



### **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

### METODOLOGI DAN ANALISA DATA

#### 3.1. Gambaran Umum Penelitian

Tidur menjadi hal yang penting bagi kesehatan tubuh manusia, terutama anak-anak yang membutuhkan waktu tidur lebih lama. Tidur yang cukup dan baik dapat membantu seorang anak untuk proses pertumbuhan dan perkembangan tubuh anak, karena disaat tidur hormon pertumbuhan berkembang dengan sangat pesat ( Prasadja, 2009, hal. 27). Tidur sangat bermanfaat bagi anak, maka dari itu waktu tidur anak sangat penting untuk diperhatikan.

Kampanye sosial tidur yang baik untuk anak. Kampanye ini akan ditujukan kepada para orangtua, khususnya ibu berusia 20-30 tahun yang memiliki anak usia 2-3 tahun. Kampanye ini bertujuan untuk memberikan informasi akan pentingnya tidur yang baik untuk anak-anak, sehingga orangtua menjadi peduli akan pentingnya tidur yang baik untuk anak. Kampanye sosial yang dibuat penulis, bersifat himbauan tanpa unsur paksaan.

Kampanye sosial yang dibuat difokuskan pada media yang bisa dibagikan langsung kepada target dan bisa target bawa pulang dan disimpan, seperti booklet. Dengan media ini diharapkan, target bisa membawa pulang dan bisa diterapkan dirumah pada saat target membutuhkan informasi tersebut. Media pendukung lain seperti poster juga akan dibuat oleh penulis.

Desain yang akan dibuat penulis untuk kampanye ini berupa unsur-unsur yang berkaitan dengan tidur itu sendiri, seperti sarana tidur seperti bantal, guling, dan lainnya. Bentuk-bentuk yang berkaitan dengan waktu tidur yakni malam hari, seperti bulan, bintang, maupun binatang pada malam hari, seperti burung hantu.

### **3.1.1. Penelitian IDAI**

Gangguan tidur yang terjadi adalah seperti tidak tidur cukup dan selalu terbangun di malam hari. Jurnal Sari Pediatri yang merupakan jurnal dari Ikatan Dokter Anak Indonesia (IDAI), melakukan penelitian tentang gangguan tidur pada anak dibawah usia tiga tahun. Penelitian dilakukan oleh dr. Rini Sekartini Sp.A dan dr. Nuri Purwinto Adi dengan menggunakan metode *a brief screening infant sleep questionnaire* (BISQ). Kuisisioner singkat ini bertujuan untuk mengetahui jumlah anak dibawah tiga tahun yang mengalami gangguan tidur, dan prevelensi orangtua yang menyadari gangguan tidur merupakan sebuah masalah. Penelitian ini dilakukan dengan sampel di lima kota besar, yakni Jakarta, Bandung, Batam, Palembang, dan Medan. Penelitian yang dilakukan kepada ibu yang memiliki anak dibawah usia tiga tahun. Dalam penelitian ini didapatkan subjek dari 385 ibu, terdiri dari 198 anak laki-laki dan 187 anak perempuan. Hasil yang diperoleh 44,2% anak mengalami gangguan tidur.

Tabel 3.1 Gangguan tidur pada anak  
 Sumber: Sari Pediatri, , Vol.7, No.4, Maret 2006

Sebaran subjek berdasarkan pola tidur		
Pola tidur	Frekuensi	Presentase
Normal	215	55.8
Gangguan tidur	170	44.2
Total	385	100

Untuk posisi tidur sendiri didapatkan data 43,1% anak tidur dengan posisi terlentang, 39,5% dengan posisi miring, dan 17,4% posisi terngkurap. Posisi terlentang pada bayi dapat menghindari SIDS atau sindrom kematian mendadak pada bayi. Orangtua berperan penting dalam membangun pola tidur atau kebiasaan tidur yang baik untuk anaknya.

Tabel 3.2 Reaksi orangtua terhadap gangguan tidur  
 Sumber: Sari Pediatri, , Vol.7, No.4, Maret 2006

Respon orangtua terhadap gangguan tidur		
Reaksi	Frekuensi	Presentase
Bukan masalah	163	42,3%
Masalah kecil	115	29,9%
Masalah serius	107	27,8%
Total	385	100%

Penelitian yang dilakukan oleh dr. Rini Sekartini Sp.A dan dr. Nuri Purwinto Adi, memunculkan fakta bahwa, banyak orangtua yang masih menganggap gangguan tidur bukan sebagai sebuah masalah. 42,3% orangtua menganggap gangguan tidur bukan masalah yang serius, 29,9% menganggap masalah yang kecil, dan 27,8% menganggap sebagai masalah serius. Padahal tidur

sangat penting untuk perkembangan anaknya, baik fisik, maupun kognitif, emosi, sosial, dan perilaku.

#### **3.1.1.1. Kesimpulan Penelitian IDAI**

dr. Rini Sekartini Sp.A dan dr. Nuri Purwinto Adi menjelaskan dalam kesimpulan yang mereka ambil dari penelitian '*Gangguan Tidur pada Anak Usia Bawah Tiga Tahun di Lima Kota di Indonesia*' dengan menggunakan metode *a brief screening infant sleep questionnaire* (BISQ) ditemukan 44,2% kasus anak dibawah usia 3 tahun yang masih mengalami gangguan tidur. dr. Rini Sekartini Sp.A dan dr. Nuri Purwinto Adi juga menjelaskan tentang pengaruh waktu tidur di siang hari yang bisa mempengaruhi gangguan tidur. Lalu faktor sosiodemografi yang tidak berpengaruh pada gangguan tidur pada anak dibawah usia 3 tahun.

Faktor orangtua yang kurang peduli terhadap masalah gangguan tidur perlu diatasi. Perlu dilakukan penyebaran informasi atau penyuluhan tentang manfaat dari tidur dan dampak dari gangguan tidur (2006, hal.108). Masalah gangguan tidur menjadi masalah yang harus diatasi. Diperlukan pengetahuan yang baik dan kepedulian dari orangtua dalam upaya mengurangi gangguan tidur pada anak dan membuat anak untuk tidur dengan baik dan sehat, sehingga anak mendapat manfaat positif dari tidur dan menghindari dampak negatif dari gangguan tidur.

### 3.1.2. Penelitian Penulis

Penulis juga melakukan survei dengan kuisisioner untuk mengetahui masalah gangguan tidur pada anak. Penulis melakukan survei kepada 40 ibu usia 20-30 tahun yang memiliki anak usia 2-4 tahun. Survei dilakukan di KB dan TK Gracia, Lippo Karawaci Tangerang dan KB dan TK Bonanita, kota Tangerang.

Tabel 3.3 Jumlah pengeluaran bulanan target

Sumber: data pribadi penulis

Jumlah Pengeluaran Bulanan	
Total	Presentase
1-2 Juta	7,5%
2-4 Juta	42,5%
4-8 Juta	47,5%

Tabel 3.4 Tingkat pendidikan target

Sumber: data pribadi penulis

Tingkat pendidikan	
Lulusan	Presentase
SMA	32,5%
Diploma	10%
S1	57,5%

Hasil dari survei ini menunjukkan hasil demografis 100% berada di wilayah perkotaan, lalu dengan kelas ekonomi menengah. Tingkat pengeluaran dari responden tiap bulan adalah 7,5% antara 1-2 juta, lalu 42,5% antara 2-4 juta, lalu

47,5% antara 4-8 juta. Sedangkan tingkat pendidikan responden semua sudah tamat dibangku SMA. 32,5% tamat SMA, 10% tamat Diploma 1-3, dan 57,5% tamat S1.

Tabel 3.5 Pekerjaan target

Sumber: data pribadi penulis

Pekerjaan responden	
Pekerjaan	Presentase
Ibu rumah tangga	70%
Karyawan	15%
Lainnya	15%

Pekerjaan responden didominasi oleh ibu rumah tangga dengan 70% suara, lalu 15% bekerja sebagai karyawan, dan 15% menjawab lainnya. Hasil dari pekerjaan tersebut berpengaruh terhadap aktifitas keseharian mereka, 67,5% menjawab aktifitas kesehariannya adalah mengurus rumah tangga, lalu 27,5% menjawab bekerja, dan 5% menjawab lainnya. Dapat disimpulkan jika sebagian responden yang terkait kampanye ini adalah ibu rumah tangga.

Tabel 3.6 Keterkaitan target tinggal dengan orangtua

Sumber: data pribadi penulis

Responden tinggal bersama orangtua	
Ya /Tidak	Presentase
Ya	17,5%
Tidak	82,5%

Tabel 3.7 Keterkaitan target mempekerjakan pengasuh anak

Sumber: data pribadi penulis

Mempekerjakan pengasuh anak	
Ya /Tidak	Presentase
Ya	25%
Tidak	75%

Untuk mengetahui keterkaitan antara tidur anak dengan pihak lain selain orangtua, seperti kakek nenek, pengasuh anak, dan lainnya, maka penulis memberikan pertanyaan terkait hal tersebut. Hasil yang didapat 82,5% responden tidak tinggal bersama kakek dan nenek dari anak. 75% responden juga tidak mempekerjakan pengasuh anak, hanya 25% yang mempekerjakan pengasuh anak.

Tabel 3.8 Siapa yang menemani anak saat tidur

Sumber: data pribadi penulis

Siapa yang menemani anak tidur	
Subjek	Presentase
Ibu	50%
Pengasuh anak	7,5%
Saudara	7,5%
Tidur sendiri	35%

Selain itu 50% ibu menemani anaknya saat tidur, 35% anak tidur sendiri, 7,5% bersama pengasuh anak, dan 7,5% bersama saudara. Hasil ini menunjukkan kakek dan nenek tidak berpengaruh pada tidur anak. Peran pengasuh anak juga sangat kecil, dibandingkan peran ibu dalam tidur anak.



Tabel 3.9 Anak tidur teratur tiap harinya

Sumber: data pribadi penulis

Anak tidur teratur	
Ya/Tidak	Presentase
Ya	52,5%
Tidak	47,5%

Tabel 3.10 Responden mengatur tidur anak

Sumber: data pribadi penulis

Responden mengatur waktu tidur	
Ya/Tidak	Presentase
Ya	25%
Tidak	75%

Seorang anak perlu tidur teratur tiap harinya, sehingga orangtua harus mengatur waktu tidur anaknya, untuk itu penulis juga memberikan pertanyaan terkait hal ini. Hasil survei 47,5% mengatakan anak mereka sudah tidur teratur, dan 52,5% menjawab tidak teratur. 25% responden mengatur waktu tidur anak mereka, dan 75% tidak mengatur waktu tidur. Dari hasil ini dapat disimpulkan bahwa banyak ibu yang belum memahami tentang pentingnya tidur yang baik.

Tabel 3.11 Anak sering tidur larut

Sumber: data pribadi penulis

Anak sering tidur larut	
Hasil	Presentase
Sering	5%
Kadang	85%
Jarang	10%

Tabel 3.12 Penyebab tidur larut

Sumber: data pribadi penulis

Penyebab tidur larut	
Subjek	Presentase
Aktifitas anak	17%
Aktifitas orangtua	30%
Tontonan TV	37,5%
Lainnya	10%

Seorang anak tidak baik jika tidur terlalu larut, karena akan mengganggu kesehatannya. Dari hasil survei yang terkait mengenai hal ini, 5% responden menjawab sering tidur larut, 85% menjawab kadang, dan 10% menjawab jarang. Penyebab dari anak sering terlambat tidur 17,5% karena aktifitas anak seperti PR, kursus, main, dan lainnya, 30% karena aktifitas orangtua, 37,5% karena faktor tontonan televisi, dan 10% karena faktor lainnya.

Masalah yang terjadi jika seorang anak kurang tidur biasanya seorang anak akan mengalami masalah emosional seperti cerewet dan pemarah, lalu cenderung menjadi tidak konsentrasi, dan jika sering mengalami gangguan tidur dari usia dua tahun, makan akan cenderung mengalami masalah obesitas mulai pada usia 7

tahun. Hasil survei dari penulis menunjukkan 50% suara mengatakan anak-anak menjadi cerewet, 35% suara anak suka marah, dan sisanya menjawab biasa saja.

#### **3.1.2.1. Kesimpulan Kuisisioner**

Dari hasil survei penulis terhadap target dan pengetahuan target tentang tidur yang baik untuk anak, dapat diambil kesimpulan bahwa target dari kampanye ini berfokus pada ibu berusia 20-30 tahun yang baru memiliki anak usia 2-3 tahun. Dengan faktor demografi masyarakat perkotaan kelas ekonomi menengah keatas dan tingkat pendidikan yang baik. Hasil survei tersebut juga menunjukkan jika peran ibu lebih besar terhadap pertumbuhan anaknya, peran ayah, kakek/nenek, dan pengasuh anak kurang begitu dominan dalam mengatur tidur anak. Survei ini juga menunjukkan kurangnya pengetahuan dan perhatian terhadap tidur yang baik bagi anak, sehingga kampanye ini perlu dilakukan untuk menyadarkan ibu tentang kualitas tidur yang baik untuk anaknya sehingga anak mendapat manfaat positif dari tidur dan terhindar dari dampak negatif dari tidur.

U  
M  
M  
N

### 3.1.3. Penelitian Desain

Penulis melakukan penelitian terhadap kecenderungan ibu terhadap ketertarikan pada desain, baik dari media, warna, elemen, serta kecenderungan terhadap slogan dari kampanye yang menarik dan mudah dimengerti. Dengan kuisisioner ini diharapkan penulis dapat membuat karya dari kampanye sosial yang dibuat, sesuai dengan ketertarikan dan kebutuhan target, yakni ibu. Penulis menyebarkan kuisisioner untuk diisi oleh ibu berusia 20-30 tahun, yang memiliki anak usia 2-5 tahun. Penyebarannya dilakukan di kota Tangerang, di sekolah PG dan TK di sekolah Bonavita. Berikut hasil dari kuisisioner yang disebar oleh penulis:

Tabel 3.13 Media yang sering diakses untuk mencari informasi




Sumber: data pribadi penulis

Media yang sering diakses dalam mencari informasi	
Subjek	Presentase
Buku	30%
Sosial media	15%
Internet	47,5%
Majalah	7,5%
Lainnya	0%

Dari hasil diatas menunjukkan kecenderungan ibu mengakses internet dengan 47,5% dalam mencari informasi tidur yang baik, setelah itu baru dengan buku 30%, sosial media 15%, dan majalah 7,5%.

Tabel 3.14 Warna yang disukai

Sumber: data pribadi penulis

Warna yang lebih disukai	
Subjek	Presentase
 vivid	40%
 posmo/soft	57,5%
 dull	2,5%

Dari hasil diatas menunjukkan warna *soft* lebih dominan dipilih dengan 57,5%. Lalu warna *vivid*/cerah dengan 40% dan warna *dull*/pucat dengan 2,5%. Dari survei ini warna *soft* dan warna *vivid* lebih disukai oleh target.

Tabel 3.15 Ilustrasi dan fotografi

Sumber: data pribadi penulis

Ilustrasi dan fotografi	
Subjek	Presentase
Ilustrasi	57,5%
Fotografi	42,5%

Dari hasil diatas menunjukkan bahwa ilustrasi lebih disukai target, dengan total 57,5%, dibandingkan dengan fotografi 42,5%. Tetapi hasil ini cukup berimbang antara ilustrasi dan fotografi.

Tabel 3.16 Boneka yang disukai

Sumber: data pribadi penulis

Boneka teman tidur	
Subjek	Presentase
Beruang	65%
Kelinci	7,5%
Kartun	22,5%
Lainnya	2,5%

Boneka beruang menjadi dominan dipilih oleh target sebagai boneka teman tidur, dengan presentase 65%. Boneka tokoh kartun dengan 22,5%, kelinci dengan 7,5% dan sisanya menjawab lainnya. Boneka beruang menjadi ciri khas sebagai boneka teman tidur untuk anak.

Tabel 3.17 Objek ciri khas malam

Sumber: data pribadi penulis

Objek ciri khas malam	
Subjek	Presentase
Bulan	40%
Bintang	55%
Binatang malam	5%
Lainnya	0%

Dari survei diatas menunjukkan bulan dan bintang menjadi dominan dipilih oleh target. Bulan dengan 40% dan bintang dengan 55%, sehingga objek ini menjadi penting dalam mencirikan malam.

Tabel 3.18 Slogan

Sumber: data pribadi penulis

Slogan yang disukai dan mengerti	
Slogan	Presentase
Good Sleep is Good Life	65%
Tidur yang baik untuk Hidup yang baik	7,5%
Healty Sleep is Happy Kids	22,5%

Dari survei diatas menunjukkan slogan *healty sleep for happy kids*, lebih dominan dipilih oleh target dibanding slogan lainnya. Slogan ini juga sesuai dengan tema dari kampanye dan tidur yang sehat akan membuat anak bahagia (Sharp, 2009, hal.206).

### 3.1.3.1. Kesimpulan Kuisisioner Desain

Dalam mencari informasi, target lebih banyak yang mencari melalui internet, buku dan sosial media. Target menyukai warna-warna *soft*, warna ini bisa dipakai untuk desain karena disukai target, tetapi pemilihan warna juga tetap diputuskan berdasarkan desain yang ingin dicapai. Objek-objek yang berhubungan dengan tidur juga akan digunakan sesuai dengan kecenderungan target memilih, agar target lebih mudah mengenali dan memahami desain yang dibuat.

#### **3.1.4. KPAI**

KPAI merupakan singkatan dari Komisi Perlindungan Anak Indonesia. KPAI merupakan lembaga yang dibentuk oleh pemerintah Indonesia berdasarkan undang-undang nomor 23 tahun 2002 tentang perlindungan anak dan upaya untuk meningkatkan efektifitas penyelenggaraan perlindungan anak di Indonesia. KPAI merupakan lembaga yang berupaya untuk melindungi anak-anak di Indonesia dari berbagai aspek seperti kekerasan, pemenuhan hak, dan lain sebagainya. Penulis bekerja sama dengan KPAI dalam mengkampanyekan tidur yang baik untuk anak. KPAI menganggap tidur yang baik merupakan hak setiap anak. Pemenuhan hak anak oleh orangtua wajib diperlukan.

#### **3.1.5. Studi Exsisting**

Kampanye dengan pendekatan target yang serupa adalah kampanye Pekan Imunisasi Nasional. Kampanye ini dilakukan agar ibu mau membawa anaknya untuk diimunisasi untuk perlindungan terhadap berbagai macam penyakit.

U  
M  
M  
N





UMMN



UMMN

Kampanye ini dilakukan untuk mengurangi jumlah bayi yang meninggal karena *SIDS*. Target dari kampanye ini untuk mengurangi sebesar 10% resiko bayi mengalami *SIDS* di Kanada. Kampanye ini mengharapkan agar orangtua lebih peduli dan mengerti tentang bahaya dari *SIDS* ini, sehingga angka kematian bayi akibat *SIDS* di Kanada bisa dikurangi. Kampanye ini dilakukan pada tahun 2000 dan diharapkan mampu mengurangi angka *SIDS* selama lima tahun, dari tahun 2000 hingga 2004.

Desain kampanye ini dibuat sederhana dan tidak terlalu menampilkan banyak objek, hanya terlihat seorang bayi yang sedang tersenyum. Kampanye *Back To Sleep* ini menggunakan media poster sebagai media untuk menyebarkan informasi. Poster ini menggunakan teknik fotografi yang diberi tipografi yang berisi informasi cara mencegah *SIDS*.



Gambar 3.4 Poster safe sleep campaign  
Sumber: <http://city.milwaukee.gov/Safe-Sleep-Campaign>

Gambar 3.4 merupakan gambar poster yang dilakukan oleh pemerintah Milwaukee untuk mengkampanyekan tentang bahaya bayi tidur di kasur orang dewasa. Struktur tulang bayi belum sekeras tulang orang dewasa, sehingga bayi bisa mengalami kematian. Dari tahun 2006 hingga 2009, terdapat 89 kasus kematian bayi yang disebabkan oleh hal ini, sehingga pemerintah memutuskan untuk melakukan kampanye ini.

Kampanye ini menggunakan teknik persuasi *fear appeal* atau seruan rasa takut, dimana digambarkan bayi yang tidur di tempat tidur orang dewasa, terdapat pisau daging sebagai metafora yang melambangkan bisa membunuh. *Fear appeal* yang ditampilkan dalam kampanye ini menunjukkan tingkat ketakutan yang tinggi.

Selain itu adapula *SIDS and Kids* yang merupakan sebuah organisasi kesehatan di Australia yang mengkampanyekan tentang kesehatan tidur bayi agar tidak mengalami *SIDS* atau sindrom kematian mendadak pada bayi. Kematian yang diakibatkan karena *SIDS* meningkat pada tahun 1991-2001. Organisasi ini dibuat untuk menanggulangi masalah tersebut. *SIDS and Kids* menyebarkan informasi dengan menggunakan poster dan booklet, dan media tersebut juga dapat diunduh secara gratis di situs *sidsandkids.org*, *facebook*, dan *Appstore*.



Gambar 3.5 Poster *SIDS and Kids*

Sumber: [www.sidsandkids.org](http://www.sidsandkids.org)

Poster ini dibuat dengan menggunakan ilustrasi vektor dalam penggambarannya. Menunjukkan perpaduan warna hijau dan ungu dalam desain poster ini. Poster ini menggunakan prinsip *layout* dengan *balance* yang simetris. Penekanan poster ini terdapat pada judul dan elemen teks informasi yang dimasukkan dalam elemen lingkaran, sehingga fokus membaca ditunjukkan pada itu.



Gambar 3.6 Booklet *SIDS an Kids*  
 Sumber: [www.sidsandkids.org](http://www.sidsandkids.org)

Booklet tentang informasi singkat tentang cara tidur dan cara hidup yang benar agar bayi terhindar dari *SIDS*. Dalam desain ini menggunakan prinsip *unity* sehingga terkesan seluruh isi dari buku ini memiliki kesatuan. *Unity* penting dalam desain sebuah booklet. Desain ini menggunakan ilustrasi vektor.

### 3.1.5.1 Kesimpulan Studi Exsisting

Kesimpulan dari studi existing yang telah dibuat adalah kampanye yang dibuat harus menunjukkan informasi yang lebih jelas dan informatif seperti

kampanye yang dilakukan oleh *SIDS and Kids* yang menggunakan media buku yang berisi tentang informasi tentang menghindari bahaya *SIDS*. Berbeda dengan kampanye *back to sleep* di Kanada yang hanya sebatas menggunakan poster, tetapi terdapat banyak informasi dalam poster tersebut, sehingga orang yang melihat belum tentu mengingat informasi yang telah ia baca dari poster tersebut

Kampanye yang dilakukan juga tidak boleh terlalu memberikan intimidasi kepada target seperti kampanye di kota Milwaukee yang menggambarkan seorang bayi yang tertidur disamping pisau daging. *Fear appeal* yang ditampilkan terlalu tinggi sehingga menimbulkan ketakutan yang besar dan komunikasi cenderung terhambat. Studi existing tentang penggunaan ilustrasi ataupun fotografi, cenderung tidak begitu berpengaruh selama menampilkan sesuatu yang sesuai dan mudah dimengerti, seperti *SIDS and Kids* yang menggunakan ilustrasi vektor, namun ilustrasi yang dibuat jelas dan bisa dimengerti.

U M N





ranjang, bantal, selimut, lampu tidur, dan boneka teman tidur, boneka yang biasanya menjadi teman tidur yakni beruang, kelinci, tokoh kartu, dan lainnya.

Penulis juga menjabarkan dari sisi anak. Anak kecil biasa dicerminkan dengan ceria, atraktif, senang bermain. Mainan anak juga bermacam-macam, seperti robot-robotan, mobil-mobilan, kuda-kudaan, boneka, dan masih banyak lagi. Boneka anak juga ada berbagai macam, seperti boneka barbie, kelinci, beruang, dan lainnya. Namun boneka beruang yang lebih berkaitan dengan tidur, sehingga objek beruang menjadi objek dominan dalam *mind mapping*.

### **3.3. Konsep Kreatif**

Perancangan kampanye sosial tidur yang baik untuk anak ini, akan dibuat sesuai dengan ketertarikan target berdasarkan survei yang telah dilakukan. Tetapi tetap mengikuti teori-teori desain yang terkait. Perancangan poster akan dibuat beberapa versi, yakni versi untuk tempat umum seperti di pusat perbelanjaan, posyandu, rumah sakit, dan lainnya, lalu versi untuk di sekolah yang lebih menekankan pada kurang konsentrasi dalam belajar. Desain poster yang dibuat juga akan memasukkan objek-objek yang menunjukkan malam dan objek yang menjadi visual metafora dari objek tersebut. Poster ini juga ingin dibuat dengan teknik komunikasi *fear appeal* yang rendah, agar tidak terlalu menekan para orangtua khususnya ibu yang cenderung mengalami depresi jika terlalu ditekan.

*Fear appeal* yang dibuat sebatas agar komunikasi yang disampaikan dapat diterima dengan baik, agar ada sedikit rasa takut sehingga target akan cenderung ingin mengikuti pesan yang disampaikan. Meski terdapat unsur *fear appeal* tetapi

desain juga harus memberikan unsur yang menarik agar target juga dapat lebih tertarik dengan desain kampanye yang dibuat.

Desain booklet akan dibuat lebih *fun* dan santai dengan warna-warna *soft* atau lembut yang disukai para ibu, sehingga target akan cenderung ingin membaca booklet yang dibagikan secara gratis. Dalam booklet juga disajikan unsur-unsur yang mencerminkan malam yang dibuat dengan desain yang lucu, tetapi sedikit dimasukan *fear appeal* agar ada dorongan untuk mempraktekan informasi dalam buku tersebut.



U  
M  
N