



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

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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 I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Kreativitas memiliki peran penting dalam kehidupan manusia. Seiring dengan perkembangan zaman, masalah di dunia semakin kompleks dan banyak jenisnya. Dengan memanfaatkan kreativitas, manusia dapat terus menemukan solusi baru dan inovasi untuk memecahkan berbagai permasalahan dengan lebih efektif dan efisien. Kreativitas menurut Munandar (1995) merupakan kemampuan seseorang untuk melihat kombinasi baru dan dibentuk dari bagian-bagian yang sudah ada sebelumnya serta mampu menciptakan inovasi untuk menjadi solusi dari sebuah permasalahan. Ciri-ciri kreativitas pada seseorang meliputi kemampuan kognitif dan afektif (dikutip dari Purwanti, Fakhri dan Negara, 2019).

Berdasarkan Global Creativity Index (GCI) 2015, kreativitas Indonesia menduduki posisi paling rendah yakni peringkat 115 dari 139 negara. Salah satu indikator yang dinilai dalam indeks kreativitas ini adalah kapasitas sumber daya manusia milik negara tersebut (Databoks, 2015). Bali sebagai salah satu provinsi di Indonesia yang kaya akan seni dan budaya memiliki potensi sangat besar dalam pengembangan sektor industri kreatif. Wakil Gubernur Bali, Tjokorda Oka Artha Ardhana Sukawati (Cok Ace) berharap Bali dapat menjadi provinsi terdepan yang dapat membawa Indonesia ke dalam industri kreatif. Namun, semenjak pandemi Covid-19 melanda Indonesia, tingkat produksi kreatif masyarakat Bali mengalami penurunan sebesar 98%. Untuk mencegah fenomena ini terjadi kembali di masa depan, Cok Ace berpesan untuk meningkatkan kualitas kreativitas sumber daya manusia termasuk orang dewasa hingga anak-anak (Agustini, 2020).

PAUD (Pendidikan Anak Usia Dini) di Indonesia ditujukan untuk anak usia 0-6 tahun yang disebut sebagai *golden age* untuk merangsang seluruh aspek perkembangan anak karena pertumbuhan otak yang pesat (Yulianti, 2014).

Berdasarkan tahap perkembangan kognitif milik Jean Piaget, tokoh pendidikan kognitif dunia, usia 0-6 tahun termasuk dalam tahap sensori motor dan pra-operasional. Pada tahap ini, anak perlu melakukan interaksi fisik dengan orang maupun benda untuk memperoleh pengetahuannya (Holis, 2016). Hal ini berhubungan dengan peran orang tua sebagai lingkungan pertama yang berfungsi untuk merawat dan mendidik anak dengan menggunakan media yang tepat untuk merangsang kreativitas anak (Soelaeman, 1994).

Merlins selaku Program Manager *brand* Lagi Lagi dalam wawancaranya dengan penulis menyatakan orang tua di perkotaan Bali mulai melupakan pentingnya aspek kreativitas dalam pertumbuhan anak dan lebih mementingkan akademis. Merlins mengaku sering menyaksikan perilaku orang tua lokal yang memberikan penekanan, larangan dan pengawasan berlebih kepada anak. Membatasi anak untuk melakukan eksperimen dalam berkarya bahkan meremehkan potensi kreativitas anak. Sikap dan perbuatan tersebut merupakan faktor penghambat terbesar dalam pertumbuhan kreativitas anak. Kreativitas yang tidak ditumbuhkan sejak dini akan berdampak pada pribadi anak yang tidak memiliki ide dan inovasi, tidak percaya diri, pemalu dan tidak memiliki inisiatif dalam melakukan sesuatu (Folastri & Solihatun, 2019). Sedangkan anak-anak merupakan generasi penerus yang kelak memiliki peran penting pula dalam sektor industri kreatif Indonesia, terutama di Bali.

Oleh karena itu, permasalahan sosial yang diangkat oleh penulis adalah kurangnya kesadaran orang tua perkotaan di Bali akan pentingnya menumbuhkan jiwa kreativitas pada anak sejak dini lewat sebuah perancangan kampanye. Melalui kampanye ini, penulis ingin meningkatkan *awareness* orang tua perkotaan di Bali terhadap pentingnya menumbuhkan kreativitas anak sejak dini.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan fenomena pada latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

Bagaimana merancang media kampanye menumbuhkan kreativitas anak sejak dini?

## 1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang, maka batasan masalah dalam perancangan ini sebagai berikut:

### 1.3.1 Demografis

- 1) Jenis Kelamin: Perempuan dan Laki-Laki
- 2) Usia:
  - a) Primer: 26-35 tahun (orang tua)
  - b) Sekunder: 0-6 tahun (anak)
- 3) Pendidikan: S1
- 4) Pekerjaan: Karyawan, Wiraswasta, Ibu Rumah Tangga
- 5) Status: Menikah
- 6) Tingkat Ekonomi: SES B-A
- 7) Kebangsaan: Indonesia

### 1.3.2 Geografis

- 1) Primer: Bali
- 2) Sekunder: Indonesia

### 1.3.3 Psikografis

- 1) Gaya Hidup: *Family-oriented*, tinggal di perkotaan, acuh tak acuh dalam kreativitas anak.
- 2) Sikap: Peduli dengan perkembangan anak, peminat gaya hidup ramah lingkungan

#### **1.4 Tujuan Tugas Akhir**

Berdasarkan permasalahan yang telah dijabarkan, tujuan akhir yang ingin dicapai adalah perancangan kampanye untuk meningkatkan *awareness* sekaligus pemahaman orang tua di Indonesia tentang pentingnya menumbuhkan kreativitas anak sejak dini.

#### **1.5 Manfaat Tugas Akhir**

Manfaat yang diharapkan bisa didapatkan berbagai pihak dari perancangan kampanye pentingnya menumbuhkan kreativitas anak sejak dini dengan menggunakan media ramah lingkungan yakni:

- 1.5.1 Bagi penulis, agar dapat menerapkan ilmu dan pengetahuan yang telah ditekuni selama proses perkuliahan ke dalam penyelesaian masalah yang konkret. Tugas akhir ini juga dirancang sebagai uji kelayakan penulis dan salah satu syarat kelulusan untuk mendapatkan gelar sarjana (S.Ds).
- 1.5.2 Bagi pembaca, untuk meningkatkan *awareness* tentang pentingnya menumbuhkan kreativitas anak sejak dini sehingga menjadi generasi penerus yang dapat memberikan dampak positif dalam sektor industri kreatif.
- 1.5.3 Bagi universitas, tugas akhir ini dapat menambah pustaka penelitian universitas serta menjadi referensi bagi penelitian mahasiswa selanjutnya yang memiliki topik serupa.

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A