

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sejak usia dini, anak-anak sudah terbiasa menggunakan *smartphone* sebagai bagian dari keseharian mereka (BPS, 2023). Salah satu bentuk hiburan digital yang paling banyak diminati adalah gim daring, terutama di kalangan generasi Alpha (APJII, 2024). Dengan kemudahan akses melalui perangkat digital, anak-anak dapat memainkan berbagai jenis permainan dari beragam genre dan kategori usia, mulai dari edukasi hingga aksi (KPAI, 2023). Hal ini menjadikan gim daring sebagai salah satu hiburan paling populer di kalangan anak remaja Indonesia.

Pada dasarnya, setiap permainan memiliki batasan usia yang ditentukan oleh lembaga klasifikasi, baik nasional maupun internasional. Sistem rating ini berfungsi untuk menyesuaikan konten permainan dengan tingkat usia pemain (PEGI, 2023). Di Amerika Utara terdapat Lembaga yang mengatur batasan usia dalam gim daring yaitu, Entertainment Software Rating Board (ESRB) dan di Eropa terdapat Pan European Game Information (PEGI). Di Indonesia, lembaga yang menetapkan batasan usia bermain gim adalah Kementerian Komunikasi dan Informatika (KOMINFO) melalui divisi Indonesia Game Rating System (IGRS), yang memiliki sistem klasifikasi usia gim yang mirip dengan PEGI dan ESRB (Kominfo, 2024). Sejak 2016, sebagai standar klasifikasi konten gim budaya dan nilai lokal, IGRS membagi gim ke dalam kategori usia 3+, 7+, 13+, 15+, dan 18+, yang ditentukan berdasarkan aspek bahasa, kekerasan, seksualitas, narkoba, horor, dan interaksi online (IGRS, 2023).

Namun, data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) dan KPAI (2024) mengungkapkan bahwa 24,27% responden pernah memainkan gim daring, dengan 13,52% di antaranya menghabiskan waktu lebih dari 4 jam per hari (APJII & KPAI, 2024). Meskipun sistem rating sudah tersedia, penerapannya belum berjalan optimal (Kominfo, 2024). Data menunjukkan tingginya angka keterlibatan anak dalam gim daring, KPAI (2020) menemukan bahwa 55% anak

usia sekolah bermain gim daring, sementara 79% anak tidak memiliki aturan penggunaan gawai dan bermain gim daring dari orang tuanya.

Banyak orang tua yang belum memahami arti klasifikasi usia, sementara pengawasan terhadap akses anak di platform digital juga masih lemah (KPAI, 2020). Akibatnya, banyak anak-anak di Indonesia tetap dapat mengakses permainan yang tidak sesuai dengan batasan usia mereka (KPAI, 2020). Permainan dengan konten kekerasan, seksual, maupun bahasa kasar tetap dapat diunduh dan dimainkan dengan mudah melalui aplikasi (Kominfo, 2024). Ketidaksesuaian antara konten permainan dan usia pengguna dapat menimbulkan risiko serius bagi perkembangan psikologis, emosional, maupun sosial anak (KPAI, 2020). Sebagai contoh kasus, KPAI pernah menerima laporan terkait anak usia sekolah dasar yang meniru adegan kekerasan dari permainan ber-genre *battle royale* hingga melukai temannya di sekolah (KPAI, 2020). Kasus lain juga mencatat anak usia 12 tahun yang kecanduan gim daring hingga mengalami gangguan tidur, penurunan prestasi akademik, dan perubahan perilaku menjadi lebih agresif (CNN Indonesia, 2019).

Upaya penyelesaian masalah ini sebenarnya sudah dilakukan melalui kampanye literasi digital. Namun, kampanye yang ada sering kali kurang efektif karena penyebarannya terbatas, menggunakan bahasa yang terlalu formal, serta lebih menekankan pada aturan seperti larangan bermain gim terlalu lama atau imbauan mengikuti batasan usia daripada edukasi yang bersifat praktis. Akibatnya, pesan kampanye menjadi kurang mudah dipahami dan tidak berkesinambungan. Oleh karena itu, diperlukan kampanye sosial yang memiliki tujuan jelas, pesan yang relevan, media yang tepat, serta disampaikan dengan bahasa dan gaya komunikasi yang sesuai dengan target audiens untuk menekankan pentingnya batasan usia dalam bermain gim daring.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dibuat oleh penulis, terdapat masalah sebagai berikut:

1. Masih rendahnya tingkat pemahaman orang tua terhadap sistem klasifikasi usia gim (IGRS), sehingga orang tua belum memiliki acuan yang jelas dalam memilih permainan digital yang sesuai dengan usia anak..
2. Masih minimnya kampanye literasi digital tentang batasan usia gim daring yang pernah dilakukan, dan kampanye yang pernah dilakukan belum berdampak signifikan, karena cenderung formal, terbatas jangkauannya, serta lebih menekankan aturan dibandingkan edukasi praktis.

Maka, penulis memutuskan pertanyaan penelitian ini adalah bagaimana merancangan kampanye sosial tentang kesadaran orang tua dalam mengawasi batasan umur bermain gim?

1.3 Batasan Masalah

Pada batasan masalah ini, penulis membatasi perancangan hanya pada pembuatan kampanye sosial edukatif mengenai batasan usia dalam gim daring, yang ditujukan pada orang tua berusia 25–40 tahun yang memiliki anak usia 6–12 tahun, tanpa pembatasan khusus berdasarkan jenis kelamin untuk memastikan kesetaraan gender. Target berada dalam kategori SES A – B, kelompok yang memiliki pengeluaran rumah tangga per bulan lebih dari Rp4.000.000 karena kelompok ini memiliki akses memadai terhadap perangkat digital seperti smartphone, serta memiliki literasi dasar visual dan tekstual yang relatif lebih tinggi dibanding kelompok lain (41% masyarakat dalam SES A dan B masih memiliki literasi digital rendah, meski berada di atas rata-rata nasional), meskipun akses digital tinggi, pemahaman khusus tentang IGRS/rating gim masih rendah. Fokus wilayah adalah perkotaan dan suburban, di mana penggunaan internet dan perangkat digital sangat tinggi. Secara psikografis, target audiens adalah orang tua yang peduli pendidikan anak namun masih memiliki keterbatasan dalam memahami *rating* usia permainan (IGRS), sehingga kampanye ini dapat meningkatkan pemahaman dan kesadaran mereka dalam mendampingi aktivitas anak.

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Pada Tugas Akhir ini, tujuan yang akan dicapai adalah membuat perancangan kampanye sosial tentang kesadaran orang tua terhadap batasan usia bermain gim.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

Manfaat yang dapat diperoleh dari perancangan Tugas Akhir ini terbagi menjadi dua kategori, yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis. Manfaat teoritis memberikan kontribusi jangka panjang dalam perkembangan teori pembelajaran, sedangkan manfaat praktis berfokus pada dampak langsung terhadap komponen-komponen pembelajaran yang terkait:

1. Manfaat Teoretis:

Secara teoritis, penelitian ini memberikan kontribusi pada kajian Desain Komunikasi Visual (DKV), khususnya dalam penerapan prinsip kampanye sosial edukatif yang dibuat dengan pendekatan visual efektif, menarik, dan mudah dipahami. Hasil penelitian ini juga dapat memperkaya literatur mengenai strategi komunikasi visual untuk literasi digital, terutama dalam ilmu pengasuhan anak dan regulasi usia penggunaan media digital. Dengan demikian, penelitian ini dapat menjadi rujukan bagi peneliti atau mahasiswa lain yang ingin mengkaji peran desain dalam meningkatkan efektivitas pesan sosial dan edukasi publik.

2. Manfaat Praktis:

Secara praktis, penelitian ini bermanfaat untuk orang tua sebagai target audiens utama dengan membantu meningkatkan kesadaran dan pemahaman mereka mengenai pentingnya memperhatikan batasan usia dalam gim daring demi melindungi perkembangan anak. Selain itu, hasil perancangan kampanye sosial ini dapat dimanfaatkan oleh pemerintah, lembaga pendidikan, maupun organisasi perlindungan anak sebagai media pendukung dalam menyebarkan informasi tentang literasi digital.