

Brain Gym Sebagai Media Kampanye Sosial Bagi Perkembangan Anak Usia Dini Di Kota Palembang

Usuf Somantri¹⁾, Yosef Yulius²⁾, Heri Iswandi³⁾

*Program Studi Desain Komunikasi Visual¹⁾, Fakultas Ilmu Pemerintahan dan Budaya²⁾
Universitas Indo Global Mandiri³⁾*

*Jl. Jend. Sudirman, No.629, Km 14, 20 Ilir D. IV, Kec. Ilir Timur. I, Kota Palembang, 30129
Email : usufsomantri1403@gmail.com¹⁾, yosef_dkv@uigm.ac.id²⁾, wandi_dkv@uigm.ac.id³⁾*

Abstract

Each child is a unique individual with each child's development being different, there are children who experience rapid development and there are also children who experience developmental delays. Developmental delays in children cannot be cured, but delays in children can be avoided. Developmental delays in children are due to parents' lack of recognizing danger signs for their child's development from an early age, and lack of early detection examinations of children's development from an early age as well as lack of direct involvement of parents with children or lack of stimulation. In the process of overcoming developmental delays in children, a lot of stimulation is needed, one of which is brain gym movements which can optimize children's brain development. So it is necessary to design visual communication regarding the brain gym social campaign for early childhood development, especially in the city of Palembang. In the process of designing media, the design method uses the design thinking method which consists of, empathize, define, ideate, prototype, and test. The designed work is categorized into three media, namely the main media in the form of a Board Game with brain gym movements making it easier for children to get stimulation, the issue media in the form of Infographic Posters, Instagram Feeds, Guidebooks and supporting media in the form of Hoodie T-shirts, Tumblers, Wall Clocks, Books Pictures, Stationery, Bags and Stickers, as well as Keychains. Through this design, it is hoped that it can stimulate children's overall brain function and improve children's memory from an early age, so that parents can see and detect children's motoric development from an early age so that developmental delays in children can be avoided.

Key word : *Brain Gym, Stimulation, Early Childhood*

Abstrak

Setiap anak merupakan individu yang unik dengan perkembangan setiap anak berbeda-beda, ada anak yang mengalami perkembangan cepat dan ada juga anak yang mengalami keterlambatan perkembangan. Keterlambatan perkembangan pada anak tidak bisa disembuhkan, namun keterlambatan pada anak dapat dihindari. Keterlambatan perkembangan pada anak dikarenakan kurangnya orang tua mengenal tanda bahaya bagi perkembangan anaknya sejak dini, dan kurangnya pemeriksaan mendeteksi dini terhadap perkembangan pada anak sejak dini serta kurangnya keterlibatan langsung orang tua dengan anak atau kurangnya stimulasi. Dalam proses untuk menanggulangi keterlambatan perkembangan pada anak diperlukan banyak stimulasi salah satunya dengan gerakan *brain gym* yang dapat mengoptimalkan perkembangan otak anak. Maka perlu dilakukan sebuah perancangan komunikasi visual mengenai kampanye sosial *brain gym* bagi perkembangan anak usia dini khususnya di kota Palembang. Dalam proses merancang media, metode perancangan menggunakan metode *design thinking* yang terdiri dari, *empathize, define, ideate, prototype, dan test*. Hasil karya yang dirancang dikategorikan menjadi tiga media, yaitu media utama berupa *Board Game* dengan gerakan *brain gym* sehingga memudahkan anak dalam mendapatkan stimulasi, media isu berupa Poster Infografis, *Feed Instagram*, Buku Panduan serta media pendukung berupa Kaos *Hoodie, Tumbler, Jam Dinding, Buku Gambar, Alat Tulis, Tas, dan Stiker, serta Gantungan Kunci*. Melalui perancangan ini diharapkan, dapat merangsang fungsi otak anak secara keseluruhan serta meningkatkan daya ingat anak sejak dini, sehingga orang tua dapat melihat dan mendeteksi perkembangan motorik anak sejak dini sehingga keterlambatan perkembangan pada anak dapat dihindari.

Key word : *Senam Otak, Stimulasi, Anak Usia Dini*

1. Pendahuluan

Setiap anak merupakan individu yang unik dengan perkembangan setiap anak berbeda, ada anak yang mengalami perkembangan cepat dan ada juga anak yang mengalami keterlambatan perkembangan. Perkembangan terjadi sejak usia dini hingga dewasa. Perkembangan tidak dapat diukur, tetapi dapat dirasakan. Perkembangan bersifat maju ke depan (progresif), sistematis, dan berkesinambungan (Khaironi, 2018). Penting bagi orang tua untuk mengetahui perkembangan anak sejak dini, karena perkembangan anak pada masa ini akan memengaruhi perkembangan di masa mendatang atau masa dewasanya.

Anak usia dini dimulai sejak anak lahir sampai dengan anak usia 6 tahun (perpes No. 60 tahun 2013), sedangkan menurut organisasi *UNESCO (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization)* anak usia dini adalah anak yang sejak lahir sampai usia 8 tahun (Mab'utah, 2015). Masa ini sering disebut sebagai masa keemasan (*golden age*) dimana pada masa ini otak anak menjadi faktor utama pembentukan kecerdasan seorang anak karena pada masa ini anak mengalami perkembangan yang sangat pesat.

Menurut berbagai penelitian dibidang neurologi terbukti bahwa 50% kecerdasan anak terbentuk dalam kurun waktu 4 tahun pertama. Setelah anak berusia 8 tahun perkembangan otaknya mencapai 80% dan pada usia 18 tahun mencapai 100% (Slamet Suyanto, 2005). Selain itu, pada usia ini juga terjadi perkembangan kepribadian anak dan pembentukan pola perilaku, sikap, dan ekspresi/emosional. Jika, berbagai kebutuhan anak ini diabaikan pada masa keemasannya dikhawatirkan anak mengalami tumbuh kembang yang kurang optimal yang sangat mengganggu perkembangannya.

Setiap orang tua menginginkan anaknya berkembang dengan optimal. Namun, kenyataannya sering terjadi keadaan di mana anak mengalami masalah dalam perkembangan sejak usia dini. Menurut Prof. Dr. dr. Hardiono D. Puspongoro, Sp.A(K), dokter spesialis anak dan konsultan neurologi anak FKUI/RSCM, menyatakan bahwa pada tahun 2022, sekitar 30% anak di dunia mengalami keterlambatan perkembangan, mulai dari keterlambatan ringan hingga berat meliputi perkembangan fisik motorik, sosial emosional, dan kognitif di antara usia 2-8 tahun dan sebanyak 5-10% di antaranya sudah memasuki *fase developmental disorder* atau disebut dengan masa gangguan spesifik seperti *autisme* yaitu, kelainan perkembangan saraf otak. Pada kondisi ini menyebabkan anak sulit untuk berkomunikasi, berhubungan sosial, dan belajar (Elshinta.com, 2022).

Perkembangan motorik merupakan perkembangan tubuh yang melahirkan suatu gerakan dihasilkan oleh tubuh dengan koordinasi antara saraf, otot, dan otak. Perkembangan motorik dilihat dari tingkat kematangan seseorang dalam mengembangkan tubuh, yang terbagi menjadi dua bagian yaitu motorik kasar dan halus. Motorik kasar yaitu suatu gerakan yang melibatkan otot besar dan saraf. Sedangkan motorik halus yaitu gerak

yang menggunakan koordinasi mata dan otak dalam melakukan suatu gerakan (Khadijah, 2020).

Keterlambatan perkembangan pada anak dikarenakan kurangnya orang tua mengenal tanda bahaya (*redflag*) bagi perkembangan anak sejak dini, kurangnya pemeriksaan deteksi dini atau *skrining* perkembangan pada anak dan kurangnya keterlibatan langsung orang tua dengan anak atau stimulasi selain orang tua (IDAI, 2013). Jika keterlambatan tidak diketahui atau tidak diperhatikan lebih cepat akan sangat berpengaruh pada perkembangan motorik anak ke depannya, kegagalan dalam menguasai keterampilan motorik akan menyebabkan anak menjadi stress dan depresi hingga terjadi kelainan pada perkembangan saraf otak serta mengalami gangguan perkembangan.

Gangguan perkembangan motorik anak tidak dapat disembuhkan, namun bisa dilakukan perawatan atau terapi ini menjadi kekhawatiran bagi orang tua. Karena tidak ada orang tua yang menginginkan anak memiliki masalah dalam perkembangannya. Oleh sebab itu, penting untuk melakukan stimulasi pelatihan motorik pada anak sejak dini agar dapat mencegah terjadinya gangguan perkembangan. Namun, orang tua masih khawatir dan bingung bagaimana cara yang tepat dalam menstimulasinya. Karena seiring dengan bertambahnya usia, anak juga akan mengalami peningkatan kemampuan motorik yang dimilikinya.

Perkembangan dimasa keemasan ini perlu dilakukan stimulasi khususnya pada aspek perkembangan motorik anak karena, merupakan faktor utama bagi perkembangan kepribadian anak secara keseluruhan. Maka dari itu anak perlu distimulasikan, salah satunya dengan metode *brain gym* dan ditunjang dengan permainan yang disesuaikan dengan usia anak sehingga anak dapat tertarik minat anak dan mampu merangsang perkembangan motorik anak secara maksimal (Nurani, 2017 dalam Panzilion et al., 2020). *Brain gym* merupakan program komersial yang populer yang dipasarkan di lebih 80 negara dan dipercaya dapat memberikan stimulasi yang sangat dibutuhkan untuk perkembangan anak karena diyakini dapat membuka bagian otak secara optimal (Dennison, 2002). Dalam proses untuk menanggulangi keterlambatan perkembangan pada anak diperlukan banyak stimulasi dalam perkembangan motoriknya sejak dini.

Melihat dari permasalahan di atas, Maka perlu dilakukan sebuah perancangan komunikasi visual mengenai kampanye sosial *brain gym* bagi perkembangan anak usia dini khususnya di kota Palembang. Perancangan kampanye ini menggunakan media *board game* dengan gerakan *brain gym* yang menyesuaikan usianya didukung dengan pembelajaran serta media pendukung infografi dan dan alat tulis agar anak tertarik untuk melakukan stimulasi *brain gym*, sehingga orang tua dapat melihat dan mendeteksi perkembangan motorik anak sejak dini. Dengan adanya perancangan kampanye ini diharapkan dapat mengedukasi dan menyampaikan informasi kepada orang tua maupun masyarakat sebagai upaya menjaga

kesehatan serta untuk mendeteksi perkembangan motorik anak dan mencegah adanya keterlambatan perkembangan motorik anak sejak dini, Sehingga gangguan perkembangan dapat dihindari.

Berdasarkan latar belakang permasalahan diatas, adapun rumusan masalah dalam perancangan ini yaitu, Bagaimana merancang kampanye sosial *brain gym* agar dapat mendeteksi perkembangan motorik anak melalui aktivitas bermain dan belajar bagi perkembangan anak usia dini di kota Palembang dan bagaimana pesan verbal dan visual yang ditampilkan dalam perancangan komunikasi visual kampanye sosial *brain gym* bagi perkembangan anak usia dini di kota Palembang.?

Ada beberapa tujuan dalam perancangan ini yaitu:

1) Untuk menyampaikan informasi kepada orang tua, masyarakat, dan lembaga pendidikan di kota Palembang mengenai pentingnya stimulasi *brain gym* bagi perkembangan anak usia dini. 2) Untuk mengajak orang tua, masyarakat, dan lembaga pendidikan di kota Palembang untuk menerapkan *brain gym* sebagai kegiatan edukasi belajar dan bermain agar mengembangkan kecerdasan otak anak sedini. 3) Untuk mengetahui gerakan-gerakan *brain gym* yang baik untuk anak usia dini di kota Palembang. Dan melatih atau mengajarkan *brain gym* pada anak sejak dini di kota Palembang.

Metode Perancangan

Dalam proses perancangan media, setiap perancang/desainer harus memperhatikan unsur-unsur dan nilai-nilai yang terkandung dalam bidang keilmuan desain komunikasi visual, karena apabila sebuah media dirancang tidak memperhatikan unsur dan nilai tersebut, makapesan yang ingin disampaikan menjadi tidak tepat sasaran (Yulius & Pratama, 2021). Pada perancangan ini penulis metode perancangan menggunakan metode pendekatan *design thinking* digunakan untuk mencari solusi yang paling efektif dan efisien untuk memecahkan suatu masalah dalam melakukan perancangan desain, yang diterapkan adalah pemikiran komperensif untuk mendapatkan sebuah solusi. *Design thinking* dibagi menjadi 5 tahap yaitu,



Gambar 1. Design Thinking
Sumber: Usuf Somantri, 2023

a. Empathize

Tahapan pertama dalam melakukan perancangan promosi ini adalah *emphatize*, yaitu melakukan suatu pengamatan/observasi dan wawancara secara langsung terhadap pengguna. Dalam pengamatan dilakukan dengan cara melihat bagaimana pengguna berinteraksi dengan lingkungannya untuk dapat memahami apa yang dibutuhkan oleh pengguna. Pada tahap ini pengumpulan data dapat dilakukan melalui data Primer dan data

sekunder yang bertujuan untuk mendapatkan data-data yang akurat agar bisa memperkuat suatu perancangan.

1. Data Primer

a) Observasi

Tahap awal dalam pengumpulan data yaitu dengan cara mengamati dan meninjau ke lokasi penelitian untuk mendapatkan data yang akurat dan mengetahui kejelasan sebuah masalah yang kemudian menentukan sebuah solusinya dengan cara survey observasi secara langsung dengan mengunjungi tempat para ahli dan praktisi anak usia dini di kota Palembang. Pada tahap ini mengunjungi sebuah yayasan edufa kota Palembang tempat anak yang mengalami gangguan perkembangan, dengan begitu data yang didapatkan lebih akurat dan terpercaya.



Gambar 2. Foto Mengunjungi Yayasan Edufa
Sumber: Tim Edufa, 2023

b) Wawancara

Pada tahap ini yaitu melakukan sebuah wawancara yang bertujuan untuk mendapatkan informasi yang lebih akurat dalam perancangan komunikasi visual kampanye sosial *brain gym* bagi perkembangan anak usia dini di kota Palembang. Wawancara merupakan metode untuk pengumpulan data dengan cara melakukan komunikasi secara langsung antara peneliti dengan subjek yang diteliti (Yatim, 2001). Dalam hal ini Penulis melakukan wawancara kepada beberapa narasumber atau pakar anak usia dini untuk mendapatkan sejumlah data berupa informasi mengenai perkembangan anak usia dini yang dimana wawancara dilakukan kepada salah satu terapis di edufa Palembang yaitu, ibu Fitri Wulandari, S.Psi pakar psikologi anak usia dini dalam perkembangan fisik motorik anak usia dini di kota Palembang.



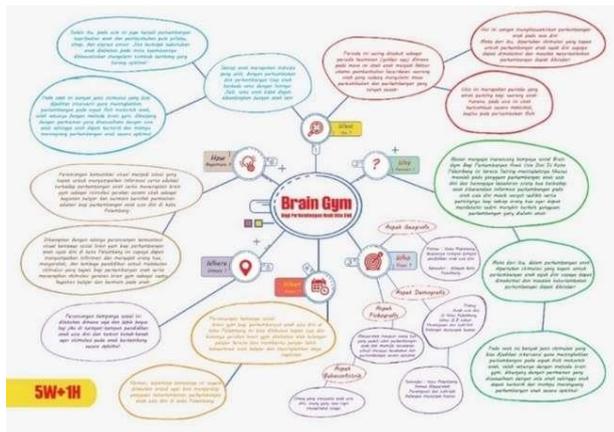
Gambar 3. Foto bersama Psikologi
Sumber: Usuf Somantri, 2023

2. Data Sekunder

Pada proses perancangan kampanye sosial *brain gym* bagi perkembangan anak usia dini di kota Palembang ini, pengambilan dan pengumpulan data juga melalui beberapa media sebagai data yang memperkuat dan mendukung perancangan seperti, Buku Jurnal, Internet, Artikel, dan Koran. Hal ini untuk mempermudah dalam mencari data-data terkait *brain gym* bagi perkembangan anak di kota Palembang.

b. Define

Setelah mengumpulkan data dan mendapatkan data selama tahapan *emphatize*, kemudian dianalisis dan disentensiskan untuk menetapkan masalah inti yang akan diidentifikasi. Pada tahap *define* dalam perancangan kampanye sosial *brain gym* bagi perkembangan anak usia dini di kota Palembang ini menggunakan metode analisis 5W+1H dalam *mind mapping* yang terdiri dari *What, Why, When, Who, Where* dan *How*. *What*, Apa yang menjadi kendala atau masalah dari perancangan ini. *Why*, Alasan mengapa masalah ini terjadi. *Who*, Siapa target sasaran dari perancangan ini. *When*, Kapan masalah ini terjadi. *Where*, Dimana masalah ini terjadi. *How*, Bagaimana mengatasi permasalahan ini.



Gambar 4. Mind Mapping
Sumber: Usuf Somantri, 2023

c. Ideate

Pada tahap ini merupakan tahapan untuk menuangkan semua ide yang telah didapat melalui metode perancangan yang menjelaskan tentang konsep kreatif dan media yang digunakan dalam perancangan. Pentingnya suatu metode perancangan untuk mendapatkan sebuah solusi dari permasalahan dengan melalui tahapan yaitu, sebagai berikut:

1) Konsep Kreatif

Dalam konsep kreatif terdapat strategi kreatif, tujuan kreatif dan program kreatif yang menjadi tahapan dalam membuat sebuah rancangan yaitu dengan menentukan gagasan kreatif (*big idea*) serta mengungkapkan isi pesan visual dan pesan verbal terkait dengan informasi mengenai Perancangan Komunikasi Visual Kampanye Sosial *Brain Gym* Bagi Perkembangan Anak Usia Dini Di Kota Palembang.

2) Konsep Media

Dalam konsep kreatif terdapat tujuan media, strategi media, pemilihan media, program media, hingga biaya media. Sehingga media yang dibuat dapat sesuai dengan target yang dituju, dengan harapan informasi atau pesan yang ingin disampaikan dapat tersampaikan.

d. Prototype

Pada tahap ini merupakan tahap visualisasi desain dari ide dan gagasan yang telah dibuat. Adapun tahap dalam melakukan visualisasi desain dalam perancangan ini yaitu:

- Ide Layout*, menentukan ide-ide apa saja yang dipakai dalam Perancangan Komunikasi Visual Kampanye *Brain Gym* Bagi Perkembangan Anak Usia Dini Di Kota Palembang ini, baik dari data, media, pemilihan warna, pemilihan tipografi agar menjadi acuan pada tahap selanjutnya.
- Rough Layout*, setelah didapati objek visual apa yang dipakai kemudian tahapan selanjutnya, yaitu membuat sketsa kasar untuk Perancangan Komunikasi Visual Kampanye *Brain Gym* Bagi Perkembangan Anak Usia Dini Di Kota Palembang
- Comprehensive Layout*, dari sketsa kasar yang telah dibuat, tahap selanjutnya yaitu, melakukan tahap digital dengan visualisasi lengkap yang sudah terlihat, bentuk, warna, hingga tahapan penyelesaian atau final desain.

e. Test

Tahap terakhir yang dilakukan yaitu, test atau pengujian dari perancangan ini kepada masyarakat jika mendapatkan sebuah masukan dan kritikan dari orang tersebut maka perlukan melakukan perbaikan dan penyempurnaan kembali, sehingga mendapatkan suatu hasil yang benar-benar sesuai dengan hasil yang diinginkan. Pada tahap test dapat diuji melalui pameran Tugas Akhir.

2. Pembahasan

Dalam merancang media komunikasi visual kampanye sosial *brain gym* bagi perkembangan anak usia dini di kota Palembang ini, memerlukan suatu ide kreatif yang menjelaskan bagaimana sebuah media mampu dirancang untuk memberikan sebuah informasi kepada masyarakat dalam menstimulasikan anak usia dini di kota Palembang. Merancang media komunikasi visual sebagai salah satu bagian dari seni terapan yang mempelajari tentang perencanaan dan perancangan berbagai bentuk informasi komunikasi visual. Perjalanan menentukan ide kreatif yang berlandaskan pada karakteristik target sasaran, sampai dengan penentuan visualisasi final desain untuk mendukung tercapainya sebuah komunikasi verbal-visual yang fungsional, persuasif artistik estetik dan komunikatif (Iswandi, 2021).

Konsep Kreatif

Tahap perancangan merupakan tahap yang dibangun berdasarkan poin penting hasil dari gagasan yang telah

ditentukan (Patriansah, 2020). Ide kreatif tersebut yaitu, perancangan komunikasi visual kampanye sosial ini, mengambil tema *brain gym* bagi perkembangan anak usia dini yang bertujuan untuk menginformasikan dan mengajak masyarakat kota Palembang agar anaknya perkembangan dengan optimal. Pada gagasan kreatif, *big idea* dari perancangan ini adalah Otak. Otak merupakan organ vital dalam perkembangan yang mengontrol semua sistem tubuh manusia, mulai dari pikiran, ingatan, gerakan lengan dan kaki, hingga fungsi organ dalam tubuh. Sehingga diharapkan dengan informasi atau pesan yang disampaikan dalam perancangan ini dapat tersampaikan kepada target sasaran.

Adapun tujuan kreatif Pada perancangan komunikasi visual ini memilih otak sebagai *big idea* karena, otak merupakan pengaruh utama dalam perkembangan yang dimana saat anak berusia dini perkembangan otaknya meningkat dua kali lipat dari orang dewasa sehingga menjadikan otak sebagai *big idea* dalam perancangan komunikasi visual kampanye sosial *brain gym* bagi perkembangan anak usia dini di kota Palembang. Selain itu juga otak memiliki struktur yang unik serta memiliki warna dan tekstur yang khas. Sehingga tujuan untuk memberikan informasi atau pesan kepada masyarakat Palembang mengenai *brain gym* bagi perkembangan anak usia dini dapat tersampaikan dengan baik. Dalam merancang suatu karya desain, penting untuk mengetahui target audien yang dituju. Pengetahuan tentang latar belakang audien digunakan sebagai landasan dalam menentukan gaya desain yang dipakai termasuk kepada anak-anak (Romadhon, A., & Islam, M, 2022).

Bentuk pesan verbal yang berisi kata untuk menyampaikan informasi dan berupa ajakan yang mudah dipahami. Pesan verbal yang dimaksud berisikan *Headline*, *Subheadline*, *Tagline*, dan *bodycopy*. *Headline* yang dipilih pada perancangan komunikasi visual ini adalah “*Playing Brain Gym*” yang artinya “Bermain Senam Otak”. Sehingga informasi yang disampaikan berkaitan dengan otak. *Subheadline* yang dipilih pada perancangan komunikasi visual adalah *Stimulation for kids*, yang memiliki arti stimulasi untuk anak atau kegiatan dan latihan yang merangsang perkembangan yang dituju untuk anak-anak. Hal ini untuk mempertegas *headline* sehingga dengan adanya *subheadline* akan tahu bahwa perancangan ini mengarah pada kegiatan merangsang perkembangan anak. *Tagline* yang dipilih pada perancangan komunikasi visual adalah Gerakan Sederhana hasil luar biasa!. Hal ini karena sesuai dengan gerakan *brain gym* yang sederhana dilakukan namun memiliki manfaat yang luar biasa untuk perkembangan anak sejak dini. *Bodycopy* merupakan paragraf yang menjelaskan *headline* dan mendeskripsikan pesan yang ingin disampaikan kepada target sasaran. Dengan adanya penjelasan dari *bodycopy* membuat audien mendapatkan informasi atau pesan lebih jelas. *Bodycopy* yang dipilih untuk perancangan ini meliputi dari pengertian *brain gym*, manfaat *brain gym* bagi perkembangan anak, gerakan *brain gym*, stimulasi dengan *brain gym* dan cara melakukan *brain gym*.

Adapun pesan visual dalam perancangan ini berisi 10 gerakan *brain gym* yang terdiri dari Gerakan Silang, Coretan Ganda, Gajah, Olenkan Pinggul, Pernapasan Perut, Abjad 8s, Mengisi Energi, Membayangkan X, Angka 8 Tidur, dan Putaran Leher. Serta adapun objek yang menjadi pendukung visual yaitu, otak, *puzzle*, dan simbol *infinity* (tak terhingga). Otak menjadi objek utama dalam perancangan ini, karena otak merupakan pengaruh utama dalam perkembangan anak yang begitu pesat. Objek *puzzle*, dan simbol *infinity* (tak terhingga) menjadi objek yang mendukung karena memerlukan gerakan tangan dalam perancangan ini dan simbol *infinity* sebagai objek pendukung karena salah satu gerakan *brain gym* menyerupai simbol *infinity*.

Pemilihan warna pada perancangan ini menggunakan warna utama dan pendukung yang sesuai dengan target sasaran, pemilihan warna sebagai acuan dalam membuat media. Warna dalam perancangan media *brain gym* bagi perkembangan anak usia dini di kota Palembang memilih warna-warna pastel, dengan mengutamakan warna biru muda dan didukung dengan warna merah muda, kuning, hijau muda, dan ungu. Karena warna pastel menimbulkan kesan lembut dan menyenangkan. Selain itu warna pastel identik dengan anak-anak.



Gambar 5 Palet Warna
Sumber: Usuf Somantri, 2023

Pada perancangan ini menggunakan tipografi yang memiliki karakter yang sesuai dengan perancangan media *brain gym* bagi perkembangan anak usia dini, yaitu dengan *font* berjenis *Sans Serif*. Karena font ini memiliki tampilan yang simpel dan mudah dibaca. Adapun jenis *font* yang dipilih untuk perancangan ini yaitu, *Dolpin font* dan *Comic Helvetic Font*.





Gambar 6 font Dolpin dan Comic Helvetic
Sumber: Usuf Somantri, 2023

Dolpin font dipergunakan sebagai font dalam membuat headline dan tagline dalam sebuah media perancangan komunikasi visual kampanye sosial brain gym bagi perkembangan anak usia dini di kota Palembang sedangkan Comic Helvetic Font dipergunakan sebagai font dalam membuat subheadline dan bodybody dalam sebuah media perancangan komunikasi visual kampanye sosial brain gym bagi perkembangan anak usia dini di kota Palembang.

Gaya desain yang dipakai dalam perancangan komunikasi visual kampanye sosial brain gym bagi perkembangan anak usia dini di kota Palembang yaitu, Late Modern Style. Late modern Style di dominasi oleh inovasi dari Amerika, gaya desain ini lebih mengedepankan kesederhanaan dengan bentuk geometris yang terdistorsi, tata letak struktur yang polos, sederhana, simpel, dan non-dekoratif. Dengan adanya gaya desain ini, dijadikan sebagai acuan dalam perancangan komunikasi visual kampanye sosial brain gym bagi perkembangan anak usia dini di kota Palembang dalam meningkatkan kreatifitas dalam membuat karya.

Konsep Media

Media adalah alat atau sarana komunikasi yang dapat membawa sebuah informasi atau pesan dari komunikator kepada khalayak sasaran. Konsep media merupakan rancangan atau ide dari media yang akan dibuat. Adapun tujuan dari media yaitu sebagai sarana alat berkomunikasi kepada anak usia dini di kota Palembang untuk mengajak dan mengedukasi melalui media yang ditentukan. Sehingga orang tua maupun masyarakat dapat mengetahui atau mendekteksi perkembangan anaknya agar anak berkembang dengan optimal dan keterlambatan perkembangan dapat dihindari. Media yang digunakan meliputi Main Media (Media Utama), Pre Media (Media Isu), dan Follow Up Media (Media Pendukung). Diharapkan media-media ini, dapat memberi manfaat yang baik bagi anak usia dini dan pesan yang ingin disampaikan bisa tersampaikan.

Perancangan media komunikasi visual kampanye sosial brain gym bagi perkembangan anak usia dini di kota Palembang ini, pemilihan media yang dipakai dalam perancangan terbagi menjadi 3 yaitu media isu, media utama, dan media pendukung. Pada strategi media dalam perancangan media komunikasi visual kampanye sosial brain gym bagi perkembangan anak usia dini di kota Palembang ini, dilakakukan dengan memilih media yang tepat dengan target sasaran diawalin dengan main media (media utama) sebagai alat komunikasi penyampaian informasi dan pesan yang berkesan dibenak audien, selanjutnya dihadirkan pre media (media isu) diharapkan dapat menarik perhatian audien serta menimbulkan rasa penarasan terhadap pesan yang disampaikan dengan didukung melalui follow up media (media pendukung).

Hasil Rancangan /Visualisasi Desain

Dalam perancangan komunikasi visual kampanye sosial brain gym bagi perkembangan anak usia dini di kota Palembang ini, diperlukan sebuah identitas berupa logo dan nama, nama yang digunakan yaitu, Brain Gym Palembang. Dengan penggunaan nama ini dapat menjadi identitas kampanye ini serta membuat identitas logo yang didukung dengan elemen visual supaya memudahkan audien mengenal perancangan kampanye sosial brain gym ini. Membuat sebuah logo sebagai identitas dari perancangan komunikasi visual kampanye sosial brain gym bagi perkembangan anak usia dini di kota Palembang yang mudah dikenali oleh masyarakat. Dalam tahap ini, logo dibuat dengan bentuk visual berupa otak sebagai identitas dari perancangan ini sehingga memudahkan masyarakat dalam mengingatnya. Logo yang telah dibuat akan diterapkan dan digunakan dalam berbagai media perancangan yaitu, media utama, media isu, dan media pendukung.



Gambar 7. Desain Logo
Sumber: Usuf Somantri, 2023

Maskot adalah objek yang menggambarkan atau mempersentasikan suatu produk, perusahaan, dan event. Maskot digunakan sebagai identitas pendukung untuk memperkuat dari perancangan komunikasi visual kampanye sosial brain gym bagi perkembangan anak usia dini di kota Palembang agar mudah dikenali oleh masyarakat. Melalui maskot ini yang menggambarkan

sebuah gerakan *brain gym* untuk menyampaikan informasi. Maskot diberi nama Si Opal.



Gambar 8. Maskot
 Sumber: Usuf Somantri, 2023

Dalam perancangan ini terdapat 10 Gerakan *Brain Gym* yang dapat mengstimulasikan anak yang terdiri Gerakan Silang, Coretan Ganda, Gajah, Olenkan Pinggul, Pernapasan Perut, Abjad 8s, Mengisi Energi, Membayangkan X, Angka 8 Tidur, dan Putaran Leher.

GERAKAN BRAIN GYM

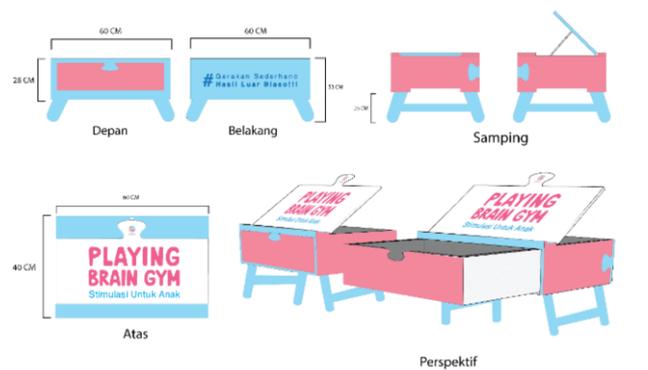


Gambar 9. Gerakan *Brain Gym*
 Sumber: Usuf Somantri, 2023

Media merupakan alat atau sarana komunikasi untuk menyampaikan suatu informasi. Dalam Perancangan Komunikasi Visual Kampanye Sosial *Brain Gym* Bagi Perkembangan Anak Usia Dini Di Kota Palembang ini, menggunakan media yang terdiri dari, media utama (main media), media isu (*pre media*) dan media pendukung (*follow up media*).

Media Utama (Main Media)

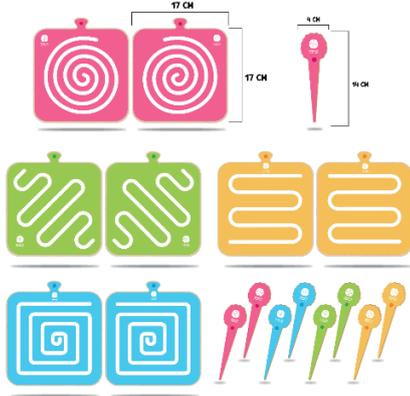
Board game sebagai media utama yang dibuat dengan permainan yang dimana terdiri dari lima permainan dalam kotak permainan dimulai dari permainan pertama yaitu, kartu yang berisi macam-macam gambar gerakan *brain gym* digunakan untuk stimulasi mengingat dan mengenalkan gerakan *brain gym*, yang kedua berupa stimulasi melatih gerakan kedua tangan dan mengaktifkan otak bagian kiri dan kanan, ketiga merupakan permainan edukasi berupa abjad untuk memudahkan anak mengenal huruf-huruf dengan metode *brain gym*, keempat berupa permainan melatih konsentrasi dan fokus anak, dan yang terakhir berupa permainan untuk melati motorik kasar dan halus anak. Permainan ini sebagai media edukasi anak yang memberikan suatu informasi, pengalaman bermain dan stimulasi yang bermanfaat bagi perkembangannya.



Gambar 10. *Box Game*
 Sumber: Usuf Somantri, 2023



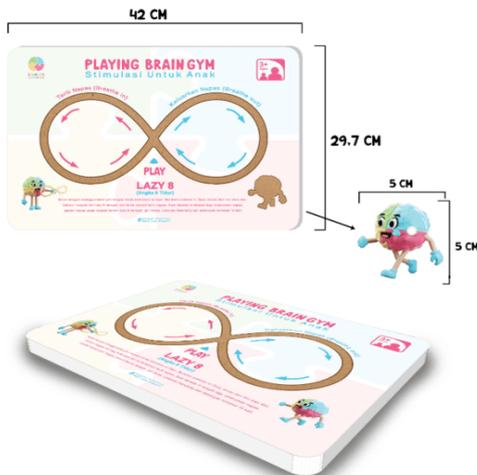
Gambar 11. *Game 1, Kartu Brain Gym*
 Sumber: Usuf Somantri, 2023



Gambar 12. Game 2, Coretan Ganda
Sumber: Usuf Somantri, 2023



Gambar 13. Game 3, Abjad 8s
(Sumber: Usuf Somantri, Mei 2023)



Gambar 14. Game 4, Lazy 8
(Sumber: Usuf Somantri, Mei 2023)



Atas



Belakang

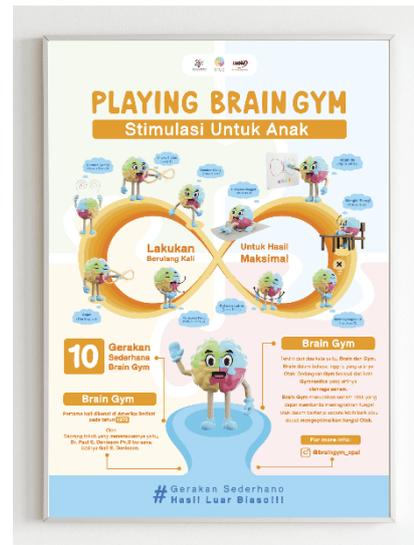


Depan

Gambar 15. Game 5, Jungkat Jungkit
(Sumber: Usuf Somantri, Mei 2023)

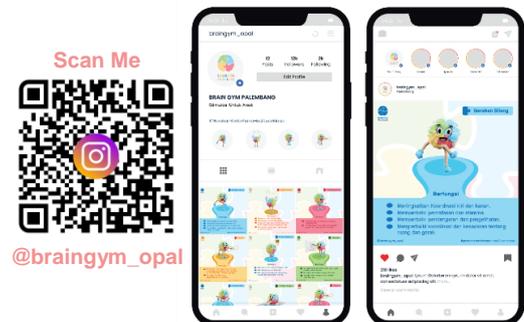
Pre-media atau media isu merupakan media yang bertujuan untuk menyebarkan isu yang nantinya dapat menarik perhatian dari audien serta membangun rasa penasaran, sehingga keinginannya untuk lebih mengetahui, diantaranya sebagai berikut:

1. Poster Infografis



Gambar 16. Poster Infografis
Sumber: Usuf Somantri, 2023

2. Feed Instagram



Gambar 17 Feed Instagram
Sumber: Usuf Somantri, 2023

3. Buku Panduan



Gambar 18. Buku Panduan
 Sumber: Usuf Somantri, 2023

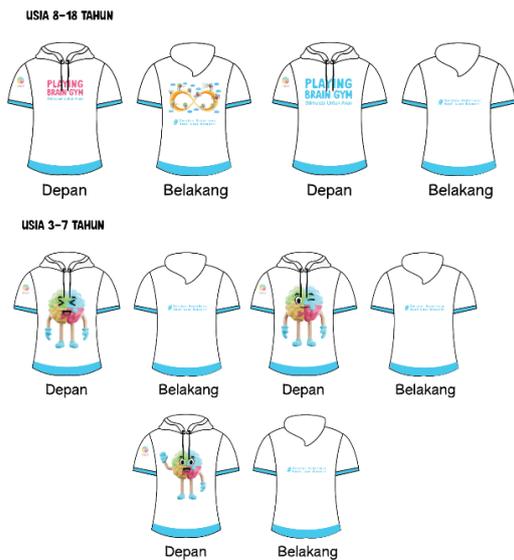
3. Jam Dinding



Gambar 21. Jam Dinding
 Sumber: Usuf Somantri, 2023

Follow up media atau media pendukung merupakan media yang berperan sebagai pendukung media utama dalam menyampaikan informasi atau pesan sehingga bertujuan membuat selalu mengingat akan pengalaman yang dirasakan saat perancangan berlangsung, media pendukung tersebut diantaranya sebagai berikut:

1. Kaos Hoodlie



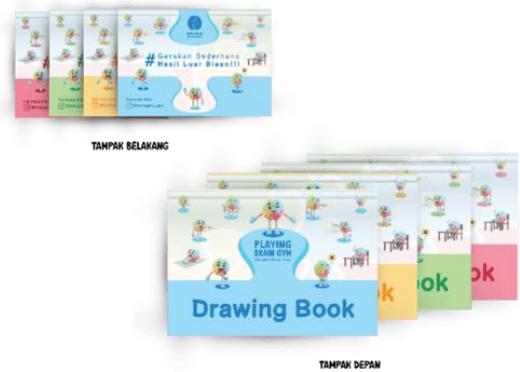
Gambar 19. Kaos Hoodie
 Sumber: Usuf Somantri, 2023

2. Tumbler



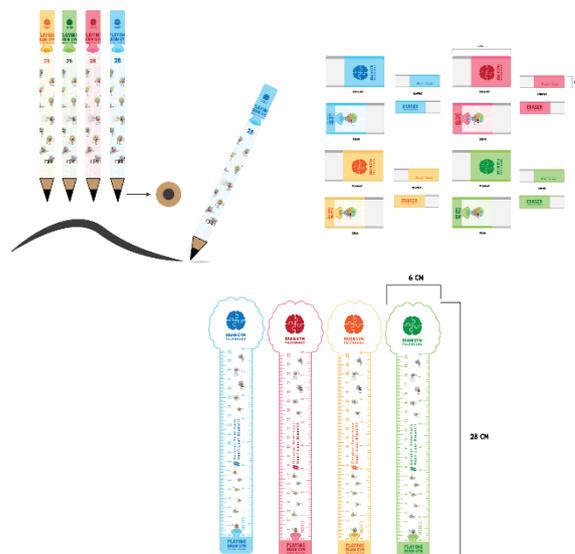
Gambar 20. Tumbler
 Sumber: Usuf Somantri, 2023

4. Buku Gambar



Gambar 22. Buku Gambar
 Sumber: Usuf Somantri, 2023

5. Alat Tulis



Gambar 23. Alat Tulis
 Sumber: Usuf Somantri, 2023

6. Tas



Gambar 24. Tas
Sumber: Usuf Somantri, 2023

3. Kesimpulan

Berdasarkan hasil perancangan ini penulis dapat menyimpulkan bahwa setiap anak didunia memiliki perkembangan yang berbeda, ada anak yang mengalami perkembangan cepat dan ada anak yang mengalami perkembangan lambat. Tentu diperlukan upaya untuk menstimulasikan anak sejak dini agar anak tidak mengalami keterlambatan perkembangan, salah satu upayanya yaitu dengan memberikan pembelajaran dan stimulasi melalui gerakan *brain gym* supaya dapat mengoptimalkan perkembangannya. Melalui media *board game* gerakan *brain gym* dalam menstimulasikan anak-anak usia dini di kota Palembang, dengan memberikan stimulasi belajar dan bermain, maka memudahkan anak dalam mendapatkan manfaat sehingga anak dapat berkembang secara optimal.

Melalui Perancangan ini dengan menggunakan media yang inovasi dan interaktif agar dapat meningkatkan minat audien, khususnya anak-anak dalam sebuah penerapan kampanye ini. Dengan memilih *Playing Brain Gym* yang bertujuan untuk merasakan akan manfaat dari *brain gym* dan mengajak anak-anak untuk bermain sambil belajar supaya anak dapat terstimulasikan. Media utama digunakan adalah *board game* yang terdiri dari lima permainan *brain gym* yaitu, permainan pertama kartu untuk anak mengenal gerakan-gerakan *brain gym*, kedua coretan ganda untuk melatih konstansi anak dan mengaktifkan fungsi otak bagian kanan dan kiri, ketiga abjad 8s untuk melatih anak dalam mengenal abjad dan menulis abjad agar lebih mudah, ke empat *lazy 8* untuk melatih fokus, terakhir jungkat jungkit untuk melatih keseimbangan. Media isu yang digunakan untuk memperluas informasi berupa poster, *feed instgram*, dan buku panduan *brain gym* serta media pendukung seperti kaos *hoodie*, *tumbler*, jam dinding, buku gambar, pensil, penghapus, penggaris, stiker, tas, dan gantungan kunci.

Dengan adanya media ini, membuat anak-anak di kota Palembang menjadi terstimulasikan dan perkembangan anak dapat meningkat, setelah mereka mengenal dan mencoba media *brain gym*, mereka akan

merasakan manfaatnya sehingga dengan adanya media *brain gym* ini anak-anak dapat stimulasi dan keterlambatan perkembangan pada anak dapat dihindari sehingga anak berkembang dengan optimal. Diharapkan dengan adanya perancangan ini, dapat meningkatkan minat masyarakat untuk menstimulasikan anak sejak dini untuk menghindari atau mencegah keterlambatan perkembangan pada anak. Serta masyarakat dapat mengetahui dan medekteksi dini terhadap anaknya, perancangan ini juga untuk mengajak masyarakat dalam upaya menjaga kesehatan terhadap perkembangan anak. Perancang juga menyarankan bagi orang tua dan pemerintah agar dapat ikut serta dalam kampanye sosial *brain gym* untuk perkembangan anak sejak dini, dengan cara menstimulasikan anak melalui gerakan-gerakan *brain gym* supaya anak mendapatkan stimulasi yang tepat. Serta mulailah untuk menstimulasikan dan memperkenalkan gerakan-gerakan *brain gym* kepada anak sejak dini agar anak berkembang secara optimal.

Daftar Pustaka

- Dennison, Paul E., & Gail, E. 2002. *Buku Panduan Lengkap Brain Gym*. Jakarta: Grasindo
- Iswandi, H. 2021. Peran dan Pengaruh Tampilan Desain pada Periklanan. *Besaung: Jurnal Seni Desain DanBudaya*,3(3)
<https://doi.org/10.36982/jsdb.v3i3.493>
- Khadijah, & Nurul, A. 2020. *Perkembangan Fisik Motorik Anak Usia Dini Teori dan Praktik*. Jakarta: Kencana
- Khaironi, M. 2018. *Perkembangan Anak Usia Dini Mulianah Khaironi Perkembangan Anak Usia Dini. 1*, 1–12. <https://pdfs.semanticscholar.org>
- Romadhon, A. F., & Islam, M. A. (2022). Board Game Engklek Untuk Meningkatkan Motorik Kasar Anak Usia Dini di PAUD Mutiara Bunda Sidoarjo. *BARIK*, 3(3), 124-138.
- Slamet Suyanto. 2005. *Dasar-Dasar Pendidikan Anak Usia Dini*. Yogyakarta: Hikayat Publisng.
- Panzilion, P., Padila, P., Tria, G., Amin, M., Andri, J. (2020). *Perkembangan Motorik Prasekolah antara Intervensi Brain Gym dengan Puzzle*. *Jurnal Keperawatan Silampari*,3(2),510–519. <https://doi.org/10.31539/jks.v3i2.1120>
- Patriansah, M. (2020) “Kajian Strukturalisme dalam Melahirkan Sebuah Karya Seni”, *Besaung: Jurnal Seni Desain dan Budaya*, 5(2), pp. 99–104. <https://doi: 10.36982/jsdb.v5i2.996>.
- Yatim, R. (2001). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Surabaya: SIC.
- Yulius, Y., & Pratama, E. 2021. Metode Design Thinking Dalam Perancangan Media Promosi Kesehatan Berbasis Keilmuan Desain Komunikasi Visual. *Besaung: Jurnal Seni Desain Dan Budaya*,6(2).
<https://doi.org/10.36982/jsdb.v6i2.1720>

Sumber Lain :

Hardiono D. Pusponegoro, (07 Januari 2022). *Dokter RSCM Ajak Orang Tua Kenali Keterlambatan Perkembangan Anak*. <https://elshinta.com/news/255949/2022/01/07/dokter-rscm-ajak-orangtua-kenali-keterlambatanperkembangan-anak>.
Diakses: 20 februari 2023.

Nurul, Mab'utsah. (15 Oktober 2015). *Anak Usia Dini (AUD)*. <https://www.kompasiana.com/nurulmab/561e9cad747e61ab0df71d77/aud>. Diakses: 20 februari 2023

IDAI. (21 Januari 2013). *Keterlambatan bahasa. Indonesia Pediatric Society*, <https://www.idai.or.id/artikel/klinik/keluhananak/keterlambatan-bicara>. Diakses: 20 februari 2023.

Narasumber:

Fitri Wulandari (41 th.), terapis Edufa Palembang, wawancara tanggal 09 Maret 2023, di Yayasan Edufa, Palembang