

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Tugas rumah tangga (*house chores*) merupakan kegiatan praktek sebagai sarana pembelajaran dalam proses pembentukan karakter dan keterampilan seseorang termasuk rasa tanggung jawab, kemandirian serta *life skill* yang perlu dilatih sejak usia dini (Khusmayazaenal, et al, 2025, h.2). Anak dapat diberikan berbagai jenis tugas rumah sesuai dengan tingkat kesulitan dan kemampuan mereka pada usia tertentu. Namun, umumnya pekerjaan seperti membereskan mainan, menaruh pakaian kotor hingga merapikan kamar pribadi merupakan hal mendasar yang termasuk dalam *basic life skill* dan dapat mulai diterapkan sejak dini. Pemberian tugas rumah tangga harus disesuaikan dengan kemampuan anak sesuai tahap tumbuh kembang pada usia tertentu seperti tugas yang lebih kompleks dapat diberikan pada anak yang usianya lebih usianya lebih dewasa (Hayati, 2025, h.16). Hal ini diperkuat oleh Debora Basaria, M.Psi. selaku praktisi psikologi yang aktif di bidang Psikologi Klinis Anak, Remaja dan Keluarga bahwa tugas yang diberikan kepada anak harus sesuai dengan kemampuan motorik anak pada usia tertentu.

Penerapan tugas rumah tangga sederhana dapat memberikan manfaat psikologis dalam pembentukan karakter pada anak. Menurut penelitian University of Minnesota (Marsichal et.al, 2025), pembiasaan ini dapat memperkuat mental anak serta meningkatkan kemampuan sosial yang lebih baik seperti membangun hubungan yang harmonis, rasa empati serta kemampuan bekerja sama dengan keluarga. Oleh karena itu, pembiasaan tugas rumah tangga menjadi faktor penting dalam proses pembentukan karakter anak.

Sehubungan dengan temuan tersebut, menurut hasil riset dan wawancara dengan orang tua juga menunjukkan bahwa umumnya orang tua sudah melibatkan anak dalam berbagai pekerjaan rumah tangga sehingga anak menjadi terbiasa melakukannya. Berdasarkan penelitian dalam *Humanities & Social Sciences Communications* (Gyamfi, 2025), sebesar 90,4% anak sudah terlibat dalam tugas

rumah tangga. Meskipun data menunjukkan bahwa keterlibatan anak sudah cukup tinggi, terdapat perbedaan perilaku anak terkait cara mereka menjalankan tugas tersebut baik laki-laki maupun perempuan. Hal ini diperkuat dalam temuan Hurlock (1978, h.146) yang menyatakan bahwa pada usia kanak-kanak akhir, anak laki-laki cenderung kurang peduli dengan kerapian dan cenderung lebih ceroboh terhadap sesuatu. Pernyataan tersebut juga didukung oleh penelitian dalam *BMC Psychology* (Efrat & Orna, 2022) bahwa laki-laki cenderung lebih mengutamakan kecepatan dibandingkan perempuan yang justru lebih berhati-hati untuk menghindari kesalahan ketika mengerjakan sesuatu. Perilaku tersebut menunjukkan adanya perbedaan pada tingkat pemahaman anak terhadap tanggung jawab dalam menyelesaikan suatu tugas. Anak laki-laki cenderung menunjukkan perilaku eksternal seperti menjadi lebih impulsif dan agresif karena faktor biologis maupun sosial (Levkovich et.al, 2025). Situasi ini juga mengindikasikan rendahnya kemampuan kontrol diri pada anak laki-laki. Seperti yang disebutkan oleh Mirani et al. (2022) dalam penelitiannya terhadap siswa siswi di SDN Kuin Cerucuk 3 bahwa terdapat hasil yang menunjukkan adanya perbedaan perilaku antara siswa perempuan dan laki-laki dalam mengerjakan suatu tugas. Hal ini berhubungan dengan karakteristik anak yang dikaji, bahwa dalam riset tersebut, siswa perempuan dinilai lebih teliti, rapi serta teratur dalam menyelesaikan tugas sedangkan pada siswa laki-laki, perilaku yang terlihat cenderung lebih pada kecepatan daripada kehati-hatian dan perhatian.

Oleh karena itu, penulis akan merancang media dengan pesan utama menyadarkan anak laki-laki untuk lebih memaknai proses dalam pengerjaan tugas rumah tangga terutama agar lebih tenang dan teliti dalam proses pengerjaannya. Kampanye sebagai strategi komunikasi penyampaian yang efektif guna mendorong perubahan pada target audiens yaitu anak laki-laki usia sekolah dasar. Tujuan dari perancangan sebuah kampanye diharapkan dapat memberi dampak yang berkelanjutan kepada masyarakat melalui strategi komunikasi yang terencana (Rogers & Storey dalam Venus, 2018, h.9). Kampanye ini akan melibatkan partisipasi anak terhadap tugas rumah tangga. dalam pengawasan orang tua.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan sebelumnya, berikut ini temuan masalah yang didapatkan oleh penulis, yakni :

1. Adanya kecenderungan perilaku implusif dan terburu-buru pada anak laki-laki di usia kanak-kanak akhir sehingga mempengaruhi cara mereka dalam menghadapi tugas rumah tangga
2. Kurangnya pendekatan edukasi yang secara khusus mendorong pembiasaan *house chores* pada anak laki-laki dalam menumbuhkan perilaku teliti dan bertanggung jawab dalam pelaksanaannya.

Oleh karena itu, pernyataan penelitian dari perancangan ini adalah bagaimana perancangan kampanye sosial mengenai pembiasaan *house chores* untuk anak laki-laki usia sekolah dasar?

1.3 Batasan Masalah

Perancangan ini dibatasi pada perancangan kampanye sosial sebagai bentuk media persuasif. Target perancangan ditunjukkan kepada anak laki-laki usia sekolah dasar dari 7-11 tahun dengan status ekonomi keluarga menengah ke atas (SES A-B) dan domisili Jabodetabek guna memperluas jangkauan kampanye. Secara psikografis, perancangan ini ditujukan pada anak laki-laki yang cenderung kurang teliti dalam menyelesaikan tugas karena lebih fokus pada penyerta masih memerlukan dorongan dari orang tua dalam menjalankan tanggung jawab. Ruang lingkup konten perancangan membahas faktor perbedaan perilaku pada anak laki-laki usia sekolah dasar yang mempengaruhi cara mereka dalam mengerjakan tugas.

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Tujuan dari perancangan ini adalah untuk merancang kampanye sosial pembiasaan tugas rumah tangga untuk anak laki-laki usia sekolah dasar.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

Peneliti berharap agar perancangan kampanye sosial ini dapat memberikan manfaat. Manfaat Tugas Akhir dibagi menjadi dua bagian, yakni sebagai berikut :

1. Manfaat Teoretis:

Penelitian ini diharapkan dapat berperan dalam arsip perkembangan ilmu pengetahuan di bidang Desain Komunikasi Visual terutama dalam pilar persuasi berbentuk perancangan kampanye sosial. Selain itu, perancangan ini juga diharapkan dapat menjadi sumber inspirasi bagi penelitian serupa di masa depan yang membahas mengenai strategi komunikasi visual dalam upaya mendorong perubahan perilaku pada anak laki-laki usia sekolah dasar sehingga dapat mempengaruhi perilaku mereka terhadap tugas rumah tangga.

2. Manfaat Praktis:

Perancangan kampanye sosial ini diharapkan dapat membantu anak laki-laki untuk meningkatkan ketelitian dan fokus dalam kegiatan sehari-hari yang dilakukan, terutama dalam pelaksanaan tugas rumah tangga. Kampanye sosial yang dirancang juga dapat berperan sebagai bagian dari dokumen arsip Universitas Multimedia Nusantara serta referensi bagi penelitian maupun perancangan sejenis di masa depan.

