

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Indonesia dikenal memiliki beragam kekayaan. Dan setiap kepulauan di Indonesia pasti memiliki kekayaan yang berbeda-beda. Kekayaan sumber daya manusia, sejarah, kebudayaan, adat istiadat, pariwisata, kuliner dan lain-lain. Kekayaan kuliner Indonesia sangat banyak dan bervariasi baik tradisional maupun modern. Menurut Porwoo Soedarmo dalam Buku Prosiding Widyakarya Nasional Khasiat Makanan Tradisional, kuliner tradisional adalah menu yang biasa dimakan sejak beberapa generasi, terdiri dari hidangan yang cocok dengan selera, tidak bertentangan dengan agama, kepercayaan masyarakat setempat dan terbuat dari bahan serta bumbu-bumbu yang tersedia setempat. Masyarakat Indonesia telah mengkonsumsi makanan tradisional sejak dahulu kala. Makanan tersebut umumnya terdiri atas makanan biasa yaitu makanan yang dikonsumsi sehari-hari dan yang terbanyak dikonsumsi masyarakat, makanan upacara atau makanan istimewa yang umumnya hanya dikonsumsi pada waktu-waktu tertentu saja. Disamping itu masih ada pula makanan atau minuman selingan, makanan jajan serta jamu-jamu yang umumnya dikonsumsi secara terbatas.

Makanan jajan tradisional di Indonesia adalah jajan pasar. Menurut Gardjito, Guru Besar Fakultas Teknologi Pertanian Universitas Gadjah Mada (UGM), jajan pasar merupakan jenis kuliner yang produksinya dilakukan secara turun-temurun oleh masyarakat, dengan cara pengolahan yang dikuasai masyarakat. Jajan pasar dibuat dengan menggunakan bahan-bahan lokal. Disebut jajan pasar juga disebabkan karena dulu sering dijual

di pasar tradisional. Jajan pasar lebih organik karena tidak menggunakan bahan-bahan kimia dalam proses pembuatannya, sehingga boleh dibilang lebih sehat. Dari segi harga, jajan pasar juga jelas lebih murah. Jenis jajan pasar sangat beragam seperti: nagasari, getuk, kelepon, wajik, kue lapis dan masih banyak lagi. Jajan pasar di Jawa cara pembuatannya terbatas dengan cara dikukus, direbus, digoreng dan dipanggang. Bahan

utamanya terbatas hanya dengan menggunakan tepung beras, ketela pohon, ketan dan tepung ketan saja. Sedangkan rasanya terbatas atas rasa manis dan gurih. Jajan pasar sempat menjadi primadona lokal, karena salah satu yang tidak dapat dijauhkan dari kebutuhan sehari-hari baik untuk kebutuhan konsumsi ataupun dari segi ekonomi. Bagi sebagian masyarakat pada umumnya makanan jajan pasar dibutuhkan untuk dikonsumsi sebagai cemilan, ada juga yang mengonsumsi jajan pasar sebagai penganjal perut sebelum waktu makan tiba, ada juga yang menggunakan jajan pasar sebagai pelengkap untuk acara-acara khusus. Dan menurut Jongkie Tio, pemilik Restoran Semarang, bahwa jajan pasar tetap akan eksis jika masih ada acara-acara adat. Oleh karena itu makanan jajan adalah salah satu kelompok makanan yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan masyarakat kita sehari-hari.

Kota Semarang yang menjadi bagian dari Jawa tentunya juga memiliki keanekaragaman jajan pasar. Tetapi berdasarkan buku 'Rencana Strategis SKPD (RenStra) tahun 2010-2015' Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang sebagai Satuan Kerja Perangkat daerah (SKPD) yang salah satunya mengungkapkan bahwa kurangnya upaya pelestarian kebudayaan khas Kota Semarang, termasuk pelestarian kuliner termasuk jajannya. Karena kini keberadaan jajan pasar seolah tenggelam khususnya dari jangkauan anak-anak oleh menjamurnya kuliner waralaba-waralaba yang memakai brand luar negeri yang jajannya cenderung tinggi kalori, kaya lemak, tinggi garam dan rendah serat. Sedangkan dalam buku Prosiding Widyakarya Nasional Khasiat Makanan Tradisional, tertulis bahwa anak sekolah merupakan konsumen aktif yang berarti sedang dalam fase membutuhkan banyak asupan dengan gizi yang tepat jumlah (kuantitas) dan tepat mutu (kualitas) untuk pencapaian tumbuh kembang yang optimal. Dengan semakin kurangnya pengenalan jajan pasar, anak-anak banyak yang sudah tidak mengenali keberagaman jajan pasar. Hal itu akan semakin dikhawatirkan dengan ketidaktahuan anak-anak akan jajan pasar di masa sekarang ataupun masa yang akan datang. Tanggung jawab untuk mengembangkan dan melestarikan hal tersebut bukan hanya ditentukan oleh pemerintah, tetapi oleh masyarakat, dan yang lebih dekat dengan pribadi anak yaitu orangtua. Orangtua kiranya dapat memenuhi tujuan pemberian asupan gizi kepada anak untuk memenuhi kebutuhan fisiologis, untuk memenuhi kebutuhan psikologis dan untuk keperluan edukatif. Pengaruh masuknya budaya asing dalam suatu

daerah harus diimbangi dengan pelestarian budaya lokal khususnya pengenalan jajan pasar kepada semua masyarakat, termasuk di dalamnya anak-anak.

Penulis merancang “Iklan Layanan Masyarakat Tentang Jajan Pasar untuk Anak-Anak Usia 6-10 Tahun”, karena banyak anak-anak yang tidak mengenal jajan pasar. Hal tersebut disebabkan karena anak-anak tidak diajak dan tidak dikondisikan mengenal jajan pasar. Sebenarnya anak-anak bukan tidak berminat terhadap kuliner khas daerah, akan tetapi diperlukan pengenalan dan pemberian informasi yang menarik sehingga tidak terkesan membosankan. Sedangkan saat ini media informasi yang berkaitan dengan jajan pasar hanya tersedia untuk orang dewasa. Pemilihan media yang tepat untuk anak-anak 6-10 tahun diharapkan dapat mengajak anak-anak untuk ikut melestarikan jajan pasar, serta diharapkan dapat menjadi media pembelajaran yang memberikan informasi dan pengetahuan mengenai informasi jajan pasar. Dengan kepedulian anak-anak terhadap jajan pasar, hal tersebut dapat memperlambat kepunahannya.

1.2. Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang diatas, maka dapat disusun rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana memperkenalkan jajan pasar kepada anak usia 6-10 tahun?
2. Bagaimana merancang iklan layanan masyarakat untuk meningkatkan kepedulian anak-anak usia 6-10 tahun terhadap jajan pasar agar mereka mau mengkonsumsi dan ikut melestarikan warisan budaya?

1.3. Tujuan Perancangan

Adapun tujuan dari perancangan ini adalah:

1. Mengenalkan jajan pasar kepada anak-anak usia 6-10 tahun.
2. Merancang iklan layanan masyarakat yang dapat meningkatkan kepedulian anak-anak usia 6-10 tahun terhadap jajan pasar agar mereka mau mengkonsumsi dan ikut melestarikan warisan budaya?

1.4. Manfaat Perancangan

Manfaat dari perancangan ini antara lain:

1. Bagi Target Primer (anak-anak)
 - Membantu menambah pengetahuan dan meningkatkan kepedulian terhadap jajan pasar.
2. Bagi Orang Tua
 - Membantu meningkatkan kepedulian anak-anak untuk mengenal dan melestarikan jajan pasar.
3. Bagi Klien
 - Membantu sosialisasi jajan pasar karena sebagai warisan budaya lokal yang bisa dimanfaatkan sebagai sumber pembelajaran.
4. Bagi Almamater
 - Sebagai referensi dalam pembuatan iklan layanan masyarakat yang menarik, komunikatif dan efektif sehingga pesan yang diberikan dapat tersampaikan kepada audience secara tepat.
5. Bagi Penulis
 - Sebagai wujud penerapan teori dan praktek selama bangku perkuliahan.

1.5. Batasan Masalah

Perancangan ini hanya dibatasi untuk mengenalkan jenis-jenis jajan pasar untuk anak-anak perempuan maupun laki-laki yang berusia 6-10 tahun di Kota Semarang. Jajan pasar yang akan dijadikan objek sebatas jajan pasar yang masih beredar di Kota Semarang. Cara pembuatannya terbatas dengan cara dikukus, direbus, digoreng dan dipanggang. Bahan utamanya terbatas hanya dengan menggunakan tepung beras, ketela pohon dan tepung ketan saja. Yaitu, putu ayu, putu bumbung, nagasari, serabi, kue lapis, bubur sumsum, getuk lindri, lemper, semar mendem, wajik, bubur ketan hitam, kelepon, onde-onde dan bubur candil.

1.6. Metode Penelitian

Metodologi Penelitian adalah sekumpulan peraturan, kegiatan dan prosedur yang digunakan oleh pelaku suatu disiplin ilmu. Hakekat penelitian dapat dipahami dengan mempelajari berbagai aspek yang mendorong peneliti untuk melakukan penelitian. Pada metodologi penelitian ini memiliki berbagai macam cara dalam mencapai tujuannya yaitu kualitatif, kuantitatif dan campuran. Dalam penelitian ini, metodologi yang digunakan yaitu Penelitian Kualitatif.

Penelitian kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini dimaksudkan untuk memperoleh data sesuai tujuan perancangan. Pendekatan ini digunakan untuk menghasilkan data deskriptif yang berupa kata-kata lisan atau tulisan dari manusia atau tentang perilaku manusia yang dapat diamati (Taylor dan Bogdan dikutip Sitorus, 1998).

Pada penelitian ini dilakukan dengan wawancara dengan Prof. Dr. Ir. Murdijati Gardjito, Guru Besar Fakultas Teknologi Pertanian Universitas Gadjah Mada (UGM) dan Jongkie Tio, pemilik Restoran Semarang untuk mendapatkan berbagai informasi mengenai jajan pasar. Serta Ibu Retno dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang untuk mendapatkan berbagai informasi tentang acara-acara yang diselenggarakan oleh Dinas dan tentang promosi kebudayaan kepada anak-anak.

1.6.1. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan teknik atau cara yang dilakukan untuk mengumpulkan data. Metode menunjuk suatu cara sehingga dapat diperlihatkan penggunaannya melalui angket, wawancara, pengamatan, tes, dokumentasi dan sebagainya. Dalam penelitian ini, metode pengumpulan data sebagai berikut:

a. Data Primer

Data primer adalah data yang didapat langsung dari lapangan, dikumpulkan dan diolah berupa teks hasil wawancara yang diperoleh dari informan. Di bawah ini beberapa metode yang digunakan:

- Metode Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui tatap muka dan tanya jawab langsung. Wawancara dengan Prof. Dr. Ir. Murdijati Gardjito untuk mendapatkan informasi tentang jajan pasar

secara garis besar dan klasifikasi jajan pasar. Wawancara dengan Bapak Jongkie Tio serta Ibu Retno dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang untuk mendapatkan informasi tentang jajan pasar di Kota Semarang. Wawancara juga dilakukan kepada anak-anak usia 6-10 tahun di Kota Semarang, untuk mengetahui wawasan mereka tentang jajan pasar.

- Metode Observasi:

Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati secara langsung kenyataan yang ada di lapangan yang kemudian diolah dalam bentuk laporan. Observasi dilakukan dengan mengunjungi beberapa pasar di Kota Semarang untuk mengetahui jenis-jenis jajan pasar yang masih beredar di Kota Semarang.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data-data yang sudah tersedia dan dapat diperoleh secara tidak langsung oleh peneliti. Data dapat diperoleh dengan membaca, melihat atau mendengarkan. Dalam penelitian ini data sekunder dapat diperoleh dari

- Metode *Literature*

Peneliti mencari dan mengumpulkan data dengan cara mengambil dari buku-buku, brosur, dan buku pengetahuan yang berhubungan dengan topik yang dibahas.

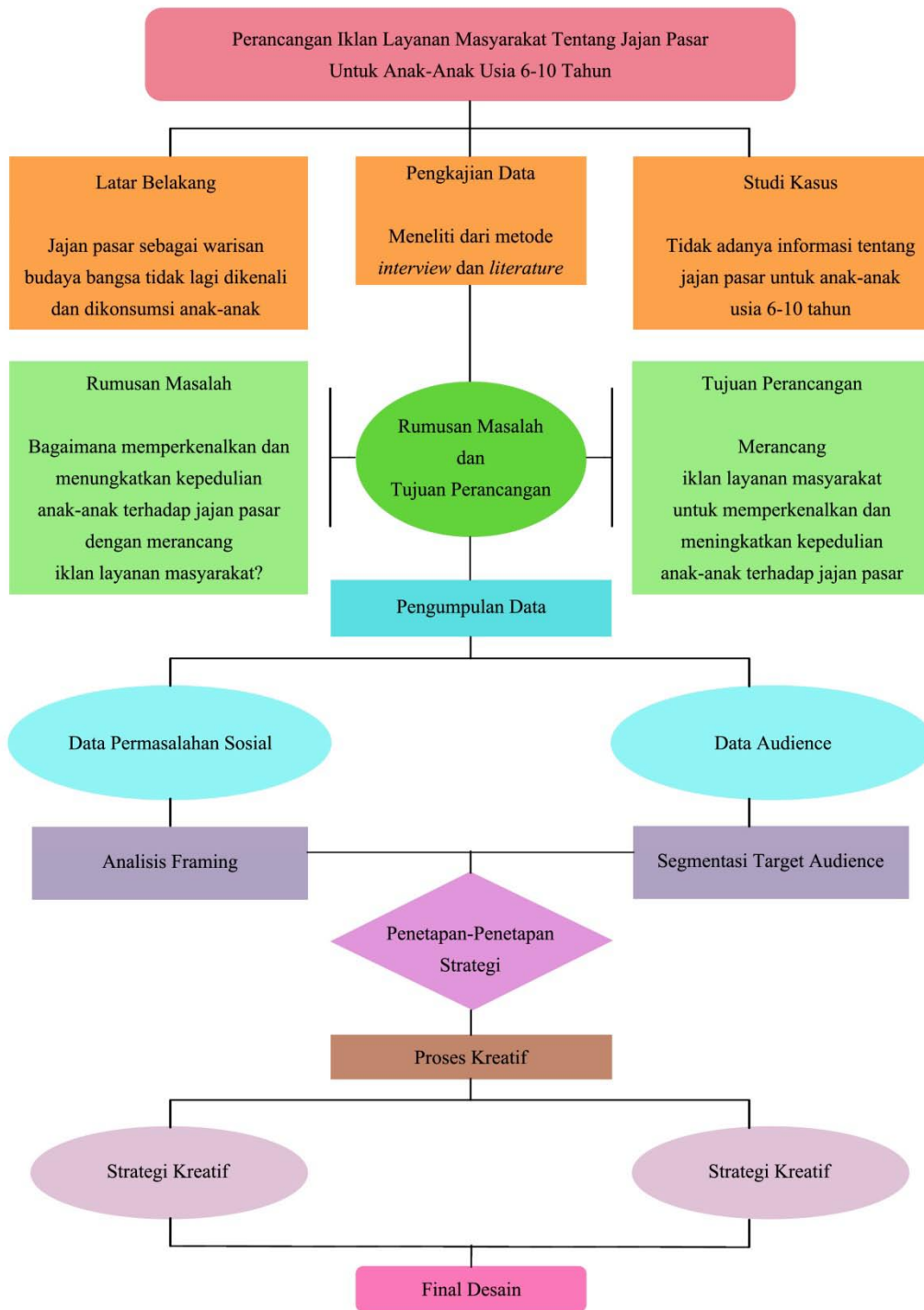
- Pencarian secara *Online*

Dengan berkembangnya teknologi internet maka muncul banyak data base yang menyediakan berbagai informasi. Peneliti menambah sumber informasi yang diperlukan dengan mencari data-data penunjang di beberapa alamat website

1.6.2. Analisis *Framing*

Metode yang digunakan dalam pembuatan media pengenalan ini adalah dengan menggunakan Framing. Agar mengetahui fakta realita dan ideal yang ada serta dapat mendapatkan sebab-sebab. Kemudian dapat diperoleh statement-statement yang nantinya dapat dijadikan acuan dan sebagai strategi.

1.7. Bagan Alir Penelitian (*Flowchart*)



1.8. Tinjauan Teoritis

1.8.1. Iklan Layanan Masyarakat

Menurut Pujiyanto dalam bukunya Iklan Layanan Masyarakat, iklan layanan masyarakat (ILM) adalah iklan yang digunakan untuk menyampaikan informasi, mengajak atau mendidik khalayak dimana tujuan akhir bukan untuk mendapatkan keuntungan ekonomi, melainkan keuntungan sosial. Keuntungan sosial yang dimaksud adalah munculnya penambahan pengetahuan, kesadaran sikap dan perubahan perilaku masyarakat terhadap masalah yang diiklankan, serta mendapatkan citra yang baik di mata masyarakat. ILM muncul didasari oleh kondisi negara atau masyarakat yang dilanda suatu permasalahan sosial, sehingga pesan-pesan yang ditampilkan kebanyakan bersifat sosial. ILM selalu berkembang sesuai dengan perkembangan peradaban masyarakat, teknologi dan permasalahan yang terjadi di masyarakat. Setiap iklan membutuhkan penanganan khusus dan khas agar pesan yang diiklankan mendapat perhatian dari kelompok masyarakat. Tugas utama ILM adalah menginformasikan pesan sosial kepada masyarakat agar tertarik dan mengikutinya atau menjalankannya. ILM dengan pendekatan rasional berfungsi memberikan tekanan atau manfaat bagi yang menerima informasi karena dengan kenyataan.

1.8.2. Desain Komunikasi Visual

a. Cerita

Menurut Walter Fisher (1985), Paradigma naratif mengemukakan bahwa manusia adalah seorang pencerita. Orang-orang menggunakan cerita pada dasarnya dalam semua aspek kehidupan sehari-hari untuk menghabiskan waktu, menyampaikan informasi, untuk menempatkan diri dan untuk kesenangan. Cerita-cerita adalah bagian dari warisan manusia untuk bertahan dan untuk membayangkan. Cerita dapat mempengaruhi, menggerakkan dan membentuk dasar keyakinan dan tindakan seseorang. Bagi Fisher, cerita yang memiliki plot dengan awal, pertengahan dan akhir memiliki makna tersendiri bagi yang menginterpretasikan. Dengan membuat sebuah cerita yang baik sesuai karakteristik target audiens diharapkan menjadi tepat sasaran.

b. Tipografi

Danton Sihombing (2003), tipografi adalah ilmu yang mempelajari tentang huruf. Huruf merupakan bagian terkecil dari struktur bahasa tulis dan merupakan elemen dasar untuk membangun sebuah kata dan kalimat. Rangkaian ini tidak hanya mengacu pada suatu obyek atau gagasan, namun kadang juga memiliki kemampuan untuk menyuarakan suatu kesan atau citra secara visual. Bentuk atau jenis huruf sangat mempengaruhi citra atau penggambaran cerita dari suatu teks. Penentuan jenis tipografi disesuaikan untuk target audience. Untuk target audience anak-anak, jenis huruf bisa dibuat sedikit bervariasi tetapi tetap bisa terbaca.

c. Warna

Warna merupakan pelengkap gambar serta mewakili kejiwaan dalam berkomunikasi. Warna juga berperan sebagai stimuli (rangsangan). Secara visual, warna memiliki kekuatan yang mampu mempengaruhi citra orang yang melihatnya. Masing-masing warna mampu memberikan reasons secara psikologis. Karakteristik warna menurut Drs. Sadjiman Ebdy Sanyoto (2009), dalam buku Nirmana seperti berikut:

Tabel 1.1 : Karakteristik Warna

Warna	Makna Warna
Merah	kuat, semangat, gairah, marah, berani, bahaya, positif, panas
Biru	dingin, pasif, sedih, tenang, percaya, harmonis, kecerdasan, perdamaian
Hijau	segar, muda, hidup, tumbuh, lingkungan, keselarasan, ketenangan
Kuning	terang, gembira, ramah, riang, cerah, hangat, sakit, penakut, iri, cemburu
Ungu	keangkuhan, kebesaran, kekayaan, kejayaan, dukacita, imajinasi, inspirasi
Orange	semangat, merdeka, anugerah, kehangatan, keseimbangan, nafsu makan

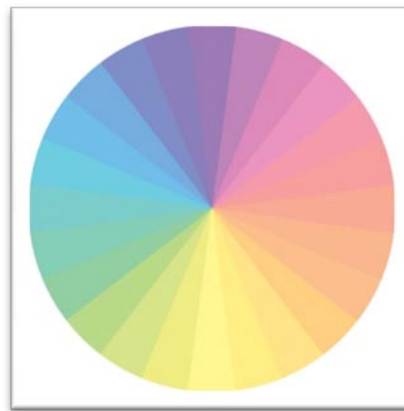
Cokelat	bumi, dapat dipercaya, nyaman, bertahan
Abu-abu	suram, mendung, ragu-ragu, rendah hati
Putih	positif, cerah, tegas, mengalah, kekanak-kanakan, jujur, tulus, damai
Hitam	sengsara, kebodohan, misteri, putus asa, tekanan, kekuatan, keanggunan

Sumber: Drs. Sadjiman Ebdi Sanyoto

Terang, sedang atau gelap, masing-masing menciptakan rasa atau mood tersendiri, dan merupakan reaksi yang akan memperkuat kesan pertama. Value digunakan untuk mengetahui nilai warna suatu objek. Karakter value antara lain sebagai berikut:

- Value terang mempunyai karakter positif, bergairah, meriah, feminim, manis, ringan
- Value normal mempunyai karakter tegas, jujur, jantan, murni, terbuka dan galak
- Value gelap mempunyai karakter berat, dalam, muram, mengerikan, menakutkan

Warna dengan value tint adalah warna value normal yang dicampur putih. Penggunaan warna dengan value tint tidak menimbulkan kesan yang terlalu penuh.



Gambar 1.1 Value Tint Colour Scheme

Sumber: Bali Post

d. Ilustrasi

Ilustrasi menurut definisinya adalah seni gambar yang dimanfaatkan untuk memberi penjelasan atas suatu maksud dan tujuan secara visual. Dalam perkembangannya, ilustrasi secara lebih lanjut ternyata tidak hanya berguna sebagai sarana pendukung cerita, tetapi dapat juga menghiasi ruang kosong. Misalnya dalam majalah, koran, tabloid, dan lain-lain. Ilustrasi merupakan salah satu unsur penting yang sering digunakan dalam komunikasi periklanan atau percetakan yang dianggap sebagai bahasa universal yang dapat menembus rintangan yang ditimbulkan oleh perbedaan kata-kata. Ilustrasi dapat mengungkapkan suatu hal secara lebih cepat dan berhasil guna daripada teks (Pujiyanto.1997). Dari Pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa ilustrasi adalah suatu proses komunikasi dalam bentuk gambar yang didalamnya terdapat suatu pesan atau informasi yang disampaikan kepada audiens dengan tujuan agar mereka mengerti dan memahami isi pesan yang disampaikan serta menimbulkan efek tertentu. Ilustrasi dengan bentuk-bentuk yang disederhanakan serta tidak terlalu banyak memiliki aksen, sekaligus memberikan informasi digunakan sebagai acuan dalam merancang elemen desain final dalam perancangan ini

1.8.3. Buku

Penemuan mesin cetak menandai munculnya era cetak dalam peradaban dan mulainya revolusi industri. Mesin cetak memungkinkan dibuatnya salinan esai, buku, pengumuman serta dokumen-dokumen yang memungkinkan orang-orang mendapatkan akses terhadap informasi. Sehingga orang-orang tidak lagi perlu mengandalkan ingatan untuk menyimpan informasi. McLuhan (1964) mengamati bahwa buku adalah 'mesin pengajar yang pertama'. Bahkan dengan adanya pendekatan pengajaran menggunakan teknologi, buku tetap menjadi bagian yang sangat penting dalam proses belajar-mengajar. Arswendo Atmowiloto (1986) mengungkapkan bahwa cerita bergambar sama dengan komik,

gambar yang dinarasikan, kisah ilustrasi, picto-fiksi dan lain-lain. Dan, buku yang ditambahkan dengan cerita dan ilustrasi adalah suatu media yang dapat meningkatkan minat baca serta membantu untuk memahami berbagai hal.

1.8.4. Kebudayaan

a. Teori Kebudayaan

Budaya atau kebudayaan sendiri berasal dari bahasa sansekerta yaitu buddhayah, yang merupakan bentuk jamak dari buddhi (budi atau akal), yang berarti hal-hal yang berkaitan dengan budi dan akal manusia. Sedangkan dalam bahasa Inggris, kebudayaan disebut *culture*, yang berasal dari kata latin, yang berarti mengolah atau mengerjakan. Budaya juga memiliki elemen atau komponen utama, yang menurut ahli antropologi Cateora (dalam Koentjaraningrat, 1986) terbagi menjadi:

1. Kebudayaan material, yang berarti ciptaan masyarakat yang nyata atau konkret, misal rumah, pakaian, alat musik, alat perang dan temuan-temuan yang dihasilkan dari suatu penggalian arkeologi.
2. Kebudayaan nonmaterial, yang berarti ciptaan abstrak yang diwariskan dari generasi ke generasi tanpa wujud nyata atau konkret, misal dongeng, resep makanan, lagu, tarian, dan lain-lain.

b. Teori Media Pelestarian dan Pembelajaran

Pelestarian berasal dari kata lestari yang artinya tetap seperti keadaan semula, tidak berubah dan kekal (Kamus Besar Bahasa Indonesia). Menurut Sedyawati (2003), pelestarian berarti perlindungan dari kemusnahan atau dari kerusakan. Media pelestarian sendiri merupakan sarana yang digunakan supaya terlindungi dari kemusnahan. Adapun wujud media pelestarian tersebut menurut Sedyawati yaitu:

1. Pendokumentasian secermat mungkin dengan menggunakan berbagai media yang sesuai, hasil dokumentasi ini selanjutnya dapat menjadi sumber acuan jika disimpan ditempat yang aman dan diregistrasi dengan kemungkinan penelusuran yang mudah

2. Pembahasan untuk menyadarkan, khususnya mengenai nilai-nilai budaya, norma dan estetika
3. Pengadaan secara penampilan yang memungkinkan orang mengalami dan menghayati

Pembelajaran berasal dari kata 'ajar' yang menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia berarti petunjuk yang diberikan kepada orang supaya diketahui. Sedangkan pembelajaran dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia diartikan sebagai proses, cara, perbuatan menjadikan makhluk hidup belajar. Belajar sendiri berarti berusaha memperoleh kepandaian atau ilmu, berlatih atau berubah tingkah laku atau tanggapan yang disebabkan oleh pengalaman. Sedangkan media pembelajaran berarti alat atau sarana yang berfungsi untuk menyampaikan proses pembelajaran. Pemanfaatan media dalam pembelajaran dapat membangkitkan keinginan dan minat baru, meningkatkan motivasi dan rangsangan kegiatan belajar dan bahkan mempengaruhi secara psikologis. Menurut Sujana dan Rivai (dalam Nurseto, n.d.), manfaat media pembelajaran adalah:

1. Menumbuhkan motivasi belajar siswa karena pengajaran akan lebih menarik perhatian mereka
2. Memperjelas makna bahan pengajaran sehingga dapat dipahami dan memungkinkan terjadinya penguasaan serta pencapaian tujuan pengajaran
3. Memberi variasi pada metode mengajar, tidak semata-mata tidak didasarkan atas komunikasi verbal melalui kata-kata
4. Mengajar pelajar lebih banyak melakukan aktivitas selama kegiatan pembelajaran, tidak hanya mendengarkan tetapi juga mengamati bahkan melakukan peran secara langsung.

1.8.5. Perkembangan Anak

- a. Taufik Abdullah (1974)

Disetiap kesempatan, anak-anak sering diangkat menjadi topik karena mereka menentukan nasib bangsa di masa depan.

- b. Elizabeth Hurlock (1978)

Anak usia 6-11 tahun adalah fase anak belajar menyesuaikan diri dengan lingkungan. Masa kanak-kanak yang sangat ideal untuk mempelajari keterampilan motorik. Motorik kasar merupakan gerakan fisik yang membutuhkan keseimbangan dan koordinasi antara anggota tubuh, dengan menggunakan otot-otot besar sebagian atau seluruh anggota tubuh. Contohnya, berjalan, berlari, berlompat, dan sebagainya. Sedangkan motorik halus adalah kemampuan yang berhubungan dengan keterampilan fisik yang melibatkan otot kecil dan koordinasi mata tangan. Saraf motorik halus ini dapat dilatih dan dikembangkan melalui kegiatan dan rangsangan yang kontinu secara rutin. Seperti bermain puzzle dan sebagainya.

c. Robert J. Havighurts (1962)

Masa anak-anak pada usia 6-11 tahun memiliki tugas perkembangan untuk mengembangkan kemampuan dasar dalam membaca. Dalam tahap ini, pemilihan buku cerita bergambar dirasa paling cocok karena berjalan bersamaan dengan perkembangan kemampuan dasar dalam membaca. Pada usia tersebut anak akan mudah mengingat apa yang dipelajarinya.

d. Manfaat Pembelajaran dengan menggunakan media visual pada anak.

Lavie dan Lentz (1982) mengemukakan empat fungsi media khususnya media visual:

1. Fungsi atensi: yaitu menarik dan mengarahkan perhatian siswa untuk berkonsentrasi kepada isi pelajaran yang berkaitan dengan maksud visual yang ditampilkan
2. Fungsi afektif: dapat terlihat dari tingkat kenikmatan siswa ketika belajar atau membaca teks yang bergambar
3. Fungsi kognitif: bahwa lambang visual atau gambar memperlancar pencapaian tujuan untuk memahami dan mengingat informasi pesan yang terkandung dalam gambar
4. Fungsi Kompensatoris: media visual memberikan konteks untuk memahami teks. Membantu anak yang lemah membaca dan lambat menerima dan memahami sajian teks atau verbal

e. Strategi Pembelajaran

1. *What I hear, I forget*
2. *What I see, I remember*
3. *What I do, I understand* (Munthe, 2009, h.63)

Dari pernyataan diatas, menyatakan bahwa strategi pembelajaran yang baik adalah melibatkan siswa secara aktif dalam sebuah praktik. Strategi yang memanfaatkan visual akan lebih memungkinkan siswa untuk membuat gambaran atau ingatan dalam otak