

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bermain adalah aktivitas yang melibatkan kesenangan dan pembelajaran yang dilakukan oleh seorang anak. Sedangkan, mainan adalah instrumen yang digunakan untuk melakukan aktivitas bermain tersebut. Aktivitas bermain memiliki peran yang penting dalam pertumbuhan seorang anak. Contohnya seperti mengembangkan keterampilan kognitif, motorik, psikososial, emosional, dan linguistik. Selain itu, mainan dapat melatih anak-anak menjadi percaya diri, kreatif, dan bahagia (Dag, Turkkan, Kacar, & Dag, 2021). Orang tua rela mengeluarkan banyak uang demi menyenangkan dan mengedukasi anak dengan cara membelikan berbagai variasi mainan. Terutama mainan yang berukuran kecil seperti boneka, *puzzle*, *figurine*, buku, mobil-mobilan, dan sejenisnya semakin mudah dibeli dengan adanya toko *online* yang menawarkan berbagai jenis mainan dengan harga yang murah. Dengan banyaknya faktor tersebut, orang tua menjadi sering membeli mainan untuk buah hatinya.

Namun, masalahnya terletak pada cepatnya anak bertumbuh dan anak memiliki sifat cepat bosan terhadap mainan. Sehingga mainan tersebut hanya digunakan dalam waktu yang sebentar dan berakhir didiamkan menumpuk di rumah. Bahkan akhirnya dibuang apabila sudah tidak bisa diwariskan dan tidak tahu ingin dibawa ke mana lagi. Padahal mainan yang keadaannya baik dan layak masih bisa digunakan kembali. Faktanya, 90% mainan di pasaran saat ini terbuat dari plastik dengan alasan meminimalisir kemungkinan melukai anak, lebih tahan lama dan tidak mudah rusak (Aurisano, dkk., 2021). 80 persen mainan yang tak terpakai tersebut pada akhirnya berakhir di TPA (Tempat Pembuangan Akhir). Secara global, mainan merupakan 6% dari total sampah plastik yang ditemukan di TPA (Levesque, Robertson, & Klimas, 2022).

Berdasarkan wawancara yang dilaksanakan dengan Elvan Pradana Putra, *Project Manager* dari Peri Bumi, didapatkan bahwa masalah tentang sampah mainan di Indonesia belum disadari secara kolektif, melainkan hanya secara individu. Orang tua merasa di rumahnya sudah menumpuk mainan tapi tidak menganggap ini sebagai masalah sampah, padahal di keluarga lain juga memiliki kondisi yang sama. Penulis melakukan observasi dan mendapati sedikit kampanye mengenai penggunaan ulang mainan di Indonesia. Selain itu, masalah desain yang ditemukan penulis adalah kampanye mengenai penggunaan ulang mainan masih kurang diketahui masyarakat. Maka dari itu, agar kampanye lebih menarik dan dapat menjangkau lebih banyak orang tua, dibutuhkan solusi berupa *mobile site* interaktif di mana orang tua dapat menggunakan ulang mainan bekas yang masih layak pakai dan dapat dilakukan kapan pun. Penulis memilih media *mobile site* karena menurut Badan Pusat Statistik, kebanyakan masyarakat mengakses internet melalui telepon seluler daripada laptop (2019). Selain itu, solusi ini digunakan untuk mengubah pola pikir orang tua agar menggunakan ulang mainan anak untuk mengurangi dampak yang lebih besar dari pembuangan sampah mainan plastik.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan, rumusan masalah yang dibuat penulis adalah:

- 1) Masalah sampah mainan di Indonesia belum disadari secara kolektif.
- 2) Banyaknya jumlah mainan anak yang disimpan di rumah berakhir dibuang karena sudah tidak lagi digunakan.
- 3) Kurangnya media persuasif mengenai penggunaan ulang mainan untuk mengurangi sampah mainan.

Dari rumusan masalah yang disebut di atas, penulis membuat penelitian desain dengan pertanyaan:

Bagaimana perancangan *mobile website* untuk kampanye penggunaan ulang mainan anak di Jakarta?

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, penulis membatasi perancangan *mobile website* untuk kampanye penggunaan ulang mainan anak di Jakarta sebagai berikut:

1) Demografis

Orang tua yang berusia 24-39 tahun sudah terbiasa menggunakan teknologi yang serba digital dan banyak menghabiskan waktu dalam sosial media (Moriarty, dkk. 2020). Sedangkan penulis memilih target SES B hingga A karena masyarakat dengan status ekonomi menengah ke atas memiliki pendidikan yang cukup baik dan dapat menerima edukasi mengenai lingkungan. Masyarakat SES B lebih bisa menerima dalam penggunaan barang bekas. Sedangkan, masyarakat SES A lebih mementingkan prestis, sehingga memiliki kecenderungan hanya menggunakan barang yang baru (Dewi, Andarini & Anandya, 2009). Sehingga, perlu untuk mempersuasi masyarakat SES A agar tidak boros dan membuang mainan.

A) Jenis Kelamin: Perempuan dan Laki-laki

B) Usia: 24-39 tahun

C) Pendidikan: SMA/K, Diploma, Sarjana

D) Status Ekonomi: SES B-A

2) Geografis

Penulis memilih target audiens yang berdomisili di DKI Jakarta. Masyarakat metropolitan cenderung memiliki gaya hidup konsumtif. Hal ini disebabkan oleh masyarakat kota yang memiliki kemudahan untuk mengakses berbagai kebutuhan. Selain itu, adanya kompetisi di mana masyarakat ingin terlihat lebih unggul dari yang lain, sehingga cara termudah untuk mencapainya adalah dengan membeli berbagai materi sebagai simbol keunggulan (Zaman, 2017).

3) Psikografis

Orang tua yang memiliki anak berusia 0-12 tahun berdomisili di Jakarta yang peduli terhadap lingkungan dan ingin menghemat uang dalam pembelian mainan anak.

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Perancangan *mobile website* untuk kampanye ini ditujukan kepada orang tua yang memiliki anak berusia 0-12 tahun sehingga beralih dari membeli mainan baru dan melakukan *reuse* atau menggunakan ulang mainan anak agar dapat mengurangi pembuangan sampah mainan plastik.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

Manfaat perancangan tugas akhir mengenai *mobile website* untuk kampanye penggunaan ulang mainan anak usia 0-12 tahun di Jakarta yaitu:

1) Bagi Penulis

Sebagai syarat kelulusan untuk meraih gelar Sarjana Desain. Serta mengasah dan menambah ilmu mengenai *Interaction Design* dan penerapannya secara nyata.

2) Bagi Masyarakat

Memberikan informasi mengenai penggunaan ulang mainan anak dapat mengurangi sampah mainan plastik.

3) Bagi Universitas

Penelitian ini dapat dijadikan acuan atau referensi bagi mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara.

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