

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Media cetak dan elektronik merupakan hasil perkembangan teknologi informasi di dunia. Media telah mengubah fungsi menjadi lebih praktis, dinamis dan mengglobal. Media juga tidak lepas dari segala bentuk kebaikan di mana pada saat yang bersamaan dibarengi dengan kemunculan bentuk-bentuk kejahatan yang direpresentasikan melalui media cetak dan elektronik.

Kebebasan media dalam menyampaikan informasi haruslah dibarengi dengan penelitian agar mengetahui ihwal yang menjadi landasan pembuatan media tersebut. Hal ini merupakan salah satu upaya untuk mengontrol wahana informasi yang aman untuk dikonsumsi pengaruhnya oleh *audience*, sehingga terciptalah suatu adiksi informasi yang positif bagi perkembangan pemikiran *audience*.

Media yang berkembang pada saat ini juga didukung dengan aksiologi teknologi sesuai dengan bentuk media masing-masing, seperti media cetak membutuhkan aksiologi profesi desain grafis, media audio visual membutuhkan aksiologi profesi desain multimedia. Tetapi karena pengaruh dari cepatnya teknologi informasi yang dapat diakses melalui internet, maka harus bisa menjadi desainer multifungsi, baik itu desain grafis maupun desain multimedia.

Peneliti yang sebelumnya adalah seorang desain grafis, sampai saat ini mengembangkan talenta agar menguasai desain multimedia. Walaupun masih dalam tahap pembuatan *website*, tetapi hal ini harus dilakukan agar mempunyai resistensi diri untuk menghadapi persaingan yang terjadi.

Desainer harus mampu membuat penciptaan seni didukung kepekaan terhadap lingkungan yang terjadi saat ini, dengan memperhatikan perasaan yang memberikan rangsangan pada rasa keindahan karya yang akan dibuat, mencintai karya yang sedang dikerjakan, adanya imajinasi dari rangsangan karya yang akan dibuat, serta ekspresi desainer dituangkan dalam karya sehingga berkesan kepada pengamat seni. Maka dari itu, seorang desainer harus bekerja sesuai dengan kemauan masing-masing, seperti ada yang bekerja secara *freelance* (pekerja bebas) maupun bekerja di perusahaan. Perusahaan yang mempunyai seorang desainer, pasti berkeinginan untuk memperkenalkan produk mereka kepada masyarakat. Hal ini dilakukan untuk berasosiasi dengan masyarakat agar produknya lebih dikenal luas. Pembuatan informasi melalui media sangat kaya akan proses interaksi *encoding* (pesan disusun) dan *decoding* (makna didapat) untuk memahami informasi yang didapat, karena terjadi proses difusi yang nantinya berpengaruh terhadap citra produk mereka.

Media yang digunakan dalam mempromosikan produk perusahaan, dapat diaplikasikan ke berbagai bentuk tergantung dari kebutuhan pengenalan produk. Media audiovisual persuasif terhadap hal-hal yang ditawarkan, seperti produk makanan, minuman, fashion, peralatan bermain, serta peralatan belajar berhitung

dan menggambar. Produk-produk tersebut digunakan untuk mendukung kelangsungan hidup manusia, seperti kebutuhan primer, sekunder dan tersier.

Media promosi yang berkemampuan difusi informasi audiovisual dengan target konsumen anak-anak, biasanya menyukai sesuatu dari unsur bermain dan belajar yang merangsang daya imajinasinya untuk mengembangkan kreativitas mereka, seperti peralatan menggambar. Media promosi yang menggunakan audiovisual terutama ditujukan untuk anak-anak. Dunia anak-anak yang masih “polos” lugu dan lucu sangat mudah untuk “dikuasai” dengan dialihkan perhatian mereka terhadap sesuatu yang menarik hati, yaitu kebutuhan khusus anak-anak disesuaikan dengan kegemaran masing-masing yang berbeda satu sama lainnya. Perbedaan tersebut terutama dalam mengembangkan bakat dimulai dari diri sendiri yaitu kemampuan dasar imajinasi dan kreasi. Salah satu kegiatan yang mendukung proses imajinasi dan kreasi adalah menggambar.

Diakui bahwa menggambar merupakan salah satu kegiatan yang menyenangkan bagi manusia, sebagai makhluk ciptaan Tuhan telah diberikan daya pikiran untuk membuat imajinasi, sehingga manusia pun membuat aksiologi profesi pelukis maupun ilustrator. Ilmu dari melukis tersebut dikenal dengan nama seni rupa, dapat dilakukan oleh anak-anak, orang dewasa sampai dengan orang tua. Proses belajar menggambar dapat dilakukan di pendidikan formal maupun informal melalui media pembelajaran.

Faber-Castell mengetahui keunggulan dari media pembelajaran tersebut terhadap perkembangan pembelajaran anak-anak di pendidikan formal, informal, maupun untuk digunakan secara individu. Pentingnya peranan media

pembelajaran di pendidikan seni rupa tersebut dimanfaatkan oleh Faber-Castell untuk membuat suatu media pembelajaran menggambar. Media yang diiringi promosi produk Faber-Castell program *Playing and Learning* atau lebih dikenal dengan istilah *Red Range*, yaitu rangkaian produk menggambar dan mewarnai yang ditujukan untuk anak-anak berusia 3 s.d 12 tahun. Program *Playing and Learning* memberikan dunia fantasi penuh warna bertujuan mengembangkan kreasi menggambar anak-anak. Kegiatan menggambar anak-anak merupakan langkah awal untuk meningkatkan prestasi belajar yang nantinya dapat membuat sebuah kreativitas, sehingga akan menghasilkan inovasi bagi perkembangan daya imajinasi individu berupa penciptaan karya seni.

Faber-Castell adalah salah satu produsen peralatan tulis-menulis dan menggambar telah membuka cabang di berbagai Negara. Persaingan produksi dengan produk lain membuat Faber-Castell melakukan teknik penjualan menyertakan hadiah (dinamakan *premium*) di beberapa produk kategori *Playing and Learning*. Produk dari Faber-Castell yang peneliti lihat di lapangan seperti *Connector Pen* berhadiah *premium VCD (Video Compact Disk)* yang juga merupakan media pembelajaran menggambar, salah satu media Desain Komunikasi Visual yang berhubungan dengan desain multimedia interaktif.

VCD pembelajaran menggambar produksi Faber-Castell ditujukan untuk penggunaan secara individu, sehingga pembelajaran tersebut pada dasarnya dapat dilakukan tanpa terikat oleh tempat dan waktu, serta kegiatan menggambar dilakukan dengan cara menyenangkan didukung dari produk Faber-Castell yang

telah konsumen beli. VCD juga merupakan alat bantu audiovisual yang berinteraksi antara Faber-Castell kepada *audience* terutama anak-anak.

Desain Komunikasi Visual yang terdapat pada VCD pembelajaran produksi Faber-Castell membawakan informasi dari perusahaan Faber-Castell kepada konsumen yang telah membeli produk Faber-Castell. Penyajian VCD tersebut memuat unsur komunikasi verbal, komunikasi nonverbal dan komunikasi visual, juga berhubungan dengan tanda verbal, tanda nonverbal dan tanda visual, yang dapat dikaji dengan ilmu semiotika bagaimana tanda itu dibuat, bagaimana maksud dari tanda itu, dan tujuan dari tanda tersebut.

Semiotika adalah ilmu mengenai tanda baik itu tanda dari kehidupan sehari-hari, seperti berinteraksi dengan alam lingkungan sekitarnya, dengan manusia dan dengan elektronik. Tanda-tanda dalam aktivitas manusia sehari-hari membantu menjalani kehidupan berdasarkan dengan konvensi yang berlaku. Semiotika sangat sarat akan tanda yang dapat memudahkan manusia untuk memahami informasi yang ditangkap berdasarkan makna, yaitu petanda dan penanda. Manusia akan selalu dipenuhi oleh informasi yang disampaikan media dan dapat dipahami dengan ilmu semiotika.

VCD pembelajaran produksi Faber-Castell dapat diteliti melalui analisis semiotik berdasarkan dengan jenis makna, tanda dan kode. Hal ini berhubungan juga dengan kegiatan menggambar diterangkan oleh Oistein Kristiansen sebagai seniman yang menggunakan produk Faber-Castell. Inilah menjadi usaha dari Faber-Castell untuk berinteraksi dengan masyarakat luas, mengasosiasikan Oistein sebagai seorang seniman sukses juga menggunakan produk Faber-Castell.

Video pembelajaran menggambar produksi Faber-Castell berjudul “Menggambar Kreatif bersama Oistein Kristiansen dan Faber-Castell Seri 1 s.d Seri 4”, yang telah peneliti tinjau di lapangan adalah sebagai berikut:

1. “Menggambar Kreatif bersama Einstein dan Faber-Castell: Petunjuk Menggambar Kreatif untuk Anak-anak Seri 1”.
2. “Menggambar Kreatif bersama Einstein dan Faber-Castell: Petunjuk Menggambar Kreatif untuk Anak-anak Seri 2”.
3. “Menggambar Kreatif bersama Einstein Kristiansen dan Faber-Castell Seri 3”.
4. “Menggambar Kreatif bersama Oistein Kristiansen dan Faber-Castell Seri 4”.

VCD pembelajaran menggambar produksi Faber-Castell yang terdiri dari empat seri, peneliti tertarik untuk memilih VCD pembelajaran seri keempat sebagai objek penelitian. Alasan peneliti memilih seri keempat adalah bahwa penyampaiannya lebih banyak mengarah kepada cara menggambar binatang langsung dilakukan di alam bebas, seperti di hutan dan lapangan bermain. Hal ini dilihat dari tokoh Oistein Kristiansen yang menggambar langsung di alam bebas mencoba memberikan penjelasan cara menggambar hewan ke bentuk yang lebih lucu dan lebih sederhana.

Peneliti tertarik untuk menganalisis semiotik terhadap VCD pembelajaran produksi Faber-Castell bekerjasama dengan Oistein Kristiansen sebagai pengajar menggambar, dapat ditelusuri dari alasan peneliti sebagai berikut:

1. Video pembelajaran Faber-Castel dengan target sasaran tertentu, yaitu anak-anak menyebabkan perwujudan video pembelajaran selalu diupayakan dalam konteks pemikiran anak-anak, sehingga memiliki batasan pada tata cara



penyampaian materi menggambar baik secara verbal maupun visual. Hal ini dapat dilihat dari karakterisasi perwujudan visual hasil menggambar yang dilakukan oleh Oistein Kristiansen.

2. Video pembelajaran menggambar merupakan salah satu media massa yang bertanggung jawab terhadap penyampaian pesan video tersebut dalam mengkondisikan pesan-pesan yang disebarkan.
3. Peneliti tertarik terhadap produk yang dihasilkan media. Salah satu ilmu yang tepat untuk menganalisis media yang sarat akan tanda adalah semiotika. Ilmu ini akan digunakan oleh peneliti untuk menganalisis semiotik terhadap VCD Pembelajaran “Menggambar Kreatif bersama Oistein Kristiansen dan Faber-Castell Seri 4”. Peneliti mempelajari VCD sebagai teks media dengan analisis tekstual yang memberikan sebuah pemahaman mengenai tanggapan peneliti.
4. Peneliti sebelumnya seorang desainer yang menciptakan desain grafis maupun desain multimedia mengolah seni ke penciptaan didukung ilmu dari Desain Komunikasi Visual, sedangkan dalam penelitian ini peneliti akan belajar mengolah seni yang diilmiahkan menggunakan analisis semiotik. Penciptaan media desain dengan penambahan ilmu pengetahuan yang relevan, memberikan nilai tambah bagi peneliti untuk menghadapi perkembangan teknologi dan informasi.
5. Kurangnya penelitian mengenai ilmu semiotika di Program Studi Pendidikan Seni Sekolah Pascasarjana – Universitas Pendidikan Indonesia, membuat peneliti ingin belajar mengetahui analisis semiotik.

## B. Rumusan Masalah

Difusi informasi teknologi dari media pembelajaran Faber-Castell disampaikan kepada anak-anak dan orang tua anak-anak tersebut, sampai saat ini mempengaruhi konsumen Faber-Castell yang dikonstruktif melalui kepandaian seorang seniman bernama Oistein Kristiansen. Peneliti menginterpretasi sebuah VCD pembelajaran menggambar produk Faber-Castell hanya membahas ihwal yang berkaitan dengan jenis makna, tanda dan kode.

Maka berdasarkan latar belakang masalah di atas dapat dirumuskan masalah penelitian umum, yaitu “Bagaimana tingkatan tanda dan jenis kode berdasarkan teori Roland Barthes dan jenis tanda berdasarkan teori Charles Sanders Peirce serta penerapannya pada VCD pembelajaran menggambar produksi Faber-Castell?”

Sedangkan masalah penelitian khusus, adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana tingkatan tanda, yaitu: denotasi dan konotasi berdasarkan teori Roland Barthes dan penerapannya pada VCD pembelajaran menggambar produksi Faber-Castell?
2. Bagaimana jenis tanda, yaitu: ikon, indeks dan simbol berdasarkan teori Charles Sanders Peirce dan penerapannya pada VCD pembelajaran menggambar produksi Faber-Castell?
3. Bagaimana jenis-jenis kode, yaitu: kode hermeneutika, kode semantik, kode simbolik, kode narasi dan kode kultural berdasarkan teori Roland Barthes dan penerapannya pada VCD pembelajaran menggambar produksi Faber-Castell?



### **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### **1. Tujuan Umum**

Penelitian bertujuan umum untuk memberikan pemahaman analisis semiotik terhadap eksistensi tanda dari jenis makna, tanda dan kode yang sering digunakan dalam VCD pembelajaran menggambar produksi Faber-Castel. Maka dari itu, melalui pemahaman analisis semiotik diharapkan tidak terjadi kesalahpahaman antara komunikator dan komunikan terhadap pesan-pesan media dalam konteks penyebaran informasi kepada *audience*.

#### **2. Tujuan Khusus**

Penelitian bertujuan khusus untuk memahami analisis semiotik terhadap VCD pembelajaran menggambar produksi Faber-Castell, dengan menggunakan teori Roland Barthes berdasarkan jenis makna denotasi dan konotasi serta berdasarkan jenis kode hermeneutika, kode semantik, kode simbolik, kode narasi dan kode kultural; teori Charles Sanders Peirce berdasarkan jenis tanda ikon, indeks dan simbol.

### **D. Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian adalah sebagai berikut:

1. Peneliti dapat menyumbangkan pemikirannya bagi perkembangan ilmu semiotika dengan mengkaji jenis makna, tanda dan kode. Peneliti pun dapat menambah wawasan dan pemahamannya melalui materi VCD pembelajaran menggambar produksi Faber-Castell;

2. Program Studi Pendidikan Seni Sekolah Pascasarjana akan menambah perbendaharaan ilmu pengetahuan mengenai analisis semiotik VCD pembelajaran menggambar produksi Faber-Castell;
3. PT. Faber-Castell International Indonesia mendapat hasil penelitian yang akan dijadikan pedoman membuat VCD pembelajaran menggambar selanjutnya;
4. Bagi yang akan membuat video pembelajaran akan mendapat informasi mengenai cara belajar yang layak dibuat, terutama mengenai gagasan penciptaan video pembelajaran.
5. Masyarakat khususnya mahasiswa dan umumnya orang tua akan mendapat wawasan analisis semiotik terhadap VCD pembelajaran menggambar produksi Faber-Castell.

#### **E. Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode analisis tekstual (*textual analysis*) dengan pendekatan semiotik mengkombinasikan semiotika struktural yang dikembangkan oleh Saussure dan Roland Barthes dengan semiotika Charles Sanders Peirce. Peirce membantu menjelaskan relasi gambar dengan apa yang digambarkan. Analisis tekstual digunakan untuk melakukan pengamatan penelitian secara terus-menerus agar peneliti dapat melihat sesuatu secara cermat, terinci dan mendalam. Analisis tekstual menjadikan peneliti dapat membedakan mana yang berdasarkan teori Roland Barthes dan teori Charles Sanders Peirce di VCD pembelajaran menggambar produksi Faber-Castell seri 4. Data-data dikumpulkan dengan mengamati unsur-unsur atau elemen tanda pada sebuah

objek yang akan diteliti menggunakan metode yaitu: observasi yang telah dilakukan peneliti bertujuan untuk mencari data penelitian; eksplorasi data pustaka dilakukan untuk membantu penulis dalam mengkaji dan menambah literatur penulisan penelitian melalui buku, surat kabar, majalah serta internet.

#### **F. Sistematika Penulisan**

Tesis ini terbagi atas lima bab dengan bab pertama dimulai pendahuluan yang menjelaskan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, serta sistematika penulisan yang digunakan dalam penelitian analisis semiotik terhadap VCD pembelajaran “Menggambar Kreatif bersama Oistein Kristiansen dan Faber-Castell Seri 4”.

Bab kedua memaparkan landasan teori berdasarkan semiotika, hubungan antara semiotika dengan video, Desain Komunikasi Visual serta hal-hal yang berhubungan dengan DKV yaitu unsur-unsur DKV, video sebagai media pembelajaran serta teknik video, setelah itu yang terakhir adalah aktor.

Bab ketiga merupakan penjabaran lebih rinci tentang metode penelitian yang secara garis besar telah disajikan pada Bab pertama.

Bab keempat berisi data dari PT. Faber-Castell International Indonesia, analisis semiotik terhadap VCD pembelajaran “Menggambar Kreatif bersama Oistein Kristiansen dan Faber-Castell Seri 4”, rangkuman *sequence* VCD, serta sintesis jenis tanda, makna dan kode.

Bab kelima sekaligus penutup dalam tesis ini memberikan kesimpulan penelitian dan saran selanjutnya bagi penelitian analisis semiotik.