

Perancangan Media Informasi Terkait Reparenting Untuk Mahasiswa

Tata Triavenza Saputri^{1*}, Harissman², Rias Wita Suryani³

¹ Desain Komunikasi Visual, Institut Seni Indonesia Padangpanjang
tatatriavenza@gmail.com

Abstrak

Pola asuh merupakan hal yang penting dalam perkembangan manusia. Namun kurangnya informasi mengenai hal tersebut menimbulkan adanya pola asuh yang salah. Hal ini mengakibatkan seorang anak tumbuh dengan sifat-sifat negatif yang dibawa dari kecil. Beberapa mahasiswa sadar bahwa ini harus diubah dan mulai muncul kesadaran untuk tidak mengulangi kesalahan yang sama. Terdapat solusi untuk hal ini, yakni *reparenting*. Namun informasi tentang *reparenting* juga masih terbatas. Untuk itu dibutuhkan media yang tepat untuk menginformasi hal ini, yakni media audio visual berjenis *motion graphic* yang dapat disebarluaskan secara digital. Metode yang digunakan dalam perancangan ini menggunakan metode analisis AISAS (*Attention, Interest, Search, Action, Share*). Proses pengumpulan data terdiri dari studi pustaka, wawancara, dan kuisioner. Dalam proses penciptaan karya, telah dilalui beberapa tahap seperti *brainstorming*, pembuatan *moodboard*, studi tipografi, studi warna, *storyboard*, pembuatan aset digital, dan proses animasi. Dibutuhkan pula media tambahan untuk mengimplementasikan informasi yang telah didapat dan membantu promosi. Media pendukung yang digunakan adalah buku jurnal, pena, poster, *x-banner*, dan konten media sosial. Hasilnya adalah target audiens memahami informasi yang disampaikan dan merapkannya dalam kehidupan sehari-hari.

Kata Kunci: *Motion graphic*, Pola asuh, *Reparenting*

PENDAHULUAN

Gaya pengasuhan otoriter dapat berakibat negatif pada perkembangan anak, seperti rasa takut, cemas, dan tidak aman, menghambat perkembangan emosi sosial, menurunkan rasa percaya diri, dan meningkatkan risiko masalah perilaku di masa depan. (Andriarto, 2017) Indonesia memang memiliki kasus kekerasan pada anak yang cukup banyak. dalam menyelidiki masalah tersebut adalah dengan diadakannya Survei Nasional Pengalaman Hidup Anak dan Remaja (SNPHAR) pada tahun 2021.

Kota Pekanbaru juga memiliki beberapa kasus kekerasan pada anak yang cenderung meningkat setiap tahunnya. tercatat sejak tahun 2019 hingga tahun 2023 terdapat setidaknya lebih dari seratus kasus kekerasan pada anak. (Unit Pelaksanaan Teknis Perlindungan Perempuan dan Anak Kota Pekanbaru, 2023)

Target audiens dari perancangan ini adalah mahasiswa dengan rentang usia 18-25 tahun dari kalangan menengah di kota Pekanbaru. Berdasarkan kuisioner, para responden memaparkan bahwa memang orangtua mereka cenderung menerapkan pola asuh otoriter. Pola asuh otoriter, ditambah kurangnya waktu untuk berkomunikasi dengan baik tentu berdampak pada kepribadian mereka saat ini. Seperti takut berpendapat, mudah menangis, tidak percaya diri dan lain-lain. Namun, para responden sudah memiliki kesadaran untuk memutus pola asuh yang salah ini untuk generasi selanjutnya dan mulai mencari informasi terkait pola asuh di media sosial.

Kesadaran ini merupakan awal dari tindakan untuk mempersiapkan diri menjadi orang tua yang lebih baik. Tindak lanjut yang harus dilakukan adalah dengan melakukan *reparenting* secara mandiri. *Reparenting* berfokus pada penanganan trauma tertentu yang dialami seseorang. Bisa melalui terapi, atau melalui diri sendiri. (Siti Rahmi, 2021)

Berdasarkan pengumpulan data, masih ada yang tidak tahu apa itu *reparenting* dan tidak mengetahui seberapa penting proses ini. Sebagian lainnya hanya tahu secara umum saja dan tidak mengetahui dari mana harus memulai. Berdasarkan hal ini dapat disimpulkan bahwa dibutuhkan media yang tepat untuk menyampaikan informasi mengenai hal tersebut, misalnya media audio visual.

Media audio visual adalah media penyampai informasi yang memiliki karakteristik audio (suara) dan visual gambar). Jenis media ini mempunyai kemampuan yang lebih baik, karena meliputi kedua karakteristik tersebut. Media audio visual

memiliki beberapa garapan, salah satunya adalah animasi *motion graphic*. *Motion graphic* adalah potongan-potongan media visual berbasis waktu yang menggabungkan film dan desain grafis. (Binanto, 2010)

Penggunaan media audio visual dengan garapan *motion graphic* merupakan media informasi yang tepat bagi mahasiswa dengan rentang usia 18-25 tahun akan pentingnya *reparenting*. Hal ini disimpulkan dengan berlandaskan hasil pengumpulan data melalui wawancara dan kuisioner bahwa media yang paling cocok untuk informasi ini adalah audio visual yang diunggah di platform Youtube.

METODE

Pengumpulan Data

a. Studi Pustaka

Pengumpulan data melalui studi pustaka adalah mencari teori dari berbagai sumber contohnya seperti buku, jurnal, dan riset-riset yang sudah pernah dilakukan. Dalam perancangan ini, dilakukan studi pustaka yang meliputi buku dan *e-journal* untuk mendapatkan informasi seputar *reparenting*. Tujuannya adalah untuk mengumpulkan informasi sebanyak mungkin dan menjadikannya sebagai bahan acuan dalam menyelesaikan permasalahan yang ada.

b. Wawancara

1. Psikolog Klinis Dewasa

Dalam proses perancangan media informasi terkait *reparenting* ini tentu diperlukan data dari ahli yang berada di bidang ini yakni psikolog. Perancang melakukan wawancara secara langsung dengan Hj. Aida Malikha, S. Psi, M. Psi, Psikolog. Wawancara dilakukan di Humanika Psychology Center, Kota Pekanbaru. Psikolog Aida memaparkan Dan nyatanya memang tidak sedikit orang dengan rentang usia dewasa awal (18-25 tahun) yang datang untuk berkonsultasi kepada beliau mengenai gangguan seperti kecemasan, tidak mampu mengendalikan emosi, dan hal-hal lain yang setelah ditelusuri, memang dampak dari pola asuh orangtua.

2. Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Riau

Perancang mewawancarai 3 mahasiswa Universitas Islam Riau dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis secara offline dan secara online. Wawancara dilakukan untuk mengetahui jenis masalah seperti apa yang dimiliki oleh target audiens, mengetahui pandangan mereka akan *reparenting*, dan bagaimana media informasi yang sesuai. Narasumber-narasumber tersebut adalah Sarah (21), Aisyah (20), dan Lidya (22). Berdasarkan wawancara dengan tiga narasumber, dampak pola asuh yang salah dapat mengakibatkan masalah emosional seperti kecemasan, kesulitan menyampaikan pendapat, kurangnya kepercayaan diri, dan kesulitan dalam mengambil keputusan.

Para narasumber cenderung menghabiskan banyak waktu di media sosial dan kurang tertarik pada informasi visual yang monoton. Oleh karena itu, solusi yang diusulkan adalah membuat konten audio visual yang menarik dan relevan bagi anak muda, dengan menggunakan animasi 2D berjenis *motion graphic* karena dianggap lebih ekspresif.

c. Kuisioner

Kuisioner terdiri dari 15 pertanyaan dan responden berjumlah 252 orang. Kuesioner menunjukkan bahwa target audiens yang menyadari kelebihan dan kekurangan pola asuh orang tua mereka, serta memiliki kesadaran untuk memilih pola asuh yang baik. Mereka juga menyadari trauma akibat pola asuh tersebut, meskipun banyak yang belum tahu cara mengatasinya. Masalah utama yang dihadapi adalah kesulitan mengambil keputusan, mengendalikan emosi, dan rasa rendah diri. Namun, ada peningkatan kesadaran untuk melakukan *reparenting* sebelum memiliki anak. Target audiens tertarik dengan informasi berbasis animasi di Youtube.

Analisis Data

a. Analisis Target Audiens

Perancangan dilakukan dengan mempertimbangkan target audiens. Pada umumnya, media informasi diperuntukkan untuk mendidik atau memberitahu cara menyelesaikan sebuah permasalahan. Dalam hal ini target audiens dikelompokkan dalam ruang lingkup tertentu guna merancang sebuah media yang informatif, efektif, dan komunikatif.

1. Segmentasi demografis

- Jenis kelamin : laki-laki dan perempuan.
- Umur : 18-25 tahun.
- Strata sosial : Menengah ke bawah.
- Pekerjaan : Mahasiswa.

2. Segmentasi geografis

Segmentasi geografis digunakan untuk mengelompokkan wilayah dari target audiens. Wilayah penyebaran perancangan ini adalah Kota Pekanbaru, Provinsi Riau. Namun tidak menutup kemungkinan bahwa media informasi ini akan menyebarluas ke wilayah lain.

3. Segmentasi psikografis

Target utama dari pendekatan segmentasi psikografis ini adalah mahasiswa usia 18-25 tahun yang memiliki trauma psikis akibat pola asuh orang tua. Mereka adalah individu yang menyadari pentingnya persiapan menjadi orang tua sebelum menikah dan memiliki anak, serta berupaya mengatasi trauma masa lalu agar tidak mengulangi kesalahan pola asuh yang sama.

b. Analisis Objek

Perancangan dilakukan dengan mempertimbangkan objek. Objek tersebut juga harus melalui metode analisa yang sesuai. Pada perancangan media informasi ini digunakan metode AISAS (*attention, interest, search, action, dan share*). Berikut analisa perancangan media informasi ini dengan metode AISAS:

1. *Attention*

Strategi menarik perhatian audiens dimulai dengan konten yang membangkitkan rasa ingin tahu. Animasi akan menampilkan hal-hal yang relevan dengan target audiens, yaitu pengalaman dan perlakuan yang didapat saat kecil.

2. *Interest*

Setelah audiens merasa terhubung dengan masalah yang diangkat, animasi akan menggambarkan dampak masalah tersebut dalam kehidupan sehari-hari. Contohnya, kesulitan mengambil keputusan di usia dewasa akibat kebiasaan orang tua yang selalu memilihkan segala sesuatu untuk anak. Informasi ini akan dibagikan di Instagram, dan solusinya akan diunggah di Youtube.

3. *Search*

Untuk menarik perhatian dan meningkatkan rasa ingin tahu audiens, video singkat (*reels*) akan digunakan sebagai teaser yang mengarah ke animasi *motion graphic* lengkap di Youtube. Teaser ini akan menggunakan kalimat ajakan seperti "Penasaran? Tonton sampai habis di Youtube!" atau "Animasi *full*-nya sudah tayang, buruan cek!" beserta tautan ke akun Youtube.

4. *Action*

Tujuan dari media informasi ini adalah memberitahu bagaimana penerapan dari *reparenting*, dan juga bagaimana belajar untuk memaafkan orangtua. Dengan adanya tata cara melakukan *reparenting*, diharapkan bisa menjadi dorongan bagi target audiens untuk bisa memulai proses ini pada dirinya sendiri.

5. *Share*

Adanya informasi mengenai *reparenting* diharapkan dapat menyelesaikan permasalahan yang dihadapi. Kemudian target audiens dapat membagikan informasi ini kepada orang lain yang membutuhkan ilmu tentang cara *reparenting*. Digunakan juga hashtag tentang topik terkait.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembahasan

a. Konsep Visual

Konsep visual media informasi *reparenting* ini menggunakan *motion graphic* dengan gaya *flat design*. Efek pencahayaan suram dan kombinasi warna terang dan gelap digunakan untuk mempertegas tema psikologis. Warna gelap melambangkan trauma, sedangkan warna terang menggambarkan upaya penyembuhan, yang tercermin dari pakaian dan latar belakang tokoh.

b. Konsep Verbal

Konsep verbal dalam karya *motion graphic* ini meliputi *scriptwriting* dan *voice over* dengan bahasa semi-formal yang disesuaikan untuk mahasiswa usia 18-24 tahun, namun tetap menggunakan bahasa sehari-hari yang akrab bagi mereka. Selain *motion graphic*, karya ini juga memanfaatkan media lain seperti buku jurnal, poster, *merchandise*, dan konten media sosial dengan *copywriting* yang informatif dan persuasif tentang *reparenting*.

c. Brainstorming

Proses *brainstorming* diperlukan untuk memetakan dengan jelas akan aspek-aspek seperti apa yang terkandung dalam sebuah karya. Berdasarkan bagan tersebut, dapat dilihat dengan jelas mengenai kualifikasi target audiens, fungsi media, jenis media, hingga aspek-aspek yang akan menyusun media tersebut.

d. Moodboard

Karya ini menggunakan gaya *flat design* yang minimalis, termasuk pemilihan *font* yang sederhana dan membulat untuk menciptakan kesan santai. Warna yang dipilih, yaitu biru dan abu-abu, memberikan kesan ringan dan bersih, namun juga dapat menggambarkan adegan yang suram dengan penyesuaian saturasi. Kombinasi elemen-elemen visual ini sangat tepat untuk menyampaikan informasi tentang trauma psikologis sekaligus memberikan harapan akan penyembuhan.



Gambar 1. Moodboard
(Sumber : Tata Triavenza Saputri, 2024)

e. Studi Tipografi

Dalam karya ini, dipilih tipografi *sans serif* dengan font Copilme karena desainnya yang minimalis namun tetap terlihat santai berkat ujung huruf yang membulat.

Tabel 1. Studi Tipografi

Nama Font	Minimalist	Readability	Relevansi	Keterangan
Eurofurence	**	***	***	
Monsterrat	**	***	*	
Nunito	**	***	***	
Copilme	****	***	****	V
Cocogoose	***	***	***	

f. Studi Warna

Warna biru, dengan berbagai tingkat saturasi, dipilih sebagai fokus utama dalam perancangan media informasi ini. Biru cerah melambangkan penyembuhan, ketenangan, dan kedamaian, sementara biru gelap mewakili kesedihan dan kegelisahan. Warna abu-abu juga digunakan untuk memberikan kesan dingin, suram, dan sedih. Kombinasi warna biru dan abu-abu ini dianggap tepat untuk media informasi tentang penyembuhan diri (*self-healing*) dan trauma psikologis.



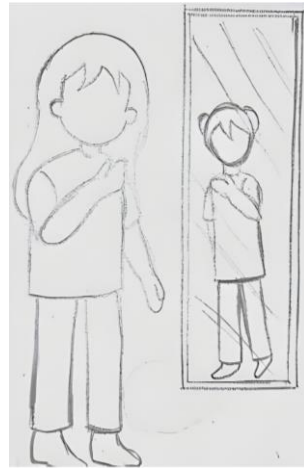
Gambar 2. Color Palette
(Sumber : Tata Triavenza Saputri, 2024)

g. Sinopsis

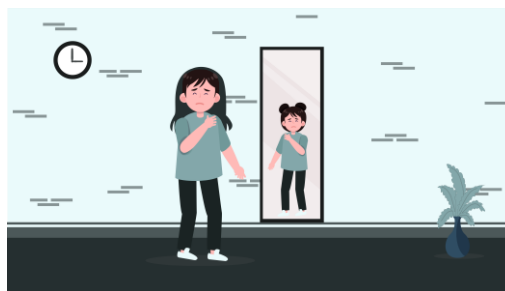
Cerita berpusat pada 3 permasalahan yang dialami target audiens yang berdasarkan pengumpulan data. Ketiga hal itu adalah sulit memutuskan, merasa rendah diri, dan regulasi emosi yang buruk. Motion graphic ini kemudian menghadirkan solusi. Solusi didapat berdasarkan wawancara dengan psikolog.

h. Storyboard dan Digitalisasi Sketsa

Cerita berpusat pada 3 permasalahan yang dialami target audiens yang berdasarkan pengumpulan data. Ketiga hal itu adalah sulit memutuskan, merasa rendah diri, dan regulasi emosi yang buruk. Motion graphic ini kemudian menghadirkan solusi. Solusi didapat berdasarkan wawancara dengan psikolog. Setelah proses digitalisasi, tahap selanjutnya adalah proses animasi dengan menggunakan Adobe After Effect. Kemudian dilanjutkan dengan pengisian suara dan musik latar belakang, dan tahap terakhir adalah rendering.



Gambar 3. Sketsa Adegan 3
(Sumber : Tata Triavenza Saputri, 2024)



Gambar 4. Digitalisasi Sketsa Adegan 3
(Sumber : Tata Triavenza Saputri, 2024)

Hasil

a. Motion Graphic

Berdurasi 6 menit 30 detik, merupakan media utama yang menyajikan informasi tentang *reparenting* dan solusi dari 3 masalah utama target audiens (regulasi emosi, kesulitan mengambil keputusan, dan kurang percaya diri). Karya ini menerapkan prinsip-prinsip animasi *secondary action* serta teori semiotika De Saussure.

Karya ini terbukti berhasil menjangkau target audiens, dengan 287 kali tayangan, 50 suka, dan 220 *subscriber* di *channel* YouTube tempat animasi ini diunggah. Demografi penonton sesuai target, dengan mayoritas pria (65,3%) dan wanita (34,7%) berusia 18-24 tahun (50,3%). Komentar audiens menunjukkan bahwa karya ini informatif dan relevan dengan masalah mereka, memberikan pemahaman baru tentang *reparenting* dan solusinya.



Gambar 5. Motion Graphic Reparenting Journey
(Sumber : Tata Triavenza Saputri, 2024)

b. Buku Jurnal Interaktif

Buku jurnal ini adalah tempat pengaplikasian dari informasi yang didapat di media utama. Memiliki 5 *segment*, yakni *segment* untuk lebih menghargai diri, *segment* untuk melatih regulasi emosi, *segment* untuk membantu menentukan pilihan, *segment* untuk berpikir positif, serta *segment* untuk menulis keluhan kesah.



Gambar 6. Buku Jurnal Interaktif
(Sumber : Tata Triavenza Saputri, 2024)

c. Pena

Pena yang disertakan memiliki fitur kalimat afirmasi positif di badannya. Fitur ini bertujuan untuk memberikan dorongan semangat bagi target audiens agar terus mempraktikkan *reparenting* dan menjaga pikiran positif dalam kehidupan sehari-hari.



Gambar 7. Pena
(Sumber : Tata Triavenza Saputri, 2024)

d. Sticker Pack Mood Tracker

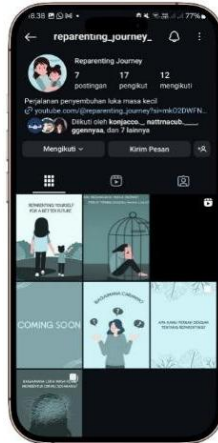
Stiker ini merupakan bagian pelengkap dari bagian *mood tracker* di buku jurnal. Terdiri dari 4 emosi yang secara visual merepresentasikan emosi sehari-hari yang dialami target audiens, berguna untuk membantu proses regulasi emosi.



Gambar 8. *Sticker Pack Mood Tracker*
(Sumber : Tata Triavenza Saputri, 2024)

e. Konten Instagram

Instagram digunakan sebagai media pendukung untuk menyebarkan *feeds* berisi informasi singkat tentang *reparenting*, pengertiannya, serta sekilas cara untuk melakukannya. *Copywriting* yang digunakan juga bertujuan untuk memancing target audiens untuk menonton media utama. Kemudian ada *teaser* dari *motion graphic* yang diunggah di Youtube, dengan tujuan menjangkau audiens yang lebih luas.



Gambar 9. Konten *Instagram*
(Sumber : Tata Triavenza Saputri, 2024)

f. Poster

Poster digunakan sebagai media promosi cetak. Mengandung informasi tentang *reparenting*, kode QR yang merujuk ke *platform* tayang dan media sosial, serta *call to action* untuk menonton *motion graphic* ini. Poster dipajang di lokasi pameran saat animasi resmi dirilis.



Gambar 10. Poster
(Sumber : Tata Triavenza Saputri, 2024)

g. X-banner

X-banner berisi pesan harapan dan ajakan untuk mencari tahu lebih lanjut tentang *reparenting*, dilengkapi dengan kode QR yang mengarah ke akun Instagram dan Youtube tempat *motion graphic* diunggah. Sama seperti poster, *x-banner* juga menjadi media pajang di lokasi pameran saat perilsan berlangsung.



Gambar 11. X-banner
(Sumber : Tata Triavenza Saputri, 2024)

h. Stiker

Stiker merupakan salah satu bauran media yang cukup dekat dengan kehidupan sehari-hari. Stiker-stiker ini memiliki afirmasi positif yang diharapkan memberi dampak baik pada kesehatan mental audiens, sesuai dengan tujuan dari perancangan ini.



Gambar 12. Stiker
(Sumber : Tata Triavenza Saputri, 2024)

i. Keychain

Keychain merupakan *merchandise* yang menarik dalam mempromosikan *motion graphic* terkait *reparenting*. Dengan desain yang berdasarkan aset-aset dari media utama dan mudah dibawa, diharapkan dapat meningkatkan *awareness* akan adanya media informasi ini.



Gambar 13. Keychain
(Sumber : Tata Triavenza Saputri, 2024)

j. T-shirt

T-shirt juga merupakan media promosi yang lekat dengan kehidupan sehari-hari target audiens. Dengan desain yang minimalis, *t-shirt* merupakan *merchandise* yang menarik.



Gambar 14. *T-shirt*
(Sumber : Tata Triavenza Saputri, 2024)

k. Totebag

Totebag merupakan barang yang menjadi bagian dari keseharian mahasiswa dewasa awal yang menjadi target audiens, sehingga merupakan media promosi yang tepat. Desain *full-print* juga menambah nilai estetis pada media pendukung ini.



Gambar 15. *Totebag*
(Sumber : Tata Triavenza Saputri, 2024)

KESIMPULAN

Pola asuh yang buruk mengakar pada trauma yang dibawa hingga dewasa. Tapi dengan bentuk terapi mandiri yang tepat, trauma tersebut dapat berproses hingga sembuh. Perancangan ini adalah media yang bertujuan untuk membantu proses tersebut.

Perancangan ini dinilai memadai dan valid karena mengangkat masalah dari riset langsung dengan target audiens dan solusinya dari wawancara dengan psikolog. Media utama berbasis digital dengan durasi yang ringkas sangat cocok untuk mengatasi masalah target audiens. Tujuan media informasi tercapai dengan 282 kali tayangan dan komentar positif di Youtube yang menyatakan konten relevan dan informatif. Umpan balik juga didapat dari interaksi langsung saat pameran.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih disampaikan kepada pihak-pihak yang telah mendukung terlaksananya perancangan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Andriarto. (2017). Pola asuh otoriter dalam mendidik anak di keluarga GKS Kambajawa. *Jurnal Shanan*, 1(1), 109–135.
- Arief. (2020). Efektivitas media pembelajaran berbasis video animasi untuk meningkatkan motivasi belajar peserta didik kelas IV sekolah dasar. *Jurnal Cakrawala Pendas*, 8(3), 710–721.
- Badriah, E. R. (2018). Pola asuh orang tua dalam mengembangkan potensi anak melalui homeschooling di Kancil Cendikia. *Comm-Edu (Community Education Journal)*, 1(1), 1–8.
- Bahri, S. (2010). *Strategi belajar mengajar*. Rineka Cipta.
- Binanto, I. (2010). *Multimedia digital-dasar teori dan pengembangannya*. Andi.
- Bradshaw, J. (2018). *Homecoming: Reclaiming and championing your inner child*. Bantam Books.
- Clarke, J. (2015). Reparenting. *Jurnal Empirical Study on Engagement*, 54, 170–179.
- Davis, S. (2020). Reparenting to heal the wounded inner child. *CPTSD and Inner Child Work*, 3(6), 713–714.
- Djamarah, S. B. (2018). *Pola asuh orang tua dan komunikasi dalam keluarga*. PT Rineka Cipta.
- Elfira. (2023). Pemasaran digital @stripesmestore di Instagram. *Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(5), 375–564.
- Fitri, K. (2014). Perbedaan pola pengasuhan anak berdasarkan tingkat pendapatan keluarga. *Jurnal Kesejahteraan Keluarga dan Pendidikan*, 8(5), 2597–4521.
- Haller, K. (2019). *The little book of colour: How to use the psychology of colour to transform your life*. Penguin Random House.
- Hersey, P. (2020). *Management of children behavior*. Pearson Prentice Hall.
- Hurlock, E. B. (2011). *Life-span development: Perkembangan masa hidup* (Edisi 13, Jilid II). Erlangga.
- James, J. (2019). *The body language*. PT. Ufuk Publishing House.
- Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak. (2023). *Survei nasional pengalaman hidup anak dan remaja*. Politeknik Kesejahteraan Sosial.
- Krasner, J. (2008). *Motion graphic design: Applied history and aesthetics*. Focal Press.
- Laras, N. (2023). Analisis romantisme dalam film Habibie Ainun: Semiotika Ferdinand de Saussure. *Journal of Digital Communication Design*, 2(1), 35–41.
- Melisa. (2013). *Media audio visual untuk pengajaran, penerangan dan penyuluhan*. PT. Gramedia.
- Nadya Asyafina & Salam, N. E. (2022). Fenomena pelaku self-harm di Kota Pekanbaru. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(3), 13930–13936.
- Notoatmodjo, S. (2003). *Pendidikan dan perilaku kesehatan*. Rineka Cipta.
- OECD. (2018). *PISA 2018 results: Combined executive summaries*. OECD Publishing.
- Pagarra, H. (2022). Pengaruh penggunaan video pembelajaran IPA terhadap minat belajar. *Jurnal Publikasi Pendidikan*, 8(1).
- Raditya. (2020). Jurnal Obsesi: Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini. *Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 4(2), 567–574.
- Rahmi, S. (2022). *Bimbingan dan konseling pribadi sosial*. Syiah Kuala University Press.
- Surianti. (2022). Inner child: Memahami dan mengatasi luka masa kecil. *MIMBAR: Jurnal Media Intelektual Muslim dan Bimbingan Rohani*, 8(2), 9–18.