



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## BAB III

# METODE PENELITIAN, HASIL PENELITIAN, DAN PERANCANGAN KONSEP VISUAL

### A. Metode Penelitian

Metode penelitian yang dipakai adalah penelitian deskriptif kualitatif. Metode penelitian ini bertujuan untuk mengangkat fakta, keadaan, dan juga fenomena-fenomena yang terjadi ketika penelitian berlangsung serta menyajikan apa adanya. Dari metode ini, penelitian akan mendapatkan hasil informasi yang aktual dan terperinci. Dari informasi tersebut maka masalah dapat terdefinisi dan jalan keluar dapat dicari berdasarkan hasil evaluasi dan pengalaman. Metode deskriptif itu sendiri menggambarkan suatu gejala sosial yang terjadi di masyarakat.<sup>36</sup> Sama seperti arti yang sesungguhnya, deskriptif disini juga berarti menggambarkan keadaan suatu obyek penelitian berdasarkan fakta yang ada di lapangan. Metode kualitatif akan memberikan informasi-informasi berdasarkan hasil penelitian dengan metode deskriptif yang dapat dipakai untuk memecahkan masalah. Data-data penunjang yang terkumpul dari hasil penelitian ini dapat dilampirkan baik itu berupa foto, video, wawancara dengan pihak terkait yang berhubungan langsung dengan tema penelitian, survey atau studi lapangan, dan lain sebagainya.<sup>37</sup>

---

<sup>36</sup> Kh. U. Maman, *Menggabungkan Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, (IPB: Bogor, 2002), hlm. 3.

<sup>37</sup> Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: CV. Remaja Rosdakarya, 1998), hlm. 6.

## 1. Gambaran Umum Objek penelitian

Seperti yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, target audiens kampanye ini adalah anak-anak yang belum mengetahui hal tentang *Go Green*. Mereka adalah generasi penerus bumi yang seharusnya mengikuti perkembangan yang sedang terjadi di bumi ini dan perilaku yang bisa mereka lakukan untuk membantu memulihkan bumi. Anak-anak yang menjadi target audiens dalam penelitian adalah mereka yang berusia 6-8 tahun. Mereka adalah anak-anak yang berada dalam tahap pengaturan karena dalam usia ini mereka sudah memasuki dunia pendidikan formal yaitu sekolah.

Target audiens tersebut sebaiknya tahu bahwa mereka kini tidak hanya berinteraksi dengan keluarga di rumah tetapi juga orang lain serta lingkungan, dan untuk itu mereka harus menghormati sesama dan lingkungannya. Melalui sikap mematuhi peraturan yang berlaku di masyarakat tersebut menjadi hal yang melatarbelakangi perancangan permainan edukatif berbasis teknologi tanpa adanya strategi "*reward-punishment*" melainkan belajar dari kesalahan. Hal lainnya memiliki tujuan bahwa dalam usia ini anak-anak sudah dapat belajar secara mandiri dan yang perlu dilakukan oleh orangtua adalah membimbing mereka agar berada dalam koridor pertumbuhan diri yang tepat.

Dari segi strata ekonomi anak-anak yang menjadi target audiens penelitian adalah mereka dengan strata ekonomi A sampai B atau strata menengah ke atas. Strata sosial ini dipilih karena dalam mengakses sebuah internet perlu diperhatikan dari segi kecepatan koneksi apabila menginginkan pemakaian audio, video, dan animasi dalam sebuah situs web. Kecepatan koneksi di internet

dinamakan dengan *bandwidth* yang diukur dalam *bits per second* (bps) yang berarti seberapa banyak bagian dari data yang dapat ditransmisikan setiap detik selama koneksi. Hal ini yang melatarbelakangi pemilihan target audiens berstrata ekonomi A sampai B karena golongan ini dianggap mampu menyediakan fasilitas internet dengan *bandwidth* yang cukup besar.

Dari segi geografis pun diambil dari daerah di kota-kota besar seperti Jakarta dan Tangerang karena pada lokasi ini biasanya terdapat sekolah-sekolah sudah memiliki fasilitas komputer dan pendidikan komputer bagi siswa dan siswinya, jadi dapat dikatakan bahwa anak-anak sudah mengenal komputer serta internet sejak mereka duduk di bangku sekolah dasar. Sehubungan dengan hal tersebut maka psikologi segmentasi yang diambil dari anak-anak ini adalah anak-anak digital yang tidak gagap teknologi. Anak-anak ini dapat memakai internet secara efektif dan bahkan dapat melakukannya secara mandiri tanpa dibimbing oleh orangtua.

Kampanye ini ditujukan pula untuk mereka yang menyukai belajar sambil bermain, jadi walau mereka tidak tertarik pada gaya hidup hijau, paling tidak mereka dapat belajar secara tidak langsung mengenai lingkungan dari sebuah permainan tersebut. Permainan yang dimaksudkan bukan hanya sekedar untuk hiburan tetapi juga untuk menyampaikan tujuan kampanye yang sifatnya edukatif.

## **2. Pengaplikasian Metode Penelitian**

Penelitian itu tidak cukup hanya sebatas pada telaah literatur tetapi juga harus meneliti langsung ke lapangan. Studi pustaka dan telaah literatur memang sangat

bermanfaat karena dari situ didapatkan banyak informasi dari segi teori dan pengalaman tertulis dari pengarangnya masing-masing. Dari membaca banyak buku maka secara otomatis akan membuka wawasan mengenai segala hal yang ingin diketahui. Cara berpikir menjadi tidak sempit karena banyak pengetahuan yang didapat. Studi pustaka dan telaah literatur juga berperan sebagai dasar teori dari konsep yang akan dibuat.

Selain telaah literatur atau studi pustaka dari beberapa buku yang berkaitan, penelitian juga dilakukan melalui studi lapangan dengan cara penyebaran kuesioner. Kuesioner itu sendiri adalah serangkaian atau daftar pertanyaan yang ditujukan untuk suatu kelompok tertentu dan bertujuan untuk kegiatan penelitian. Kuesioner dibagikan kepada anak-anak sesuai dengan target audiens yang telah ditentukan sebelumnya dan bahasa yang dipakai dalam kuesioner kali ini menggunakan bahasa gambar dengan pertanyaan yang sudah terarah dan mempunyai tujuan tersendiri. Dengan adanya kuesioner yang diisi sendiri oleh anak-anak maka akan terlihat jawaban-jawaban yang nantinya dapat dirangkum menjadi suatu kesimpulan. Kesimpulan tersebut akan digunakan sebagai pendukung pembuatan konsep desain yang efektif.

Setelah studi pustaka dan pembagian kuesioner maka tahap pendekatan penelitian yang lain adalah wawancara. Wawancara ini sebagai sumber hasil penelitian yang berhadapan langsung dan bertanya langsung kepada respondennya. Wawancara dilakukan kepada seorang profesional yang berpengalaman dan ahli dalam bidang psikologi. Dalam wawancara diajukan beberapa pertanyaan yang

telah dipertimbangkan mampu menjawab tingkah laku anak dan lainnya yang berkaitan. Hasil wawancara juga akan dipertimbangkan dalam eksekusi desain.

Ada baiknya juga melakukan tinjauan pustaka yaitu mencermati situs web anak-anak yang telah ada di internet. Dari studi situs web ini dapat diperoleh ciri-ciri situs web anak secara keseluruhan, berkisar antara lain hal-hal yang berhubungan dengan warna, navigasi, gambar, dan sebagainya. Dengan mempelajari ciri-ciri situs web anak secara umum dari bukti nyata yang sudah ada maka dapat ditarik kesimpulan seperti apa situs web anak-anak itu.

### **3. Variabel Penelitian**

Variabel merupakan objek penelitian yang dapat diukur. Variabel terdiri dari beberapa jenis berdasarkan fungsi dan cara interaksi variabel itu sendiri, akan tetapi dalam penelitian ini variabel yang diteliti diambil dua jenis saja yaitu variabel *independent* dan *dependent*.

Variabel *independent* adalah variabel yang mempengaruhi variabel *dependent* yang sifatnya bebas. Dalam bahasa Inggris, *independent* berarti berdiri sendiri dan hal ini menunjukkan bahwa variabel yang sifatnya bebas ini akan mempengaruhi variabel lain yang sifatnya tidak bebas atau tidak dapat berdiri sendiri. Variabel *dependent* adalah kebalikan dari variabel *independent*. Variabel ini sifatnya bergantung kepada variabel *independent* atau biasa disebut sebagai hasil dari interaksi variabel *independent*.

#### **a. Variabel *Independent***

Sebagai variabel *independent* yang secara bebas dapat berdiri sendiri adalah *Go Green*. *Go Green* adalah isu yang diangkat dalam kampanye ini sehingga variabel ini yang mempengaruhi pemilihan target audiens dan media penyampaian.

#### **b. Variabel *Dependent***

Untuk variabel *dependent* atau variabel yang dipengaruhi oleh variabel *independent* dalam penelitian ini adalah anak-anak dan situs web. Anak-anak terpilih menjadi target audiens *Go Green* karena mereka adalah generasi penerus bumi yang sangat erat berhubungan dengan sifat *Go Green* yaitu berkelanjutan atau *sustain*. Kalau tidak ada variabel *Go Green* ini maka anak-anak mungkin saja tidak terpilih sebagai target audiensnya.

Situs web sebagai variabel *dependent* yang kedua dipengaruhi oleh *Go Green* sehingga menghasilkan sebuah media penyampaian yang sifat dan gayanya berkonsep pada *Go Green*. Semua hal yang akan dieksekusi nantinya dalam situs web tersebut akan didasari pada *Go Green* sebagai variabel *independent*.

### **4. Teknik Pengumpulan Data**

#### **a. Studi Pustaka dan Telaah Literatur**

Pengumpulan data untuk studi pustaka dilakukan dengan membaca banyak buku-buku yang berhubungan dengan apa yang diteliti. Kebanyakan buku-buku itu dipinjam dari perpustakaan kampus dan juga dibeli dari toko buku apabila buku yang dicari tidak ada di perpustakaan kampus. Untuk sumber lainnya ada juga

yang dibaca melalui artikel di internet atau *e-book* yang sifatnya digital. Setiap buku tersebut tidak dibaca secara keseluruhan, tetapi cukup diambil bagian-bagian yang diperlukan dan dapat dijadikan landasan teori serta mendukung pernyataan dalam penulisan laporan penelitian. Setelah dibaca dan dimengerti maka mulailah dituangkan dalam bentuk paragraf-pragraf informatif berdasarkan pada teori yang diperoleh dari buku dan menyertakan argumen berdasarkan teori.

#### **b. Kuesioner**

Untuk pengumpulan data secara kuesioner dilakukan dengan menuliskan pokok-pokok pertanyaan apa yang akan diajukan kepada objek penelitian. Setiap dari pertanyaan tersebut mempunyai maksudnya tersendiri-sendiri yang berhubungan dengan lingkungan dan komputer yang berbasis internet, barulah setelah pertanyaan tersebut dapat dikatakan efisien untuk ditanyakan maka pilihan-pilihan dari jawaban tersebut dibuat dalam bahasa gambar mengingat target audiens yang akan diberi kuesioner adalah anak-anak. Penyebaran kuesioner dilakukan melalui sekolah-sekolah yang sesuai dengan segmentasi target audiens, yaitu sekolah dengan tingkat ekonomi murid-muridnya A sampai dengan B.

Setelah surat izin untuk melakukan penyebaran kuesioner disetujui oleh kepala sekolah masing-masing, maka angket dititipkan ke sekolah untuk diberikan kepada anak-anak dan diisikan pada waktu kosong di sela-sela kegiatan belajar mereka. Kuesioner itu disebar dengan jumlah yang sama pada setiap tingkat pendidikan, misalnya dua puluh kuesioner disebar pada anak-anak kelas satu Sekolah Dasar, lalu dua puluh lagi untuk anak-anak kelas dua, dan dua puluh



lainnya untuk anak-anak kelas tiga. Biasanya setiap tingkatan kelas mewakili satu tingkat umur yang sama maka dapat dianggap bahwa penyebaran kuesioner di semua umur target audiens adalah sama rata, misalnya anak-anak kelas satu sekolah dasar yang mewakili anak-anak dengan usia 6 tahun, dan sebagainya.

### **c. Wawancara**

Responden wawancara adalah seorang lulusan fakultas ilmu psikologi di Malaysia yang pernah menangani anak-anak sebelum beliau bekerja di sebuah perusahaan asuransi untuk meneliti tingkah laku karyawan dan konsumen. Dari hasil wawancara ini maka didapat kesimpulan mengenai tingkah laku anak-anak secara umum dan hal-hal yang mereka sukai dalam proses belajar mereka.

Dari keseluruhan teknik dan usaha pengumpulan data maka dapat disimpulkan data yang ingin diperoleh dari penelitian ini adalah data hubungan antara anak dengan lingkungannya, serta pengaruhnya kepada *user interface* situs web yang akan menghasilkan sebuah situs web kampanye dengan misi *Go Green* dan diharapkan dapat menyampaikan pesan tersebut dengan baik. Selain itu harus dapat juga membuat situs web dengan *user interface* yang sesuai dengan pola pikir, tingkah laku, dan kesenangan anak-anak.

### **d. Studi Lapangan Situs web**

Dalam hal ini teknik yang diambil dalam pengumpulan data adalah dengan mencari situs web-situs web anak yang telah ada kemudian meneliti hal yang

dapat diambil dari situs web-situs web tersebut seperti butir-butir penting seputar warna, gaya gambar, navigasi, suara, dan sebagainya.

## **5. Teknik Pengambilan Sampel**

Pengambilan sampel untuk metode penelitian kuesioner dilakukan dengan menyebarkan kuesioner ke sekolah-sekolah dengan tingkat ekonomi A-B yang memiliki pelajaran komputer sebagai salah satu mata pelajaran wajib. Sekolah seperti itu banyak sekali terdapat di seluruh penjuru kota-kota besar di Indonesia. Tetapi untuk sampel cukup diambil di daerah Jakarta dan Tangerang. Daerah Tangerang, lebih tepatnya di Gading Serpong, banyak sekolah swasta yang terakreditasi baik, oleh sebab itu satu dari banyak sekolah tersebut menjadi tempat sampel penyebaran kuesioner.

Sekolah yang menjadi sampel tempat penyebaran kuesioner di daerah Tangerang adalah SD Menara Tirza Gading Serpong. Untuk daerah Jakarta yang diambil sebagai tempat penyebaran angket adalah SD Regina Pacis Jakarta yang berlokasi di Palmerah Utara I dan terakreditasi baik serta memiliki murid-murid yang berstrata ekonomi A-B. Masing-masing tingkat pendidikan akan diberikan sebanyak kira-kira 20 lembar untuk satu kelas atau disesuaikan dengan jumlah anak pada satu kelas di masing-masing sekolah. Tingkat itu adalah tingkat SD kelas satu, dua, dan tiga.

No	Tanggal / Waktu	Nama Sekolah	Tingkat Kelas	Jumlah Kuesioner Disebar
1	11 November 2011	SD Menara Tirza (Tangerang)	SD 1, 2, 3	55
2	15 November 2011	SD Regina Pacis (Jakarta)	SD 1, 2, 3	90

Tabel 3.1 Sampel penyebaran kuesioner

## 6. Teknik Analisis Data

Data akan dihadirkan secara kualitatif dan kuantitatif. Data kualitatif adalah data yang tidak berbentuk bilangan sedangkan data kuantitatif adalah data yang berbentuk bilangan. Data kualitatif akan didapat dari hasil studi pustaka, wawancara, dan penelitian tingkah laku, sedangkan data kuantitatif akan diperoleh dari hasil perhitungan kuesioner.

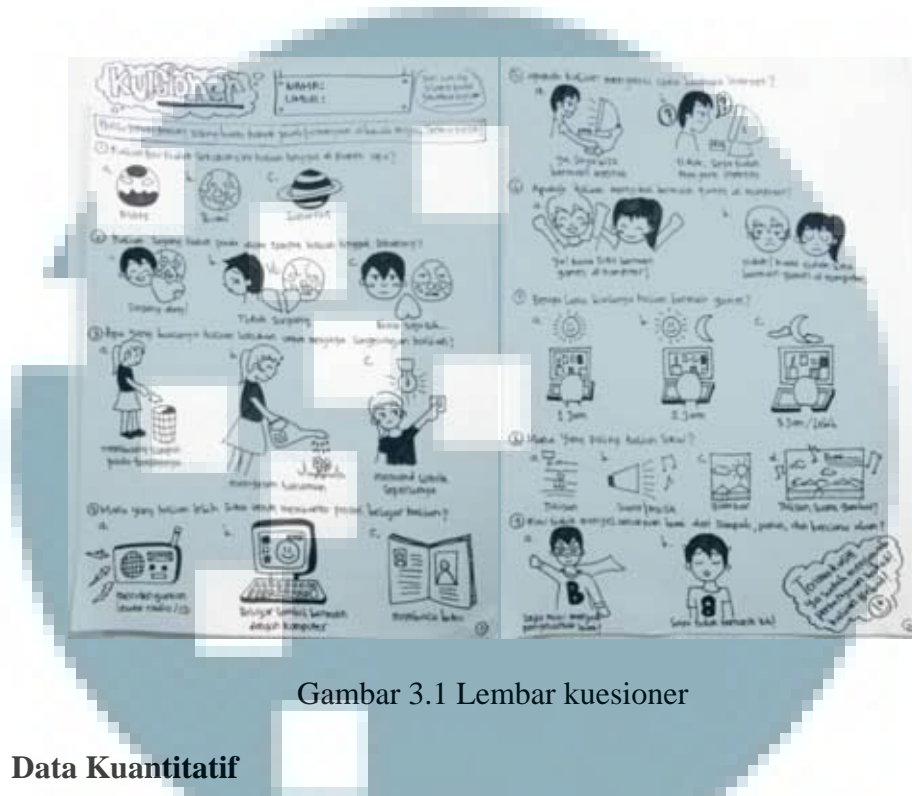
Analisa secara kualitatif adalah analisa yang tidak menggunakan model matematika, statistik, dan ekonometrik, sedangkan analisa secara kuantitatif adalah proses analisa berdasarkan keilmuan statistik. Dari hasil kuesioner nanti akan dihitung secara kuantitatif sehingga akan menghasilkan angka-angka, persen, atau diagram secara statistik dan dianalisa kemudian.

## B. Hasil Penelitian

### 1. Kuesioner

Kuesioner dibuat dalam gambar yang terdiri dari sembilan buah pertanyaan. Pertanyaan dibuat dalam bahasa tulisan sedangkan jawabannya dibuat dalam gambar yang masing-masing mewakili setiap jawaban yang disajikan. Responden

mengisi nama dan umur mereka terdahulu kemudian menjawab pertanyaan setiap pertanyaan dengan menyilangkan jawaban yang dipilih.



Gambar 3.1 Lembar kuesioner

**a. Data Kuantitatif**

Sembilan buah pertanyaan yang ditanyakan dalam kuesioner:

No	Pertanyaan	Pilihan Jawaban	Maksud Pertanyaan
1	Kalian tau tidak sekarang ini kalian tinggal dimana?	a.Mars b.Bumi c.Saturnus	Pertanyaan ini sebagai pertanyaan dasar bahwa anak-anak tau atau tidak bahwa mereka tinggal bumi. Dengan mereka mengetahui planet tempat mereka tinggal maka akan lebih mudah untuk mengajak mereka mencintai dan menjaga bumi mereka sebagai tempat mereka hidup.
2	Kalian sayang tidak pada alam tempat kalian tinggal?	a.Sayang dong b.Tidak sayang c.Biasa aja tuh	Pertanyaan ini untuk mengetahui seberapa besar anak-anak itu tidak hanya mengenal tetapi menyayangi lingkungan mereka. Apabila anak-

			anak menyayangi tempat mereka tinggal maka dengan mudah mereka juga akan mau menjaga lingkungan mereka.
3	Apa yang biasanya kalian lakukan untuk menjaga lingkungan kalian?	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Membuang sampah pada tempatnya</li> <li>b. Menyiram tanaman</li> <li>c. Memakai listrik seperlunya</li> </ul>	Pertanyaan ini adalah untuk mengetahui hal apa saja yang mereka tau dan biasanya mereka lakukan untuk menjaga lingkungan mengingat banyak sekali cara untuk menerapkan gaya hidup hijau.
4	Mana yang lebih kalian suka untuk membantu proses belajar kalian?	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Mendengarkan lewat radio / CD</li> <li>b. Belajar sambil bermain dengan komputer</li> <li>c. Membaca buku</li> </ul>	Pertanyaan ini adalah untuk mengetahui hal apa saja yang mereka tau dan biasanya mereka lakukan untuk menjaga lingkungan mengingat banyak sekali cara untuk menerapkan gaya hidup hijau.
5	Apakah kalian mengerti cara bermain internet?	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Ya, saya bias bermain internet</li> <li>b. Tidak, saya tidak mengerti bermain internet</li> </ul>	Pertanyaan ini untuk menyimpulkan apakah anak-anak jaman sekarang sudah mengetahui cara berinternet atau belum. Apabila mereka tau cara bermain internet maka situs web kampanye juga akan dengan mudah mereka cari dan akses.
6	Apakah kalian menyukai bermain games di komputer?	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Ya! Kami suka bermain games di komputer</li> <li>b. Tidak. Kami tidak suka bermain games di komputer</li> </ul>	Pertanyaan ini adalah untuk mengetahui minat anak pada games di komputer.

7	Berapa lama biasanya kalian bermain games?	a. 1 jam b. 2 jam c. 3 jam / lebih	Pertanyaan ini untuk mengetahui berapa lama mereka bermain games yang ditujukan untuk menentukan waktu permainan dalam game situs web kampanye nantinya.
8	Mana yang paling kalian sukai, tulisan, suara dan musik, gambar, atau semuanya?	a. Tulisan b. Suara dan music c. Gambar d. Tulisan, suara, gambar!	Pertanyaan ini untuk mengetahui hal apa yang paling mereka suka karena masing-masing anak tentu memiliki kesukaan yang berbeda akan suatu media pengantar informasi. Hasil yang didapat dapat menentukan focus dari elemen utama dalam situs web nantinya.
9	Mau tidak menyelamatkan bumi dari sampah, panas, dan bencana alam?	a. Saya mau menjadi penyelamat bumi b. Saya tidak tertarik tuh	Pertanyaan ini untuk mengetahui sejauh mana mereka ingin ikut berpartisipasi dalam kegiatan menjaga dan melestarikan bumi dari pemanasan global. Apabila mereka ingin sekali ikut ambil bagian dalam hal ini maka kampanye akan berjalan lancar karena anak-anak tertarik untuk melakukannya.

Tabel 3.2 Tabel pertanyaan kuesioner

Dari penyebaran kuesioner sebanyak 150 lembar yang disebar ke kedua sekolah di daerah Tangerang dan Jakarta, didapat hasil kuesioner yang diisi oleh anak-anak dari berbagai tingkat umur sesuai dengan yang ditargetkan sebelumnya.

Untuk SD Menara Tirza ada sekitar enam puluh lembar kuesioner yang disebar dan dari jumlah tersebut, hanya sekitar lima puluh lima kuesioner yang kembali.

Dua diantaranya tidak diisi dan tiga lainnya tidak ada. Pembagian kuesioner di sekolah ini adalah perkelas yang masing-masing kelas berisi dua puluh anak, sedangkan kuesioner disebar ke ketiga tingkat kelas yang berbeda yaitu SD kelas Satu, Dua, dan Tiga. Di bawah ini adalah keterangan mengenai jumlah kuesioner beserta hasilnya yang dikelompokkan berdasarkan umur:

SD Menara Tirza  
 Usia: 5 tahun  
 Total Kuesioner: 2 lembar

No soal	Jawaban a	Persen a	Jawaban b	Persen b	Jawaban c	Persen c	Jawaban d	Persen d	Jumlah
1		0%	2	100%		0%			2
2	2	100%		0%		0%			2
3	1	50%		0%	1	50%			2
4		0%	1	50%	1	50%			2
5	2	100%		0%					2
6	2	100%		0%					2
7	2	100%		0%		0%			2
8	1	50%		0%	1	50%		0%	2
9	2	100%		0%					2

Tabel 3.3 Hasil kuesioner SD Menara Tirza usia lima tahun

SD Menara Tirza  
 Usia: 6 tahun  
 Total Kuesioner: 17 lembar

No soal	Jawaban a	Persen a	Jawaban b	Persen b	Jawaban c	Persen c	Jawaban d	Persen d	Jumlah
1		0%	17	100%		0%			17
2	17	100%		0%		0%			17
3	14	82%	3	18%		0%			17
4	2	12%	3	18%	12	71%			17
5	17	100%		0%					17
6	17	100%		0%					17
7	9	53%	6	35%	2	12%			17
8	3	18%	1	6%	8	47%	5	29%	17
9	14	82%	3	18%					17

Tabel 3.4 Hasil kuesioner SD Menara Tirza usia enam tahun

SD Menara Tirza  
 Usia: 7 tahun  
 Total Kuesioner: 17 lembar

No soal	Jawaban a	Persen a	Jawaban b	Persen b	Jawaban c	Persen c	Jawaban d	Persen d	Jumlah
1		0%	17	100%		0%			17
2	17	100%		0%		0%			17
3	12	71%	5	29%		0%			17
4		0%	6	35%	11	65%			17
5	14	82%	3	18%					17
6	17	100%		0%					17
7	8	47%	7	41%	2	12%			17
8	3	18%	6	35%	6	35%	2	12%	17
9	16	94%	1	6%					17

Tabel 3.5 Hasil kuesioner SD Menara Tirza usia tujuh tahun

SD Menara Tirza  
 Usia: 8 tahun  
 Total Kuesioner: 14 lembar

No soal	Jawaban a	Persen a	Jawaban b	Persen b	Jawaban c	Persen c	Jawaban d	Persen d	Jumlah
1		0%	14	100%		0%			14
2	14	100%		0%		0%			14
3	9	64%	3	21%	2	14%			14
4		0%	1	7%	13	93%			14
5	12	86%	2	14%					14
6	13	93%	1	7%					14
7	9	64%	4	29%	1	7%			14
8	2	14%		0%	4	29%	8	57%	14
9	14	100%		0%					14

Tabel 3.6 Hasil kuesioner SD Menara Tirza usia delapan tahun



SD Menara Tirza  
 Usia: 9 tahun  
 Total Kuesioner: 4 lembar

No soal	Jawaban a	Persen a	Jawaban b	Persen b	Jawaban c	Persen c	Jawaban d	Persen d	Jumlah
1		0%	4	100%		0%			4
2	4	100%		0%		0%			4
3	4	100%		0%		0%			4
4		0%		0%	4	100%			4
5	4	100%		0%					4
6	4	100%		0%					4
7	2	50%	1	25%	1	25%			4
8		0%		0%	1	25%	3	75%	4
9	4	100%		0%					4

Tabel 3.7 Hasil kuesioner SD Menara Tirza usia sembilan tahun

SD Menara Tirza  
 Usia: 11 tahun  
 Total Kuesioner: 1 lembar

No soal	Jawaban a	Persen a	Jawaban b	Persen b	Jawaban c	Persen c	Jawaban d	Persen d	Jumlah
1		0%	1	100%		0%			1
2	1	1%		0%		0%			1
3	1	100%		0%		0%			1
4		0%		0%	1	100%			1
5	1	100%		0%					1
6	1	100%		0%					1
7	1	100%		0%		0%			1
8		0%		0%	1	100%		0%	1
9	1	100%		0%					1

Tabel 3.8 Hasil kuesioner SD Menara Tirza usia sebelas tahun

Untuk SD Regina Pacis Jakarta, total kuesioner yang disebar adalah Sembilan puluh kuesioner yang disebar ke tiga tingkat yaitu SD kelas satu, dua, dan tiga yang masing-masing kelas terdiri dari 30 anak. Jumlah kuesioner yang kembali adalah 88 kuesioner sedangkan dua sisanya tidak ada. Di bawah ini adalah hasil dari kuesioner yang disebar di sekolah ini menurut pengelompokkan berdasarkan umur anak.

SD Regina Pacis  
 Usia: 6 tahun  
 Total Kuesioner: 26 lembar

No soal	Jawaban a	Persen a	Jawaban b	Persen b	Jawaban c	Persen c	Jawaban d	Persen d	Jumlah
1		0%	25	96%	1	6%			26
2	26	100%		0%		0%			26
3	17	65%	8	31%	1	6%			26
4		0%	10	38%	16	94%			26
5	23	88%	3	12%					26
6	23	88%	3	12%					26
7	22	85%	3	12%	1	6%			26
8	2	8%		0%	13	76%	11	42%	26
9	26	100%		0%					26

Tabel 3.9 Hasil kuesioner SD Regina Pacis usia enam tahun

SD Regina Pacis  
 Usia: 7 tahun  
 Total Kuesioner: 21 lembar

No soal	Jawaban a	Persen a	Jawaban b	Persen b	Jawaban c	Persen c	Jawaban d	Persen d	Jumlah
1		0%	20	95%	1	6%			21
2	20	95%	1	5%		0%			21
3	11	52%	9	43%	1	6%			21
4		0%	1	5%	20	118%			21
5	18	86%	3	14%					21
6	20	95%	1	5%					21
7	14	67%	5	24%	2	12%			21
8	5	24%	4	19%	8	47%	4	19%	21
9	21	100%		0%					21

Tabel 3.10 Hasil kuesioner SD Regina Pacis usia tujuh tahun

SD Menara Tirza  
 Usia: 8 tahun  
 Total Kuesioner: 37 lembar

No soal	Jawaban a	Persen a	Jawaban b	Persen b	Jawaban c	Persen c	Jawaban d	Persen d	Jumlah
1		0%	37	100%		0%			37
2	37	100%		0%		0%			37
3	23	62%	13	35%	1	3%			37
4		0%	1	3%	36	97%			37
5	36	97%	1	3%					37
6	34	92%	3	8%					37
7	24	65%	11	30%	2	5%			37
8	4	11%	3	8%	19	51%	11	30%	37
9	36	97%	1	3%					37

Tabel 3.11 Hasil kuesioner SD Regina Pacis usia delapan tahun

SD Menara Tirza  
 Usia: 9 tahun  
 Total Kuesioner: 4 lembar

No soal	Jawaban a	Persen a	Jawaban b	Persen b	Jawaban c	Persen c	Jawaban d	Persen d	Jumlah
1		0%	4	100%		0%			4
2	4	100%		0%		0%			4
3	3	75%	1	25%		0%			4
4		0%		0%	4	100%			4
5	3	75%	1	25%					4
6	3	75%	1	25%					4
7	1	25%	2	50%	1	25%			4
8	1	25%	2	50%	1	25%		0%	4
9	4	100%		0%					4

Tabel 3.12 Hasil kuesioner SD Regina Pacis usia sembilan tahun

Apabila ada responden yang usianya diluar usia target audiens, yaitu yang berusia di luar usia 6-8 tahun, karena dalam satu tingkat kelas belum tentu anak-anak akan berada pada usia yang sama. Hal ini dapat terjadi tergantung umur berapa serta seberapa besar kecerdasan mereka sehingga dapat menempati tingkat pendidikan tertentu, namun tidak menjadi masalah besar karena setiap kelas adalah sampel yang mampu mewakili satu tingkatan umur. Setelah semua

perhitungan berdasarkan kelompok umur dari sekolah masing-masing kemudian data dihitung secara keseluruhan sebagai berikut.

### Hasil kuesioner SD Menara Tirza Tangerang

- Jumlah kuesioner disebar: 60 lembar
- Jumlah kuesioner kembali: 55 lembar
- Jumlah kuesioner tidak diisi: 2 lembar
- Jumlah kuesioner hilang: 3 lembar

No soal	Jawaban	Persen	Jawaban	Persen	Jawaban	Persen	Jawaban	Persen	Jumlah
	a	a	b	b	c	c	d	d	
1	0	0%	55	100%	0	0%			55
2	55	100%	0	0%	0	0%			55
3	41	75%	11	20%	3	5%			55
4	2	4%	11	20%	42	76%			55
5	50	91%	5	9%					55
6	54	98%	1	2%					55
7	31	56%	18	33%	6	11%			55
8	9	16%	7	13%	21	38%	18	33%	55
9	51	93%	4	7%					55

Tabel 3.13 Hasil kuesioner keseluruhan SD Menara Tirza

### Hasil kuesioner SD Regina Pacis Jakarta

- Jumlah kuesioner disebar: 90 lembar
- Jumlah kuesioner kembali: 88 lembar
- Jumlah kuesioner hilang: 2 lembar

No soal	Jawaban a	Persen a	Jawaban b	Persen b	Jawaban c	Persen c	Jawaban d	Persen d	Jumlah
1	0	0%	86	98%	2	2%			88
2	87	99%	1	1%	0	0%			88
3	54	61%	31	35%	3	3%			88
4	0	0%	12	14%	76	86%			88
5	80	91%	8	9%					88
6	80	91%	8	9%					88
7	61	69%	21	24%	6	7%			88
8	12	14%	9	10%	41	47%	26	30%	88
9	87	99%	1	1%					88

Tabel 3.14 Hasil kuesioner keseluruhan SD Regina Pacis

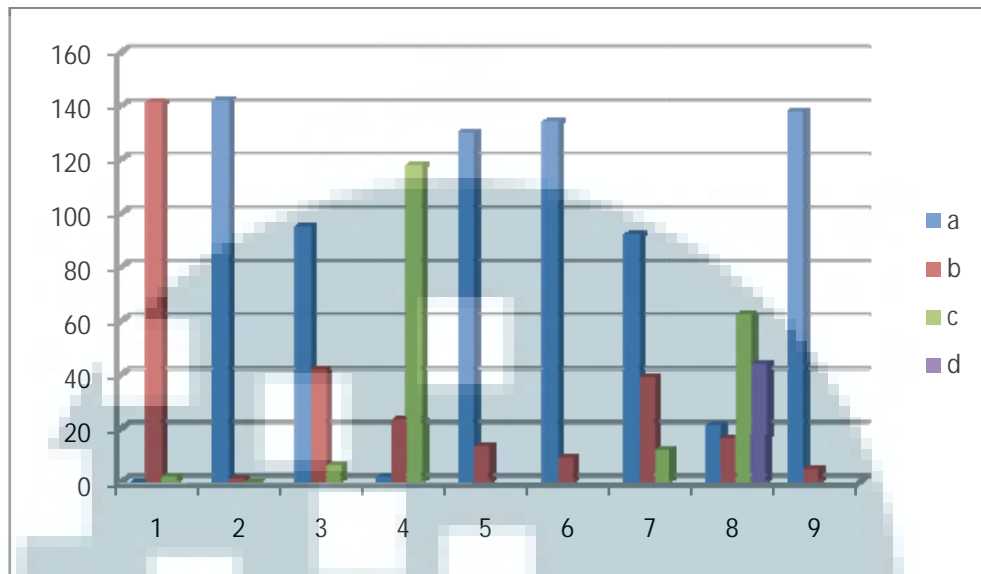
#### Total kuesioner keseluruhan

Jumlah kuesioner: 143 Kuesioner

No soal	Jawaban a	Persen a	Jawaban b	Persen b	Jawaban c	Persen c	Jawaban d	Persen d	Jumlah
1	0	0%	141	99%	2	1%			143
2	142	99%	1	1%	0	0%			143
3	95	66%	42	29%	6	4%			143
4	2	1%	23	16%	118	83%			143
5	130	91%	13	9%					143
6	134	94%	9	6%					143
7	92	64%	39	27%	12	8%			143
8	21	15%	16	11%	62	43%	44	31%	143
9	138	97%	5	3%					143

Tabel 3.15 Hasil kuesioner keseluruhan

Dibawah ini adalah hasil dalam diagram yang disajikan berdasarkan nomor pertanyaan serta jawaban terbanyak yang diajukan dalam kuesioner.



Bagan 3.1 Hasil jawaban kuesioner terbanyak

#### b. Data Kualitatif

Berdasarkan hasil perhitungan kuesioner di atas maka dapat disimpulkan dalam kalimat bahwa anak-anak mengetahui tempat mereka tinggal di bumi dan pada kenyataannya mereka menyayangi bumi sebagai tempat mereka tinggal. Hal yang biasanya mereka lakukan untuk menjaga lingkungan adalah dengan membuang sampah (66%) sedangkan untuk menyiram tanaman dan mematikan listrik kurang begitu mereka lakukan. Berdasarkan pernyataan ini maka anak-anak harus diberitahu cara melestarikan lingkungan mereka dimulai dari cara yang paling sederhana yang ada disekitar mereka demi keberlangsungan kehidupan planet bumi.

Media pembelajaran konvensional yang masih terus dipakai oleh anak-anak adalah buku. Anak-anak masih suka metode belajar dengan buku sampai saat ini. Hal ini tentu tidak dapat dihilangkan begitu saja karena membaca buku sudah

menjadi salah satu budaya dari proses pembelajaran anak-anak. Buku adalah suatu hal yang sudah melekat dari dulu untuk proses penambahan ilmu pengetahuan, sedangkan metode belajar dengan menggunakan komputer baru dapat tersosialisasi beberapa tahun belakangan ini. Kampanye ini memang dengan sengaja tidak menggunakan media buku sebagai media penyampai informasi pada anak-anak, dengan tujuan agar tidak menghilangkan makna atau esensi dari kampanye *Go Green* itu sendiri. Tentu saja dengan pembuatan buku maka akan banyak membutuhkan kertas yang notabene untuk satu rim kertas itu sendiri dihasilkan dari sebatang pohon dengan perkiraan usia sepuluh hingga lima belas tahun.

Hal lain yang dapat disimpulkan dari hasil kuesioner adalah bahwa anak-anak dalam rata-rata usia enam sampai delapan tahun sudah dapat mengakses dan mengerti cara menggunakannya (91%). Hal lainnya yang dapat disimpulkan adalah kegemaran mereka akan permainan di komputer sebesar 94% dan rata-rata waktu yang mereka habiskan untuk bermain permainan di komputer adalah sekitar satu jam (64%), sisanya dua jam (27%), dan tiga jam atau lebih (8%).

Untuk elemen yang paling anak-anak sukai adalah elemen gambar (43%) sedangkan sisanya menyukai penggabungan antara tulisan, suara, dan gambar (31%). Dengan adanya kesimpulan ini maka elemen yang akan dominan dalam situs web adalah elemen gambar serta diikuti oleh penggabungan tulisan dan suara yang tidak terlalu dominan dibanding dengan elemen gambar. Akhirnya secara keseluruhan anak-anak ingin menjadi pahlawan bumi dengan melestarikan sekaligus menjaga bumi dari sampah, pemanasan global, dan bencana alam.

Pernyataan ini dapat dijadikan sebuah optimisme baru bahwa kampanye akan berjalan lancar karena dari sisi target audiens sendiri yang tertarik untuk melakukan misi penyelamatan bumi ini.

## 2. Wawancara

Seperti yang dikatakan sebelumnya bahwa wawancara dilakukan kepada seorang sarjana psikologi *Universiti Tunku Abdul Rahman Malaysia*. Beliau adalah Mr. Simon Lai yang pernah menangani anak-anak sebelum bekerja di salah satu sebuah perusahaan asuransi ternama di Malaysia. Wawancara dilakukan pada sore hari ketika waktu bekerja telah usai dan beliau menjawab pertanyaan dengan singkat dan jelas. Dari hasil wawancara yang dilakukan kepada Beliau, dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

Secara general anak-anak itu sifatnya sangat aktif, *outgoing*, dan penuh rasa ingin tau yang besar. Pikiran anak-anak itu simpel. Anak-anak jaman sekarang sangat cerdas dan mulai terpengaruh dengan globalisasi yang sering termakan dengan teknologi. Cara mengatasi anak-anak adalah dengan banyak menggunakan komunikasi dan perbincangan yang rasional menurut tingkat anak-anak. Cara yang paling baik untuk berkomunikasi dengan anak-anak adalah berbicara dengan bahasa mereka yang sederhana dan simpel. Anak-anak juga harus diajak bermain bersama dan itu sebagai salah satu contoh komunikasi yang baik.

Sesuatu yang menarik bagi mereka sekarang adalah teknologi. Tahun 2000 adalah tahun bagi *cyber generation* dan tahun 2010 adalah tahun bagi *alpha generation* yaitu *cyber generation* yang sudah lebih mahir berteknologi daripada



generasi sebelumnya. Generasi ini cepat untuk beradaptasi dengan teknologi-teknologi baru yang ada. Tentu saja teknologi, apapun bentuknya, sangat diminati oleh anak-anak jaman sekarang ini yang sudah bergenerasi *cyber advanced*. Di dalam teknologi tersebut terdapat visual, audio, dan sentuhan (indera peraba). Ketiga unsur ini baik untuk perkembangan kecerdasan anak dan sifat mereka yang selalu ingin tau akan menuntun mereka untuk bermain dengan ketiga unsur ini.

Anak-anak dapat berkoneksi dan belajar mengenai sesuatu dari banyak hal, hanya saja karena ini jaman globalisasi dan teknologi sedang marak-maraknya, maka akan lebih mudah bagi mereka untuk belajar melalui komputer, baik itu menggunakan perangkat lunak tertentu, *e-book*, atau bahkan internet yang mempunyai banyak informasi untuk dapat mereka pelajari. Untuk dapat menyampaikan informasi dengan baik dan tepat kepada anak-anak harus disesuaikan dengan tingkat usia mereka. Beda usia tentu akan berbeda cara penyampaiannya.

Biasanya anak-anak usia dua sampai tiga tahun sudah belajar membaca dan mengeja kata, sedangkan anak-anak usia tujuh sampai delapan tahun sudah dapat membaca kalimat. Diatas usia delapan tahun anak-anak sudah dapat membaca kalimat yang lebih kompleks lagi. Berilah informasi yang mudah dimengerti oleh mereka seperti "*Recycle is good for the world.*" Kalimat tersebut harus dapat menstimulasi daya pikir mereka sehingga mereka menjadi mengerti mana yang baik, buruk, serta sebab dan akibat dari sesuatu hal. Media yang tepat untuk mengajarkan anak mengenai *Go Green* adalah dengan komputer. Bisa saja seperti menyajikan suatu bentuk permainan yang dapat menstimulasi otak anak dan

memberikan informasi di dalamnya. Dengan adanya hal ini, diharapkan anak-anak dapat belajar dengan cara yang menyenangkan atau dikenal juga dengan istilah dalam bahasa asing yaitu *fun learning*.

Merangkum hasil wawancara tersebut maka kesimpulan yang dapat diambil adalah:

- 1) Anak-anak itu aktif, *outgoing*, ceria, selalu ingin tau, dan simpel.
- 2) Anak-anak sekarang lebih "melek" terhadap teknologi dibanding generasi sebelumnya.
- 3) Anak-anak harus diajak berkomunikasi dengan baik melalui pembicaraan yang sesuai dengan tingkat usia mereka.
- 4) Anak-anak menyukai teknologi karena teknologi sekarang mempunyai penggabungan audio, visual, dan sentuhan (indera peraba) yang menarik minat dan meningkatkan kecerdasan.
- 5) Mereka dapat belajar melalui komputer, bahkan melalui suatu bentuk permainan tertentu mereka sudah dapat belajar tentang berbagai hal.
- 6) Penyampaian informasi untuk anak-anak harus dengan bahasa yang sederhana, tidak kompleks (simpler), dan harus dapat menstimulasi otak mereka dengan baik.
- 7) Gunakan metode *fun learning* untuk menyampaikan sebuah pesan pada anak-anak.

### 3. Hasil Penelitian Situs web Anak-anak

Dari beberapa situs web anak-anak dengan berbagai tujuan yang telah secara *official* tertampang di internet, maka dari desain-desain situs web tersebut dapat dijadikan masukan yang sangat bermanfaat atau pun sebagai acuan dalam beberapa hal sehingga dapat tercipta konsep perancangan situs web kampanye *Go Green* ini dan selanjutnya. Dibawah ini adalah contoh alamat situs web berdasarkan tinjauan literatur situs web untuk anak:



Sumber: <http://www.funbrain.com/brain/SweepsBrain/sweepsbrain.html>



Sumber: <http://www.disneyjunior-asia.com/>



Sumber: <http://www.clubpenguin.com/>



Sumber: <http://pbskids.org/rogers/castle.html>



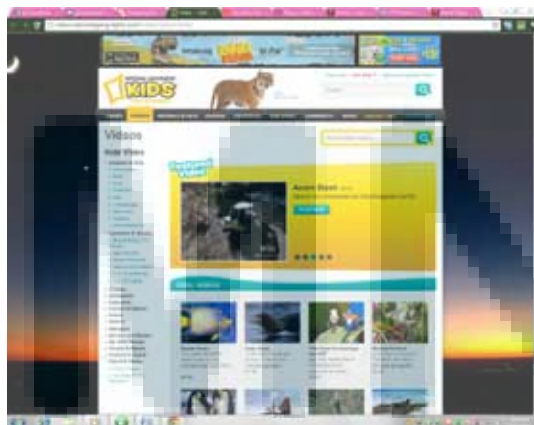
Sumber: <http://www.rainbowmagiconline.com/>



Sumber: <http://www.peppapig.com/>



[http://www.paulsplayhouse.com/pauls\\_playhouse/main\\_menu/main.html](http://www.paulsplayhouse.com/pauls_playhouse/main_menu/main.html)



Sumber: <http://video.nationalgeographic.com/video/player/kids/>



Sumber: <http://disney.go.com/ToyStory/#/games>



Sumber:

[http://www.pingu.net/ca/english/more\\_free\\_pingu\\_coloring\\_pages\\_for\\_free.htm](http://www.pingu.net/ca/english/more_free_pingu_coloring_pages_for_free.htm)

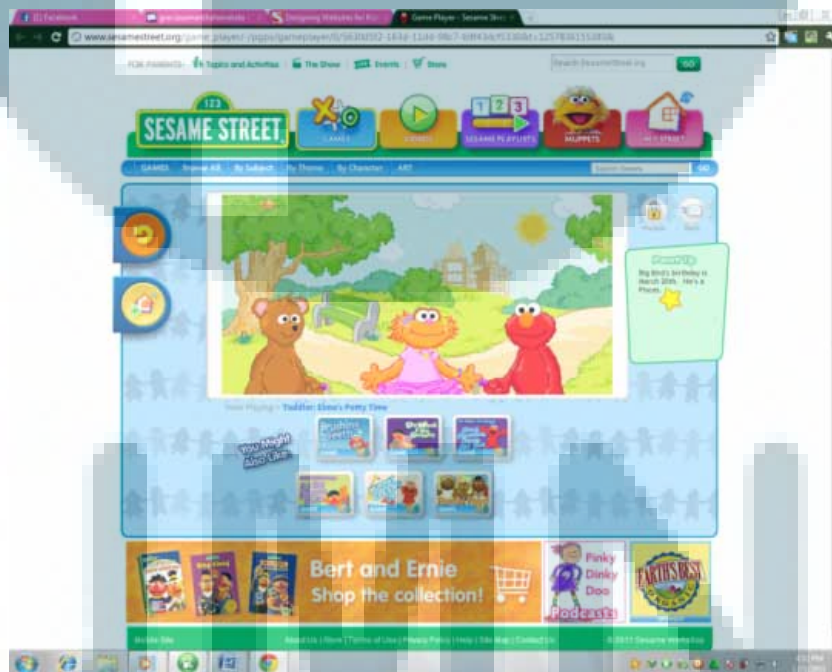


Sumber: <http://www.sesamestreet.org/>

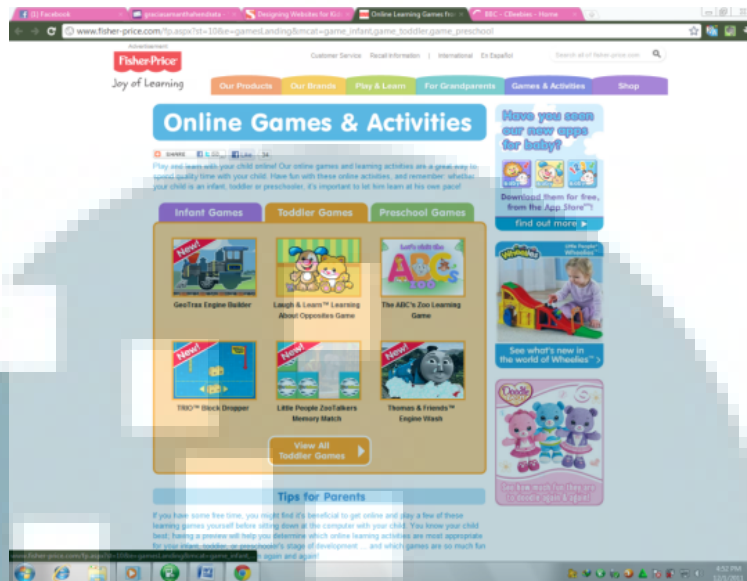




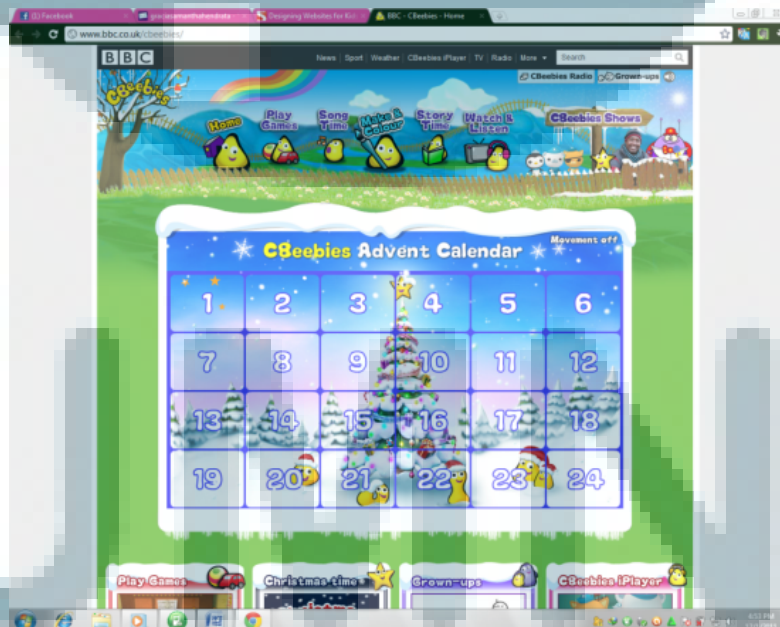
Sumber: <http://www.ytv.com/shows/12/spongebob-squarepants>



Sumber: [http://www.sesamestreet.org/game\\_player/-/pgpv/gameplayer/0/5630d5f2-163d-11dd-98c7-b9f43dcf5330&t=1257836155383&](http://www.sesamestreet.org/game_player/-/pgpv/gameplayer/0/5630d5f2-163d-11dd-98c7-b9f43dcf5330&t=1257836155383&)



Sumber: [http://www.fisher-price.com/fp.aspx?st=10&e=gamesLanding&mcst=game\\_infant,game\\_toddler,game\\_preschool](http://www.fisher-price.com/fp.aspx?st=10&e=gamesLanding&mcst=game_infant,game_toddler,game_preschool)



Sumber: <http://www.bbc.co.uk/cbeebies/>  
Gambar 3.2 Contoh situs web anak-anak



Tersebut butir-butir yang dapat diambil sebagai kesimpulan mendasar berdasarkan studi lapangan terhadap situs web-situs web tersebut yaitu:

- 1) Penggunaan warna-warna terang dan cerah yang dapat menstimulasi indera anak-anak.
- 2) Menunjukkan dan menghasilkan suasana gembira.
- 3) Mengambil elemen-elemen yang ada di alam dan lingkungan sekitar anak-anak.
- 4) Penggunaan karakter animasi atau *cartoon* (ilustrasi bergaya kartun).
- 5) Desain yang detail walaupun diaplikasikan dalam goresan-goresan garis tegas serta warna-warna yang solid.
- 6) Navigasi yang mencolok dan mempunyai iconnya unik sehingga mudah dikenali.
- 7) Interaksi dengan animasi dan suara yang mendukung atau terkonsep dengan baik.
- 8) Menyajikan video dan berbagai sarana permainan yang menarik serta cenderung pada permainan yang mengarah ke kecerdasan anak.
- 9) Sebagai wadah anak-anak dapat berkarya dan berkreatifitas melalui fitur-fitur yang telah tersedia secara digital.
- 10) Perubahan pada kursor menjadi sesuatu yang menarik serta memberikan dampak impulsif untuk anak-anak.
- 11) Navigasi yang beranimasi dan mengeluarkan suara.
- 12) Tidak terlalu mengikuti grid atau tidak terlalu kaku cenderung dinamis, seolah memberikan kesan bergerak atau mengalir.

- 13) Terdapat unsur edukasi di dalamnya.
- 14) Mempunyai ruang tersendiri untuk panduan bagi orangtua sebagai sarana interaksi dengan anak dan selaku pembimbing yang mementoring anak pada saat terkoneksi dengan situs web.

Intinya adalah bahwa situs web untuk anak-anak itu haruslah menyenangkan dengan penyampaian pesan secara audio dan visual yang sudah pasti mendukung karena terkonsep dengan baik.

### **C. Perancangan Konsep Visual**

Media utama dari kampanye ini adalah situs web yang sifatnya berbasis edukasi dan menerapkan prinsip *e-learning* di dalamnya. Sebagai media pendukung untuk mempromosikan situs web tersebut maka dibuatlah dua media pengantar yaitu media cetak berupa iklan di Koran dan majalah serta media jejaring sosial yaitu Facebook dan Twitter. Sebelum semuanya dibuat berdasarkan teknisnya masing-masing, maka terlebih dahulu harus ditentukan konsep yang mendasari semuanya.

Terdapat kata kunci yaitu pemanasan global, *Go Green*, anak-anak, dan *edutainment* dan kata kunci ini memunculkan suatu ide inti yaitu, "mengajak anak-anak untuk memelihara bumi dari *global warming* dengan gaya hidup hijau melalui *e-learning* yang menyenangkan."

Merujuk kepada studi pustaka, telaah literatur, penyebaran kuesioner, dan wawancara, maka konsep visual ini adalah tentang dunia anak-anak. Seperti dikatakan dalam *Smashing Magazine* bahwa kesuksesan desain situs web untuk anak-anak adalah dengan mengimplementasikan elemen-elemen dan prinsip

desain yang dapat menciptakan lingkungan yang cocok dengan minat dan karakter anak-anak tersebut (Lazaris, 2009). Dunia anak-anak itu penuh warna, menghasilkan suasana yang menggembirakan, interaksi dengan gambar dan suara, serta terdapat permainan yang mendidik di dalamnya melalui penggambaran lingkungan sekitar mereka. Anak-anak biasanya menyukai cerita dan dongeng, maka mereka akan dibiarkan memilih jalan ceritanya sendiri secara acak yang tujuannya satu yaitu mengajarkan mereka untuk menjaga dan mencintai bumi.

### **1. Perancangan Judul Kampanye dan Logo**

Judul kampanye yang sekaligus dijadikan logogram dari pengemasan pesan *Go Green* ini adalah "*We Love Earth*", hanya dengan tiga kata yang singkat dan mudah diingat, memunculkan sebuah pengertian bahwa anak-anak untuk mencintai dan menyayangi bumi tempat mereka tinggal, dan kalau mereka menyayangi bumi maka otomatis mereka akan menjaga, merawat, dan melestarikan bumi dari hal-hal yang dapat membuat bumi itu rusak yang memicu pemanasan global. Logo kampanye *Go Green* ini merupakan logogram yaitu jenis logo yang terdiri dari type serta gambar yang menjadi satu kesatuan secara harmoni. Dari logogram kampanye *Go Green* tersebut, akan memberikan informasi yang efektif yaitu melalui penulisan tema kampanye "*We Love Earth*" dalam bentuk alamat situs web.



Gambar 3.3 Logo Kampanye

## 2. Perancangan Icon

Icon atau karakter dibuat lebih sebagai pengantar dan representasi dari anak-anak dalam situs web. Tidak seperti *avatar* yang fungsinya mewakili masing-masing pengguna atau sebagai anggota situs web, icon ini mewakili gender anak-anak di dunia yaitu laki-laki dan perempuan. Icon ini akan muncul seperti *guide* atau pemandu untuk anak-anak, membantu mereka menavigasikan menu-menu yang ada pada situs web.

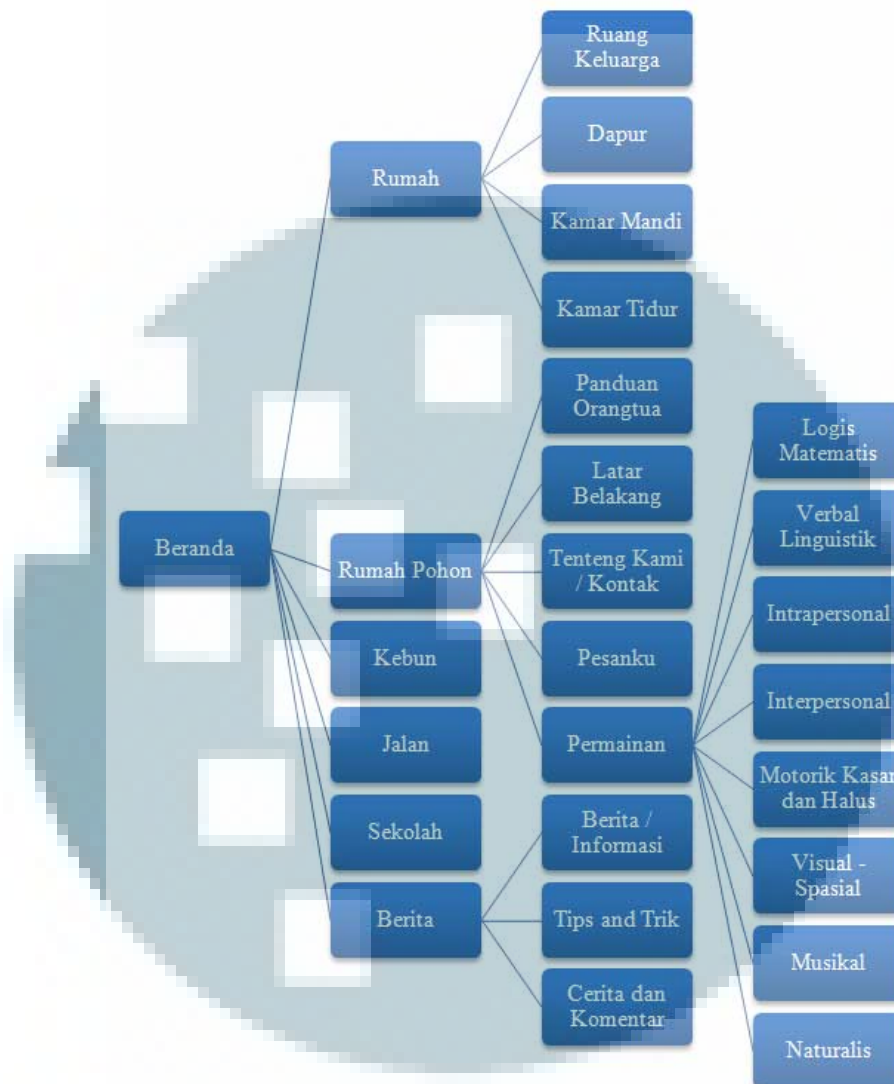
Pertama adalah icon dengan jenis kelamin laki-laki. Karakter dari icon ini mewakili anak laki-laki yang pemberani, mencintai alam, dan suka dengan tantangan serta berpetualangan. Sifat umum anak laki-laki pada umumnya biasanya diselingi dengan sifat buruk agak sembrono dan gegabah dalam melakukan sesuatu. Karakter dalam icon yang kedua adalah seorang anak perempuan yang mempunyai sifat cerdas, dewasa, dan penuh ilmu pengetahuan, sayangnya karena sifatnya yang dewasa dan pintar maka ia lebih mudah mengkhawatirkan segala hal karena cenderung memikirkan segala resikonya. Sifat

ini juga mewakili sifat umum anak perempuan yang biasanya lebih berhati-hati dalam bersikap daripada anak laki-laki dan tentu saja, cenderung cerewet dan nge-”bossy”.

### 3. Perancangan Konten Situs web

Situs web akan diawali dengan *opening* yang memunculkan gambar pintu dari kayu seperti pada pagar perkebunan. Pintu kayu ini dapat dibuka dan barulah masuk ke main menu situs web kampanye. Hal ini dapat menimbulkan rasa ingin tahu dari anak-anak apa yang akan mereka lihat kemudian ketika mereka mengklik gerbang tersebut. Barulah dari sini akan terlihat navigasi-navigasi yang berbentuk gambar dan tulisan yang dapat dipilih oleh anak-anak untuk mengeksplorasi lebih lanjut akan situs web tersebut. Konten-konten itu terdiri dari:

U M M N



Bagan 3.2 Konten situs web kampanye

*Home* adalah beranda awal dari semuanya. Disini semua sifatnya global dan belum spesifik, apabila ingin lebih mengetahui lebih lanjut lagi maka harus mengeksplor konten lainnya yang berada di *Home* ini. Dalam situs web kali ini *Home* berisi beberapa pilihan pokok yaitu Rumahku, Rumah Pohon, Taman, Jalanan, dan Sekolah.

- 1) Rumahku merujuk kepada rumah dari dua icon dalam situs web ini. Di dalamnya terbagi dalam beberapa kategori ruang yang dapat diakses secara virtual yaitu Ruang Keluarga, Kamar Mandi, Dapur, dan Kamar

Tidur. Hal ini memiliki tujuan berbagai macam cara gaya hidup hijau dapat mereka lakukan di setiap ruangan-ruangan tersebut. Contohnya: di Kamar Mandi hal yang dapat dilakukan adalah mematikan keran wastafel ketika sedang menggosok gigi atau menggunakan air secukupnya untuk mandi agar tidak terlalu membuang banyak air bersih.

- 2) Rumah Pohon menggambarkan sebuah rumah pohon milik dua karakter ini yang fungsinya untuk mereka bermain dan melakukan segala aktifitas mereka yang menyenangkan. Di dalam Rumah Pohon ini anak-anak dapat memilih berbagai bentuk permainan dengan aturan tertentu yang diberlakukan di dalamnya (Permainan) ; membaca buku yang berisi latar belakang pemasan global (Latar Belakang) ; menulis komen di papan tulis (Pesanku) ; serta ada petunjuk untuk para orangtua dalam membimbing anak-anak mereka mengakses situs web ini (Panduan Orangtua). Disana juga terdapat Tentang Kami sebagai informasi mengenai situs web ini.
- 3) Taman perannya sama seperti Rumahku yang menyajikan serta memberikan contoh penerapan gaya hidup hijau yang dapat dilakukan di pekarangan rumah. Contoh kecilnya, belakukan cocok tanam baik bunga maupun buah-buahan.
- 4) Jalanan menunjuk kepada gaya hidup hijau yang dapat dilakukan dan diterapkan ketika anak-anak sedang berada di jalanan, misalnya dengan tidak membuang sampah sembarangan dan memungut sampah di jalan dan membuang pada tempatnya.

- 5) Sekolah adalah cara anak-anak bergaya hidup hijau di sekolah mereka masing-masing. Sekolah sudah menjadi rumah kedua bagi anak-anak ini karena mereka banyak menghabiskan waktu di sekolah dari hari senin sampai jumat. Salah satu contohnya yang anak-anak dapat lakukan di sekolah adalah dengan menghemat kertas untuk catatan mereka dan menggunakan kertas dengan seefisien serta seefektif mungkin.
- 6) Koran berisi informasi seperti *event Go Green* yang sedang berlangsung, cerita serta komen-komen dari anak-anak seluruh dunia, dan berbagai hal yang berhubungan dengan kegiatan *Go Green* seperti info, tips, dan lain sebagainya.

Banyak cara sederhana tentang gaya hidup hijau yang dapat anak-anak lakukan di lingkungan sekitar mereka. Di setiap halaman situs web yang dibuat, ditunjukkan tempat-tempat anak-anak dapat mengimplementasikan cara-cara *Go Green* disertai dengan visualisasinya. Contohnya apabila anak-anak sedang berada di satu halaman situs web yang menunjukkan kamar mereka, maka anak-anak dapat mencari benda-benda bertanda seru yang mempunyai penjelasan disetiap tanda tersebut. Apabila mereka mengklik gambar tersebut maka akan keluar penjelasan mengenai gambar tersebut misalnya tanda seru yang berada di atas lampu yang menunjukkan bahwa mereka harus mematikan lampu apabila lampu tidak dipakai. Dengan cara ini anak-anak dapat mengingat berbagai macam benda yang dapat membantu mereka melakukan *Go Green*.



Penerapan gaya hidup hijau berbeda-beda di setiap ruangan yang mereka masuki karena pada dasarnya banyak hal yang berada di sekeliling yang dapat diterapkan seperti system 3R terdiri dari *reduce*, *reuse*, dan *recycle*. Ada beberapa cara gaya hidup hijau yang dapat dilakukan oleh anak-anak seperti yang disebutkan berikut ini.

Gaya hidup hijau di ruang tamu:

- Mengurangi penggunaan alat-alat elektronik.
- Mematikan lampu pada siang hari.
- Memakai TV seperlunya dan jangan lupa untuk mematikan TV bila tidak dipakai lagi.

Gaya hidup hijau di dapur:

- Mengonsumsi makanan segar dan organik.
- Menghindari pemakaian air minum sekali pakai.
- Matikan air selagi mencuci piring dengan sabun cuci.

Gaya hidup hijau di kamar mandi:

- Batasi penggunaan tisu toilet.
- Mematikan keran pada saat menggosok gigi.
- Menghemat penggunaan air ketika mandi.
- Jangan mandi terlalu lama.

Gaya hidup hijau di kamar:

- Mematikan lampu saat tidur.
- Menggunakan pendingin udara hanya bila benar-benar perlu.

- Nyalakan TV atau komputer seperlunya.
- Menyiapkan tempat sampah di kamar.

#### Gaya hidup hijau di jalan:

- Jangan membuang sampah sembarangan.
- Berjalan kaki untuk daerah tujuan yang dekat.

#### Gaya hidup hijau di sekolah:

- Memakai perlengkapan daur ulang.
- Kurangi jajan di sekolah.
- Pakai botol air dan tempat makan yang ramah lingkungan dan dapat dipakai berkali-kali.
- Jangan membuang-buang kertas (hemat kertas).
- Membedakan dan membuang sampah sesuai dengan jenisnya masing-masing.

#### Gaya hidup hijau di pekarangan rumah:

- Menanam tanaman atau buah-buahan.
- Banyak bermain dengan alam dan binatang peliharaan.
- Membuat kreasi dari barang-barang bekas sambil menikmati lingkungan pekarangan.

#### Gaya hidup hijau untuk orangtua yang dapat diterapkan dalam keluarga:

- Ajak anak berkebun.
- Membuat kompetisi daur ulang.

- Mengajari anak-anak memilih sampah organik, plastik, logam.
- Mengenalkan anak-anak pada lingkungan sejak dini.
- Jangan memabawakan bekal anak dalam *Styrofoam*.
- Beri anak-anak bekal makanan sehat.
- Kenalkan anak dengan kertas daur ulang dan cara pembuatannya secara sederhana dengan pemanfaatan kertas bekas.
- Ajak anak-anak membeli barang bekas ke pasar loak.
- Memanfaatkan transportasi umum atau jemputan sekolah.
- Membelikan sepeda.
- Memilihkan alat tulis dan alat gambar yang terbuat dari bahan alami.
- Kurangi membeli produk susu dalam kemasan.

#### 4. Perancangan Tampilan Visual Layout pada situs web (*interface*)

*Layout* atau tampilan tata letak pada situs web yang dikenal dengan istilah *interface* akan terdiri dari tiga bagian utama yaitu *header*, *main*, dan *footer*.

*Header* akan berisi navigasi atau *toolbar* yang berisi konten dalam gambar dan tulisan untuk memudahkan mereka yang ingin langsung memasuki *page* atau halaman situs web yang diinginkan tanpa harus melalui cerita yang telah disediakan di *main column*. *Main column* ini merupakan inti dari situs web karena disana terdapat *full flash* seperti cerita yang terdapat hubungan timbal balik antara navigasi dan *user (user interface)*. Jadi *main column* akan menjadi seperti buku cerita yang menunggu halaman selanjutnya untuk dibuka. *Footer* berfungsi untuk

menampilkan *copyright*, *contact*, serta saling berbagi melalui beberapa jejaring sosial seperti Facebook, Twitter, Blogspot, dan sebagainya.

## **5. Perancangan Warna Situs web**

Tentu anak-anak menyukai warna-warna yang ceria karena itulah yang merepresentasikan diri mereka. Demikian juga situs web ini, warnanya akan penuh dengan warna terang dan ceria. Pewarnaan akan memakai sistem gradasi warna sehingga menghasilkan banyak warna. Sistem warna pada situs web ini berbasis pada warna cahaya yaitu RGB yang kemudian ditampilkan melalui *screen* atau layar monitor.

## **6. Perancangan Visual Permainan Virtual pada Situs Web**

Permainan disesuaikan dengan delapan kecerdasan manusia seperti yang sudah dijelaskan dalam bab sebelumnya. Kecerdasan itu antara lain kecerdasan logis matematis, verbal-linguistik, intrapersonal, interpersonal, motorik kasar dan halus, visual-spasial, musikal, dan naturalis. Setiap tipe kecerdasan memiliki satu permainan yang mewakilinya seperti: (1) untuk kecerdasan logis matematis maka akan dibuat permainan berhitung angka dengan representasi menghitung banyak sampah yang harus dibuang ke tempat sampah agar lingkungan tetap bersih ; (2) untuk verbal-linguistik akan diberikan permainan seputar bahasa yaitu mencari huruf yang hilang dari sebuah gambar yang disajikan dan mereka harus dapat menemukan nama dari gambar tersebut ; (3) untuk kecerdasan intrapersonal yang mewakili perasaan anak-anak maka dibuat permainan yang berkaitan dengan

perasaannya secara langsung seperti menyusun cerita bergambar yang dapat mewakili perasaan mereka ; (4) kecerdasan interpersonal dalam hubungannya dengan sesama maka dibuat permainan belajar melakukan gaya hidup hijau agar membuat bumi dan lingkungan mereka senang ; (5) kecerdasan motorik kasar dan halus yang melatih kepekaan mereka terhadap lingkungan seperti mencari sampah yang tersembunyi atau dengan menemukan lampu yang masih menyala pada siang hari ; (6) kecerdasan visual-spasial maka akan dibuat permainan yang sifatnya melatih kreatifitas anak seperti mewarnai objek seputar alam ; (7) dan untuk kecerdasan musikal dibuat permainan bermain musik dengan mengikuti pola nada yang didengar sebelumnya, tentu saja setiap pola nada yang benar akan menumbuhkan sebuah bunga dari bibit menjadi bunga yang cantik secara bertahap ; (8) yang terakhir adalah kecerdasan naturalis yang berhubungan dengan alam oleh karena itu dibuat permainan menyiram tanaman, memberi pupuk, dan apa saja yang dibutuhkan oleh tanaman tersebut sesuai dengan permintaan tanaman itu.

Anak-anak memiliki kecerdasan yang berbeda-beda maka setiap dari permainan virtual dalam situs web ini merepresentasikan kecerdasan masing-masing anak agar mereka dapat memilih sendiri jenis permainan yang sesuai dengan minat dan kemampuannya. Diharapkan dari beberapa jenis permainan virtual dalam situs web tersebut secara tidak langsung akan melatih kecerdasan mereka sekaligus kemampuan untuk mengenal alam dan belajar menjaganya dengan baik.

## 7. Perancangan Visual Cursor

Kursor sangat penting bagi sebuah *interface* karena tanpa adanya hal tersebut pengguna tidak dapat berinteraksi dengan navigasi-navigasi yang ada secara bebas. Mungkin kursor hanyalah sesuatu yang kecil dan tidak terlalu berarti tapi untuk anak-anak, detail dan perasaan spesial atau merasa diperlakukan secara khusus dalam aspek mereka merasa dihargai sebagai pengguna sekalipun masih dalam kategori usia anak-anak seperti ini sangat diperlukan. Untuk itu berdasarkan pernyataan tersebut di atas dan tinjauan pustaka terhadap situs web anak maka kursor akan diganti bukan lagi bentuk panah tapi berbentuk telunjuk kecil yang imut seolah-olah seperti telunjuk anak-anak itu sendiri yang sedang memilih-milih menu selanjutnya akan mereka klik.

## 8. Perancangan Audio sebagai Efek Suara

Audio atau suara yang akan dipakai dalam situs web bukanlah sebagai musik pengiring tetapi lebih kepada efek suara yang ditimbulkan dari hasil interaksi pengguna dengan *interface*. Musik sebagai latar atau yang dikenal dengan *background* tidak dipakai secara terus-menerus dengan alasan dapat mengganggu kenyamanan pengguna ketika mengakses situs web tersebut. Salah satu contoh efek suara yang dihaliskan adalah bunyi suara navigasi ketika dipilih oleh pengguna.

## 9. Perancangan Visual Media Promosi

### a. Perancangan Visual Media Promosi Cetak

Ada dua jenis media cetak yang dijadikan tujuan promosi situs web yaitu koran dan majalah. Untuk koran diambil koran jenis global yang sudah ternama yaitu Kompas dan untuk majalah diambil majalah khusus anak-anak yang terkenal dan majalah untuk para orangtua yaitu Bobo dan Parents Guide. Ketiga media cetak ini mempunyai target audiens yang berbeda yaitu:

No	Nama Media	Target Audiens	Usia
1	Bobo	Anak-anak	5 – 12 Tahun
2	Parents Guide	Orangtua	28 – 55 Tahun
3	Kompas	Orangtua dan orang dewasa	25 – 65 Tahun

Tabel 3.16 Media cetak dan target audiensnya

Dengan adanya perbedaan target masing-masing media maka cara penyampaian pesannya pun berbeda-beda. Promosi melalui koran harus sesuai untuk para orangtua sedangkan untuk majalah harus sesuai dengan karakter anak-anak dan dengan demikian pesan dapat tersampaikan dengan baik.

Penyampaian pesan pada para orangtua melalui koran mempunyai konsep bahwa pada dasarnya anak-anak itu menyukai lingkungannya tetapi tidak

diarahkan dengan baik sehingga sikap acuh dan tidak peduli pada lingkungan itu muncul. Pada akhirnya anak-anak akan mendapati bumi dan lingkungannya tidak nyaman karena pemanasan global dan pasti mereka akan mengeluh terlebih dahulu kepada para orangtua.

Dari sini orangtua diajak berpikir bahwa mereka harusnya menyiapkan tempat yang nyaman bagi anak-anak mereka dan mengarahkan anak-anak untuk lebih peduli terhadap atau paling tidak melakukan sesuatu terhadap pemanasan global yang terjadi. Pernyataan bahwa orangtua mereka telah melakukan sesuatu untuk bumi, memberikan dampak sikap yang serta merta akan diduplikasi oleh anak-anak karena mereka juga merasa harus menjaga bumi seperti yang orangtua mereka telah lakukan, bahkan lebih baik lagi. Selain berfungsi menyampaikan pesan kampanye secara langsung, iklan di koran ini dapat dijadikan tempat promosi situs web kampanye, jadi apabila orangtua ingin anak mereka dapat mencintai dan menjaga bumi dapat mengetahui caranya dengan mengunjungi situs web tersebut.

Konsep desain untuk di majalah anak-anak dan orangtua bersifat mengajak dan berkomunikasi lewat cerita, bukan promosi. Cara penyampaian ini tidak seperti mengiklankan sesuatu tetapi membuatnya menjadi advertorial yang mempromosikan sesuatu lewat cerita. Metode ini lebih baik daripada menakuti anak-anak mengenai bahaya pemanasan global. Dengan adanya promosi secara advertorial ini, anak-anak dan orangtua diajak masuk ke dalam dunia *Go Green* dengan cara yang lebih halus.



## c. Perancangan Visual Media Promosi Jejaring Sosial

### 1) Facebook

Di Facebook ada yang disebut dengan *fan page*. *Fan page* ini berisi info mengenai hal yang disukai oleh seseorang misalnya grup band ternama tertentu yang didalamnya memuat banyak info baik dari berita, foto, status, dan sebagainya yang berhubungan dengan band tersebut. Orang-orang dapat memberikan komentar serta mengikuti perkembangan informasi terkini yang sedang dialami oleh grup band ini. Dengan memakai *fan page* ini maka kampanye masuk di dalam Facebook sebagai *page* yang dapat disukai oleh penggunanya dan mendapatkan info apa saja yang berhubungan dengan kampanye dan tentu saja situs web itu sendiri. Sebagai foto dari *fan page* ini maka dipakai gambar logo atau gambar dari icon situs web sehingga mudah dikenali oleh pengguna.

### 2) Twitter

Di Twitter tidak ada perbedaan *page* seperti dalam Facebook. Sifatnya lebih sederhana seperti mini blog yang dapat diupdate kapan saja melalui 140 karakter. Pengguna dapat melihat berita terkini dari status kampanye *Go Green* yang menginspirasi dan informatif. Nama akun twitterpun harus mudah diingat dan dicari yaitu @weloveearth dengan pencarian #WLE agar segala sesuatu yang berhubungan dengan kampanye ini dan mempermudah dalam hal pencarian di dunia maya atau internet. Foto Twitter hampir sama dengan *profile picture* di

Facebook yaitu menampilkan logo kampanye, sedangkan latar belakangnya akan menampilkan ikon kampanye dengan layout yang disesuaikan.

