

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Mengajarkan anak membaca sejak usia dini sangat penting menurut Dr. Yusra Firdaus karena membaca untuk anak sejak usia dini memiliki banyak manfaat yang penting dalam tumbuh kembangnya yaitu meningkatkan kemampuan otak dan mental anak, meningkatkan ikatan antara orang tua dan anak, dan juga membaca akan mendukung masa depan anak (www.hellosehat.com, diakses pada 19 Agustus 2020). Dari kutipan www.galilean-library.org bahwa anak usia dini memiliki ingatan yang sangat baik dan dapat menangkap berbagai macam kosa kata yang penting. Oleh sebab itu, di butuhkan lah media yang tepat untuk penyerapan berbagai pengetahuan secara maksimal yaitu majalah anak. Majalah untuk anak memiliki desain yang menarik seperti adanya gambar dan cerita yang membuat anak semangat belajar. Sampai saat ini, Majalah Mombi hadir dalam membantu anak-anak di Indonesia untuk tetap belajar membaca mulai dari sejak usia dini dengan adanya cerita dan kegiatan yang menarik untuk anak. Tidak hanya mengajak anak untuk belajar membaca, majalah Mombi juga mengajak anak-anak untuk menjadi anak yang cerdas dan kreatif. Namun sangat disayangkan, dari kelebihan majalah Mombi tersebut banyak orang tua terutama ibu rumah tangga yang masih belum mengetahui majalah Mombi untuk kepentingan belajar anak sejak usia dini.

Berdasarkan informasi yang disampaikan melalui *website* resmi Kompas Gramedia yakni www.kompasgramedia.com dan berdasarkan wawancara dengan Ibu Lucia Triundari selaku Pemimpin Redaksi majalah Mombi bahwa majalah Mombi merupakan *brand* majalah anak Kompas Gramedia yang terbit sejak 3 Oktober 2002. Majalah Mombi ini adalah majalah anak-anak yang berisikan informasi sebagai acuan untuk guru dan orang tua dalam memperkenalkan kegiatan belajar teori-teori dasar seperti membaca, berhitung, menulis, dan berkreasi yang dikhususkan untuk anak PAUD dan taman kanak-kanak yang berusia 3 tahun sampai 7 tahun.

Saat ini majalah Mombi sudah terbit tahun ke-XXIX (29). Menurut data observasi yang penulis dapat bahwa majalah Mombi masih dijual melalui toko buku Gramedia dan untuk media *online* melalui *e commerce* yaitu *Gridstore* atau kontak melalui pihak majalah Mombi. Namun, sangat disayangkan dari data survei yang penulis dapat untuk majalah Mombi ini masih kurangnya *brand awareness* untuk target pemasaran sebagai majalah anak-anak usia dini.

Berdasarkan wawancara pada tanggal 28 Oktober 2020 melalui media *chat whatsapp* dengan ibu Astrid Puspasari selaku Marketing *Communication Manager* *Grid Network* yang memegang promosi majalah di Kompas Gramedia, menyatakan bahwa majalah Mombi ini mengalami penurunan yang disebabkan banyak toko buku yang sudah tutup dan saat ini berfokus pada digital *store* yaitu www.gridstore.com. Hal itu juga diperkuat dengan data yang penulis dapat melalui *google trends* bahwa selama 12 bulan terakhir ini majalah Mombi juga mengalami

penurunan dalam tingkat pencarian majalah anak-anak di Indonesia. Dari data yang penulis dapat juga pada saat wawancara melalui *chat whatsapp* dengan ibu Astrid bahwa promosi yang sudah dilakukan oleh majalah Mombi saat ini adalah promosi melalui media cetak dan media online yang dipegang oleh *Grid Network*. Namun, sangat disayangkan dari hasil data survei kuesioner yang penulis dapat mengenai promosi yang sudah dilakukan oleh *Grid Network* untuk majalah Mombi ini masih belum mencapai target audiensnya yang menyebabkan *awareness* majalah Mombi masih belum dikenal oleh target audiens.

Untuk mengikuti perkembangan di dunia digital, dapat disimpulkan bahwa majalah Mombi yang terbit selama dwimingguan ini membutuhkan promosi yang lebih aktif untuk memberikan informasi mengenai kelebihan yang dimiliki oleh majalah Mombi dan juga memberikan pengetahuan lebih kepada target audiens terutama untuk kepentingan tumbuh kembang anak-anak dalam perkembangan motorik halus untuk anak sejak usia dini dengan mengajak belajar sambil bermain dan mengasah kreativitas anak-anak. Dengan adanya promosi yang aktif dan penyampaian pesan yang sesuai dengan target audiens, hal tersebut mampu membangun dan mengembangkan kembali *brand awareness* untuk majalah Mombi agar tetap semakin dikenal orang tua dan anak-anak, dengan adanya promosi juga mampu meningkatkan pembelian majalah Mombi untuk media belajar anak-anak. Oleh sebab itu, majalah Mombi ini masih bisa dipromosikan tanpa mengubah identitas dari majalah Mombi. Menurut Ardhi (2013) menyatakan bahwa promosi merupakan salah satu cara untuk memberikan informasi kepada target pemasaran berupa mengkomunikasikan produk yang dijual oleh perusahaan tersebut (hlm. 3).

1.2. Rumusan Masalah

Dari beberapa masalah yang sudah dijabarkan dapat di simpulkan sebagai berikut, yaitu; Bagaimana perancangan media promosi majalah Mombi melalui iklan untuk membujuk orang tua agar lebih peduli dengan tumbuh kembang pada motorik anak sejak usia dini?

1.3. Batasan Masalah

Pembahasan tersebut akan lebih difokuskan pada Promosi majalah Mombi dengan adanya pembatasan sebagai berikut yaitu:

1. Geografis

Premier : Orang Tua yang tinggal di Indonesia terutama di DKI Jakarta.

Sekunder : Indonesia

2. Demografis

Usia : 25-40 Tahun

Gender : Perempuan (ibu rumah tangga) sudah mempunyai anak usia 3-7 Tahun

Kelas Ekonomi : menengah (SES B)

3. Psikografis

Orang tua yang memperhatikan tumbuh kembang anak baik secara fisik dan motorik pada anak usia dini.

1.4. Tujuan Tugas Akhir

Tujuan dari Tugas Akhir ini adalah membujuk orang tua untuk membelikan dan menggunakan majalah Mombi sebagai media acuan orang tua dalam membantu tumbuh kembang motorik anak sejak usia dini.

1.5. Manfaat Tugas Akhir

Ada tiga manfaat yang didapat pada saat tugas akhir :

1. Manfaat bagi penulis

Pada tugas akhir ini penulis mendapatkan banyak ilmu mengenai promosi baik dalam cara pembuatan atau perancangan promosi, penyampaian promosi yang sesuai dengan target audiens dan proses penelitiannya. Ilmu promosi ini sangat berguna bagi penulis untuk mempromosikan jasa dan produk dengan penyampaian pesan berupa tulisan atau desain visual yang baik.

2. Manfaat bagi orang lain

Dalam perancangan promosi yang sudah dirancang oleh penulis ini bisa menjadikan masukan atau referensi untuk pihak majalah Mombi agar dapat meningkatkan pada minat pembeli majalah Mombi. Dengan adanya promosi juga bermanfaat bagi target audiens untuk menambah informasi mengenai kelebihan dari majalah Mombi dan mengembangkan *brand awareness* majalah Mombi agar semakin dikenal oleh orang tua dan anak-anak.

3. Manfaat bagi Universitas

Perancangan penelitian dan laporan yang sudah dibuat penulis dapat memberikan manfaat untuk dijadikan pembelajaran dan referensi dalam menyusun Tugas Akhir.