

Pembuatan Storyboard Iklan Layanan Masyarakat Dampak Negatif Gawai Dalam Pola Asuh Orang Tua Terhadap Anak

Rima Karmelia Fernanda¹, Diana Aqidatun Nisa², Alfian Candra Ayuswantana³

^{1,2,3} Desain Komunikasi Visual, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

E-mail: 20052010093@student.upnjatim.ac.id¹, diananisa.dkv@upnjatim.ac.id²,

alfianayuswantana.dkv@upnjatim.ac.id³

Article History:

Received: 01 November 2024

Revised: 15 November 2024

Accepted: 18 November 2024

Keywords:

Storyboard for

Public Service

Announcement, Gadgets,

Parenting Style, Parents,

Children.

Abstract: *A The storyboard for this public service advertisement aims to design a visual representation of the negative impact of excessive gadget use on parenting styles. To analyze this issue, the researcher uses a qualitative approach to gain a deeper understanding of the phenomenon, particularly the interactions between parents and children in the digital age. In the design phase, the researcher applies the design thinking method to create an effective storyboard, focusing on planning each scene in detail. This process begins with analyzing relevant literature and observing parent-child interactions, which forms the basis for crafting the message to be conveyed. The main message in this storyboard is the importance of balancing technology use with direct interaction between parents and children. The resulting storyboard presents engaging visuals and clear narration, aiming to make the message accessible to a wide audience. It is hoped that the results of this research will contribute to parenting campaigns in the digital era and serve as a reference for policymakers, education practitioners, and the general public in creating a better environment for children's development.*

PENDAHULUAN

Pola asuh mencakup interaksi orang tua dengan anak, di mana orang tua mengarahkan perilaku, pengetahuan, dan nilai-nilai anak agar tumbuh optimal, mandiri, dan percaya diri. Teknologi, termasuk gadget, memiliki dampak ganda: mempermudah informasi, namun juga menimbulkan risiko kecanduan. Anak-anak yang sering menggunakan gadget tanpa pengawasan rentan mengalami masalah perilaku dan kesehatan, seperti kurangnya aktivitas fisik yang berdampak pada perkembangan motorik, sosial, dan emosional. Peran orang tua sangat penting dalam mendampingi anak dalam penggunaan gadget. Ayah biasanya memantau kegiatan bermain, sedangkan ibu mengajarkan konten edukatif. Kurangnya pengawasan dapat membuat anak terpapar konten tidak sesuai. Peningkatan kesadaran orang tua diperlukan agar anak tidak bergantung pada gadget, dan kualitas tumbuh kembangnya terjaga.

Melalui media sosial, edukasi pola asuh kini semakin mudah diakses. Akun seperti

@sharingmombaby memberikan informasi parenting untuk mendukung orang tua dalam mendampingi anak mereka. Dengan menggunakan media seperti video edukasi atau iklan layanan masyarakat (ILM), pesan tentang pola asuh yang tepat dapat disampaikan secara efektif. Peneliti tertarik mengangkat tema ini dalam bentuk video ILM untuk mendorong kesadaran orang tua akan pentingnya pola asuh yang bijak dalam menghadapi pengaruh teknologi bagi anak-anak mereka.

LANDASAN TEORI

Definisi Video

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), video adalah rekaman gambar hidup untuk ditayangkan. Dengan kata lain, video merupakan rekaman visual bergerak yang direkam untuk kemudian ditayangkan. Bisa melalui berbagai media, seperti televisi atau platform digital lainnya. Video adalah materi pembelajaran yang menggabungkan unsur audio (suara) dan visual (gambar), untuk menyampaikan pesan atau materi pelajaran. Kombinasi ini disebut sebagai ‘tampak dengar’, karena elemen audio dan visual disajikan secara bersamaan dalam satu bahan pembelajaran. Hal tersebut disampaikan oleh Farista, Rizal & Ali, Ilham (2018: 4). Pendapat lain mengatakan video merupakan teknologi yang berfungsi sebagai alat perekam, pengolahan, serta penyusunan ulang gambar bergerak yang umumnya digunakan dalam perfilman dan media digital. Sebagai sistem perekaman, video beroperasi dengan menggunakan teknologi digital (Hidayah, Riris N., 2019: 7).

Berdasarkan berbagai pengertian video di atas, dapat disimpulkan bahwa video adalah berisi kombinasi gambar, suara, teks, dan elemen visual lainnya. Sering digunakan untuk berbagai keperluan seperti hiburan, pendidikan, informasi, dan lain sebagainya

Definisi Iklan Layanan Masyarakat

Iklan merupakan salah satu bentuk pesan yang bersifat persuasif, yaitu membujuk audiens secara halus agar mereka menjadi yakin dengan produk atau pesan yang disampaikan di dalam iklan tersebut. Iklan Layanan Masyarakat (ILM) merupakan iklan yang bersifat persuasif. Pujiyanto (2013: 8) mengungkapkan bahwa, Iklan Layanan Masyarakat (ILM) merupakan iklan yang berguna untuk menyampaikan informasi, mengajak atau mendidik audiens yang memiliki tujuan bukan untuk keuntungan ekonomi, melainkan keuntungan sosial. ILM akan menyampaikan suatu pesan sosial dengan tujuan untuk menyadarkan dan meningkatkan kepedulian masyarakat terhadap sejumlah kasus yang dapat mereka alami di dalam kehidupan bermasyarakat. Fokus ILM biasanya pada aspek pendidikan, kesehatan, lingkungan, dan lain sebagainya. Melalui perancangan ini, menggunakan video Iklan Layanan Masyarakat (ILM) sebagai medianya dengan tujuan agar pesan dapat tersampaikan dengan baik, jelas, dan menarik.

Definisi Gawai

Gawai atau biasa disebut *gadget* adalah perangkat elektronik yang didesain secara *simple*, praktis, dan canggih, dengan tujuan untuk mempermudah kegiatan manusia seperti: berkomunikasi/mengirim pesan secara *online*, mengambil foto dan video, mendengarkan musik, mengakses internet, bersosial media, dan masih banyak hal yang bisa dilakukan. Di era digitalisasi seperti sekarang ini, banyak masyarakat mulai dari dewasa hingga anak-anak yang menggunakan gawai dalam kehidupan sehari-hari mereka. Namun, bagai pisau bermata dua, apabila penggunaan gawai tidak dibatasi atau tidak digunakan secara bijak maka dapat

menimbulkan efek yang negatif bagi penggunaannya. Salah satu contoh kasus yang sekarang marak terjadi adalah anak-anak yang sudah kecanduan bermain gawai akibat kurangnya pengawasan dari orang tua. Hal inilah yang menjadi faktor diangkatnya permasalahan pada perancangan ini.

Definisi Pola Asuh Orang Tua

Pola asuh orang tua adalah keseluruhan interaksi orang tua dengan anak dalam membentuk tingkah laku, kebiasaan, dan nilai-nilai yang dianggap tepat oleh orang tua terhadap anaknya. Karakter dan sifat anak akan bergantung sesuai dengan pola asuh yang diterapkan orang tua kepada anak. Berbagai hal atau kegiatan anak perlu adanya pengawasan dan pola asuh yang tepat dari orang tua. Salah satunya adalah ketika anak sudah diperkenalkan dengan alat elektronik berupa gawai atau *gadget*. Maka dari itu, pola asuh orang tua sangat diperlukan dalam hal mengawasi, mendampingi, serta memberikan batasan pada anak saat mereka menggunakan gawai. Sehingga, dapat meminimalisir ketergantungan atau efek negatif lainnya yang dapat terjadi pada anak.

Definisi Anak

Anak merupakan seorang (laki-laki atau perempuan) yang belum mencapai tahap pertumbuhan menjadi dewasa, baik secara fisik maupun mentalnya. Dengan kata lain, anak adalah masa pertumbuhan dimana seseorang belum mencapai masa pubertasnya. Ada beberapa istilah tertentu dalam pengelompokan anak sesuai dengan usianya. Salah satunya adalah sebutan anak usia dini. Menurut Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan (Kemdikbud) dalam modul “Perkembangan Anak Usia Dini” menyampaikan bahwa, masa usia dini dimulai seorang anak dimulai sejak lahir hingga usia 6 tahun. Periode ini biasanya disebut sebagai periode keemasan (*the golden periode*). Pada masa ini otak anak mengalami pertumbuhan dan perkembangan yang sangat pesat sebagai faktor utama dalam pembentukan kecerdasannya. Di masa- masa inilah sebagian besar waktu anak akan dihabiskan untuk bermain dan mempelajari banyak hal baru yang sebelumnya belum mereka ketahui. Oleh sebab itu, peran dan pendampingan orang tua pada masa keemasan anak sangat diperlukan, karena akan berpengaruh besar pada tumbuh kembang anak ke depannya.

Prinsip Desain

Menurut Anggraini dan Nathalia (2018) dalam bukunya yang berjudul “Desain Komunikasi Visual”, mengatakan bahwa prinsip-prinsip desain mencakup elemen seperti keseimbangan, ritme atau irama, penekanan, dan kesatuan.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Permana, Anju O., & Erdansyah, Fuad. (2022: 109), disimpulkan bahwa prinsip-prinsip desain yang diterapkan dalam keseluruhan desain menggunakan keseimbangan, baik secara simetris maupun asimetris. Dalam desain tetap memperhatikan penerapan prinsip keseimbangan (*balance*), irama (*rhythm*), penekanan (*emphasis*), dan kesatuan (*unity*). Sehingga, implementasi prinsip-prinsip desain tersebut dapat dipahami dengan baik.

Vidieografi

Videografi merupakan sebuah istilah yang biasanya menggambarkan proses pengambilan gambar yang bergerak dengan menggunakan media elektronik. Videografi merupakan contoh media yang menggabungkan audio dengan visual, atau biasa disebut dengan audio visual. Secara sederhana, videografi adalah saat dimana kita merekam suatu momen atau kejadian tertentu dalam bentuk suara dan gambar, yang dapat dinikmati sebagai kenangan atau pelajaran.

Menurut Sarwo Nugroho dalam bukunya yang berjudul “*Videografi 2*” (2023: 4),

beliau menyampaikan bahwa tujuan dari sinematografi dan videografi adalah untuk mengontrol elemen teknis pembuatan gambar, menyusun gambar secara estetik, mengatur gaya produksi dan mendukung serta meningkatkan cerita yang sedang diceritakan.

Storyboard

Menurut Imbar, dkk. (2021: 111), storyboard adalah sekumpulan grafik atau ilustrasi gambar yang ditampilkan secara berurutan untuk tujuan visualisasi grafik bergerak. Storyboard biasanya bisa dibentuk seperti cerita bergambar atau komik sederhana yang dapat menggambarkan reka adegan dari video yang akan dieksekusi artinya. Adegan yang digambarkan ke dalam storyboard ditampilkan secara *shot by shot*, atau biasa disebut dengan istilah *scene*.

Imbar, dkk. (2021: 111), juga menambahkan bahwa ada dua bagian utama dari sebuah storyboard, yaitu:

1. Urutan adegan berbeda untuk menceritakan untuk menceritakan sebuah cerita.
2. Informasi yang disediakan untuk setiap adegan.

Dengan adanya storyboard, akan mempermudah pekerjaan seseorang yang akan mengerjakan suatu *project* videografi. Hal itu dikarenakan storyboard dapat mempercepat kinerja jika akan mengeksekusi video, karena sudah ada gambaran detail untuk setiap *scene* yang dibutuhkan. Jadi, tidak perlu menghabiskan banyak waktu untuk memikirkan bagaimana konsep dan pengambilan gambar waktu di lapangan kelak.

METODE PENELITIAN

Untuk menganalisis riset, peneliti menggunakan metode kualitatif. Lalu saat perancangan, menggunakan metode *design thinking*. Data sekunder diperoleh melalui wawancara, observasi online, dan penyebaran kuesioner. Metode kualitatif bertujuan menggali informasi secara mendalam melalui wawancara, dokumentasi, dan observasi. Oleh karena itu, analisis kualitatif dianggap lebih akurat karena informasi diperoleh langsung dari sumber terkait.

Objek perancangan ini adalah keluarga, khususnya orang tua (ayah dan ibu) yang memiliki anak usia 0-6 tahun, yaitu anak usia dini yang biasanya berada pada tahap pra-sekolah, Paud, atau TK. Fokus perancangan adalah keluarga yang menggunakan gawai dalam pola asuh anak di lingkungan rumah, yang menjadi inti pembahasan.

Data yang digunakan yaitu data sekunder dan data primer Data primer dikumpulkan langsung dari sumber terkait melalui metode kualitatif seperti wawancara, observasi, dan kuesioner.

Teknik analisa data yang digunakan dalam perancangan ini, dengan data diperoleh dari wawancara, observasi, dan kuesioner terkait topik yang diteliti. Teknik analisis yang digunakan meliputi:

1. Analisis Kualitatif Deskriptif: Menggunakan data dari wawancara, observasi, dan kuesioner.
2. Analisis Sebab Akibat (Fishbone Diagram): Memungkinkan analisis mendalam untuk mengidentifikasi penyebab utama permasalahan serta kesenjangan yang muncul, membantu menjelaskan mengapa permasalahan ini terjadi dalam perancangan.

Mayoritas responden adalah ibu (64,4%) dengan rentang usia 26-30 tahun (34,7%). Sebagian besar memiliki anak perempuan (53,5%) berusia 0-2 tahun (43,6%). Untuk penggunaan gawai, 46,5% anak menggunakan gawai kurang dari 1 jam per hari. Sebanyak 48,5% orang tua

menganggap penggunaan gawai dalam pola asuh "kurang penting," dan 54,5% meyakini gawai tidak tepat untuk anak usia golden age. Semua responden setuju dengan pembuatan iklan layanan masyarakat mengenai dampak negatif gawai, dan 97% berminat menontonnya sebagai media pembelajaran.

a. *Observasi:*

Perancangan ini melibatkan observasi digital melalui penelusuran video Iklan Layanan Masyarakat (ILM) di platform media sosial seperti YouTube. Tujuan observasi adalah untuk mencari inspirasi terkait aspek visual, storytelling, teknik pengambilan gambar, dan pesan yang disampaikan. Salah satu video yang menonjol adalah "Memanusiakan Manusia" oleh AVF Channel.

Hasil observasi menunjukkan pentingnya aspek visual seperti teknik pengambilan gambar, color grading, dan editing. Cerita yang disampaikan melalui narasi dan voice-over sangat berpengaruh, meskipun video tetap terasa dinamis. Penambahan subtitle mendukung narasi, dan peran tokoh yang alami menjadi kunci dalam membuat video lebih emosional dan tidak kaku. Analisis ini diharapkan dapat menjadi sumber inspirasi dalam pembuatan video iklan layanan masyarakat dalam perancangan ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. *Keyword*

Keyword adalah kata kunci yang mempermudah pencarian sumber pustaka, yang juga berperan penting dalam menyusun pesan yang ingin disampaikan (Margi, K. & Agus, T., 2016). Teknik identifikasi keyword berguna untuk menyaring informasi penting dari teks panjang. Pemilihan keyword yang salah bisa menyebabkan kesalahan dalam pemahaman informasi (Sanusi, A., 2019).

Keyword yang dipilih dalam perancangan ini adalah 'Membimbing Anak di Dunia Digital dengan Penuh Kasih,' yang menghasilkan judul video "Reflection." Makna denotatif keyword ini mengarah pada menuntun anak menggunakan teknologi dengan kasih sayang. Secara konotatif, iklan ini menggambarkan keluarga yang menghadapi tantangan era digital, di mana perhatian orang tua teralihkan oleh gawai. Konflik dalam cerita mengungkapkan pentingnya perhatian dan kasih sayang orang tua dalam menjaga hubungan keluarga meski di tengah kemajuan teknologi.

b. *Konsep Verbal*

Konsep verbal dalam perancangan Iklan Layanan Masyarakat (ILM) ini menyoroti pentingnya peran orang tua dalam mendampingi anak di era digital. Iklan menggambarkan keluarga yang terpengaruh oleh ketergantungan pada gawai, yang menyebabkan kurangnya interaksi antara orang tua dan anak. Melalui adegan-adegan ini, iklan menyampaikan pesan bahwa kasih sayang dan perhatian orang tua adalah kunci dalam membimbing anak menghadapi tantangan digital, serta bahwa kebersamaan yang hangat tetap dapat terjalin meski tanpa gawai.

c. *Konsep Visual*

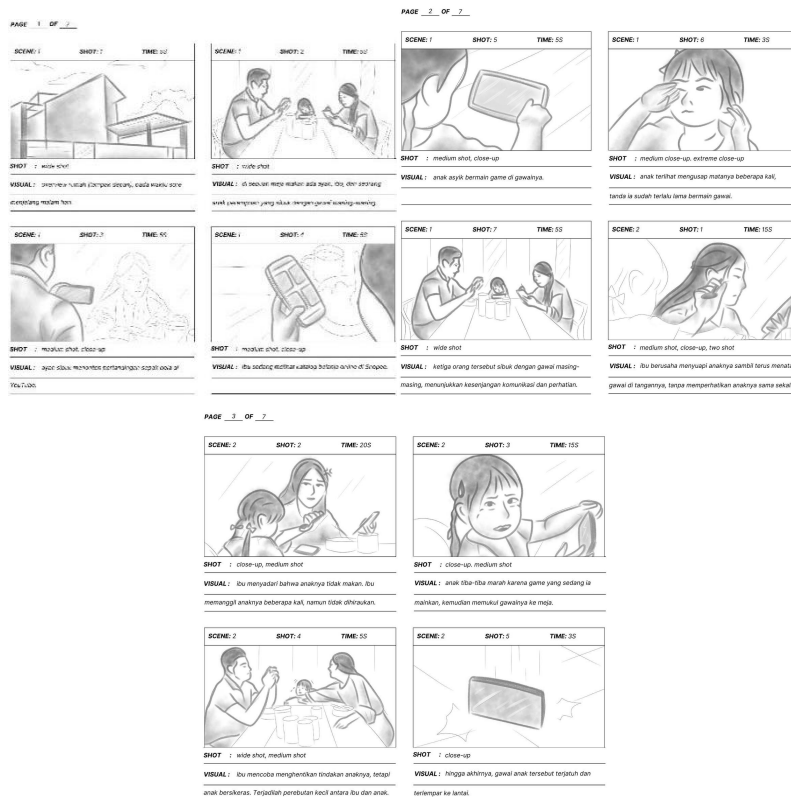
Konsep visual mencakup elemen-elemen artistik seperti storyline, storyboard, lokasi, make-up, komposisi, sudut pengambilan gambar, pencahayaan, dan grading warna.

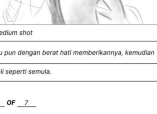
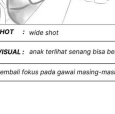
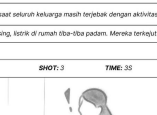
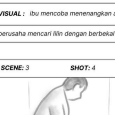
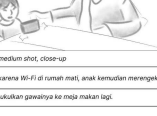
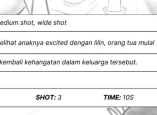
Semua elemen ini bekerja bersama untuk mendukung tema dan menyampaikan pesan yang kuat kepada audiens.

Storyline:

- Pengenalan: Keluarga yang sibuk dengan gawai masing-masing menunjukkan kurangnya komunikasi dan perhatian.
- Konflik: Ketegangan muncul saat ibu dan anak terlibat dalam perebutan gawai, sementara ayah tidak peduli.
- Klimaks: Listrik padam, mengalihkan perhatian anak ke lilin yang dibawa ayah.
- Penyelesaian: Keluarga mulai menikmati waktu bersama tanpa teknologi, bermain bayangan tangan.
- Penutup: Keluarga tertawa bahagia, dengan tagline "Kasih Sayang Adalah Panduan Terbaik di Era Digital", menekankan pentingnya perhatian orang tua dalam perkembangan anak.

Storyboard:



SCENE: 2 SHOT: 6 TIME: 55  SHOT : close-up VISUAL : anak semakin menganga dan bertakut.	SCENE: 2 SHOT: 7 TIME: 58  SHOT : medium shot, close-up VISUAL : ayah menyuruh ibu memberikan gawainya kepada anak, agar ia bisa tenang dan tidak menangis terus.
SCENE: 2 SHOT: 8 TIME: 59  SHOT : medium shot VISUAL : Ibu pun dengan berat hati memberikanya, kemudian situasi kembali seperti semula.	SCENE: 2 SHOT: 9 TIME: 73  SHOT : wide shot VISUAL : anak terlihat senang bisa bermain lagi. Mereka bertiga kembali fokus pada game masing-masing tanpa adanya interaksi
SCENE: 3 SHOT: 1 TIME: 30  SHOT : two shot, wide shot VISUAL : saat seluruh keluarga masih terjebak dengan aktivitas masing-masing, terdapat di rumah tiba-tiba padam. Mereka terkejut.	SCENE: 3 SHOT: 2 TIME: 55  SHOT : medium shot, close-up VISUAL : Ibu mencoba menenangkan anak, sedangkan ayah berusaha mencari lilin dengan berkelak-gawal di tangannya.
SCENE: 3 SHOT: 3 TIME: 55  SHOT : medium shot, close-up VISUAL : karena ke-Fit di rumah mati, anak kemudian meregangkan untuk menemukan gawainya ko siapa mungkin lagi.	SCENE: 3 SHOT: 4 TIME: 55  SHOT : wide shot VISUAL : ayah datang dengan membawa lilin di tangannya. Ura tersebut sudah mencari sedikit perhatian dari sang anak.
SCENE: 4 SHOT: 1 TIME: 100  SHOT : medium shot, wide shot VISUAL : melihat anaknya excited dengan lilin, orang tua mulai membangun kembali kehangatan dalam keluarga tersebut.	SCENE: 4 SHOT: 2 TIME: 55  SHOT : medium shot - cross dissolve - black screen VISUAL : situasi ayah dan Ibu kemudian bersama-sama menyalakan lilin.
SCENE: 4 SHOT: 3 TIME: 105  SHOT : wide shot, medium shot, close-up VISUAL : mereka kemudian mempunyai inisiatif untuk bersama-sama bermain bayangan tangan di dinding.	SCENE: 4 SHOT: 4 TIME: 155  SHOT : medium shot, close-up VISUAL : anak perlahan mulai tersenyum dan menikmati momen bersama orang tuanya tanpa campur tangan teknologi lagi.
SCENE: 4 SHOT: 5 TIME: 205  SHOT : medium shot, wide shot VISUAL : Keluarga kecil itu tertawa bahagia. Mereka menikmati kebersamaan tanpa adanya gawai.	SCENE: 4 SHOT: 6 TIME: 155  SHOT : - VISUAL : deep to black - black screen - credit
SCENE: SHOT: TIME: SHOT : VISUAL :	SCENE: SHOT: TIME: SHOT : VISUAL :

Gambar 1. Storyboard

Set location:

Latar:

- Rumah: Rumah yang modern minimalis menjadi latar utama, menggambarkan keluarga muda yang mengikuti perkembangan zaman.
- Ruang Makan: Ruang makan menjadi pusat interaksi keluarga, tempat terjadi momen-momen penting dalam cerita.

Properti:

- Peralatan: Digunakan kamera profesional, lensa, dan peralatan pencahayaan untuk menghasilkan kualitas gambar yang baik.
- Props: Digunakan properti seperti gawai, makanan, dan perlengkapan makan untuk mendukung cerita.
- Penampilan Tokoh: Penampilan tokoh dirancang sesuai karakternya, dengan riasan natural dan pakaian yang mencerminkan gaya hidup modern.

Teknis:

- Format Video: Menggunakan format video 16:9 (wide screen) dengan resolusi Full HD untuk tampilan yang jernih dan luas.
- Durasi: Durasi video sekitar 3-4 menit, cukup untuk menyampaikan pesan secara efektif.
- Pengambilan Gambar: Menggunakan berbagai jenis shot untuk memberikan variasi visual yang menarik.
- Pewarnaan: Menggunakan teknik color grading untuk menciptakan suasana yang berbeda-beda pada setiap adegan.

d. Proses Perancangan Desain

Proses pembuatan video iklan melibatkan pengeditan menggunakan Adobe Premiere Pro. Setelah semua rekaman video dikumpulkan, proses editing dimulai dengan menyusun klip-klip video sesuai dengan storyboard yang telah dibuat. Setiap potongan video disesuaikan agar alur cerita menjadi jelas dan menarik.

- Penyempurnaan Video:

Selain menyusun klip, Adobe Premiere Pro juga digunakan untuk menambahkan efek-efek visual yang menarik, seperti transisi antar adegan yang halus dan natural. Selain itu, warna video juga disesuaikan agar suasana yang ingin disampaikan dapat tercapai dengan baik.

- Validasi oleh Ahli:

Hasil editing kemudian ditunjukkan kepada seorang ahli sinematografi untuk mendapatkan masukan. Ahli tersebut memberikan saran agar potongan video dibuat lebih lambat dan transisi antar adegan diperhalus. Selain itu, kontras warna dan keseluruhan warna video juga perlu disesuaikan agar lebih menarik dan mendukung suasana cerita.

KESIMPULAN

Di era digital yang semakin maju, penggunaan gawai sudah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari. Namun, pemakaian yang berlebihan bisa berdampak buruk pada perkembangan anak. Storyboard iklan layanan masyarakat ini bertujuan sebagai *awareness* untuk mengingatkan orang tua akan pentingnya menjaga keseimbangan antara dunia digital dan dunia nyata, agar anak bisa tumbuh sehat, cerdas, dan memiliki hubungan yang baik dengan keluarga.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah mendukung dalam perancangan video iklan layanan masyarakat ini dengan judul "Dampak Negatif Gawai dalam Pola Asuh Orang Tua Terhadap Anak." Terima kasih khususnya kepada Bapak/Ibu Dosen Pembimbing yang telah memberikan arahan dan bimbingan yang sangat berarti, serta kepada keluarga yang selalu mendukung baik secara moral maupun material. Kami juga mengapresiasi teman-teman dan rekan-rekan yang telah memberikan bantuan dan inspirasi, serta pihak-pihak terkait yang memberikan informasi dan wawasan dalam penelitian ini. Semoga video ini dapat memberikan dampak positif dan meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai pentingnya pengawasan orang tua terhadap penggunaan gawai oleh anak, serta memperbaiki pola asuh di era digital ini.

DAFTAR REFERENSI

- Anggraini, L. & Nathalia, K. (2018). *Desain Komunikasi Visual*. Bandung: Nuansa Cendekia.
- Azwi, A. I., Yenni, & Oktavianis. (2022). *Hubungan Pola Asuh Orang Tua Terhadap Perkembangan Sosial Emosional Anak yang Menggunakan Gadget pada Anak Usia Dini*. Jurnal Keperawatan, 25.
- Cho, Kyung S., & Le, Jae Moo (2017). *Influence of Smartphone Addiction Proneness of Young Children on Problematic Behaviors and Emotional Intelligence: Mediating Self-Assessment Effects of Parents Using Smartphones*, 303-311
- Farista, Rizal & M., Ilham Ali. (2018). *Pengembangan Video Pembelajaran*. Jurnal Pendidikan, 4.
- Fatimah. (2020). *Semiotika dalam Kajian Iklan Layanan Masyarakat (ILM)*. Gowa: TallasaMedia.
- Imbar, K., Ariana, D., Widyaningrum, R., & Syahyani., R. (2021). *Ragam Storyboard Untuk Produksi Media Pembelajaran*. Jurnal Pembelajaran Inovatif, 111.
- KBBI, (2016). *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)*. [Online, diakses pada 29 November 2020].
- Kemdikbud. (2020). *Modul 2: Perkembangan Anak Usia Dini*. Modul Pelatihan GTK PAUD tingkat Dasar, 1.
- Margi, K. & T, Agus. (2016). *Pengkoreksian Dan Suggestion Word Pada Keyword Menggunakan Algoritma Jaro Winkler*. Jurnal Teknologi Informasi - Aiti, 169.
- Nisa, Khoiru Naima. (2015). *Strategi Kreatif Iklan Layanan Masyarakat (ILM) dalam Pemasaran Sosial*. Jurnal Interaksi, 163.
- Nugroho, Sarwo. (2023). *Videografi 2*. Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik.
- Rezkisari, Indira. (2015, 13 Mei). *Manfaat dan Kerugian Gadget untuk Anak Usia Dini*. Republika.co.id. Diakses 10 Desember, 2023, from <https://ameera.republika.co.id>
- Permana, Anju O., & Erdansyah, Fuad. (2022). *Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Desain, Tipografi, dan Warna pada Instagram Feed Senat Mahasiswa Universitas Negeri Medan*

- Tahun 2019. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 109.
- Pujiyanto. (2013). *Iklan Layanan Masyarakat*. Yogyakarta: Andi.
- Puspita, Silvie. (2020: 1). *MONOGRAF: Fenomena Kecanduan Gadget Pada Anak Usia Dini*. Surabaya: Cipta Media Nusantara (CMN).
- Sanusi, A. (2019). *Peningkatan Hasil Pembelajaran Menyimak Dengan Teknik Identifikasi Kata Kunci*. *Jurnal Membaca Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 3.
- Setianingsih, Ardani, A. Wahyuni, & Khayati, F. Noor. (2018). *Dampak Penggunaan Gadget pada Anak Usia Prasekolah Dapat Meningkatkan Resiko Gangguan Pemusatan Perhatian dan Hiperaktivitas*. *Jurnal Kesehatan*, 193.
- Sitorus, C. P., & Simbolon, B. R. (2020). *Penerapan Angle Camera Dalam Videografi Jurnalistik Sebagai Penyampai Berita di Metro Tv Biro Medan*. *Jurnal Social Opinion*, 137–50.
- Surahman, Buyung. (2021). *Korelasi Pola Asuh Attachment Parenting Terhadap Perkembangan Emosional Anak Usia Dini*. Bengkulu: CV. Zigie Utama.
- Widagdo, M. Bayu. (2007). *Bikin Film Indie Itu Mudah*. Yogyakarta: Andi