karena efek promosi yang gencar dan fantastis menjadikan industri komik asing, kehilangan kode etik dalam berpromosi, mereka hanya mengandalkan bisnis semata tidak melihat bahwa target segment mereka, kebanyakan adalah anak-anak. Anak-anak terkena imbas konsumerisme. Sarana promosi komik Jepang di pasaran menyiratkan adanya invasi besar-besaran. Sarana promosi komik anak-anak salah satunya yang digunakan untuk menyebarkan nilai-nilai dan perilaku yang dikonstruksi demi kelangsungan konsumsi produk-produk kapitalis Jepang. Seperti yang

akhir-akhir ini telah beredar di pasaran adanya sarana promosi berupa boneka Sinchan menampilkan versi yang jorok misal nya Sinchan memakai baju dalam wanita, Sinchan menunjukkan alat kelaminnya (diganti dengan belalai gajah). Tas sekolah buat anak-anak juga ada yang menampilkan visualisasi Sinchan dengan versi jorok, poster bergambar sinchan dengan pose porno dan lain sebagainya. Banyak sekali anak-anak yang mengkoleksi boneka, dan pernik-pernik Sinchan. Melihat perkembangan tersebut, patut disayangkan apabila komik dan sarana promosinya yang tidak layak dikonsumsi merajai pangsa pasar anak-anak, akibatnya akan berdampak negatif bagi perkembangan psikologis anak.

### **1.3 Tujuan dan Manfaat Perancangan**

Tujuan atau manfaat perancangan adalah :

1. Mengubah pola pikir dan tingkah laku anak-anak (karena dampak komik asing yang tidak mendidik), menjadi anak-anak yang baik dan memiliki etika bersopan santun terhadap lingkungannya. Dilakukan dengan cara perancangan komunikasi visual untuk promosi komik anak-anak yang sifatnya mendidik dengan tema etika bersopan santun.
2. Menyampaikan pesan informasi kepada anak-anak secara tidak langsung melalui komik, dan secara langsung melalui acara bedah buku yang membahas isi komik tentang etika bersopan santun. Dari situ anak dapat belajar betapa pentingnya etika dalam kehidupan sehari-hari, sehingga dengan adanya peluncuran sarana promosi komik terbaru anak-anak mulai menerapkan sikap dan tingkah laku yang baik terhadap lingkungan sekitar.
3. Dengan adanya perancangan sarana promosi yang menunjang dapat membantu proses peluncuran komik terbaru. Sekaligus memperkenalkan dan menyampaikan informasi yang berguna kepada pembaca khususnya orang tua dan anak-anak.
4. Dengan penerbitan komik baru yang mendidik, memudahkan orang tua dalam memberikan pengajaran tentang etika pada anaknya.

5. Dari segi pemasaran dengan adanya sarana promosi yang menunjang, dapat membantu mengeksekusi komik baru tersebut di pasaran, sehingga diharapkan menjadi trend di kalangan anak-anak, yang sebelumnya mereka dipengaruhi Crayon Sinchan.

#### 1.4 Ruang Lingkup Perancangan

Ruang lingkup perancangan dibatasi pada perancangan bentuk komunikasi Visual untuk promosi komik anak-anak dengan tema Etika Bersopan santun.

Melakukan metode pengumpulan data dan metode Analisis. Metode pengumpulan data dengan melakukan penyebaran kuesioner sehingga data yang didapatkan akurat. Selain itu dengan mencari informasi yang berhubungan dengan perancangan komunikasi visual untuk promosi komik (melalui majalah, surat kabar, internet). Sedangkan metode analisisnya dengan menganalisa hasil kuesioner yang telah disebar. Mengajukan pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner yang disebar, kepada *target audience* anak-anak, sehingga dapat diperoleh data yang akurat dan selain itu dapat membantu dalam proses perancangan promosi komik.

Menganalisa data-data yang didapat dari majalah, surat kabar dan internet, sehingga data-data yang kita dapatkan menjadi referensi yang berguna dalam proses perancangan komunikasi visual untuk promosi komik.