

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Post screen time anger adalah salah satu bentuk disregulasi emosi. Hal ini ditandai dengan kesulitan mengelola emosi negatif, seperti kemarahan dan frustrasi, setelah menggunakan perangkat elektronik (Allen & Raspberry, 2017). Menurut Maria Jessica, seorang Psikolog Klinis Anak, *post screen time anger* dapat terjadi karena dua hal yakni konten yang dikonsumsi dan yang terutama durasi penggunaan gawai. Hal ini bisa terjadi pada anak di Indonesia, dengan rata-rata durasi penggunaan gawai oleh anak pada data yang dikeluarkan oleh Komisi Perlindungan Anak (KPAI) adalah sebesar 6 jam 45 menit per harinya. Padahal anjuran yang diberikan oleh *World Health Organization* (WHO), hanyalah maksimal 1 jam untuk usia 2-5 tahun, sedangkan untuk usia di atasnya hanya tidak lebih dari 2 jam dalam sehari. Mirisnya, berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh seorang Psikolog Isti Ilma Patriani, 65% orang tua juga menggunakan gawai sebagai solusi ketika anak tantrum, terutama saat berada di publik (Istiani, 2020).

Gawai bukan media agar anak terhibur, diberikan karena kasihan atau agar anak bisa tenang, jika waktu bermain sudah selesai dan anak menunjukkan ledakan emosi, orang tua harus tetap tegas (Ardhana, 2023). Namun dalam wawancara dengan Maria Jessica, Psikolog Anak sangat disayangkan penanganan *post screen time anger* secara tepat belum dilakukan, karena terkadang orang tua fokus ke masalah perilaku saja, tanpa melakukan validasi emosi dan edukasi sehingga anak tidak memahami secara jelas dampak penggunaan gawai. Adapun menurut Jenny Radesky, M.D., seorang dokter tumbuh kembang anak dari University of Michigan Health C.S. Mott Children's Hospital, pemahaman orang tua terkait penggunaan gawai bisa membuat anak tenang untuk sementara justru menghasilkan dampak buruk, terutama pada anak *preschool* dan TK yang sedang ada dalam tahap perkembangan dimana perilaku yang sulit ditangani sering ditunjukkan, seperti

tantrum dan emosi yang intens, sehingga membuat gawai menggiurkan digunakan sebagai metode *parenting*.

Jika edukasi mengenai penanganan *post screen time anger* kepada orang tua tidak ditingkatkan, maka hal ini akan bertambah parah bagi anak, dari kurang bahkan rusaknya interaksi anak dengan keluarga dan orang sekitar (Garg, dkk., 2021) sampai dengan perilaku emosi yang tidak terkendali dalam jangka panjang bisa menjadi karakter anak tersebut (Wulandari dkk., 2021). Maka dari itu diperlukan penanganan yang tepat untuk menangani kondisi *post screen time anger* secara efektif, agar anak tidak hanya merasa dilarang namun juga mengerti efek samping dari penggunaan gawai.

Dari penjelasan mengenai fenomena *post screen time anger*, ditemukan solusi untuk melakukan perancangan kampanye. Menurut Rogers & Storey (1987) dalam buku Manajemen Kampanye oleh Venus (2018), kampanye merupakan sebuah kegiatan yang dirancang secara sistematis untuk menciptakan efek tertentu dalam kurung waktu yang sudah ditentukan. Perancangan kampanye mengenai *post screen time anger* ini dibuat untuk orang tua dengan anak usia 2 – 5 tahun bertujuan mengajak orang tua untuk mengambil peran dalam menangani *post screen time anger* pada anak dengan cara yang tepat agar tidak berdampak pada karakter dikemudian hari.

1.2 Rumusan Masalah

Post screen time anger adalah situasi dimana anak menunjukkan emosi saat bermain gawai selesai (Garg, 2021), hal ini bisa terjadi karena durasi dan konten yang dikonsumsi saat bermain gawai (Jessica, 2023). Penanganan yang tepat terhadap kondisi *post screen time anger* pada anak perlu dilakukan agar tidak menyebabkan perilaku emosi menjadi karakter anak dikemudian hari (Wulandari dkk., 2021), sehingga munculah rumusan masalah sebagai berikut:

Bagaimana perancangan kampanye mengenai penanganan *post screen time anger* untuk orang tua dengan anak usia 2 – 5 tahun?

1.3 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah yang dibuat dalam perancangan kampanye mengenai *post screen time anger* untuk orang tua dengan anak usia 2-5 tahun, diantaranya adalah:

1. Demografis

- a. Usia: Orang tua dengan anak usia 2 – 5 Tahun

Pada usia 2-5 tahun, orang tua bisa memberikan izin pada anak untuk menggunakan gawai dengan durasi maksimal satu jam. Dalam penggunaannya harus didampingi, dan dibutuhkan interaksi antar orang tua dan anak untuk menjelaskan apa yang sedang dilihat pada layar tersebut (Nirwana dkk., 2019).

- b. Status Kewarganegaraan: Indonesia
- c. *Social Economic Status* (SES): SES A - B

Menurut data yang dikeluarkan oleh Badan Pusat Statistik (BPS), semakin tinggi pengeluaran keluarga, semakin tinggi pula proporsi anak usia dini yang menggunakan gawai dan mengakses internet.

- d. Gender: Perempuan (Primer) dan laki laki
- e. Pendidikan Minimal: SMA/SMK – S1
- f. Bahasa yang digunakan: Indonesia

2. Geografis

- a. Negara: Indonesia
- b. Kota/Kabupaten: Jabodetabek

3. Psikografis

- a. Orang tua yang sudah memberikan izin kepada anak-anak untuk mengakses gawai.
- b. Merasa khawatir atau bingung dengan perilaku agresif anak.
- c. Orang tua yang menggunakan gawai sebagai solusi sementara untuk anak.
- d. Kurangnya pemahaman tentang *post screen time anger* dan cara penanganan yang tepat.

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Tujuan dari tugas akhir penulis adalah untuk merancang kampanye mengenai *post screen time anger* untuk orang tua dengan anak usia 2 – 5 tahun.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

Adapun manfaat yang diharapkan bisa berguna bagi penulis, orang lain maupun *target audience* daripada perancangan kampanye, dan Universitas Multimedia Nusantara.

1. Bagi Penulis

Penulis berharap karya tugas akhir dapat menjadi wadah untuk menerapkan ilmu yang telah dipelajari selama perkuliahan berlangsung ke dalam perancangan tugas akhir dan bisa memperoleh gelar sarjana di Universitas Multimedia Nusantara.

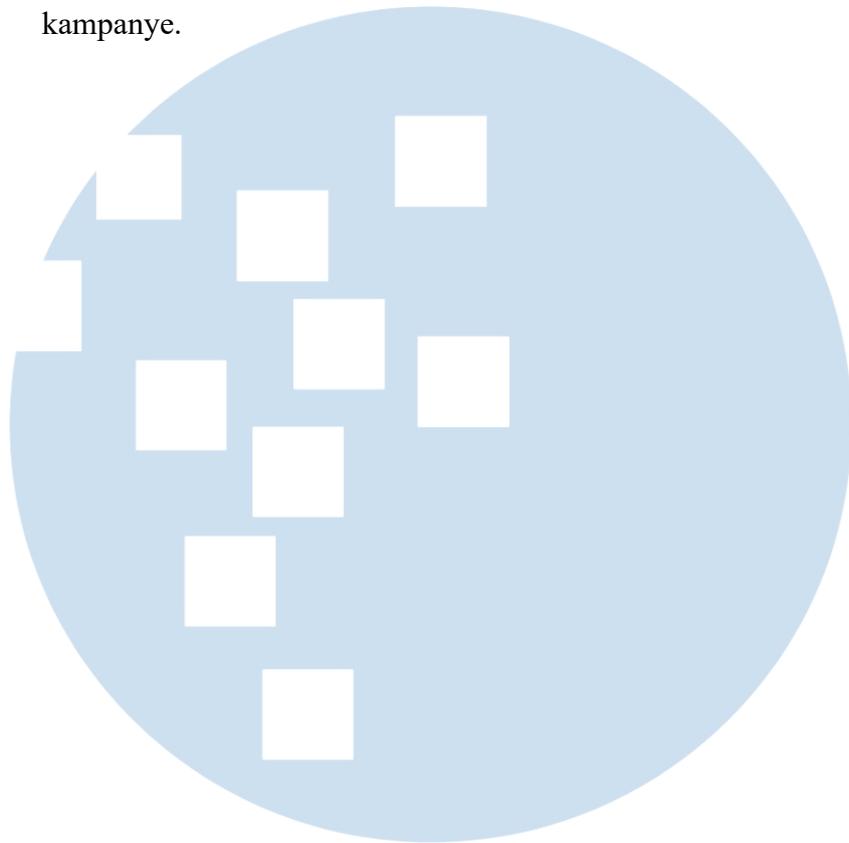
2. Bagi Orang Lain

Adapun manfaat yang diharapkan oleh penulis bagi orang lain maupun *target audience*, yakni dapat menambah wawasan untuk lebih perhatian lagi terkait penggunaan gawai pada anak, agar tidak berdampak buruk bagi kesehatan baik fisik maupun mental anak dikemudian hari.

3. Bagi Universitas.

Penulis berharap perancangan tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi universitas sebagai media referensi tambahan yang bisa dijadikan acuan

dalam untuk mahasiswa/i lainnya yang ingin mengambil perancangan kampanye.



UMMN

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