

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Menurut Kellner (2020) dalam bukunya yang berjudul *Media Culture*, mengatakan bahwa hiburan modern telah mengubah cara kita mengonsumsi media, dengan kemampuan untuk mengakses konten di mana saja dan kapan saja. Ini telah membuka pintu untuk pengalaman yang lebih pribadi dan terkustomisasi, dengan pengguna yang dapat memilih dan mengontrol apa yang mereka lihat dan dengar. Dalam konteks ini, salah satu hiburan modern yang umum diakses adalah *Game. Mobile game* dengan mudah bisa diakses dan dimainkan di mana saja, kapan saja, dan siapa saja, terutama *Mobile Game* pada *Gadget Android*.

Rating usia tidak hanya ada pada televisi dan film, tetapi *video game* juga harus disesuaikan dengan umur pemainnya. Dalam permainan *video game* banyak yang memiliki tema kekerasan oleh karena itu terdapat lembaga yang menyaring dan membagi *game* ke dalam beberapa kategori usia. Namun rating usia tersebut tidak diperhatikan oleh para pemain *video game* di Indonesia dan memainkan tidak sesuai usianya. Banyak anak yang lebih mementingkan keseruan nya tanpa memikirkan kekerasan dan hal buruk lainnya yang terdapat pada *game* tersebut (CNN Indonesia, 2016). Salah satu alasan dibentuknya ESRB yaitu lembaga rating usia pada *video game* yang hadir pada wilayah Amerika karena banyaknya kekerasan di dalam *video games* yang ada di dunia. Saat bermain *game* yang menampilkan kekerasan anak akan merasa berpartisipasi dalam melakukan kekerasan tersebut sehingga dapat menimbulkan anak belajar hal yang buruk seperti memukul, menyakiti dan menganggap rendah seseorang. Menurut Aranggi Soemardjan seorang penemu Clevio Coder Camp, *game* kekerasan seperti GTA saat di pasar modern diperjualkan kepada anak usia 13 tahun, memang banyak *game* yang memiliki unsur positif dan edukatif, namun orang Indonesia sudah terbiasa mencari hal negatif dibandingkan positif (CNN Indonesia, 2016).

American Academy of Child & Adolescent Psychiatry menyatakan bahwa banyak *game* populer yang tersebar bertepatan hal-hal negatif seperti membunuh manusia dan binatang, penggunaan narkoba dan alkohol, perilaku kriminal dan tidak mematuhi peraturan, seksualitas dan kekerasan pada wanita, rasisme, penggunaan bahasa kasar, serta aksi tidak pantas. Menurut penelitian anak yang melihat kekerasan menjadi terbiasa dengan kekerasan dan dapat menirukan aksi kekerasan tersebut serta menjadi lebih agresif (AACAP, 2017).

Berbagai contoh apabila anak tidak diawasi sejak dini, bisa berakibat fatal seperti kasus kematian seorang remaja akibat kecanduan main *game* dan mengabaikan kondisi kesehatannya seperti terlambat makan dan tidak tidur (Suara.com, 2022), kasus pembunuhan seorang nenek di Filipina akibat cucunya merasa terganggu saat ditegur karena main *game* terus menerus (Detik.com, 2021). Oleh karena itu dibutuhkan peran penting orang tua dan wali dalam mengawasi anak-anak mereka dalam bermain *mobile game* (Gray, 2011). Terlampir dari situs Kominfo (2018) untuk mempermudah pengawasan oleh orang tua dan wali, juga dalam pemilihan *game* yang sesuai dengan usia penggunaannya agar tetap aman dan sesuai kepribadian bangsa Indonesia, Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo) telah meluncurkan situs *Indonesia Game Rating System (IGRS)* pada November 2016 . Kelompok usia 3 tahun, 7 tahun, 13 tahun, dan 18 tahun dilarang bisa mengakses *game* yang mengandung unsur kekerasan, penggunaan rokok, narkoba, seksual, judi, horror, darah, dan mutilasi.

Maka demikian untuk meningkatkan *Awareness* para orang tua dan wali terhadap *issue* ini, solusi yang diberikan oleh penulis adalah merancang sebuah kampanye untuk memberitahukan dampak buruk yang dapat ditimbulkan apabila memainkan *game* yang tidak sesuai dengan kategori usianya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis menuliskan rumusan masalah untuk perancangan kampanye sebagai berikut:

- a) Bagaimana merancang kampanye mengenai rating usia pada *mobile game* Android

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan fenomena dan permasalahan yang telah dipaparkan dalam latar belakang dan rumusan masalah, penulis membuat Batasan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1.3.1 Ruang Lingkup

Ruang lingkup penelitian memiliki batasan seputar orang tua atau wali yang mempunyai anak berusia 5 - 14 tahun, karena kampanye ini bertujuan untuk *awareness* sejak usia dini dan yang menggunakan *gadget* android dalam kesehariannya.

1.3.2 Subjek dan Target Khalayak

Penulis membatasi target dengan spesifikasi sebagai berikut:

1) Demografis

Perancangan ditujukan untuk target khalayak yang memiliki demografis sebagai berikut:

- a) Usia: orang tua atau wali yang mempunyai anak berusia 5-14 tahun (kelompok umur didasarkan pada kategori IGRS 3+ dan Data Badan Pusat Statistik tahun 2021)
- b) Status Pendidikan: SMA-S2
- c) Kelas Ekonomi: SES-B

Pemilihan SES-B dipengaruhi oleh *digital literacy*, penggunaan *gadget* sebagai media informasi dan kemudahan akses internet.

2) Geografis

Perancangan ditujukan kepada orang tua atau wali anak berusia 5-14 tahun yang berada di wilayah DKI Jakarta. Lokasi tersebut dipilih berdasarkan

3) Psikografis

Target khalayak dibatasi pada orang tua atau wali anak yang peduli pada tumbuh kembang anaknya sejak dini.

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Perancangan karya tulis ini ditujukan untuk merancang media informasi mengenai rating usia pada *mobile game* Android untuk anak.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

Manfaat dari Tugas Akhir dibagi menjadi tiga bagian, yakni:

1. Manfaat Bagi Penulis

Penulis mampu merancang sebuah media informasi untuk edukasi yang tepat untuk masalah desain sebagai hasil dari menempuh Pendidikan Desain Komunikasi Visual di Universitas Multimedia Nusantara, sekaligus untuk meningkatkan wawasan penulis terkait pentingnya memainkan *game (mobile game)* yang sesuai dengan rating usianya.

2. Manfaat Bagi Masyarakat

Masyarakat dapat mengakses informasi dan memahami mengenai rating usia pada *mobile game* Android untuk anak di Indonesia.

3. Manfaat Bagi Universitas

Universitas mendapatkan kontribusi penulis pada bidang ilmu pengetahuan Desain Komunikasi Visual, serta dapat menjadi referensi untuk mahasiswa lain yang menggunakan topik serupa, khususnya mengenai perancangan kampanye untuk meningkatkan *awareness* terhadap tumbuh kembang anak akibat pengaruh *game* yang tidak sesuai usia.



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA