Jurnal Kreatif: Desain Produk Industri dan Arsitektur
Vol. 14, No. 02, Oktober 2026, 189 – 200
p-ISSN 2303-1662 | e-ISSN 2747-2582
doi: https://doi.org/10.46964/jkdpia.v14i2.1831

Perancangan *Pop Up Card* Sebagai Media Edukasi Emosi Diri Bagi Anak Usia 4-6 Tahun

Najla Septia Putri Sasongko,[1*] Rizka Indah Armianti[2], Andi Farid Hidayanto[3]

[1,2,3] *Jurusan Desain, Program Studi Desain Produk Kayu dan Serat, Politeknik Negeri Samarinda, Samarinda, Indonesia*

Diterima : 2 September 2026	Direvisi : 15 Oktober 2026	Diterbitkan : 30 Oktober 2026

Abstract

Early childhood's limited ability to recognize emotions can impact social and behavioral development in the future. At the age of 4-6 years, children are still in the early stages of understanding various types of emotions, so they need learning media that is interesting and easy to understand. This study aims to design educational media in the form of pop-up cards as a means of recognizing emotions for children aged 4-6 years. The method used is Design Thinking, which includes Empathize, Define, Ideate, Prototype, and Test. Analysis of the results of interviews with three kindergarten teachers shows that this product has character shapes and colors that are attractive for children in recognizing the material given, as well as interactive evaluations that are suitable for practicing children's understanding after learning. The output of this research is an interactive pop-up card with an educational puzzle game tool that presents basic emotions such as happy, sad, angry, disgusted, afraid, and surprised, as well as packaging that presents mirrors and magnets as a medium for self-expression reflection. This media is designed to attract children's interest in understanding the concept of self emotions and is expected to help children express their emotions.

Key words: *Educational Media, Emotion, Kid, Pop up, Product Design.*

Abstrak

Keterbatasan anak usia dini dalam mengenali emosi dapat berdampak pada perkembangan sosial dan perilaku dalam masa mendatang. Pada usia 4-6 tahun, anak masih berada pada tahap awal dalam memahami berbagai jenis emosi sehingga membutuhkan media belajar yang menarik dan mudah dipahami. Penelitian ini bertujuan untuk merancang media edukasi berupa *pop up card* sebagai sarana pengenalan emosi diri bagi anak 4-6 tahun. Metode yang digunakan adalah *Design Thingking* yang meliputi *Emphatize, Define, Ideate, Prototype*, dan *Test*. Analisis hasil wawancara terhadap 3 guru TK menunjukkan bahwa produk ini memiliki bentuk karakter dan warna yang menarik bagi anak dalam mengenali materi yang diberikan, serta evaluasi interaktif yang cocok untuk melatih pemahaman anak setelah belajar. Hasil dari penelitian ini berupa *pop up card* interaktif dengan alat permainan edukatif *puzzle* yang menyajikan emosi dasar seperti senang, sedih, marah, jijik, takut, dan kaget, serta kemasan yang menyajikan cermin dan magnet sebagi media refleksi ekspresi diri. Media ini dirancang untuk menarik ketertarikan anak dalam memahami konsep awal pada emosi diri dan diharapkan dapat membantu anak dalam mengekspresikan emosi diri secara baik.

Kata kunci: Anak, Desain Produk, Emosi Media Edukasi, Pop up.

1. Pendahuluan

Kemampuan pengendalian emosi diri atau *emotional self-regulation* merupakan bentuk dari fungsi otak yang berkembang pesat. Sisi kognitif pada pengendalian diri saling berhubungan dalam efektivitas anak dalam pemecahan masalah. Anak yang memiliki regulasi diri yang kuat, mampu menganalisis situasi dan mencari solusi alernatif tanpa terjebak dalam frustasi emosional sehingga berpikir kritis dapat berjalan tanpa terganggu oleh

* Corresponding author : najlaseptiaputris@gmail.co

dorongan mendadak (Mardianti Asyhaer dkk., 2023). Seiring berkembanganya emosi anak, usia yang paling signifikan dalam mempelajari emosi diri pada saat ini bermulai dari 4 tahun. Anak yang memiliki pemahaman regulasi emosi cenderung mengetahui tentang diri sendiri, berempati, dan berinterkasi sosial dengan baik. Sebaliknya, anak yang kurang dalam hal tersebut akan sulit mengekpresikan apa yang dirasakan sehingga mengalami gangguan emosi dan kecemasan. Pada usia 6 tahun, anak sudah mulai mengenali emosi dari lingkungan dan apa yang dihadapi sebelum menginjak usia 7 tahun.

Perpindahan masa rentang usia 4 hingga 6 tahun merupakan masa perkembangan sosial-emosional yang penting dari emosi diri sendiri menuju mengenali perasaan diri dan orang lain. Fase ini mampu mengidentifikasi emosi dasar seperti senang, sedih, marah, dan takut, tetapi masih memerlukan media maupun bimbingan orang dewasa untuk memahami cara meregulasi perasaan secara sehat. Anak yang mendapatkan bimbingan emosional dan pola asuh yang baik akan meregulasi emosi dengan lebih baik hingga mempengaruhi interaksi sosialnya.

Media edukasi dikenal dengan bentuk buku dan lebih dikenal dalam hal yang lebih modern dengan visualisasi yang lebih diminati, seperti permainan edukasi fisik maupun buku *pop-up*. Media edukasi berbasis *pop-up* adalah media yang mengandung unsur 3 dimensi ketika halaman dibuka lalu bagian dalamnya menghasilkan gerakan kejutan sehingga memberikan visualisasi yang lebih menarik untuk pemahaman anak (Setiyanigrum, 2019). Alasan umum dibalik kembalinya minat ini karena memiliki kemampuan merangsang keingintahuan anak anak dan menambah pengetahuan lewat media yang lebih menyenangkan. Dengan kata lain, pendekatan baru dalam pembelajaran bersifat interaktif dapat meningkatkan perhatian dan memudahkan proses mengenal.

Proses mengenal pada sosial-emosional memperlihatkan bagaimana cara berpikir anak, menyimpan, dan mengadaptasi informasi dengan lingkungan. Media *Pop up* juga digunakan dalam perkembangan kognitif anak untuk menghasilkan nilai edukatif sehingga mampu meningkatkan kemampuan atensi dan konsentrasi mengenai pengendalian emosi diri, kreativitas, dan pemecahan masalah (Tea Kirana Hariyanto dkk., 2023).

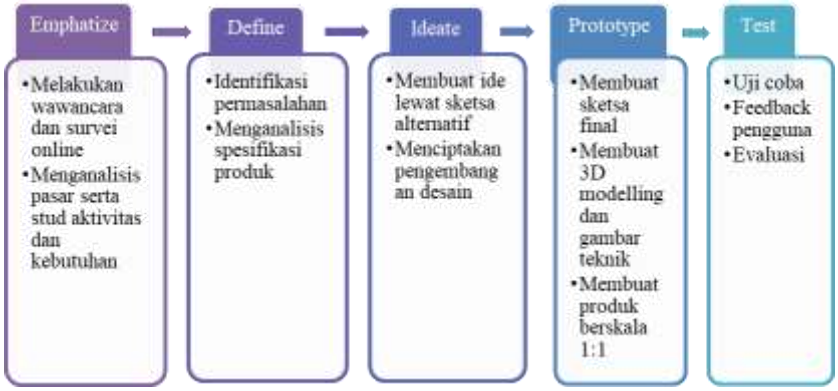
Menurut Amelia & Mahmudah (2024), Media *Pop up Card* memberikan solusi taktil yang efektif melalui unsur seni lipat dan rekayasa kertas 3 dimensi. Berbeda dengan 2 Dimensi, *Pop up Card* memiliki keunggulan dalam penyajian visual yang fokus pada objek yang muncul secara tiba tiba (*pop-up*) saat kartu (*Card*) dibuka sehingga mampu menciptakan pusat perhatian (*center of interest*) bagi anak. *Pop up Card* memiliki sifat yang fleksibel dan interaktif sebagai media edukatif yang mampu mengalihkan perhatian anak. Secara kognitif, mekanisme gerakan dan dimensi ruang mampu merangsang kemampuan persepsi visual dan imajinasi dalam membantu anak memahami detail struktur objek pada media edukasi.

Berdasarkan uraian tersebut, perancangan *Pop up Card* sebagai media edukasi emosi diri merupakan langkah strategis untuk model pengenalan adaptif dalam upaya mengoptimalkan regulasi diri pada anak anak usia 4-6 tahun. Dengan demikian, inovasi dalam media edukasi tidak hanya menjadi solusi edukatif, namun juga sebagai upaya mengatasi permasalahan regulasi emosi diri anak usia dini.

2. Metode

Metode perancangan produk "Perancangan *Pop Up Card* Sebagai Media Edukasi Emosi Diri Bagi Anak Usia 4-6 Tahun" menggunakan metode *Design Thingking*, yang dilakukan dengan adanya pendekatan langsung pada masalah pengguna, dirancang dalam bentuk *prototype*, dan pengujiannya berguna dalam mengatasi masalah yang berfokus pada pengguna anak anak, dalam menciptakan ide baru. Tahapan *Design Thingking* berupa *Emphatize, Define, Ideate, Prototype,* dan *Test* yang diimplementasikan ke dalam perancangan (Primakara, 2023).

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License



***Gambar 1**. Proses Design Thinking*

2.1 Emphatize

Mengumpulkan dan memahami data terkait pengguna dan objek perancangan. Aktivitas ini melakukan pencarian data internet, wawancara kepada guru guru TK, dan observasi lapangan kepada anak anak TK untuk memahami lebih lanjut terhadap media edukasi *pop up card* dengan memberikan pemahaman preferensi produk seperti kebutuhan, permasalahan, dan desain yang diminati.

2.2 Define

Merumuskan masalah perancangan secara jelas dan terfokus berdasarkan hasil tahap *Emphatize*. Aktivitas ini mengidentifikasi rumusan masalah dari kebutuhan utama pengguna yang telah diberikan.

2.3 Ideate

Mengembangkan berbagai alternatif solusi perancangan berdasarkan spesifikasi desain yang telah ditetapkan. Aktivitas pada tahapan ini mengembangkan ide dan solusi melalui teknik *brainstorming idea* yang di dapat dari hasil analisis sebelumnya, kemudian direalisasikan ke dalam sketsa alternatif hingga mendapatkan sketsa terpilih.

2.4 Prototype

Mewujudkan konsep terpilih ke dalam bentuk yang dapat dievaluasi. Proses representasi fisik dari ide yang telah disimpulkan ke dalam tahap *3D Modelling* dan Gambar Teknik sehingga menghasilkan bentukan yang lebih realistis dan mudah dimengerti.

2.5 Test

Melakukan evaluasi terhadap prototipe yang telah dibuat untuk menilai kesesuaian desain dengan kebutuhan pengguna. Aktivitas yang dilakukan antara lain melakukan uji coba prototipe, meminta umpan balik dari pengguna, menganalisis hasil pengujian, melakukan perbaikan dan penyempurnaan desain.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Emphatize

3.1.1. Analisis Pasar

Analisis pasar diperlukan untuk mengidentifikasi kebutuhan konsumen yang ingin dipenuhi (Kotler & Armstrong, 2014). Analisis ini bertujuan untuk mendapatkan wawasan tentang kondisi pengguna sehingga lingkungannya mendapat keberhasilan dan minim resiko kegagalan produk.

Produk ini dirancang untuk dua target pengguna yaitu primer dan sekunder. Target primer merujuk pada anak anak semua jenis kelamin (*unisex*) dengan rentang usia 4-6 tahun di tingkat Taman Kanak-kanak, dikarenakan di usia tersebut anak berada di tahap perkembangan pra-operasional dalam mengenali dan mengekspresikan emosi secara signifikan. Sedangkan target sekunder merujuk pada orang tua anak dengan mempertimbangkan peran pendamping dalam proses belajar emosi, serta berada di kelas sosial B / SEE B atau menengah ke atas.

Segmentasi geografis merujuk pada wilayah Kota Samarinda, Kalimantan Timur, khususnya pada lembaga pendidikan Taman Kanak kanak di area perkotaan. Produk ini ditujukan kepada anak usia 4-6 tahun yang berada pada tahap perkembangan awal kesadaran emosi berbasis bermain. Anak pada usia ini cenderung menyukai visual warna cerah, karakter ekspresif, dan adanya elemen interaktif yang dapat disentuh atau digerakkan. Perilaku anak usia 4-6 tahun cenderung belajar melalui aktivitas bermain dan eksplorasi langsung. Anak juga memiliki konsentrasi yang relatif singkat sehingga membutuhkan media edukasi yang mampu menarik perhatian.

3.1.2. Analisis Studi Aktivitas dan Kebutuhan

Analisis studi aktivitas dan kebutuhan diperlukan untuk mengetahui aktivitas yang akan dilakukan oleh pengguna produk. Setelah melakukan analisis aktivitas maka akan diketahui komponen-komponen yang harus ada pada produk. Berdasarkan analisis aktivitas dan kebutuhan yang telah dilakukan, maka komponen-komponen apa saja yang harus ada dalam produk, yaitu : a) *Pop up card* sebagai media edukasi untuk menyampaikan materi emosi diri.) Pin *puzzle* magnetik sebagai alat permainan edukatif. c) Kotak kemasan sebagai tempat penyimpanan produk sebelum dan sesudah digunakan.

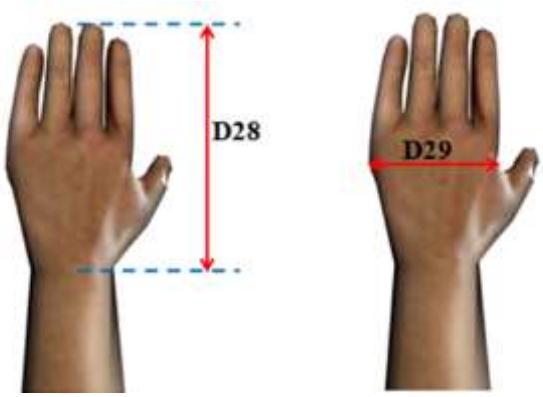
3.2. Define

3.2.1. Analisis Ergonomi dan Antropometri

Kaedah ergonomi diperlukan untuk memperbaiki kerja pengguna dari sisi kecepatan kerja, ketepatan, dan keselamatannya untuk suatu pekerjaan atau aktivitas. Ergonomi pada produk ini menggunakan ergonomi tangan anak anak pada aktivitas yang berhubungan dengan belajar sambil bermain. Ergonomi acuan lainnya berupa dimensi kertas standar ISO yang berukuran A5, A6, dan A7. Acuan kertas digunakan agar penggunaan produk dapat simetris dengan tangan dan cara membaca anak.

Dimensi antropometri yang digunakan berupa lebar telapak tangan dan panjang telapak tangan sebagai pengukuran dimensi *pop up card*. Kedua dimensi tersebut dipilih karena berkaitan langsung dengan aktivitas menggenggam, membuka, dan menutup *pop up card*.

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License



D28 : Panjang Tangan D29 : Lebar Tangan

Gambar 2. *Antropometri Dimensi Tangan*

3.2.2. Analisis Konfigurasi

Konfigurasi diperlukan agar peletakan produk pada mudah digunakan oleh pengguna tanpa adanya masalah penggunaan. Produk ini menggunakan kenyamanan tata letak membaca pengguna di Indonesia dalam melihat dan membaca teks dari sisi kiri ke kanan.



Gambar 3. *Konfigurasi*

3.2.3. Analisis Material

Material digunakan sebagai elemen dalam konstruksi produk demi memastikan ketahanan dan memberikan nilai estetika. Material utama digunakan adalah kayu balsa 4 mm untuk *pop up card* dan kayu jati untuk kemasan. Material utama lainnya yaitu material kertas *pop up* yang terdiri dari kertas *art paper* 150 gsm dan *art carton* 210 gsm. Material ini dipilih karena memiliki massa ringan sehingga cocok untuk daya beban tangan anak yang relatif ringan.

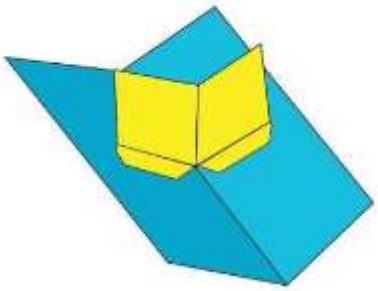
Material pendukung berupa perekat lem putih PVAc dalam menempelkan kayu dan kertas karena cenderung merekat kuat dengan material berat sekalipun. Material *finishing* berupa kertas laminasi dingin untuk material kertas dan cat semprot akrilik bening pada material kayu, kedua *finishing* ini dipilih agar visual material asli tetap terlihat walaupun telah tertutupi oleh lapisan *finishing* luar.

3.2.4. Analisis Sistem

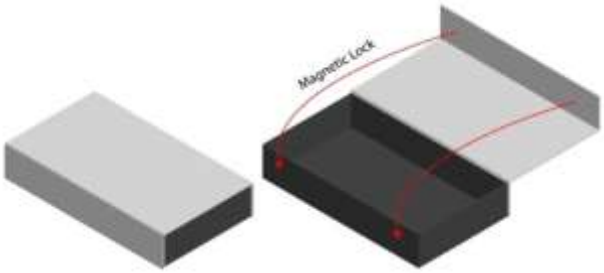
Analisis sistem produk menggabungkan tiga struktur utama yang menyatukan bahan kertas dan kayu, yaitu sistem *pop up*, sistem kuncian, dan sambungan kayu. Pertama, sistem *pop up* menggunakan metode lipatan

dasar *v-folding* pada bentuk karakter emosi (Alit dkk., 2023). Metode ini dipilih karena menghasilkan efek gerakan 3D yang sederhana saat dibuka, sehingga efektif untuk menari fokus anak-anak pada satu titik visual.

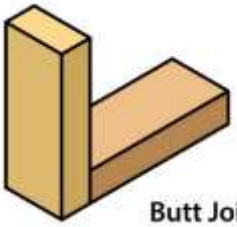
Kedua, sistem penguncian memakai mekanisme *magnetic closure*. Kuncian ini bertujuan untuk menjaga keamanan produk ketika tertutup dan menyediakan akses mudah bagi anak melalui interaksi buka-tutup yang sederhana. Ketiga, sambungan kayu pada rangka dilakukan menggunakan teknik sambungan *butt joint*. Sambungan yang sederhana ini dipilih untuk menyatukan objek secara mudah dengan material berketebalan tipis.



Gambar 4. *Sistem Pop up V-Folding (Sumber : https://id.pinterest.com/)*



Gambar 5. *Sistem Kuncian Magnetic Closure (Sumber : https://risepack.id/)*



Gambar 6. *Sistem Sambungan Kayu (Sumber : www.mtcopeland.com)*

3.2.5. Analisis Bentuk

Analisis ini membahas tentang bentuk, ekspresi, gaya ilustrasi, dan gaya desain yang digunakan pada produk. Bentuk yang dipilih pada ilustrasi *pop up card* adalah bentuk geometris lingkaran, segitiga, persegi, persegi panjang, segi lima, segi enam sebagai bentuk utama,bentuk organis round dan tajam sebagai bentuk pendukung, penggunaan karakter laki-laki dan perempuan, serta ekspresi dasar yang bersifat universal seperti Senang, Sedih, Marah, Takut, Jijik, dan Kaget (Prakoso dkk., 2025). Sedangkan untuk gaya ilustrasi menggunakan *Cartoon Style* dengan gaya desain produk modern minimalis.

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License



Gambar 7. *Bentuk Ekspresi Wajah Anak Perempuan dan Laki-laki*

3.2.6. Analisis Warna

Analisis warna dilakukan untuk mendapatkan warna apa saja yang akan diaplikasikan pada produk. Untuk warna-warna yang digunakan pada produk adalah warna-warna solid di kategori warna primer (kuning, merah, biru) dan sekunder (jingga, ungu, hijau) dengan skema warna monokromatik. Pemilihan ini digunakan agar anak dapat memahami jenis emosi dengan bantuan warna di setiap jenisnya tanpa terdistraksi oleh warna lainnya.



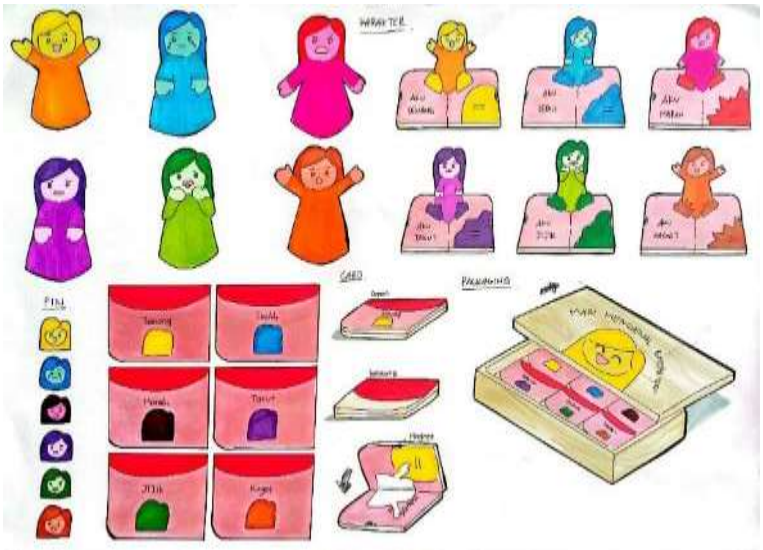
Gambar 8. *Warna Primer dan Sekunder*

3.2.7. Analisis RAB

Berdasarkan hasil perhitungan biaya produksi, terdapat tiga komponen utama, yaitu biaya bahan, biaya produksi, dan biaya overhead. Biaya bahan sebesar Rp. 123.740,00, biaya produksi sebesar Rp. 158.445,00, dan biaya overhead sebesar Rp.6.750,00 untuk percetakan dan penggunaan listrik mandiri. Dengan demikian, total biaya produksi sebesar Rp. 288.935,00. Total biaya produksi tersebut ditambahkan dengan profit sebesar 20% yaitu sebesar Rp.57.787,00. Persentase profit dipilih karena produk dibuat secara mandiri tanpa adanya pertukangan, sehingga harga jual yang ditetapkan pada produk ini sebesar Rp. 347.000,00.

3.3. Ideate

3.3.1. Desain Alternatif Terpilih



Gambar 9. *Desain Alternatif Terpilih*

Desain yang akan dikembangkan adalah desain alternatif 1 karena telah dilakukan sesi wawancara terhadap 3 guru TK yang menyatakan bahwa penggunaan warna yang beragam untuk ketertarikan anak, sudut *pop up card* berbentuk sudut lengkung agar aman digunakan oleh anak, desain pin menggunakan wajah ekspresi karakter sambil mengenal warna, dan desain kemasan yang mudah dipahami saat digunakan. Dengan adanya tambahan pada konsep pin puzzle yang berfokus pada ekspresi dan warna, pemberian elemen pakaian pada karakter, serta kemasan yang dilabeli agar anak mudah menyusun atau menyimpan *pop up card*.

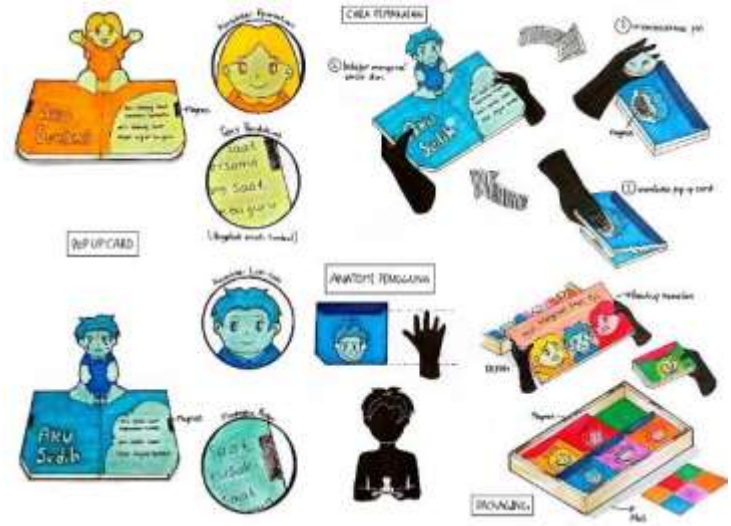
3.3.2. Pengembangan Desain Alternatif Terpilih



Gambar 10. *Pengembangan Desain Alternatif Terpilih*

Desain yang dipilih sebagai desain final adalah pengembangan desain alternatif 1 karena telah dilakukan sesi kuesioner terhadap 50 responden yang terdiri dari orangtua/wali, guru TK serta SD, menyatakan bahwa desain ekspresi karakter emosi diri sesuai dengan anak usia 4-6 tahun, bentuk dan warna *pop up card* terlihat nyaman digunakan, konsep mencocokkan pin *puzzle* sebagai APE anak, dan kemasan yang praktis serta mudah dipahami dalam menyimpan *pop up card*. Serta adanya tambahan saran dari salah satu responden yaitu menambahkan alas pada bagian bawah kemasan sebagai penunjuk peletakan *pop up card*.

3.4. Prototype



Gambar 11. *Gambar Presentasi Final Desain*

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License

Pada gambar presentasi final desain ini, produk ini memiliki *pop up card* dengan APE berbasis *puzzle* magnetik yang menampilkan 6 jenis emosi di masing-masing *pop up card*, menggunakan ilustrasi karakter anak yang dilengkapi teks pendukung "sebab" mengapa emosi timbul, serta kemasan penyimpanan *pop up card*.



Gambar 12. *Gambar Presentasi 3D Semua Produk*



Gambar 13. *Gambar Presentasi 3D Pop up Card*



Gambar 14. *Gambar Presentasi 3D Puzzle Magnetik*



Gambar 15. *Foto Prototype 1*



Gambar 16. *Foto Prorotype 2*

3.5. Test

Pelaksanaan uji coba dilakukan pada 2 Kelompok di suatu TK, yaitu A dengan rentang usia 4-5 tahun dan B dengan rentang usia 5-6 tahun. Setiap Kelompok memiliki 6 anak yang terdiri dari 3 laki-laki dan 3 perempuan.

Tabel 1*. Analisis Anak Dengan Produk Pada Kelompok A*

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License

ANALISIS PENGAMATAN	Anak Kelompok A					
	L1	L2	L3	P1	P2	P3
Anak mampu mengenal warna dasar	3	3	3	3	2	3
Anak mampu mengenal emosi dasar	3	2	3	3	2	3
Anak dapat menyebutkan emosi dasar	3	2	2	2	2	3
Anak dapat mencocokkan *puzzle* sesuai dengan emosinya	3	3	3	3	3	3
Anak dapat mengekspresikan emosi dengan mimik wajah	3	2	2	2	2	2
KESIMPULAN	Anak-anak pada kelompok A lebih menyukai aktivitas bermain lewat *puzzle pin* dan cenderung mengenal emosi dasar lewat penggunaan warna dasar.					
Keterangan : L = Laki-laki, P = Perempuan	*Skoring* : 0 = tidak bisa, 1 = ragu-ragu, 2 = membutuhkan bantuan, 3 = bisa melakukan					

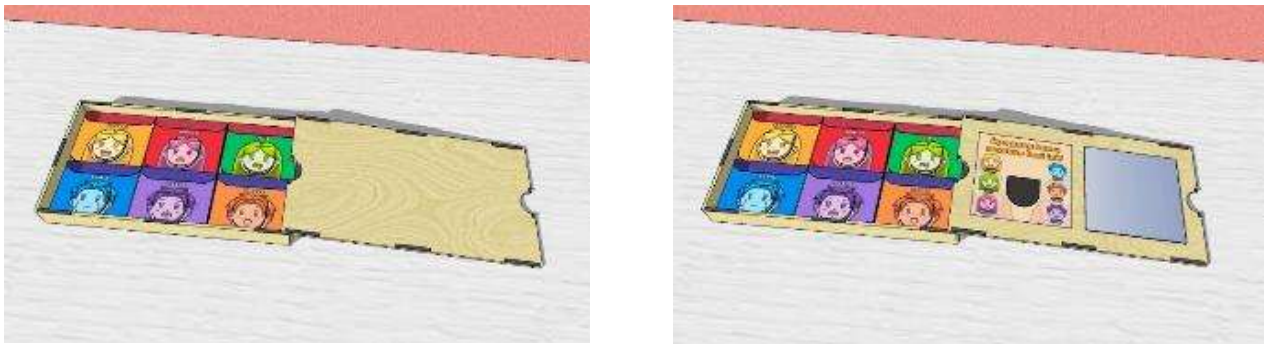
Tabel 2. *Analisis Anak Dengan Produk Pada Kelompok B*

ANALISIS PENGAMATAN	Anak Kelompok B					
	L1	L2	L3	P1	P2	P3
Anak mampu mengenal warna dasar	3	3	3	3	3	3
Anak mampu mengenal emosi dasar	2	2	3	2	3	1
Anak dapat menyebutkan emosi dasar	3	2	3	2	2	2
Anak dapat mencocokkan *puzzle* sesuai dengan emosinya	3	3	3	3	3	3
Anak dapat mengekspresikan emosi dengan mimik wajah	3	3	3	3	3	2
KESIMPULAN	Anak-anak pada kelompok B lebih menyukai *pop up card* lewat karakter dan warna dasar emosi, bermain mencocokkan *puzzle pin*, dan mengekspresikan mimik wajah menggunakan ilustrasi karakter.					
Keterangan : L = Laki-laki, P = Perempuan	*Skoring* : 0 = tidak bisa, 1 = ragu-ragu, 2 = membutuhkan bantuan, 3 = bisa melakukan					

Berdasarkan tabel observasi di atas, kelompok A (Usia 4-5 tahun) menyukai *pop up card* lewat penggunaan warna terhadap emosi yang diajarkan. Pecocokan *puzzle pin* lebih disukai anak dengan visual karakter yang dibantu dengan warna cerah, sehingga dapat menstimulasi anak dalam mengetahui jenis emosi dasar.

Sedangkan pada kelompok B (Usia 5-6 tahun), *pop up card* disukai lewat visual 3D yang muncul ketika dibuka dan teks pendukung sebagai media pengenalan anak terhadap sebab timbulnya emosi dasar. Selain itu, pencocokan *puzzle* pin lebih disukai anak karena merangsang keingintahuan terhadap sebab emosi dasar muncul.

Selain itu, Guru-guru yang membimbing anak dalam menggunakan produk menambahkan masukan tambahan yaitu kertas pertanyaan dengan magnet, cermin kepada produk sebagai media refleksi dalam memvalidasi ekspresi anak secara mandiri setelah belajar dan bermain.



Sebelum Setelah

Gambar 17. *Gambar Sebelum dan Setelah Penambahan Masukan Guru Pembimbing*

4. Kesimpulan dan saran

Perancangan *Pop Up Card* sebagai media edukasi emosi diri bagi anak 4-6 tahun diberikan dengan visual menarik dari ekspresi emosi diri, karakter anak laki laki dan perempuan, serta warna bagi setiap emosi agar anak mudah memahami materi emosi diri. Sistem *pop up* yang diberikan adalah *V-Folding* yang termasuk dalam sistem dasar agar anak dapat fokus kepada satu sistem saja tanpa terdistraksi oleh penggunaan sistem kompleks yang lain.

Beberapa cara dalam meningkatkan pengalaman belajar yang lebih interaktif dan mendalam bagi anak dapat dilakukan melalui pengembangan elemen pendukung seperti cermin dan pertanyaan reflektif. Produk ini dapat dirancang untuk penggunaan pembelajaran secara *indoor* dan lebih efektif digunakan dalam kegiatan belajar kelompok agar interaksi antaranak dapat terbangun dengan baik. Media *pop up card* ini juga berpotensi untuk diproduksi dan diterapkan sebagai media pembelajaran sosial-emosional pada tingkat pendidikan anak usia dini.

Daftar pustaka

.

Alit, D. A., Zefanya, G., & Pusung, L. (2023). *Kupu-Kupu Endemik Indonesia Sebagai Inspirasi Pengmbangan Buku Pop Up Dengan Teknik V-Folding dan Internal Stand*. *9*.

Amelia, N., & Mahmudah, S. (2024). *Pengaruh Penggunaan Media Pop Up Card Terhadap Peningkatan Kemampuan Membaca Permulaan Anak Tunagrahita Ringan Di SLBN Pembina Tingkat Nasional Bagian C Malang*.

Antropometri Indonesia. (2018). Rekap Data Antropometri Indonesia. https://antropometriindonesia.org

Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principles of Marketing*. Pearson. https://books.google.co.id/books?id=EKAnlwEACAAJ

Mardianti Asyhaer, D., Amrullah, Pramestie Wulandari, N., & Sarjana, K. (2023). *Pengaruh Self-Regulated Learning terhadap Kemampuan Pemecahan Masalah Perbandingan pada Santriwati MTS*. https://doi.org/10.29303/jcar.v5iSpecialIssue.3676

Prakoso, B., Puspitorini, S., & Pariyadi. (2025). *Pengenalan Emosi Wajah pada Anak Menggunakan Convolutional Neural Network*.

Primakara. (2023). *Definisi Design Thinking, Tahapan, dan Penerapannya*. https://primakara.ac.id/blog/info-teknologi/Design-thinking

Setiyanigrum, R. (2019). *Penggunaan Media Pop Up Book untuk Menghadapi Pembelajaran Era Pascapandemi Covid-19. Prosiding Seminar Nasional Pascasarjana UNNES*.

Tea Kirana Hariyanto, A., Nirwana, A., & Anshari Sukmaraga, A. (2023). *Perancangan Pop-Up Book sebagai Media Pengenalan Pengendalian Diri untuk Anak Usia 5-6 Tahun*.

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License