

# LAPORAN PENELITIAN



## KAMPANYE PELESTARIAN PERMAINAN TRADISIONAL “DOLANAN YUK” UNTUK GENERASI MILENIAL

### **PENELITI :**

#### **KETUA :**

**JOACHIM DAVID M, S.Sn, M.Ds**

NIDN : 0318086203

#### **ANGGOTA :**

**Drs. ACHMAD MUCHARAM, M.Si**

NIDN : 0304066303

**Drs. KRISTIANUS HARYANDI, M.Ds**

NIDN : 0312126005

**WIN RICO, S.Ds, MM**

NIDN : 0331108605

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS PERSADA INDONESIA Y.A.I  
JAKARTA  
2023**

## HALAMAN PENGESAHAN LAPORAN PENELITIAN

1. Judul Penelitian : Kampanye Pelestarian Permainan Tradisional “Dolanan Yuk” Untuk Generasi Milenial
2. Nama Mitra Program IbM (1) : Universitas Persada Indonesia YAI  
Nama Mitra Program IbM (2) : D’Idea (Design Idea)
3. Ketua Tim Pengusul
  - Nama : Joachim David M, S.Sn, M.Ds
  - NIDN : 0316086203
  - Jabatan/Golongan : Lektor
  - Program Studi : Desain Komunikasi Visual
  - Perguruan Tinggi : Universitas Persada Indonesia YAI
  - Bidang Keahlian : Desain Komunikasi Visual
  - Alamat Kantor/Tlp/Fax/E-Mail : Jl. Diponegoro no. 74 Jakarta Pusat
4. Anggota Tim Pengusul
  - Jumlah Anggota : Dosen 3 Orang
  - Nama Anggota I/bidang Keahlian : Drs. Achmad Mucharam, M.Si / Komunikasi
  - Nama Anggota II/bidang Keahlian : Drs. Kristianus Haryandi, M.Ds / DKV
  - Nama Anggota III/bidang Keahlian : Win Rico, S.Ds, MM / DKV
5. Lokasi Kegiatan/Mitra (1)
  - Wilayah Mitra (Desa/Kecamatan) : Menteng
  - Kabupaten/kota : Jakarta Pusat
  - Provinsi : DKI Jakarta
  - Jarak PT. Ke Lokasi Mitra (Km) : 0 km
6. Lokasi Kegiatan/Mitra (2)
  - Wilayah Mitra (Desa/Kecamatan) : Menteng
  - Kabupaten/Kota : Jakarta Pusat
  - Provinsi : DKI Jakarta
  - Jarak PT ke Lokasi mitra (Km) : 0 km
7. Luaran yang di hasilkan : Media Edukasi Kampanye Pelestarian Permainan Tradisional
8. Jangka Waktu Pelaksanaan : 3 Bulan

9. Biaya Total : Rp. 5.000.000,00  
- Dikti : Rp.  
- FIKOM UPI YAI : Rp. 5.000.000,00

dan lampirkan surat pernyataan penyandang dana

Jakarta, 16 Juli 2023

**Mengetahui,**

Dekan

Ketua Tim Pengusul



**Prof. Dr. Ibnu Hamad, M.Si**



**Joachim David M, S.Sn, M.Ds**

**Menyetujui,**

Ketua Lembaga Penelitian dan  
Pengabdian Kepada Masyarakat  
Fakultas Ilmu Komunikasi



**(Dr. Siti Komsiah, M.Si)**

## IDENTITAS DAN URAIAN UMUM

1. Judul Penelitian : Kampanye Pelestarian Permainan Tradisional “Dolanan Yuk” Untuk Generasi Milenial

2. Tim Pelaksana

	Nama	Jabatan	Bidang	Instansi Asal	Alokasi Waktu
1	Joachim David M, S.Sn, M.Ds	Ketua Penelitian	Desain Komunikasi Visual	UPI YAI	3 bulan
2	Drs. Achmad Mucharam, M.Si	Anggota 1	Ilmu Komunikasi	UPI YAI	3 bulan
3	Drs. Kristianus Haryandi, M.Ds	Anggota 2	Desain Komunikasi Visual	UPI YAI	3 bulan
4	Win Rico, S.Ds, MM	Anggota 3	Desain Komunikasi Visual	UPI YAI	3 bulan

3. Objek Penelitian : Planetarium Jakarta

4. Masa Pelaksanaan :

Mulai : 16 Mei 2023

Berakhir : 16 Juli 2023

5. Usulan Biaya : Rp. 5.000.000,00

6. Lokasi Penelitian : Menteng, Jakarta Pusat, DKI Jakarta

7. Mitra yang terlibat (uraikan apa kontribusinya)

D'Idea (Design Idea) adalah merupakan program pengembangan kompetensi program studi Desain Komunikasi Visual. D'Idea menawarkan proyek Kampanye Pelestarian Permainan Tradisional.

8. Permasalahan yang ditentukan dan solusi yang di tawarkan :

Mitra merasa kesulitan untuk melakukan perancangan media edukasi untuk kampanye pelestarian tradisional Indonesia kemudian meminta bantuan Program Studi DKV UPI YAI untuk sekaligus memberikan masukan ide kreatif untuk implementasi komunikasi visual kampanye social ini.

9. Kontribusi mendasar pada khalayak sasaran (uraikan tidak lebih dari 50 kata, tekankan pada manfaat yang di perbolehkan)

Hasil karya perancangan Kampanye Pelestarian Permainan Tradisional ini akan dimanfaatkan untuk kepentingan edukasi, terutama dalam pengembangan media kampanye untuk pengenalan dan menumbuhkan minat generasi milenial sebagai *target audience* spesifik.

10. Rencana luaran berupa jasa, sistem, produk/barang, paten, atau luaran lainnya yang di targetkan

Pengembangan media edukasi Kampanye Pelestarian Permainan Tradisional ini adalah merupakan suatu upaya untuk mengajak dan menarik minat generasi milenial untuk bisa lebih mengenal dan ikut serta secara aktif dalam melestarikan permainan tradisional Indonesia yang sudah mulai punah seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi terutama teknologi digital.

## KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan Alhamdulillah, maka penelitian dengan tema Kampanye Pelestarian Permainan Tradisional “Dolanan Yuk” Untuk Generasi Milenial telah dapat kami selesaikan tepat pada waktunya.

Penelitian ini dapat terselesaikan berkat kerja sama dari tim kami serta beberapa kawan terlibat. Untuk itu kami ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses pembuatan laporan penelitian ini, kami menyadari bahwa dalam laporan penelitian ini masih terdapat kekurangan, untuk itu dengan lapang dada kami menerima kritik maupun saran yang bersifat membangun, akhirnya dengan segala kerendahan hati, peneliti mengharapkan semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi pembacanya.

Jakarta, 16 Juli 2023

Peneliti

## ABSTRAK

### KAMPANYE PELESTARIAN PERMAINAN TRADISIONAL “DOLANAN YUK” UNTUK GENERASI MILENIAL

Alat permainan modern pada umumnya bersifat personal. Dalam bermain anak-anak dapat melakukannya sendiri melawan komputer, tanpa harus ada teman. Menyendiri di kamar dengan permainannya dan tidak berinteraksi sosial serta tidak terlibat emosional dengan teman-temannya. Kesendirian tersebut menyebabkan perkembangan jiwa anak tidak mampu melakukan musyawarah dengan teman lainnya. Beberapa permainan yang ditemui pada *video game* atau bahkan internet banyak yang tidak sesuai dengan usia anak tersebut. Akhirnya kepribadian anak menjadi pribadi yang egois. Mereka enggan mengerti dan memahami kondisi temannya. Sehingga, bila kepentingannya terganggu, anak mudah marah dan mengajak berkelahi. Sedangkan pada permainan tradisional yang dimainkan anak-anak pada masa lalu kita temukan beberapa perbedaan besar dengan permainan modern saat ini. Pada beberapa permainan tradisional masa lalu, kita temukan sifat permainan yang berkelompok dengan alat-alat, yang kadang harus dibuat sendiri dengan menggunakan bahan-bahan yang dijumpai di sekitarnya. Namun saat ini permainan tradisional seperti ini, terutama di kota-kota besar, sudah jarang ditemui. Orang tua generasi milenial, terutama di kota-kota besar, yang memiliki tingkat kesibukan yang lumayan tinggi, memiliki peran yang besar dalam memfasilitasi “dolan modern” bagi anak-anaknya. Mereka berfikir tingkat kecerdasan anak dapat diukur bila anak-anak mampu mengoperasikan benda-benda berteknologi tinggi. Setelah diperkenalkan permainan modern oleh orang tua, anak-anak kemudian menentukan untuk bermain permainan apa yang mereka sukai. Di sinilah kesalahan orang tua yang terlampaui memperkenalkan permainan modern terlebih dahulu tanpa memperkenalkan permainan tradisional kepada anak-anaknya. Orang tua pun seakan tak peduli dengan fenomena sekarang ini dengan dalih menyenangkan anak, tanpa mereka sadari permainan modern yang difasilitasi dapat menanamkan keegoisan, akibatnya anak akan tumbuh menjadi anak yang berpribadi egois. Menyadari hal itu, dan menyadari bahwa bagaimanapun masa depan bangsa dan kebudayaan ini akan ditentukan oleh perkembangan dan masa depan anak-anak, maka dianggap perlu untuk mengembalikan format dasar watak anak kita yang bakal menjadi penerus bangsa ini. Salah satu upaya untuk itu adalah dengan kembali memperkenalkan alat-alat permainan tradisional seperti yang pernah dilakukan anak-anak pada jaman dahulu. Terutama permainan yang melibatkan anak-anak pada interaksi sosial dan emosi dengan teman-teman lainnya yaitu salah satunya adalah permainan *gobak sodro*, *engklek*, *sepak tekong*, *cublek-cublek suweng* dan permainan tradisional lainnya.

**Kata kunci** : Permainan Tradisional, Dolanan Yuk, Edukasi, Generasi Milenial  
**Literatur** : 33 Halaman + 9 Bibliografi

# DAFTAR ISI

<b>Halaman Pengesahan Laporan Penelitian</b>	<b>2</b>
<b>Identitas dan Uraian Umum</b>	<b>3</b>
<b>Kata Pengantar</b>	<b>5</b>
<b>Abstrak</b>	<b>6</b>
<b>Daftar Isi</b>	<b>7</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang	1
B. Tujuan dan Manfaat Kampanye	4
C. Sasaran Kampanye	4
D. Metode Pengumpulan Data	4
E. Rumusan Masalah	5
F. Batasan Masalah	5
<b>BAB II TINJAUAN DAN ANALISA DATA</b>	
A. Tinjauan Data	6
B. Pandangan <i>Target Audience</i>	6
C. Analisis Masalah	7
D. Analisa SWOT	8
<b>BAB III KONSEP PERANCANGAN</b>	
A. Penetapan Perancangan	11
B. Perencanaan Kreatif	13
C. Pemilihan Media	15
<b>BAB IV VISUALISASI KONSEP PERANCANGAN</b>	
A. Media Lini Atas ( <i>Above The Line</i> )	21
B. Media Lini Bawah ( <i>Below The Line</i> )	22
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan	23
B. Saran	23
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	<b>24</b>



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Bermain adalah satu hal yang tak bisa terpisahkan dari anak-anak. Sejak kecil tentu saja kita semua senang bermain, namun sesuai perkembangan jaman, permainan mengalami perkembangan pesat, dimana dahulu kita masih bisa bermain di lapangan terbuka bersama teman-teman atau bahkan membuat permainan sendiri dari bahan-bahan yang kita temukan disekitar. Sekarang, anak-anak lebih memilih bermain sendiri di kamar dengan mempergunakan permainan canggihnya.

Menurut peneliti teknologi permainan berbasis komputer seperti *video game*, *iPad*, *laptop* dan sebagainya, telah sampai pada tingkat sedemikian rupa dan memberi dampak luar biasa sesuai dengan perkembangan teknologi dalam era Revolusi Industri 4.0 terutama teknologi digital. Perangkat lunak komputer memiliki sifat yang serba efisien dengan kaitan-kaitan logisnya di dalam sebuah *game* misalnya yang dapat memberikan dampak berfikir logis pada anak-anak, dan memiliki korelasi positif pada perkembangan intelegensia anak. Tingkat kecerdasan anak-anak saat ini, mengalami lonjakan luar biasa bila dibandingkan dengan anak-anak pada masa sebelumnya. Nilai raport anak-anak sekarang umumnya mendapatkan angka delapan ke atas.

Namun jika kita melihat dari sisi lain pada permainan berbasis teknologi komputer ini mulai memperlihatkan dampak pada berkembangnya ideologi kekerasan pada anak-anak. *Video-video game* yang tersaji dalam segala bentuk perangkat komputer menawarkan *game-game* yang memberikan suatu penggambaran tentang persaingan lewat cara kekerasan seperti perang atau perkelahian. Si pemain (pengguna) akan menang bila telah berhasil mengalahkan atau membunuh musuhnya. Nilai kemenangan harus ditempuh dengan mengalahkan atau membunuh lawan. Nilai inilah yang ditawarkan lewat *video-video game*, dengan tampilan gambar yang begitu menarik dan hidup, yang telah beredar sangat luas tanpa bisa dikontrol. Sehingga kekerasan secara perlahan tapi pasti, menjadi wacana sehari-hari.

Bisa dibayangkan bagaimana dampak yang terjadi pada anak-anak yang memainkan *video game* seperti itu dalam ruangan kamar yang sunyi, sendiri, dan berjam-jam. Dunia si

anak menjadi begitu sepi, tidak ada orang lain, hanya dalam kesendirian. Keasikan seorang diri itu sulit untuk bisa diganggu. Kita lihat yang terjadi di tengah masyarakat sekarang, rangkaian berita setiap hari mayoritas dipenuhi oleh berita anak-anak yang melakukan tindakan kriminal seperti pencurian, tawuran, terlibat minuman keras. Bahkan diantara anak-anak sekarang juga sudah berani melakukan tindakan pembunuhan. Contoh terakhir yang penulis ketahui adalah kasus yang terjadi di daerah Cipete, Jakarta Selatan, dimana seorang kakak perempuan tega membunuh adik kandungnya sendiri, selain itu kekerasan oleh anak-anak kembali terjadi, di daerah Cinere, seorang anak SD menikam kawan sebangkunya.

Ilustrasi ragam jenis tindak kriminal tersebut merupakan dampak paling nyata dari hasil buah permainan modern yang dinikmati generasi milenial saat ini. Kekerasan masuk kedalam dunia anak-anak melalui saluran televisi, film, komik, dan *video game*. “Alat permainan modern memang mampu meningkatkan kecerdasan otak anak-anak. Tapi dengan alat permainan modern itu ada aspek yang tertinggal yaitu perkembangan sosial, emosional, kemampuan perasaan menahan diri sendiri dan terhadap orang lain” kata pakar psikologi anak, Dr Seto Mulyadi (dalam Sunarwoto, 1999)

Alat permainan modern pada umumnya bersifat personal. Dalam permainan ini anak-anak dapat melakukannya secara individu melawan komputer, tanpa harus ada teman. Kesendirian dalam kamar dengan permainannya dan tidak berinteraksi sosial serta tidak terlibat secara emosional dengan teman-temannya. Kesendirian tersebut sangat memberikan dampak besar dalam perkembangan jiwa anak sehingga tidak mampu melakukan interaksi sosial dengan teman lainnya. Beberapa permainan yang ditemui pada *video game* atau bahkan internet banyak yang tidak sesuai dengan usia anak tersebut. Akhirnya terjadi perubahan kepribadian pada anak menjadi suatu pribadi yang egois. Mereka enggan mengerti dan memahami kondisi temannya. Sehingga, bila kepentingannya terganggu, anak mudah marah dan melakukan sesuatu diluar nalar.

Sedangkan pada permainan tradisional yang dimainkan anak-anak pada masa lalu kita temukan beberapa perbedaan besar dengan permainan modern saat ini. Pada beberapa permainan tradisional masa lalu, kita temukan sifat permainan yang berkelompok dengan peralatan tertentu, yang kadang harus dibuat sendiri dengan menggunakan bahan-bahan yang dijumpai di sekitarnya. Namun saat ini permainan tradisional seperti ini, terutama di kota-kota besar, sudah jarang ditemui.

Orangtua masa kini, terutama di kota-kota besar, yang mayoritas memiliki kesibukan lumayan tinggi memiliki peran yang sangat besar dalam memfasilitasi “dolan modern” bagi anak-anaknya. Mereka berfikir tingkat kecerdasan anak dapat diukur bila anak-anak memiliki kemampuan untuk mengoperasikan benda-benda berteknologi tinggi. Setelah diperkenalkan pada permainan modern oleh orang tua, anak-anak kemudian secara individu mulai menentukan untuk bermain permainan apa yang mereka sukai. Disinilah awal mula kesalahan orang tua yang terlampau memperkenalkan permainan modern terlebih dahulu tanpa memperkenalkan permainan tradisional kepada anak-anaknya. Orang tua juga seakan tak peduli dengan fenomena sekarang ini hanya dengan dalih untuk menyenangkan anak, tanpa mereka sadari permainan modern yang mereka fasilitasi dapat merubah perilaku sang anak serta menanamkan rasa egosentris sehingga sang anak akan tumbuh menjadi sosok pribadi yang egois.

Berdasarkan realita yang ada, dan kesadaran akan masa depan bangsa dan kebudayaan ini akan ditentukan oleh perkembangan dan masa depan anak-anak khususnya generasi milenial, maka dianggap perlu untuk mengembalikan format dasar karakter anak kita sebagai penerus bangsa ini. Salah satu upaya untuk itu adalah dengan kembali memperkenalkan alat-alat permainan tradisional seperti yang pernah dilakukan anak-anak pada jaman dahulu. Terutama permainan yang melibatkan anak-anak pada interaksi sosial dan emosi dengan teman-teman lainnya yaitu salah satunya adalah permainan *gobak sodro*, *engklek*, *sepak tekong*, *cublek-cublek suweng* dan permainan tradisional semacamnya.

Beberapa kemungkinan cara untuk memperkenalkan permainan tradisional kepada anak-anak, dalam kaitan untuk membuat mereka tidak hanya berminat tetapi juga mencintai permainan tradisional. Menurut peneliti, seperti yang sudah digambarkan di atas dimana permainan tradisional sudah tidak mendapat tempat dalam pola pikir (*mindset*) anak-anak khususnya generasi milenial sehingga kurang atau bahkan mungkin tidak dikenali, untuk itu peneliti menganggap sangat penting agar dapat membawa kembali anak-anak untuk mengenal permainan-permainan tradisional tersebut. Berdasarkan pada urgensi permasalahan yang ada maka penulis berusaha untuk membuat anak-anak khususnya generasi milenial untuk mengenal dan mencintai permainan tradisional melalui Kampanye Pelestarian Permainan Tradisional “Dolan Yuk”.

## **B. Tujuan dan Manfaat Kampanye**

Tujuan Kampanye Pelestarian Permainan Tradisional “Dolanan Yuk!”, adalah sebagai berikut :

- a. Memberikan stimulant bagi anak-anak khususnya generasi milenial di Jakarta untuk dapat mengenal lebih dekat permainan tradisional.
- b. Melestarikan permainan tradisional Indonesia
- c. Meningkatkan kemampuan dan kreatifitas serta kompetensi seorang desainer komunikasi visual dalam melakukan implementasi komunikasi visual berdasarkan strategi pendekatan komunikasi yang efektif.

Manfaat dari Kampanye Pelestarian Permainan Tradisional “Dolanan Yuk!”, adalah sebagai berikut :

- a. Mempermudah anak-anak khususnya generasi milenial di Jakarta dalam menemukan permainan tradisional yang saat ini sudah sulit ditemukan dengan menciptakan suatu pengembangan permainan tradisional menjadi suatu simulasi baru.
- b. Menumbuh kembangkan kecerdasan anak secara psikologis dan emosional melalui suasana kebersamaan secara menarik dalam pengembangan permainan tradisional.
- c. Membantu para orangtua dalam pemilihan permainan yang tepat bagi anak-anak melalui suatu media edukasi yang efektif.

### **C. Sasaran Kampanye**

- a. Memperkenalkan kembali permainan tradisional Indonesia yang hampir punah karena perkembangan teknologi yang sangat pesat saat ini kepada anak-anak khususnya generasi milenial di Jakarta.
- b. Membantu para orangtua dalam pemilihan permainan yang tepat bagi anak-anak melalui suatu media edukasi yang efektif.

### **D. Metode Pengumpulan Data**

Dalam proses penyusunan penelitian ini, maka penulis melakukan beberapa tahapan proses dalam pengumpulan data sebagai bagian pelengkap dari data kualitatif dengan mempergunakan beberapa metode, di antaranya :

1. **Data Primer** menggunakan **Metode Wawancara** (*Interview*), yaitu proses pengumpulan data atau informasi yang dilakukan dengan melakukan tanya

jawab dengan para pihak terkait khususnya pada orangtua yang memiliki anak.

2. **Data Sekunder** menggunakan **Metode Kepustakaan** (*Library Research*), yaitu penelitian yang dilakukan dengan pengumpulan data-data yang didapat dari proses dari beberapa sumber, termasuk dari buku, literatur, dan sumber tertulis serta sumber dari internet.

#### **E. Rumusan Masalah**

Rumusan masalah berdasarkan identifikasi permasalahan yang telah dilakukan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Bagaimana menarik minat anak-anak khususnya generasi milenial untuk dapat mengenal dan mencintai permainan tradisional Indonesia?
- b. Apakah permainan tradisional secara psikologis dan emosional baik bagi perkembangan anak-anak khususnya generasi milenial terutama pada masa sekarang?

#### **F. Batasan Masalah**

Batasan masalah yang dipergunakan oleh peneliti dalam melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Kampanye Pelestarian Permainan Tradisional ini ditujukan secara khusus bagi orangtua yang memiliki anak-anak khususnya generasi milenial pada wilayah Jakarta.
- b. Perancangan hanya dilakukan dalam melakukan implementasi komunikasi visual yang efektif sebagai media edukasi.
- c. Memberikan stimulant melalui penciptaan area bermain khusus anak-anak untuk permainan tradisional pada wilayah Jakarta.

## **BAB II**

### **TINJAUAN DAN ANALISIS DATA**

#### **A. Tinjauan Data**

##### **1. Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, Riset dan Teknologi**

Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, Riset dan Teknologi memiliki tugas melakukan penyelenggaraan dalam bidang pendidikan dan kebudayaan termasuk pengembangan riset dan teknologidalam pemerintahan untuk membantu Presiden dalam menyelenggarakan pemerintahan negara. Sedangkan fungsinya adalah :

1. Perumusan, penetapan dan pelaksanaan kebijakan di bidang pendidikan dan kebudayaan;
2. Pengelolaan barang milik Negara yang menjadi tanggung jawab Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan;
3. Pengawasan atas pelaksanaan tugas di lingkungan Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan;
4. Pelaksanaa bimbingan teknis dan supervisi atas pelaksanaan urusan Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan di daerah;
5. Pelaksanaan kegiatan teknis yang berskala nasional.  
([www.kemdiknas.go.id/kemdikbud/tentang-kemdikbud-tusi](http://www.kemdiknas.go.id/kemdikbud/tentang-kemdikbud-tusi), 5 Juni 2023)

Penyelenggara kampanye Dolanan Yuk ini adalah Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, Riset dan Teknologi sesuai dengan tugas dan fungsi utama dari Kementerian dan bekerjasama dengan Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Persada Indonesia untuk melakukan realisasi Kampanye Pelestarian Permainan Tradisional “Dolanan Yuk!” Untuk Generasi Milenial

#### **B. Pandangan *Traget Audience***

Beberapa *target audience*, para orang tua, merasa pesimis kampanye Dolanan Yuk! akan berhasil efektif. Pesimisme itu bukan karena mereka menolak idenya, tetapi lebih membayangkan kemungkinan-kemungkinan keberhasilan untuk menghidupkan kembali permainan tradisional.

Umumnya para orang tua beranggapan bahwa saat ini ada suasana yang kurang kondusif bagi upaya revitalisasi kembali permainan-permainan tradisional. Selain

besarnya pengaruh permainan modern yang begitu nyata, juga dukungan media-media elektronik seperti TV terhadap cara pandang anak. Bahkan pada beberapa sekolah, terutama di kota-kota besar, ada waktu-waktu tertentu yang memang memperkenalkan anak-anak didik untuk menggunakan komputer untuk bermain. Guru sendiri memiliki pendapat bahwa pengaruh komputer memang positif dalam mengembangkan cara berfikir anak-anak, namun mereka tidak melihat dampak negatif dibelakangnya.

Arus jaman juga sudah membawa suatu tren dimana penggunaan komputer sebagai alat, seperti sudah menjadi kebutuhan hidup sehari-hari. Anak-anak akan merasa ketinggalan jaman bila tidak mempunyai atau setidaknya bisa mengoperasikan komputer. Tidak sedikit anak-anak sekolah yang sudah mempunyai *laptop*. Bahkan walaupun tidak punya *laptop*, mereka mempunyai HP yang dengannya tetap bisa mengakses *game-game* yang memang sudah tersaji. Jadi jembatan ke arah permainan berbasis teknologi komputer, memang sudah terkonstruksikan lumayan kokoh.

Kendati begitu, ide untuk mengkampanyekan permainan tradisional seperti Dolanan Yuk, bukan ide yang jelek. Bahkan ide tersebut dianggap positif oleh beberapa orangtua yang memang mengkhawatirkan perkembangan anak-anaknya. Termasuk juga para orangtua yang peduli terhadap semakin tergerusnya nilai-nilai sosial dan kultural oleh ekspansi teknologi modern.

Hanya memang, sesuai tuntutan jaman saat ini yang memang dipenuhi oleh dunia tampilan iklan yang beraneka ragam, kampanye inipun harus mempertimbangkan aspek tampilan iklannya/kampanyenya. Anak-anak akan mudah tertarik bila kampanye disajikan dalam bentuk yang menarik sesuai dengan selera anak-anak. Satu hal yang pasti, dunia anak adalah dunia bermain. Jadi sepanjang masih terkait dengan permainan yang memang bisa membuat anak-anak senang dan mengundang keterlibatan aktif mereka, kampanye Dolanan Yuk, bukan hal yang sama sekali mustahil.

### **C, Analisis Masalah**

Berdasarkan paparan tersebut diatas, kendati akan berhadapan dengan tantangan yang lumayan besar, peneliti tetap optimis bahwa kampanye Pelestarian Permainan Tradisional “Dolanan Yuk!” ini dapat dilaksanakan dan memberikan dampak dalam menghidupkan kembali permainan-permainan tradisional..

Sebagai sebuah kampanye diharapkan dapat menciptakan suatu bentuk komunikasi yang intensif dengan *target audience* untuk dapat melakukan rekonstruksi dan revitalisasi

wacana permainan tradisional, kampanye Pelestarian Permainan Tradisional “Dolanan Yuk!” harus dilakukan dalam kurun waktu yang panjang dengan tampilan visual yang menarik untuk memperoleh hasil yang efektif dan efisien.

Keterlibatan banyak pihak sangat diharapkan terutama Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, Riset dan Teknologi sebagai pemrakarsa kampanye ini dapat menarik berbagai pihak untuk ikut serta dalam mendukung kampanye Pelestarian Permainan Tradisional “Dolanan Yuk!” ini yang memiliki tujuan yang sama dengan kampanye ini.

Pemerintah-pemerintah di tingkat kecamatan dan kelurahan misalnya, bisa juga melanjutkan kampanye Pelestarian Permainan Tradisional “Dolanan Yuk!”, dalam bentuk perlombaan pada hari-hari nasional seperti menjelang peringatan Hari Kemerdekaan 17 Agustus, misalnya.

Barang tentu, seperti sudah peneliti uraikan sebelumnya, semua hal tersebut harus didukung oleh:

1. Melakukan inventarisasi permainan-permainan tradisional yang pernah ada dan masih bisa diingat,
2. Merumuskan suatu konsep perencanaan strategis kampanye kampanye Pelestarian Permainan Tradisional “Dolanan Yuk!” dalam jangka panjang
3. Kampanye tersebut juga sebaiknya didukung oleh pihak-pihak strategis seperti media, sekolah, komite sekolah, para orang tua
4. Penyediaan sarana-sarana penunjang seperti tempat dan alat-alat bermain.

Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, Riset dan Teknologi beserta berbagai pihak terkait yang memang memiliki kepedulian pada pendidikan, budaya akan memperoleh manfaat dari dukungan yang diberikan bagi kampanye ini. Manfaat mana bukan hanya sebatas ekonomi, tetapi memperoleh legitimasi sosial dan kultural dalam ikut mengembangkan atau memperkuat Seni Budaya Tradisi.

#### **D. Analisa SWOT**

##### **Kekuatan (*Strenght*)**

Kekuatan dari kampanye Pelestarian Permainan Tradisional “Dolanan Yuk!” adalah karena permainan ini berakar pada tradisi. Saat ini, setidaknya banyak orang tua, masih mengenal beberapa permainan tradisional yang pernah ada serta mereka masih mengingat



cara-cara bermainnya. Di beberapa pelosok Indonesia, beberapa permainan tradisional itu bahkan masih dimainkan oleh anak-anak.

Selain akar tradisi dan kultural di atas, kekuatan permainan ini juga terletak pada semangat sosial yang ada di dalamnya, dimana permainan tradisional hanya bisa dimainkan dalam kelompok, atau setidaknya lebih dari 1 orang. Rasanya hampir tidak ada permainan tradisional di Indonesia yang dimainkan oleh hanya 1 anak.

Kekuatan lainnya adalah pada banyak daerah di Indonesia, permainan tradisional itu terlihat masih eksis dan sering dimainkan oleh anak-anak. Artinya, permainan yang sama dimainkan di banyak tempat, kendati penamaannya mungkin berbeda-beda berdasarkan bahasa masing-masing daerah.

Dengan demikian, bisa dibayangkan betapa luasnya rentang pengaruh permainan-permainan tradisional di Indonesia. Dari penelusuran peneliti dan dari wawancara yang peneliti lakukan pada beberapa tempat, selain beberapa mainan tradisional yang masih dimainkan oleh anak-anak, beberapa orang tua yang di wawancara oleh peneliti juga masih mengingat dengan baik permainan-permainan tradisional tersebut. Permainan-permainan tersebut telah menjadi memori kolektif para orang tua, dan masih hidup dalam imajinasi mereka.

### **Kelemahan (*Weakness*)**

1. Untuk kembali menghidupkan permainan tradisional lewat kampanye Pelestarian Permainan Tradisional “Dolanan Yuk!” ini adalah pada daerah kota besar seperti Jakarta, dimana permainan-permainan tradisional sudah tidak dimainkan lagi.
2. Permainan-permainan tradisional tidak didokumentasikan dengan baik. Apa yang ada saat ini hanyalah berdasarkan rekaman ingatan beberapa orang tua, terutama bagi mereka yang hidup di daerah-daerah yang masih menghargai tradisi.

### **Peluang (*Opportunity*)**

1. Kampanye Pelestarian Permainan Tradisional “Dolanan Yuk!” yang berbasiskan pada permainan tradisional mempunyai peluang untuk mengembalikan anak-anak pada mainan yang lebih memiliki nilai kultural dan berakar pada nilai tradisi.
2. Permainan tradisional juga berpeluang besar untuk menanamkan semangat sosial pada anak-anak.

3. Permainan tradisional bisa menjadi filter yang baik dan bisa efektif terhadap dampak-dampak negatif tersebarnya nilai-nilai kekerasan yang banyak terdapat dalam mainan modern seperti *video game*.
4. Permainan tradisional, karena sebagian unsur-unsurnya mengandalkan bahan-bahan yang dibuat sendiri, ia bisa mengembangkan kreatifitas anak-anak.
5. Melakukan kampanye Pelestarian Permainan Tradisional “Dolanan Yuk!”, berdasarkan pertimbangan diatas, akan lebih mudah karena masih menjadi memori kolektif bagi kebanyakan orang tua. Seandainya ada sarana dan prasarana pendukungnya, tidak mungkin ada orang tua yang tidak mendukung.

**Ancaman (*Threat*)**

1. Dolanan Yuk harus didukung oleh sarana dan lingkungan yang kondusif.
2. Para orangtua harus memberi motivasi yang kuat pada anak-anaknya untuk kembali menghidupkan permainan tradisional.
3. Gempuran permainan yang berbasis teknologi modern begitu kuat.
4. Media-media komunikasi seperti TV dan media cetak belum tentu tertarik memberikan dukungan penuh.

## **BAB III**

### **KONSEP PERANCANGAN**

#### **A. Penetapan Perancangan**

Tujuan kampanye Pelestarian Permainan Tradisional “Dolanan Yuk!” Ini adalah melakukan suatu gerakan untuk memperkenalkan kembali permainan tradisional kepada anak-anak dengan tujuan dan manfaat mengajak anak-anak mengenal kebudayaannya melalui permainan tradisional. Banyak sekali manfaat dari permainan tradisional yang sudah lama ditinggalkan oleh anak-anak yang tinggal di kota besar seperti Jakarta. Berikut ini merupakan contoh-contoh dari begitu banyak manfaat dari permainan tradisional yang mungkin akan merubah pola pikir orangtua dalam memilihkan permainan yang tepat bagi anak-anak mereka :

1. Menumbuhkan rasa nasionalisme sejak dini pada anak-anak
2. Memiliki sisi positif bagi perkembangan anak-anak, mengembangkan kreatifitas pada anak dengan menciptakan alat permainan mereka menggunakan benda-benda di sekitar
3. Mengenalkan anak-anak kepada budaya Indonesia melalui permainan
4. Membuat anak-anak dapat berinteraksi sosial dan tumbuh menjadi anak yang tidak egois karena beberapa permainan tradisional bersifat kelompok saat dimainkan
5. Membuat anak-anak menggerakkan semua anggota tubuhnya saat bermain
6. Mengembangkan kecerdasan emosi dan antar personal anak

Dalam Dolanan Yuk, anak-anak diajak mengenal permainan tradisional yaitu bermain permainan tradisional di lapangan terbuka yang dihadiri oleh anak-anak di Jakarta karena lokasinya pun akan diadakan di Jakarta, yaitu Gelora Bung Karno. Sifat kampanye sendiri tidaklah permanen yaitu hanya diselenggarakan 2 hari dalam setahun yang pastinya akan diadakan di akhir pekan. Diharapkan kampanye ini akan menjadi agenda rutin tahunan bagi Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, Riset dan Teknologi serta berbagai pihak terkait, berdasarkan tingkat keberhasilan kampanye Pelestarian Permainan Tradisional “Dolanan Yuk!” ini.

Dalam kampanye Pelestarian Permainan Tradisional “Dolanan Yuk!” nanti akan memfasilitasi 10 permainan tradisional yang dapat dimainkan bersama-sama, ada yang bersifat berkelompok maupun perseorangan, namun tetap akan melibatkan mereka semua dalam proses bermain, dan juga diajarkan cara menciptakan permainan itu sendiri. Dalam setiap permainan anak-anak didampingi mentor yang bertugas mengarahkan anak-anak dalam bermain dan mengenalkan permainan tradisional tersebut.

Beberapa pemainannya adalah :

1. Bebentengan
2. Andang-andangan
1. Anjang-anjangan
2. Kasti
3. Engklek
4. Congklak
5. Lompat tali
6. Tok asya
7. Menciptakan mobil-mobilan dari kulit jeruk
8. Enggrang

Selain itu adapula berbagai kegiatan pendukung lainnya dan *workshop* mengenai komunikasi antara orangtua dan anak yang diselenggarakan bagi orangtua atau pendamping anak-anak yang datang sambil menunggu anak-anak selesai bermain.

Khalayak sasaran

1. Demografi
  - a. Usia : 5-12 Tahun
  - b. Gender : Laki-laki dan perempuan
2. Geografis : Wilayah DKI Jakarta
3. Psikologis
  - a. Kelas sosial : A, B, C
  - b. Gaya hidup : Kurang mengenal permainan tradisional dan senang permainan modern
4. Benefit yang dicari
  - a. Masalah spesifik yang diatasi : dengan adanya kampanye Pelestarian Permainan Tradisional “Dolanan Yuk!” ini diharapkan anak-anak yang

tinggal di wilayah Ibukota dapat mengenal adanya permainan tradisional.

- b. *Benefit* spesifik : menjadikan permainan tradisional sebagai salah satu permainan bagi anak-anak di wilayah Ibukota dan didukung oleh dengan diadakannya kegiatan yang memberikan informasi tentang permainan tradisional serta didukung oleh Pemerintah Daerah mengenai program ini.

## **B. Perencanaan Kreatif**

### **1. Konsep Perancangan**

Konsep perancangan dalam kampanye ini adalah membuat suatu rancangan komunikasi visual yang singkat dan lugas, tanpa menyajikan sesuatu yang rumit untuk dipahami sebagai suatu bentuk ajakan positif bagi target *audience*. Untuk memperkenalkan kembali permainan tradisional bagi anak-anak di wilayah Ibukota DKI Jakarta. Perancangan ini akan lebih banyak memuat unsur-unsur ajakan persuasif dan pemberian informasi dengan gaya yang mudah dimengerti sebagaimana agar target kampanye yaitu anak-anak serta para orangtua dapat memahaminya. Maka perancangan dibuat dengan gaya pendekatan yang simpel, menarik dan mudah ditangkap maksudnya. Penyampaian pesan komunikasi lebih ditekankan kepada pendekatan melalui *headline* maupun *bodycopy* yang bersifat persuasif yang dapat menarik minat *target audience*, serta didukung oleh implementasi visual yang unik dan menarik sebagai pendukung pesan komunikasi yang ingin disampaikan.

### **2. Tema**

Tema yang akan diangkat dalam kampanye Pelestarian Permainan Tradisional “Dolanan Yuk!” ini adalah penekanan pada pendekatan persuasif untuk menjadikan permainan tradisional dapat dikenal dan dimainkan kembali oleh anak-anak pada masa sekarang.

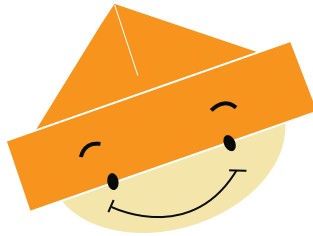
### **3. Logo**

Pembuatan logo kampanye sesuai dengan karakteristik kampanye Pelestarian Permainan Tradisional “Dolanan Yuk!”



Gambar 1  
Logo Dolanan Yuk!  
(Sumber : Karya Peneliti)

### Konsep Logo Kampanye



Gambar 2  
Karakter Si Dolan  
(Sumber : Karya Peneliti)

Merupakan karakter dari maskot kampanye Pelestarian Permainan Tradisional “Dolanan Yuk!” yang bernama Si Dolan. Si Dolan menggunakan topi kertas lipat berwarna *orange* yang melambangkan hal yang kreatif. Membentuk karakter Si Dolan dengan personal yang kreatif dan bersahabat agar dapat membuat anak-anak menyukainya sebagai sahabat bermain.

Si Dolan mengajak anak-anak untuk main bersama permainan tradisional. Warna hijau yang digunakan sebagai representasi sesuatu yang alami, sejuk dan bersahabat. Hal ini mewakili karakteristik kampanye Dolanan Yuk yang merupakan media bermain anak-anak yang alami dengan beberapa permainan yang menggunakan peralatan yang berasal dari alam dan juga menegaskan bahwa ini adalah media bermain di luar rumah (*outdoor*). Penggunaan font *Handwriting-Dakota* dengan gaya tulisan tangan yang alami dan tidak kaku membuat media bermain ini sesuai dengan umur target yaitu anak-anak.

#### 4. Ilustrasi

Ilustrasi pada perancangan ini akan menggunakan corak ilustrasi *sketch* dan *vector* kartunal, yaitu ilustrasi yang menggunakan bentuk-bentuk realis yang mengalami perubahan atau distorsi. (Tanudjaja, 2002:169). Ilustrasi yang digunakan sesuai dengan tema kampanye Pelestarian Permainan Tradisional “Dolanan Yuk!” yang mengangkat segi permainan dan visual yang bergaya kanak-kanak agar secara keseluruhan tercipta nuansa yang *fun* dan tentunya sesuai dengan karakteristik anak-anak.

#### 5. Warna

Warna merupakan elemen desain sebagai penarik perhatian bagi mata yang sangat penting sehingga penggunaannya harus dilakukan dengan baik. Dalam perancangan kampanye Pelestarian Permainan Tradisional “Dolanan Yuk!” ini penggunaan warna disesuaikan dengan tema yaitu dengan warna-warna yang mengandung unsur alami namun tetap ceria untuk dapat menarik perhatian dan respon psikologis yang membangkitkan semangat terutama pada anak-anak.

#### 6. Tipografi

Font yang digunakan dalam perancangan kampanye ini adalah :

*Handwriting-Dakota*

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890 (\$#,./?!)**

Font jenis ini digunakan karena memiliki karakter yang lentur (tidak kaku) dan alami sesuai dengan tulisan tangan namun tetap mudah terbaca.

#### C. Pemilihan Media

Media yang dipergunakan sebagai media kampanye Pelestarian Permainan Tradisional “Dolanan Yuk!” ini adalah media cetak dan elektronik pada tahapan pra kampanye dan kampanye. Dimana media cetak meliputi *print ad*, *billboard*, spanduk, poster, *street banner* sedangkan media elektronik meliputi iklan radio. Pemilihan media juga sudah dipertimbangkan dengan jangkauan target, karena kampanye ini bersifat lokal yaitu hanya di wilayah DKI Jakarta maka pemilihan medianyapun tidak memerlukan media TVC yang dapat mencakup seluruh Nusantara. Media cetak juga hanya ditayangkan pada koran-koran dalam kota.

Dalam kampanye ini peneliti mempergunakan Media Lini Atas (*Above The Line*) & Media Lini Bawah (*Below The Line*). *Above The Line* (ATL) adalah promosi yang tidak langsung mengenai *audience* karena sifatnya yang terbatas pada penerimaan *audience* namun dalam kampanye ini diperlukan media ATL sebagai *campaign image*. Sedangkan *Below The Line* (BTL) adalah media kampanye yang langsung mengenai pada *target audience* karena sifatnya yang memudahkan *target audience* agar dapat langsung menyerap informasi dari kampanye tersebut. Penggunaan media BTL ini dilakukan sebagai pendukung ATL .

### **Media Lini Atas**

#### 1. Iklan Surat Kabar

Media ini merupakan media lini atas yang cukup efektif karena sebagai media cetak koran memiliki keunggulan dan jangkauan yang cukup luas, dapat disimpan, dan dapat mencakup banyak informasi. Keunggulan koran cetak dibanding media cetak lain adalah mampu menjangkau hampir seluruh segmen pasar dengan harga yang relatif murah. Koran yang akan digunakan untuk kegiatan ini adalah koran Kompas. Kompas sebagai media cetak dengan pembaca terbanyak di Jakarta sekitar 44,9% menempati peringkat pertama dari surat kabar pilihan masyarakat. (majalahqalam.com, 2010:2 Februari 2011,9:30)

#### 2. *Billboard*

*Billboard* atau papan reklame adalah poster dalam ukuran besar yang didesain untuk dilihat oleh orang-orang yang melakukan perjalanan dengan kendaraan. Perubahan teknologi telah banyak merubah penampilan *billboard*, di antaranya penggunaan efek lampu, perubahan bentuk dari ketertarikan sudut-sudut segi empat yang konvensional. Kekuatan dari media *billboard* di antaranya adalah frekuensi, kemampuan media mengulang pesan iklan yang sama terhadap khalayak sasaran, telah berubah menjadi repetisi, ini terjadi karena dapat saja target sasaran melihat pesan pada *billboard* setiap hari/beberapa kali ia melintasi lokasi pemasangan *billboard* tersebut, keunggulan ini dapat dipergunakan untuk kampanye sosial dalam menanamkan *image* pada masyarakat, memberikan informasi pada masyarakat luas. Ukuran *billboard* yang akan digunakan adalah 6 x 4 m.



### 3. Majalah

Jenis majalah dapat dibedakan atas dasar frekuensi penerbitan dan khalayak pembaca. Pembaca majalah dapat diklasifikasikan menurut segmen-segmen demografi, misalnya majalah anak-anak, remaja pria, remaja putri, wanita dewasa ataupun secara geografis dan psikologis. Kekuatan majalah adalah khalayak sasaran mampu menjangkau segmen pasar tertentu yang terspesialisasi, disukai sebagai media periklanan karena dianggap memiliki *captive market*. Media majalah yang dipakai sesuai dengan kampanye ini adalah majalah Bobo dengan pembaca anak-anak maupun majalah Ayahbunda dengan pembaca orangtua yang memiliki anak-anak usia pertumbuhan. Diharapkan dengan adanya media iklan pada majalah Bobo dan Ayahbunda, target sasaran dapat menerima pesan kampanye sosial dengan tepat.

### Media Lini Bawah

#### 1) Poster

Poster sebagai media luar ruang, memiliki kualitas khusus yang berbeda dengan media iklan lain, berfungsi sebagai iklan untuk mengingatkan, dan mendukung kampanye sosial di media lain seperti media cetak. Kekuatan poster yaitu memiliki frekuensi tinggi, biaya relatif rendah dengan jangkauan cukup luas, lebih mudah dimengerti (bahasa gambar) tidak banyak teks. Media ini akan dipasang pada lokasi-lokasi strategis terhadap *target audience*, seperti sekolah, *mall*, dan pada lokasi saat kampanye berlangsung. Ukuran poster yang akan digunakan adalah A2 42 x 60 cm.

#### 2) Flyer

*Flyer* adalah lembaran lepas atau selebaran. Kekuatan *flyer* adalah mudah dibawa dan disimpan sehingga bisa dilihat lagi oleh orang yang menerimanya. Sedangkan kelemahan *flyer* adalah kecenderungan orang untuk membuang *flyer* sebelum membacanya, untuk itu *flyer* harus didesain semenarik mungkin. Perancangan *flyer* ini akan memuat pesan yang mengajak dan juga memberikan informasi. Media ini akan disebar di sekolah maupun tempat permainan di *mall* dengan ukuran A5 yaitu 14,8 x 21 cm.

#### 3) Spanduk

Spanduk adalah termasuk jenis media *outdoor* yang biasanya terbuat dari kain dengan panjang dan lebar sesuai keinginan si pemasang spanduk. Sebagai media promosi luar ruang, spanduk dapat digunakan sebagai media untuk mempromosikan iklan produk, jasa, acara yang ingin mereka promosikan kepada orang banyak. Spanduk yang digunakan dalam promosi kampanye ini adalah berukuran 1 x 5 meter, dipasang di beberapa tempat strategis dan juga di atas *booth* saat acara berlangsung.

4) *X-Banner*

*Banner* adalah salah satu media promosi yang berfungsi seperti poster, tetapi biasanya diletakkan di depan *outlet* dan mempunyai rangka sendiri untuk berdiri. Ukuran pada *X-banner* adalah 60 x 160 cm.

5) *T- Banner/Umbul-umbul*

Umbul-umbul adalah media promosi luar ruang yang terpasang di lokasi-lokasi strategis di pinggir jalan raya atau tempat/ bangunan strategis.

6) *Sticker*

*Sticker* merupakan bahan promosi yang paling banyak dan sering digunakan oleh perusahaan-perusahaan untuk mempromosikan produknya karena sifatnya yang sangat fleksibel. *Sticker* bisa ditempet di mana saja (buku, lemari, mobil, dan lain-lain) sehingga tingkat *reminder*-nya cukup efektif. *Sticker* merupakan sarana penyampaian pesan yang cukup populer karena *sticker* biasanya sering digunakan oleh orang yang mendapatkannya sehingga jangkauan untuk promosinya luas, semakin jauh orang yang menggunakannya semakin jauh pula jangkauan promosinya.

7) *Name-Tag*

*Name-Tag* adalah label atau bisa disebut juga tanda pengenal yang akan dipakai oleh setiap peserta yang hadir dalam acara Dolanan Yuk!. *Name-Tag* dapat berguna sebagai tanda pengenal maupun sebagai media promosi.

8) *T-shirt*

*T-shirt* merupakan media pendukung yang bisa digunakan sebagai alat promosi atau *merchandise* yang dijual. Media ini juga bisa menjadi sarana untuk mengingatkan target saat melihat desain pada *T-shirt* yang mereka gunakan.

9) *Goodie Bag*

*Goodie bag* merupakan bentuk tas yang digunakan sebagai *merchandise* yang biasanya berfungsi sebagai hadiah. *Goodie bag* digunakan sebagai alat pendukung promosi, berfungsi sebagai kantong jinjing dan akan dibagikan satu paket dengan pin, gantungan kunci, *notebook*, pensil, kotak pensil dan *merchandise* lainnya.

10) *Towel/Handuk*

Handuk akan sangat berguna bagi para anak-anak yang bermain di ruang terbuka untuk mengelap keringat dan membersihkan muka. Dengan diberikan logo atau aksesoris Dolanan Yuk!, handuk akan sangat bermanfaat sebagai media promosi pendukung.

11) *Topi*

Topi sebagai pelindung kepala saat anak-anak bermain di ruang terbuka, melindungi dari cuaca juga merupakan salah satu *merchandise* yang cukup efektif sebagai sarana pengingat, dan merupakan media promosi pendukung.

12) *Pin*

Pin adalah media promosi yang biasanya digunakan sebagai *accessories*, dan digunakan sebagai alat promosi. Pin akan dibagikan sebagai *merchandise* kepada pengunjung acara dengan ukuran diameter 58 mm. Media ini juga memiliki fungsi yang sama dengan media promosi pendukung lainnya yaitu sebagai media pengingat yang pada umumnya fleksibel digunakan.

13) *Botol Minum*

Botol minuman merupakan salah satu bentuk *merchandise* yang dibagikan sebagai media promosi dalam kampanye ini. Botol minuman ini dapat dibawa oleh anak-anak dalam setiap kegiatannya yaitu bermain maupun sekolah.

14) *Bag/Tas*

*Bag/Tas* merupakan salah satu bentuk *merchandise* yang dijual dalam acara Dolanan Yuk ini. Tas menjadi media promosi pendukung yang baik karena dapat digunakan untuk sekolah ataupun kegiatan lainnya bagi anak-anak.

15) *Pensil*

Pensil dengan logo Dolanan Yuk! Akan menjadi *merchandise* yang sangat berguna bagi anak-anak dan juga menjadi media promosi pendukung yang

baik karena tentunya pensil akan digunakan dalam kegiatan di sekolah bagi anak-anak

16) Kotak Pensil

Kotak pensil dengan logo Dolanan Yuk! Juga memiliki fungsi yang sama dengan pensil tentunya, karena pensil akan dikemas dalam kotak pensil dan digunakan untuk kegiatan di sekolah bagi anak-anak.

17) *Notebook*

*Notebook* atau buku tulis kecil dengan logo Dolanan Yuk! Juga menjadi *merchandise* yang berguna bagi anak-anak maupun orangtua. Dengan demikian promosi Dolanan Yuk! akan lebih luas jangkauannya.

**BAB IV**  
**VISUALISASI KONSEP PERANCANGAN**

**A. Media Lini Atas (*Above The Line*)**

**Print Ad**



Gambar 3  
Print Ad Dolanan Yuk!  
(Sumber : Karya Peneliti)



Gambar 4  
 Billboard Dolanan Yuk!  
 (Sumber : Karya Peneliti)

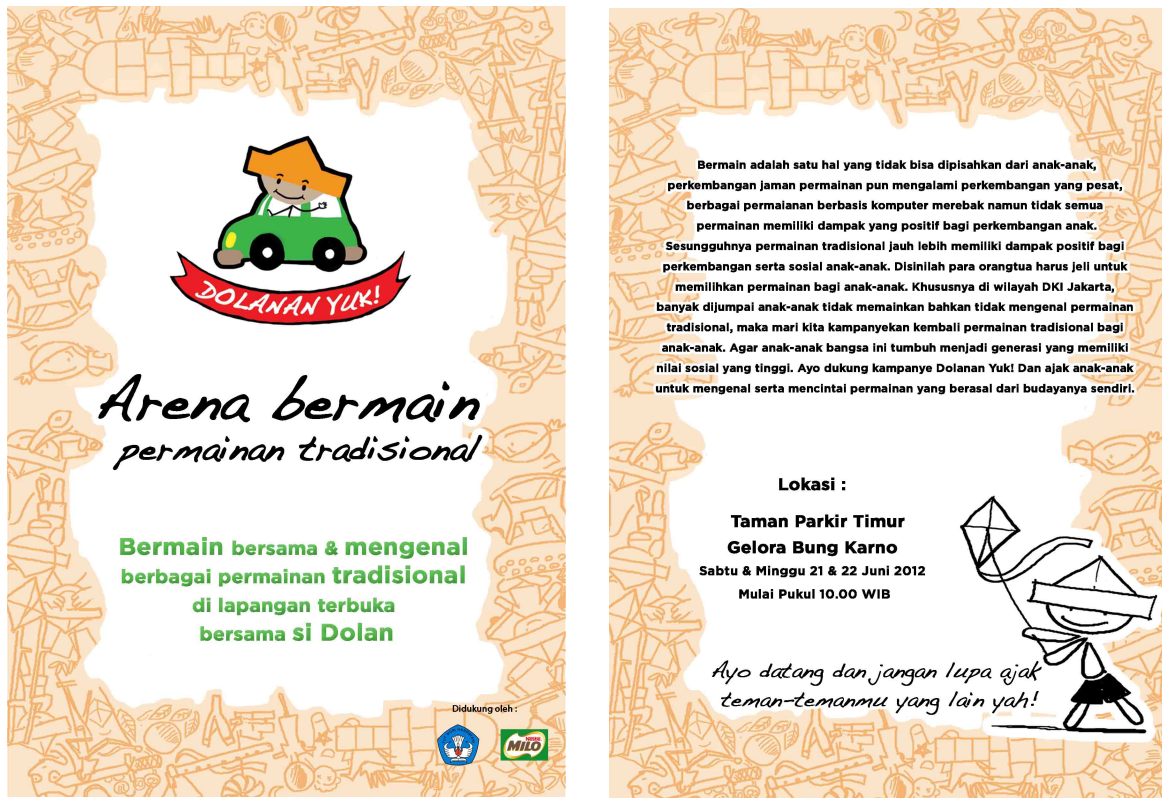
## B. Media Lini Bawah (*Below The Line*)

### Poster



Gambar 5  
 Poster Dolanan Yuk!  
 (Sumber : Karya Peneliti)

## Flyer



Gambar 6  
Flyer Dolanan Yuk!  
(Sumber : Karya Peneliti)

## Spanduk



Gambar 7  
Spanduk Dolanan Yuk!  
(Sumber : Karya Peneliti)

*X- Banner*



Gambar 8  
*X-Banner Dolanan Yuk!*  
(Sumber : Karya Peneliti)



*T- Banner*



Gambar 9  
*T-Banner Dolanan Yuk!*  
(Sumber : Karya Peneliti)

*Sticker*



Gambar 10  
Sticker Dolanan Yuk!  
(Sumber : Karya Peneliti)

*Name-Tag*



Gambar 11  
Name-Tag Dolanan Yuk!  
(Sumber : Karya Peneliti)

*T-shirt*



Gambar 12  
*T-Shirt Dolanan Yuk!*  
(Sumber : Karya Peneliti)

*Goodie Bag*



Gambar 13  
*Goodie Bag Dolanan Yuk!*  
(Sumber : Karya Peneliti)

**Towel/Handuk**



Gambar 14  
Handuk Dolanan Yuk!  
(Sumber : Karya Peneliti)

**Topi**



Gambar 15  
Topi Dolanan Yuk!  
(Sumber : Karya Peneliti)

## Pin



Gambar 16  
Pin Dolanan Yuk!  
(Sumber : Karya Peneliti)

## Pensil



Gambar 17  
Pensil Dolanan Yuk!  
(Sumber : Karya Peneliti)

## Kotak Pensil



Gambar 18  
Kotak Pensil Dolanan Yuk!  
(Sumber : Karya Peneliti)

## Notebook



Gambar 19  
Notebook Dolanan Yuk!  
(Sumber : Karya Peneliti)

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan pada paparan-paparan tersebut diatas, maka peneliti dapat memberikan kesimpulan sebagai berikut :

1. Perkembangan teknologi permainan, selain memberikan dampak yang positif, juga memberikan akibat-akibat negatif yang perlu diantisipasi secara bijaksana. Di antara akibat positifnya adalah menjadi stimulan bagi perkembangan intelegensia anak. Sementara akibat negatifnya adalah menghambat perkembangan psikologi anak, terutama terkait dengan semangat sosial/perkawanan. Selain juga disinyalir memberi inspirasi bagi lahirnya tindak-tanduk kekerasan di kalangan anak-anak.
2. Permainan tradisional yang berbasis pada tradisi dan nilai-nilai budaya, di mana semangat kebersamaan dan saling dukung begitu kuat, dianggap bisa menjadi alternatif strategis bagi perkembangan anak sesuai nilai-nilai luhur bangsa ini. Permainan tradisional juga bisa menjadi alternatif penyeimbang dari permainan modern berbasis teknologi komputer.
3. Inisiatif “Dolanan Yuk” untuk melakukan kampanye merevitalisasi kembali permainan tradisional, kendati akan menghadapi tantangan yang tidak kecil, tetapi dianggap realistis dan mempunyai legitimasi pada budaya dan tradisi.
4. Berbagai pihak yang terlibat dalam kampanye ini akan memperoleh legitimasi dalam memberikan dukungan bagi kampanye Pelestarian Permainan Tradisional “Dolanan Yuk!”.

#### **B. Saran**

Sedangkan saran yang diberikan oleh peneliti dalam mengembangkan dan menyempurnakan kampanye ini adalah sebagai berikut :

1. Harus ada dukungan dari banyak pihak untuk mendukung upaya revitalisasi permainan tradisional seperti upaya Dolanan Yuk ini.

2. Harus ada rencana strategis berjangka yang terintegrasi bagi rekonstruksi dan penguatan kembali permainan tradisional.
3. Kampanye Dolanan Yuk harus didukung oleh banyak pihak baik dalam bentuk pengiklanan, sosialisasi, penyelenggaraan acara-acara relevan (lomba, festival, lomba dalam rangka peringatan Hari Kemerdekaan) dukungan kebijakan, hingga dukungan-dukungan praktis seperti penyediaan sarana dan prasarana permainan.
4. Kampanye ini juga harus didukung terutama oleh para orang tua, dan lembaga-lembaga pendidikan.



## DAFTAR PUSTAKA

- Nugroho, Eko (2008) Teori Warna, Yogyakarta: C.VAndi
- Hafied, Cangara (2009) Pengantar Ilmu Komunikasi, Bandung: PT RajaGrafindo Persada.
- Kwang, Woong Lee (2009) WHY? The Universe, Jakarta: PT Alex Media Komputindo.
- Sri, Witari Nyoman (2014) Desain Komunikasi Visual, Yogyakarta: Graha ilmu.
- Soehadi (2005) Effective Branding : Konsep Dan Aplikasi Pembangunan Merek yang sehat Dan kuat, Bandung : PT. Mizan Pustaka.
- Rustan, Suriyanto (2011) Hurufontipografi, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- ..... (2014) Layout Dasar dan Penerapannya, Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Wiryanto (2006) Teori Komunikasi Massa, Yogyakarta: Grasindo.
- Wulandari, Lita Hadiati (2004). Efektivitas Modifikasi Perilaku-Kognitif Untuk Mengurangi Kecemasan Komunikasi Antar Pribadi (diakses 15 Mei 2023), <http://library.usu.ac.id/download/fk/psikologi-lita.pdf>