
PERANCANGAN BUKU *POP-UP* INTERAKTIF “SEPATU KACA YANG KESEPIAN” UNTUK MENINGKATKAN INTERAKSI ANTARA ORANG TUA DAN ANAK

Shania Kamal An'noor, Noor Hasyim M.Ds

Desain Komunikasi Visual, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Dian Nuswantoro Semarang

Email : Shania27b.papb@gmail.com, hasyim.nahl@gmail.com

INFO ARTIKEL

Riwayat Artikel :

Diterima : 27 Juli 2020

Disetujui : 28 Juli 2020

Kata Kunci :

Buku *Pop-Up*, Gadget, Interaktif, Interaksi, Sensor Motorik

ABSTRAK

Perkembangan dunia teknologi begitu pesat, akan tetapi tidak selamanya kemajuan teknologi menimbulkan dampak positif. Tingkat kecanduan gadget di usia dini semakin mengkhawatirkan, salah satunya adalah bertambahnya angka kurangnya interaksi orang tua dan anak di Indonesia sebanyak 5 persen dalam satu tahun. Untuk mengatasi permasalahan tersebut diperlukan konsep perancangan media edukasi yang menarik, komunikatif dan interaktif berupa buku pop-up interaktif. Pendekatan perancangan ini menggunakan metode pengumpulan data kualitatif, data diperoleh melalui wawancara secara langsung, melalui studi jurnal dan kusioner kepada target audience. Analisis data menggunakan metode 5W+1H. Melalui media buku pop-up interaktif ini edukasi bagi anak dengan usia 2-5 tahun akan meningkat, dan juga melatih sensor motorik, mengembangkan imajinasi serta meningkatkan interaksi antara orang tua dan anak lebih dekat.

ARTICLE INFO

Article History :

Received : date of received article

Accepted : date of accepted article

Keywords:

Pop-Up Books, Gadget, Intereasing, Interaction, Motor Sensors

ABSTRACT

The development of the world of technology is so rapid, but not always technological progress has a positive impact. The level of gadget addiction at an early age is increasingly worrying, one of which is the increasing rate of lack of parent and child interaction in Indonesia by 5 percent in one year. To overcome these problems required an interesting, communicative, and interactive educational media design concept in the form of interactive pop-up books. This design approach uses qualitative data collection methods, data obtained through direct interviews, through journal studies, and questionnaires to the target audience. Data analysis using the 5W + 1H method. Through this interactive pop-up book media education for children aged 2-5 years will increase, and also train motor sensors, develop imagination and increase interaction between parents and children more closely..

1. PENDAHULUAN (Times New Roman 12, Bold, spasi 1)

Kemajuan teknologi berdampak pada sosialisasi lingkungan sekitar, khususnya lingkungan keluarga. Terlebih lagi generasi anak saat ini dengan mudahnya menerima perkembangan dunia teknologi yaitu gadget tanpa mengetahui efek negatif yang diakibatkannya.. Pada 4 november 2018, sebuah media kabar online (*cnnindonesia.com*) mengeluarkan artikel tentang Tingkat Kecanduan Gadget Sejak Dini Semakin Mengkhawatirkan. Laman tersebut mengutip *New York Times* mengungkapkan sebanyak 70% orang tua mengizinkan anak-anak mereka yang berusia 2 sampai 5 tahun bermain gadget ketika orang tua sedang mengerjakan pekerjaan rumah dan menenangkan anak di tempat umum. Sedangkan di tahun 2019, melalui situs pemerintah (*kominform.go.id*) mengeluarkan artikel tentang “Kecanduan Gawai Ancam Anak-anak” mengungkapkan bahwa sebanyak 75 persen orang tua di Indonesia masih mengizinkan anak-anak mereka yang berusia 2 sampai 5 tahun bermain gadget dengan alasan yang sama. Dampak gadget menyebabkan kurangnya interaksi orang tua dan anak di Indonesia mengalami kenaikan sebanyak 5 persen dalam satu tahun. Di tahun 2019, mengutip situs media online (*thelittlethings.com*) mengungkapkan berdasarkan penelitian di Universitas Iowa, Amerika Serikat menemukan bahwa usia 2 sampai 5 tahun sebanyak 90 persen anak di dunia telah kecanduan gadget.

Melalui survey yang diadakan di Kota Semarang kepada 84 orang tua yang berusia 25 sampai 40 tahun mengungkapkan hasil temuan yaitu sebanyak 52,4% tujuan orang tua memberikan gadget kepada anak untuk sebagai edukasi, 83,5% orang tua memberikan gadget kepada anak mereka berusia 3 sampai 5 tahun dan 43,5% orang tua tetap memberikan gadget dengan alasan agar anak setara dengan teman sebaya. Dapat disimpulkan jika harapan dan tujuan orang tua memberikan gadget kepada anak untuk edukasi, tetapi mengizinkan anak usia 3 sampai 5 tahun bermain gadget memiliki dampak buruk pada perkembangan anak dan Orang tua masih beranggapan anak diberikan gadget dikarenakan mengikuti trend agar anak tidak merasa ketinggalan dan disetarakan dengan teman lainnya.

Perlu diketahui, Usia 0-5 tahun disebut sebagai “usia emas” (*The Golden Age*) dimana jutaan sel otak mulai berkembang di masa pertumbuhannya. Di masa ini, anak mudah menyerap semua informasi dengan cepat sehingga mempengaruhi perkembangan selanjutnya. Hal tersebut berpengaruh pada terbentuknya karakter, kemampuan kognitif, kepribadian dan sensor motorik. Peran orang tua sangat penting untuk mengoptimalkan kecerdasan anak secara intelektual, emosional dan spiritual dalam mempelajari ketrampilan dan membentuk kebiasaan-kebiasaan yang berpengaruh untuk anak. Buku cerita yang dilengkapi permainan edukasi menjadi cara untuk meningkatkan interaksi antara orang tua dan anak, melatih motorik halus anak, mengoptimalkan keterampilan sosial dan imajinasi. Anak akan semakin tertarik apabila terdapat berbagai gambar penuh warna di dalamnya. Media yang tepat dalam meningkatkan interaksi orang tua dengan anak, serta melatih sensor motorik halus untuk tumbuh kembangnya adalah Buku *Pop-up*. Menurut Joko Muktiono (2003:65), Buku *Pop-up* adalah sebuah buku dengan tampilan gambar yang dapat ditegakkan serta membentuk obyek-obyek indah dan memberikan efek bergerak yang menakjubkan. Buku *pop-up* memiliki unsur tiga dimensi serta visualisasi cerita yang lebih menarik. Gambar yang beragam dengan ilustrasi menggemaskan dan penuh warna dapat membantu anak lebih mudah memahami isi cerita tanpa harus memabacanya satu persatu.

Saat ini, perkembangan *pop-up* lebih didominasi cerita dongeng luar negeri daripada cerita dalam negeri yang memfokuskan kehidupan sehari-hari. **“Perancangan Buku *Pop-Up* Interaktif “Sepatu Kaca Yang Kesepian” Untuk Meningkatkan Interaksi Antara Orang Tua dan Anak”** diharapkan menjadi media edukasi yang menarik untuk anak usia 2-5 tahun dalam melatih sensor motorik halus dan memperkuat interaksi orang tua dan anak. Dalam usia 2-5 tahun, anak berada pada tahap pra-operasional dan memerlukan media interaktif yang tepat dalam tumbuh kembangnya.

Perancangan ini bertujuan mengedukasi anak dan mem perkuat interaksi orang tua dan anak dengan menggunakan Teknik *moveable paper*. Teknik *moveable paper* merupakan Teknik permainan dalam menggerakkan kertas di dalam buku *pop-up*. Dalam perancangan ini terdapat permainan edukasi bagi anak berupa menempelkan stiker pada beberapa

halaman yang disediakan. Buku pop up yang didukung dengan berbagai permainan edukasi lebih menarik dan memudahkan anak-anak dalam belajar, membaca, kreativitas, mengamati, membuka, memegang dan menutup buku untuk melatih perkembangan kognitif, motorik halus dan menumbuhkan imajinasi anak.

2. METODE

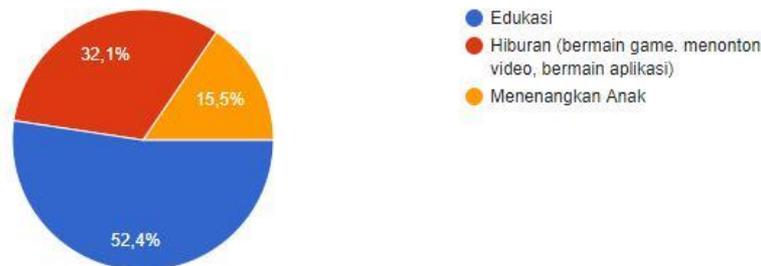
Metode yang digunakan dalam perancangan ini menggunakan metode kualitatif melalui observasi dan wawancara penyelia Indos Studio dan pengumpulan data primer, data klien, juga data sekunder.

Analisis data yang didapatkan menggunakan system 5W+1H dan mendapatkan kesimpulan analisis yang dijadikan sebagai acuan terhadap perancangan hingga hasil akhir. Analisa target audience dibagi primer dan sukender, pada analisis target audience primer dalam perancangan ini berfokus pada anak-anak usia 2 sampai 5 tahun pendidikan pra-sekolah dengan kecanduan gadget ditunjukkan kepada anak-anak dalam belajar melatih kreativitas dan edukasi. Sedangkan target audience sekunder berfokus orang tua berusia 25 sampai 40 tahun dengan pendapatan menengah dan atas dan orang tua memberikan kepada anak sebagai pengganti gadget media dalam melatih sensor motoric dan kognitif.

3. HASIL DAN

PEMBAHASAN 3.1 Data Primer

Pada pertanyaan tujuan orang tua memberikan gadget kepada anak mereka mengungkapkan hasil dari seluruh responden sebanyak 52,4% orang tua memberikan gadget kepada anak dengan tujuan edukasi, lalu 32,1% untuk hiburan dan sebanyak 15,5% untuk menenangkan anak. Dapat disimpulkan bahwa tujuan dan harapan orang tua memberikan gadget kepada anak mereka adalah edukasi sebagai perkembangan tumbuh anak.



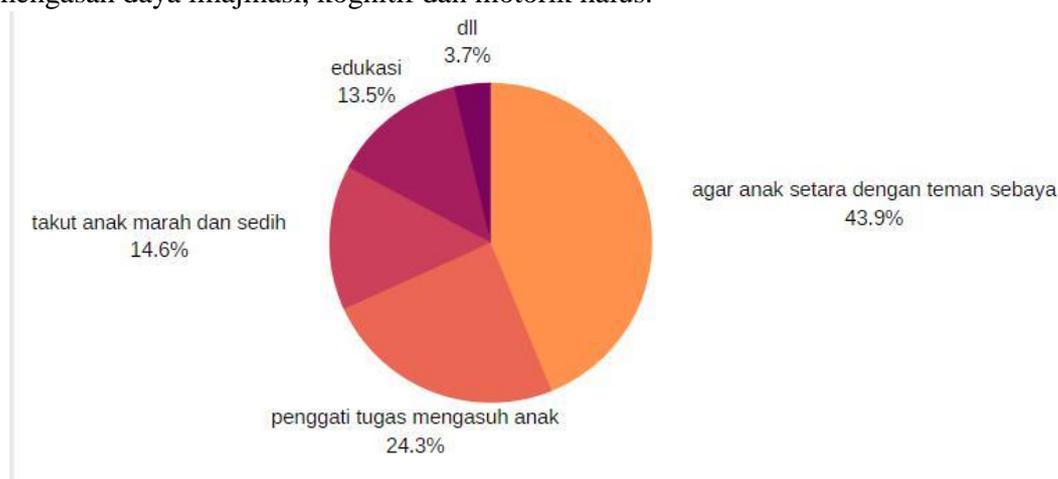
Gambar 3.3 Diagram Kuesioner 1
(Sumber : Shania Kamal An'noor)

Lalu, pada pertanyaan usia anak diijinkan untuk bermain gadget mengungkapkan hasil dari seluruh responden sebanyak 83.5% orang tua memberikan ijin kepada anak untuk bermain gadget pada usia 3 sampai 5 tahun, 11.9 % memberikan ijin kepada anak usia 1 sampai 2 tahun, 3.6% memberikan ijin kepada anak pada usia kurang dari 1 tahun dan 1.2 % kepada anak usia 6 tahun. Dapat disimpulkan bahwa orang tua memberikan ijin kepada anak berusia 2 sampai 5 tahun memiliki dampak negatif dalam perkembangan otak anak, dikarenakan pada usia tersebut memasuki usia *golden age* (usia emas) dimana pertumbuhan anak mempengaruhi karakter, kognitif, dan motorik halus. Jika anak telah mengalami kecanduan, maka perkembangan dalam berbicara menjadi terlambat, susah mengontrol emosi, daya konsentrasi dan imajinasi berkurang.



Gambar 3.4 Diagram Kuesioner 2
(Sumber : Shania Kamal An'noor)

Pada pertanyaan terakhir alasan orang tua tetap memberikan gadget kepada anak mengungkapkan hasil dari seluruh responden sebanyak 43.9% orang tua tetap memberikan gadget dengan alasan agar anak setara dengan teman sebaya, 24.3% sebagai pengganti tugas mengasuh anak, 14.6% takut anak marah dan menangis, 13.5% sebagai edukasi, dan 3.7% alasan lain seperti sekedar mengenalkan, komunikasi dan lain sebagainya. Dapat disimpulkan bahwa alasan orang tua tetap memberikan gadget kepada anak agar anak setara dengan teman sebaya. Orang tua masih beranggapan anak diberikan gadget dikarenakan mengikuti trend agar anak tidak merasa ketinggalan dan disetarakan dengan teman lainnya, tetapi, orang tua tidak mengetahui efek paparan gadget untuk anak pada jangka panjang. Hal ini tidak hanya menyebabkan dampak negatif pada anak tetapi juga interaksi orang tua dengan anak berkurang. Orang tua harus mengoptimalkan dan menstimulasi perkembangan otak anak melalui mengenalkan buku maupun membacakan buku cerita atau membiarkan anak bermain di luar untuk mengasah daya imajinasi, kognitif dan motorik halus.



Gambar 3.5 Diagram Kuesioner 3
(Sumber : Shania Kamal An'noor)

3.2 Data Sekunder

Sebuah penelitian yang diterbitkan oleh JAMA *pediatrics* pada tahun 2019 melaporkan, anak-anak berusia 2 tahun yang menghabiskan banyak waktu di depan layar gadget memiliki masalah tumbuh kembang saat mereka berusia 3 sampai 5 tahun. Sedangkan pada usia tersebut, merupakan usia *golden age* (usia emas) dimana jutaan sel otak mulai berkembang dan berpengaruh pada terbentuknya karakter, kemampuan kognitif, kepribadian dan sensor motorik.

Efek paparan gadget pada anak serupa dengan kecanduan yang terjadi pada pengguna narkoba atau narkotika, psikotropika dan zat adiktif lainnya. Hal tersebut disampaikan Fidiansjah,

Direktur Pencegahan dan Pengendalian Masalah Kesehatan Jiwa dan Napza pada tanggal 5 Oktober 2019. Bahwa otak bagian depan atau *Prefrontal Cortex* belum berfungsi secara sempurna saat anak masih berusia dibawah 5 tahun atau balita. Jika anak mendapat kesenangan dari *smartphone*, maka adiksi akan muncul sejak dini dan berlangsung terus menerus selama masa pertumbuhannya.

Pada 4 November 2018 lalu, sebuah media kabar online (*cnnindonesia.com*) mengeluarkan artikel tentang Tingkat Kecanduan Gadget di Usia Dini Semakin Mengkhawatirkan. Laman tersebut mengutip situs *New York Times* mengungkapkan bahwa sebanyak 70% orang tua mengaku mengizinkan anak-anak mereka yang berusia 2 sampai 5 tahun bermain *smartphone* ketika orang tua sedang mengerjakan pekerjaan rumah tangga dan untuk menenangkan anak di tempat umum. Sedangkan pada tahun 2019, melalui situs pemerintah (*kominfo.go.id*) mengeluarkan artikel tentang “Kecanduan Gawai Ancam Anak-Anak” mengungkapkan sebanyak 75 persen orang tua di Indonesia mengakui memberikan *smartphone* untuk anak-anak mereka yang berusia 2 sampai 5 tahun. Dan melalui situs *tirto.id* yang berjudul “Resiko Kecanduan Gawai Pada Anak” mengungkapkan sebanyak 61% orang tua memberikan *smartphone* atau gadget untuk anak-anaknya sebagai pengganti tugas mengasuh. Hal tersebut mengakibatkan interaksi antara orang tua dan anak berkurang yang menyebabkan dampak negatif pada perkembangan anak. Dampak *smartphone* yang menyebabkan kurangnya interaksi antara orang tua dan anak mengalami kenaikan sebanyak 5% pada tahun 2018-2019 di Indonesia.

Di tahun 2019 melalui situs media online (*littlethings.com*) yang berjudul “10 reasons why you shouldn't give a child a smartphone or tablet”, mengungkapkan berdasarkan penelitian di Universitas Iowa, Amerika Serikat menemukan bahwa anak berusia 2 sampai 5 tahun sebanyak 90 persen anak di dunia telah kecanduan *smartphone*. Dalam sebuah studi terpisah yang diterbitkan tahun 2019, *Common Sense Media* melakukan survei dengan jumlah responden 1.240 orang yang terdiri dari orangtua dan anak-anak menemukan sebanyak 50 persen anak-anak mengakui bahwa mereka kecanduan *smartphone*. Sekitar 36 persen orangtua berdebat dengan anak-anak mereka setiap hari tentang penggunaan *smartphone*.

Melalui situs (*bankmycell.com*) yang berjudul “*Smartphone addiction facts & phone usage statistic 2019*” mengungkapkan hasil survei di tahun 2019 yang diadakan oleh *TheAsianParent Insight* berkerja sama dengan *Samsung Kidstime*, Cnet, The Guardian, Computer World, Avast, Median dan BankMyCell melalui *Mobile Device Usage Among Young Kids*, mengadakan survei kepada 500 orang tua di Indonesia menghasilkan beberapa temuan yaitu :

1. Terdapat 98% orang tua memperbolehkan anaknya menggunakan *smartphone / tablet*.
2. Sebanyak 80 %, orang tua memperbolehkan anaknya menggunakan *smartphone / tablet* untuk keperluan edukasi. 57% untuk hiburan dan 55% untuk membuat anak tenang.
3. Harapan orangtua terhadap penggunaan *smartphone / tablet* pada anak untuk aplikasi pendidikan sebesar 81% dan 85% untuk aplikasi *e-book*.
4. Kenyataannya sebanyak 72% penggunaan *smartphone / tablet* pada anak digunakan untuk bermain game, 57% untuk aplikasi pendidikan, dan 14 % untuk aplikasi buku.
5. Orangtua menyatakan bahwa sebanyak 99% anak mereka bermain gadget di rumah, dan 17% saat berada di sekolah.
6. Sebanyak 25% orangtua mengaku meninggalkan anak mereka sendirian menggunakan gadget saat menjelang tidur, 33% mengaku anaknya yang berusia 3 sampai 4 tahun menggunakan lebih dari satu *smartphone*, 42% mengaku anaknya yang berusia 1 tahun cenderung menggunakan gadget untuk bermain game, menonton video, dan bermain aplikasi.
7. Sebanyak 75% orangtua mengaku mengizinkan anaknya berusia 6 bulan sampai 4 tahun bermain *smartphone* ketika mereka sedang mengerjakan pekerjaan rumah, dan 65% orang tua melakukan hal yang sama untuk menenangkan anak saat berada di tempat umum.
8. Sebanyak 89% orang tua menyalahkan diri sendiri dan pengasuh atas tanggung jawab penggunaan *smartphone* pada anak, 5 % menyalahkan anak-anak, dan 3% menyalahkan produsen perangkat dan aplikasi.

9. Sebanyak 50% orangtua khawatir akan dampaknya pada kesehatan mental anak.

Berdasarkan data tersebut menunjukkan bahwa antara tujuan dan harapan orangtua memberikan izin penggunaan gadget kepada anaknya tidak sesuai dengan kenyataan yang terjadi dan kurangnya interaksi antara orang tua dan anak di usia 2 sampai 5 tahun mengakibatkan dampak negatif pada anak.

3.3 Potensi Pasar atau Nilai Jual

Buku cerita bergambar cenderung berisikan cerita atau dongeng yang digunakan untuk *storytelling* (bercerita) sedangkan buku interaktif *pop-up* tidak hanya berfungsi untuk *storytelling* juga dapat sebagai media interaksi meningkatkan daya imajinasi anak dan motorik halus. Hal ini membuat peluang perancangan buku interaktif *pop-up* ini cukup besar untuk dipasarkan dikarenakan keunikan yang terdapat dalam buku interaktif *pop-up* dapat meningkatkan baca anak dan anak-anak cenderung menyukai sebuah buku yang berisikan gambar dengan warna yang menarik dengan pergerakan pada setiap halaman buku dibuka daripada buku tanpa gambar apapun atau buku cerita bergambar biasa, dan memungkinkan masyarakat terutama orang tua dan anak-anak penasaran dengan penyampaian cerita dan interaktif *pop-up* yang diberikan pada tiap halaman buku tersebut

3.4 Aspek Inovasi

Buku *pop-up* selalu identik dengan cerita luar negeri maupun cerita dongeng dan sulit ditemukan dengan cerita kegiatan sehari-hari yang lebih berisikan pesan moral yang mudah tersampaikan pada anak-anak. Buku *pop-up* cenderung hanya menggunakan pergerakan 3 dimensi dengan Teknik *V-Folds* dan *Internal Stands* hanya berfungsi sebagai pergerakan 3 dimensi tiap halaman dan jarang ditemukan buku *pop-up* sebagai media interaktif untuk anak. Inovasi yang digunakan melalui perancangan buku interaktif untuk meningkatkan interaksi antara orang tua dan anak, yaitu memanfaatkan Teknik *moveable paper* dengan dipadukan berbagai Teknik *pop-up* lainnya, seperti *V-Folds*, *Internal Stand* dan lainnya. Teknik *moveable paper* merupakan Teknik permainan dalam menggerakkan kertas di dalam buku *pop-up*. Cerita yang digunakan pada perancangan ini adalah cerita kegiatan sehari-hari yang memuat pesan moral tentang kasih sayang ayah kepada anak, saling berbagi antara kakak dan adik, dan tanggung jawab yang disajikan dengan bentuk visual sederhana yang menggemaskan, dan menggunakan warna-warna yang cocok untuk anak-anak berusia 2 sampai 5 tahun.

3.5 Analisis Data 5 W+1 H

1. What (Apa) berisikan kurangnya pengawasan orangtua yang mengakibatkan tingginya persentase anak kecanduan gadget pada usia 2 sampai 5 tahun dan sikap acuh tak acuh orang tua pada anak mengakibatkan interaksi antara orang tua dan anak berkurang.

2. Who (Siapa) berisikan target pada perancangan ini adalah anak-anak berusia 2 sampai 5 tahun, laki-laki dan perempuan dengan pendidikan pra-sekolah dan para orang tua yang berusia 25 sampai 40 tahun, laki-laki dan perempuan yang memiliki ketertarikan buku *pop-up*

3. Where (Dimana) berisikan fokus tempat pada perancangan buku interaktif *pop-up* untuk meningkatkan interaksi antara orang tua dan anak adalah wilayah Kota Semarang

4. When (Kapan) berisikan interaksi antara orang tua dan anak harus dilakukan setiap hari untuk meningkatkan perkembangan otak anak di usia *golden age* (usia emas) melalui permainan edukasi maupun buku interaktif *pop-up*. Pada usia 2 sampai 5 tahun, anak memerlukan informasi yang tepat untuk mengasah daya imajinasi, sosialisasi dan melatih motorik halus.

5 Why (Mengapa) berisikan orang tua masih beranggapan bahwa *gadget* menjadi teman bermain yang aman untuk anak. Sehingga peran orang tua yang utamanya sebagai panutan dan teman bermain anak telah tergantikan dengan gadget.

6. How (Bagaimana) berisikan dengan menggunakan media buku interaktif *pop-up* yang memanfaatkan Teknik *moveable paper* diharapkan sebagai upaya untuk meningkatkan interaksi antara orang tua dan anak. Melalui media buku interaktif *pop-up* ini diharapkan sebagai inovasi dalam

merubah sikap anak agar tidak kecanduan gadget dan menyadarkan orang tua pentingnya melatih motorik halus di usia *golden age*.

3.5 Identifikasi Data

Identifikasi dalam data perancangan buku *pop-up* interaktif “Sepatu Kaca Yang Kesepian” untuk meningkatkan interaksi orang tua dan anak berupa sinopsis cerita, yaitu :

Judul : Sepatu Kaca Yang Kesepian

Penulis : Indos Studio

“Nina sangat menyukai sepatu kacanya, hari demi hari Nina mulai tumbuh besar. Sayangnya sepatu kaca sudah tidak muat lagi. Apa yang akan dilakukan Nina kepada sepatu kaca yang ia sayangi?”

3.6 Tipografi

Font Twisted merupakan jenis font sans serif. Dalam pengaplikasian pada judul buku sangat sesuai dikarenakan memiliki kesan anak-anak, menyenangkan dan ceria. *Font Twisted* diciptakan oleh Hanoded memiliki rincian sebagai berikut :

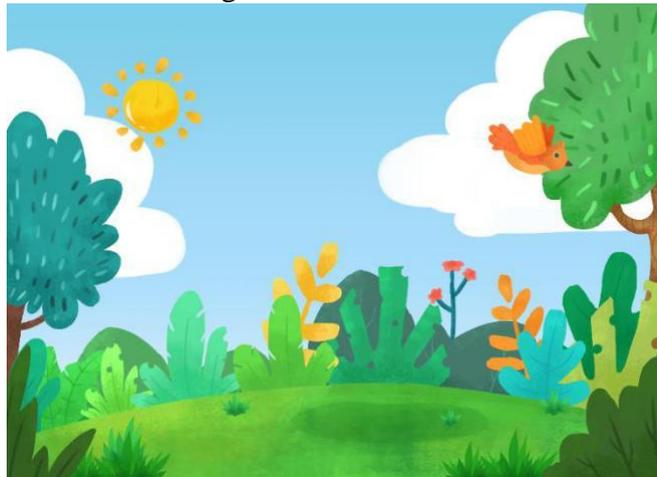
THE QUICK BROWN FOX JUMPS OVE THE LAZY DOG
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
123XX67890,./:'" !@&

Font Dinomik Semibold merupakan jenis font sans serif yang menarik, mudah dibaca, tidak melelahkan mata, dan komunikatif. *Typeface* yang digunakan adalah *Dinomik Semibold* memiliki rincian sebagai berikut :

THE QUICK BROWN FOX JUMPS OVE THE LAZY DOG
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
Abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

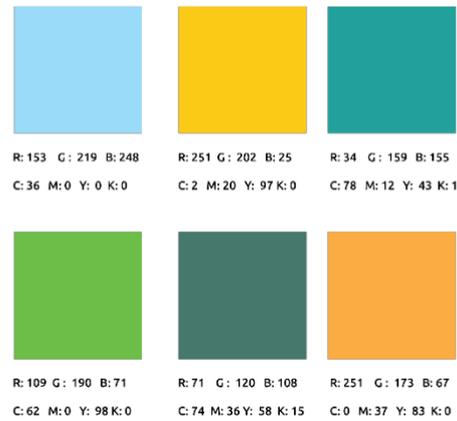
3.7 Environment

Visual *enviromtent* atau lingkungan yang digunakan dalam perancangan buku *pop-up* sebagai *background* atau latar cerita sebagai berikut :



Gambar 4.2 Hasil Jadi *Visual Enviromtent*
(Sumber : Shania Kamal An'noor)

Dalam perancangan buku *pop-up* menggunakan visual warna-warna cerah, pastel dan *soft*. Pemilihan warna disesuaikan dengan berbagai bentuk elemen seperti pohon, rumput, burung, dan karakter. Warna pastel dan *soft* berfungsi memberikan kesan menarik bagi anak-anak, tidak membosankan, dan memiliki kesan segar, ceria dan menyenangkan.



Gambar 4.3 Studi Visual Warna
(Sumber : Shania Kamal An'noor)

3.8 Karakter Desain

Karakter yang digunakan terdiri Ayah, Nina berumur 2 tahun, Nina berumur 5 tahun, Aini dan Sepatu kaca.



Gambar 3.6 *Character* Desain Buku Pop-Up Interaktif
“Sepatu Kaca Yang Kesepian”
(Sumber : Shania Kamal An'noor)

3.9 Hasil Jadi

Hasil jadi dari perancangan ini berupa buku *pop-up* interaktif yang berisikan cerita “Sepatu Kaca Yang Kesepian”.



Gambar 4.6 *Mock Up* Buku *Pop-Up*
(Sumber : Shania Kamal An'noor)



Gambar 4.7 Halaman Depan Tentang Penulis
(Sumber : Shania Kamal An'noor)



Gambar 4.8 Halaman 1
(Sumber : Shania Kamal An'noor)



Gambar 4.9 Halaman 2
(Sumber : Shania Kamal An'noor)



Gambar 4.10 Halaman 3
(Sumber : Shania Kamal An'noor)



Gambar 4.11 Halaman 4
(Sumber : Shania Kamal An'noor)



Gambar 4.12 Halaman 5
(Sumber : Shania Kamal An'noor)



Gambar 4.13 Halaman 6
(Sumber : Shania Kamal An'noor)



Gambar 4.14 Halaman 7
(Sumber : Shania Kamal An'noor)



Gambar 4.15 Halaman 8
(Sumber : Shania Kamal An'noor)



Gambar 4.16 Halaman 9
(Sumber : Shania Kamal An'noor)



Gambar 4.17 Halaman 10
(Sumber : Shania Kamal An'noor)



Gambar 4.18 Halaman 11
(Sumber : Shania Kamal An'noor)



Gambar 4.19 Halaman 12
(Sumber : Shania Kamal An'noor)



Gambar 4.20 Halaman 13
(Sumber : Shania Kamal An'noor)



Gambar 4.21 Halaman 14
(Sumber : Shania Kamal An'noor)



Gambar 4.22 Halaman 15
(Sumber : Shania Kamal An'noor)



Gambar 4.23 Halaman 16
(Sumber : Shania Kamal An'noor)



Gambar 4.24 Permainan Menempel Stiker
(Sumber : Shania Kamal An'noor)



Gambar 4.25 Objek Stiker
(Sumber : Shania Kamal An'noor)

3.8. Ucapan Terima Kasih

Penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih sebesar-besarnya kepada : Allah SWT yang telah memberikan kesempatan, kelancaran, kemudahan, kesehatan, rezeki dan kekuatan kepada penulis dalam pencarian data maupun penyusunan perancangan ini dan pihak-pihak yang telah membantu dalam proses pengerjaan hingga menghasilkan sebuah hasil akhir berupa buku *pop-up* interaktif yang dapat digunakan sebagai media edukasi anak dan meningkatkan interaksi antara orang tua dan anak.

4. PENUTUP

4.1. Kesimpulan

Perancangan buku *pop-up* interaktif “Sepatu Kaca Yang Kesepian” untuk meningkatkan interaksi antara orang tua dan anak diharapkan menjadi media edukasi yang menarik bagi target *audience*, yaitu anak usia 2-5 tahun dalam melatih sensor motorik halus dan memperkuat interaksi orang tua dan anak. Melalui hasil analisis data yang sudah dipaparkan dengan menggunakan metode 5W + 1 H dapat disimpulkan bahwa masih banyak anak-anak usia 2 sampai 5 tahun yang kecanduan *gadget* dan orang tua masih beranggapan bahwa *gadget* menjadi teman bermain yang main bagi anak. Sehingga peran utama orang tua dengan mudah telah tergantikan oleh *gadget*.

Untuk mengatasi permasalahan tersebut, maka telah menghasilkan suatu konsep perancangan media edukasi yang menarik, komunikatif dan interaktif berupa buku *pop-up* interaktif. Melalui perancangan buku *pop-up* interaktif ini tidak hanya meningkatkan edukasi bagi anak, tetapi juga melatih sensor motorik, mengembangkan imajinasi dan meningkatkan interaksi orang tua dan anak lebih dekat

4.2. Saran

Pada perancangan buku *pop-up* interaktif “Sepatu Kaca Yang Kesepian” didapatkan saran sebagai berikut :

1. Pergerakan *pop up* dalam perancangan yang dipilih harus lebih menarik dengan karakter sesuai dengan target *audience*.
2. Orang tua harus lebih memfokuskan perkembangan anak pada usia *golden age* dengan memanfaatkan media tepat, komunikatif, dan interaktif.

Untuk penulis selanjutnya jika mengambil media yang sama dapat menambahkan unsur media digital tetapi masih memfokuskan tujuan dalam perancangan yang akan diambil nantinya.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Susanto. 2013. *Teori Belajar dan Pembelajaran di Sekolah Dasar*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Aleka, A dan H. P. Achmad. 2010. *Bahasa Indonesia untuk Perguruan Tinggi*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Arsyad, Azhar. 2011. *Media Pembelajaran*, Jakarta: Raja Grafindo Persada.

- Arifin, & Kusrianto. 2009. *Sukses Menulis Buku Ajar dan Referensi*, Jakarta: Pt Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Darmaprawira, Sulasmi. 1989. *Warna Sebagai Salah Satu Unsur Seni dan Desain*. Jakarta: Departemen Pendidikan dan Kebudayaan Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi Proyek Pengembangan Lembaga Pendidikan Tenaga Pendidikan.
- Danton, Sihombing. 2001. *Tipografi Dalam Desain Grafis*, Jakarta: Gramedia.
- Drs. MS. Sumantri, 2005. *Model Pengembangan Keterampilan Motorik Anak Usia Dini*. Jakarta: Depdiknas, Dirjen Dikti.
- Dzuanda B, 2009. *Perancangan Buku Cerita Anak Pop Up, Tokoh-Tokoh Wayang Seri "Gatotkaca" (Tugas Akhir)*, Surabaya: Intitut Teknologi Sepuluh November Surabaya.
- Elizabeth B. Hurlock. 1978. *Perkembangan Anak*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Fariz, 2009. *Living in Harmony: Jati Diri, Ketekunan, dan Norma*. Jakarta: PT Kompas Media Nusantara.
- Huang, Helen. 2010. Helen Huang, Artikel Laman Helen-huang.com (Diunduh 28 Januari 2019).
- Herjanto, Eddy. 2003. *Manajemen Produksi dan Operasi*. Cetakan Ketiga, Jakarta: PT. Grasindo.
- Hurlock, E. B. 1979. *Personality Development. Second Edition*. New Delhi : Mc Graw-Hill.
- Jefkins, Frank F. 1997. *Advertising Periklanan Cetakan II Edisi Ketiga*". Jakarta: Erlangga,
- John W. Santrock. 2007. *Perkembangan Anak, Jilid I Edisi Kesebelas*. Jakarta: PT. Erlangga.
- Luther, Arc C. 1994. *Authoring Interactive Multimedia*. San Fransisco: AP Professional.
- Magil, Richard, A. 1989. *Motor Learning Concepts and Applications*. USA: C. Brown Publishers.
- Masna Azmi, Aulia. 2015. *Pengembangan Bahan Ajar Pop Up Mata Pelajaran IPA Untuh Anak Tunarungu Kelas IV SDLB B di Yogyakarta. (Tugas Akhir)*, Yogyakarta.
- McGeown, Sarah P. 2015. *Understanding Chidren's Reading Activities: Reading Motivation, Skill and Child Characteristics as Predictiors*. UK : The United Kingdom of Literacy Association (UKLA).
- Muktiono Joko. 2003. *Menumbuhkan Minat Baca Pada Anak*. Jakarta: PT. ElexMedia Komputindo.
- Musbikin, Imam. 2012. *Tumbuh Kembang Anak*. Yogyakarta: Flash Book.
- Montensorri, M. 1973. *From Childhood to Adolescence*. New York: Erederick A. Stokes Company.
- Piaget, Jean, & Barbel Inhelder. 2010. *Psikologi Anak*. Yogyakarta: Miftahul Jannah Pustaka Pelajar.
- Poetra, Yoez. 2011. *Perkembangan Anak Usia Dini*: Pacitan.
- Putra, Antonius, N., Lakoro, Rahmatsyam. 2012. *Perancangan Buku Ilustrasi Musik Keroncong*. Jurnal Tehnik POMITS, Vol. 1, No.1.
- Prasetyo, Sigit. 2007. *Pengembangan Pembelajaran Dengan Menggunakan Multimedia Interaktif Untuk Pembelajaran Yang Berkualitas*. Semarang: UNNES.
- Rubin, Ellen G.K. 2005. *Pop- Up and Moveable Books In The Context of History*. USA : Catalog of Ideas in Motion Exhibit.
- Sabuda, Robert. 2019. Make Your Own Pop-Ups : Pop Up Questions, Artikel Laman <http://wp.robertsabuda.com> (Diunduh 15 Desember 2019).
- Sudiana, Dendi. 2001. *Pengantar Tipografi*. Bandung: Rumah Produksi Dendi Sudiana.
- Sunaryo, Aryo. 2002. *Paparan Perkuliahan Mahasiswa Nirmana I*, Semarang. Jurusan Seni Rupa Unnes.
- Suliastini, Rima. (2016). Gawai Untuk Anak Usia Dua Tahun Tak Ada Gunanya, *Artikel Laman*, <https://tirto.id/gawai-untuk-anak-usia-dua-tahun-tak-ada-gunanya-9tF> (Diunduh 2 Juni 2010)