# BAB I

# PENDAHULUAN

## **1.1 Latar Belakang Masalah**

Sering terjadi saat ini banyak orang tua yang terlena membiarkan anak dengan gadgetnya menonton konten tanpa pengawasan sehingga menyebabkan sang anak mengalami keterlambatan dalam berkomunikasi dengan baik. Pada masa pandemi anak terpaksa harus selalu berada di dalam rumah. Sedangkan, sebelumnya, anak-anak yang sudah terbiasa main di luar akan merasa bosan saat diharuskan untuk main di rumah saja. Maka dari itu, pelarian satu-satunya adalah televisi dan gadget dengan hanya berfokus pada layar membuat interaksi anak dengan lingkungannya berkurang.

Situasi kondisi anak usia 2 samapai 7 tahun yang sedang dalam tahap belajar berbicara akan mengalami kekurangan stimulasi karena itu. Hal ini yang dapat menjadi salah satu penyebab anak kemudian mengalami terlambat bicara. Saat ini kemajuan teknologi merubah pesat kebiasaan dan kebudayaan yang ada di seluruh dunia yang mengakibatkan distorsi informasi lintas generasi yang tersampaikan dengan adanya internet dengan konten yang masih minim perhatian maupun pengawasan dari lembaga berkepentingan yang ada di Indonesia terlebih penting lagi pengawasan dari orang tua dalam pengarahan di rumah dalam waktu luang bersama keluarga.

Internet sekarang sudah menjadi kebutuhan pokok bagi seluruh orang yang di dunia. Semua informasi bisa diakses menggunakan internet. Dahulunya internet hanya digunakan untuk pertukaran informasi dan surat menyurat, namun sekarang dengan adanya media baru fungsi internet tidaknya menjadi pusat informasi, tapi juga hiburan dan alat yang edukatif, Youtube misalnya, orang-orang bisa belajar praktik langsung dengan menonton video Youtube. Youtube dapat diakses oleh siapa dan di mana saja, salah satunya untuk anak-anak usia dini, Youtube menjadi sarana yang edukatif dalam mengasah kreativitas anak usia dini.

Beberapa ahli Psikolog mengatakan bahwa anak cenderung menyerap secara utuh apa yang ia lihat, dan ia akan belajar dari apa yang ia lihat. Hal ini dapat memicu kreativitas bagi anak-anak usia dini. Kreativitas setiap individu dapat dilihat dari segi bagaimana ia membuat sesuatu yang terpikirkan karena ia melihat suatu objek yang telah ada kemudian ia inovasikan kepada bentuk yang baru. Ini menarik perhatian penulis untuk mengidentifikasi dan mendeskripsikan dampak tontonan video Youtube pada perkembangan kreativitas anak usia dini. Desain komunikasi visual terus berkembang seiring berkembangnya teknologi, memanfaatkan budaya dan pengetahuan untuk menghasilkan bentuk ide dan kreativitas baru (Yurisma & Prasetya, 2021, hlm. 39).

Keberhasilan dalam mengembangkan kreativitas anak ditentukan keterampilan berpikir dan bekerja kreatif, dan motivasi intrinsik, untuk itu suasana yang kondusif dan semangat dari orang tua bisa menjadi motivasi bagi anak di usia dini, dengan hasil penelitian Anak-anak cenderung senang melihat gambar visual yang berwarna dan musik yang menarik, sehingga mengaktifkan otak kanan anak untuk berpikir kreatif. Karena anak cenderung menyerap utuh apa yang ia lihat, agar anak lebih kreatif hendaknya diberikan tontonan video Youtube yang lebih edukatif, karena konten video Youtube disiarkan secara bebas, misalnya video cara bernyanyi, menari, mewarnai, dan lain-lain.

Diagram 1. Penggunaan Platform Sosial Media Di Indonesia per Januari 2023

(Sumber: Slice .com)



Menurut survei (KPAI, 2020) bahwa sekitar 52 % anak menonton Youtube setiap harinya. Fokus penelitian dari artikel ini adalah fokus terhadap fenomena penggunaan media sosial Youtube pada anak usia dini. Tujuan penelitian dari artikel ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh media sosial Youtube pada anak usia dini. Serta untuk mengetahui bagaimana masyarakat menyikapi fenomena tersebut. Karena umumnya media sosial dianggap penting dan banyak dipercaya oleh masyarakat, sehingga masyarakat yang berpendapat seperti itu banyak yang menyikapinya dengan positif, namun ada juga yang menganggap penggunaan media sosial khususnya untuk anak usia dini, akan menimbulkan hal negatif bagi penggunanya, sehingga banyak yang menjaga jarak dengan media sosial *mainstream* seperti Youtube. Perubahan pada perilaku mengacu pada aktivitas seseorang dalam hubungannya dengan orang lain dan dirinya sendiri (Sopandi dkk., 2021, hlm. 236).

Desain komunikasi visual bertujuan untuk menginformasikan, menginstruksikan, dan membujuk. Komunikasi visual sebagai suatu sistem yang memenuhi kebutuhan manusia dalam bidang informasi visual melalui simbol-simbol kasat mata saat ini berkembang sangat pesat (Arifianto, 2021, hlm. 124).

Visualisasi desain karakter disesuaikan dengan konsep cerita yang ada. Konsep visualnya dibuat dengan mempertimbangkan berbagai elemen desain, dengan tujuan untuk memudahkan penonton mengenali karakter serta memberikan gambaran dan kesan yang tepat. Mampu menciptakan konsep unik dan khas yang bersifat simbolik dan khas, serta dapat terjalin hubungan komunikatif timbal balik, memudahkan pengenalan karakter (Arfina dkk., 2023, hlm. 43).

Konten atau film pada umumnya penuh dengan konflik yang dialami tokoh utamanya. Sama seperti di kehidupan nyata, perubahan kepribadian yang menjadi dasar pemecahan masalah terjadi karena kecerdasan emosional sang protagonis. Selain itu, motivasi mereka untuk berubah juga berkaitan dengan unsur-unsur yang mendasari watak, keinginan, dan karakter moral tokoh tersebut (Nyoman dkk., 2023, hlm. 578). Aspek komunikasi visual ini diharapkan mampu meyakinkan masyarakat terhadap konten yang dibuat oleh desainer komunikasi visual. Hadirnya aspek-aspek tersebut membawa perubahan fungsi pangan dalam masyarakat. Di dunia sekarang ini, pangan tidak hanya menjadi kebutuhan pokok, namun juga menjadi gaya hidup dan daya tarik ekonomi yang patut diperhatikan (Arifianto, 2021, hlm. 124).

Perkembangan teknologi terkini telah memberikan perangkat digital nilai hiburan dan interaktif, menjadikan televisi, ponsel, tablet, laptop, dan komputer menjadi bagian yang sangat penting dalam kehidupan sehari-hari (Simanjuntak, 2023, hlm. 64). Orang tua sering kali mengizinkan anak-anak mereka menonton film saat makan atau saat anak bermain (Mortensen dkk., 2023, hlm. 667).

Diharapkan penelitian ini bisa menjadi sebuah pembelajaran dan bisa membantu membuka pola pikir masyarakat khususnya orang tua terhadap sebuah fenomena yang terjadi di era digital ini. Anak berumur 1-5 tahun akan mengalami fase rasa ingin tahu dan senang bereksplorasi terhadap banyak hal, seperti senang melihat binatang dan ingin memiliki peliharaan, senang mengoleksi barang kegemaran, senang menonton kartun dan bahkan senang menonton Youtube. Anak-anak yang menggunakan media sosial Youtube banyak yang didasari oleh rasa penasaran mereka ketika melihat orang di sekitarnya melakukan hal tersebut, secara cepat anak-anak akan menangkap dan mengingat apa yang mereka lihat dan apa yang mereka rasakan. Selain itu anak-anak atau generasi alfa ini sejak kecil telah akrab dengan teknologi dan internet. Sehingga tak heran jika saat ini anak-anak mahir dalam mengakses internet, termasuk Youtube, dan konten terkait generasi alfa dengan mudah menarik penonton. berdasarkan laman *Protect Young Minds*, sebanyak 73 persen anak-anak berusia 5-15 tahun menonton Youtube dan 37 persen anak pra-sekolah rutin menonton Youtube (Times, 2020). Dengan potensi sebesar itu, sangat penting untuk mengarahkan tontonan anak agar sesuai dengan usianya (Ardi dkk., 2021, hlm. 50).

Pengembangan rumusan pengetahuan (apa), prosedur pengetahuan (bagaimana), dan pengetahuan kondisional (kapan dan berapa) untuk meningkatkan pendidikan karakter dapat dilakukan melalui pemutaran film televisi. Hal ini karena konten dapat menyampaikan pesan lebih dari sekedar kata-kata bahkan secara visual (Fetrimen & Fatmasari, 2021, hlm. 156). Peningkatan jumlah pengguna media sosial dipengaruhi oleh perkembangan teknologi informasi dan komunikasi serta perkembangan ideologi dunia mengenai tatanan sosial yang demokratis. Masyarakat demokratis mengakui hak setiap individu dan komunitas untuk membuktikan eksistensinya. Selain itu, mereka berambisi untuk bertanggung jawab atas situasi yang muncul. Faktor-faktor inilah yang menjadi alasan beberapa negara menyederhanakan proses pembuatan dan penyebaran informasi (Realita & Setiadi, 2022, hlm. 101). Pada dasarnya anak-anak memang membutuhkan hiburan. Namun kalau mereka kelewat asyik atau menikmati hiburan secara berlebihan, apalagi mendapat suguhan konten yang kurang pas untuk mereka, tentu saja menjadi masalah. Akan ada dampak atau efek negatif bagi perkembangan anak-anak. Genre film animasi cenderung berkembang lambat di Indonesia. Penelitian yang memungkinkan anak mendapatkan pendidikan dalam kehidupan sehari-hari juga sulit ditemukan (Kasim dkk., 2022, hlm. 197)

Salah satu media pembelajaran interaktif yang sering digunakan adalah video animasi. Video animasi adalah sekumpulan gambar statis yang saling berhubungan kemudian ditayangkan bergantian dalam waktu cepat. Pemanfaatan media pembelajaran yang menarik dapat menciptakan pembelajaran yang menyenangkan sehingga tujuan pembelajaran akan mudah dicapai. Media Video Animasi memiliki daya tarik bagi anak-anak usia 2 sampai 7 tahun dan memudahkan daya pemahaman anak-anak terhadap edukasi dengan kemasan yang sangat menyenangkan dari konten yang mereka tonton dalam platform media sosial khususnya Youtube. Masa anak – anak adalah masa-masa yang paling penting bagi perkembangan hidup manusia. Maka apa pun tontonan yang diberikan, disuguhkan dan diterima anak-anak kita pada masa itu sudah seharusnya merupakan hal-hal yang terbaik. Jangan sampai hiburan di media sosial itu justru membuat anak-anak menjadi tidak baik. Apalagi kalau tontonan atau konten yang diperoleh si anak-anak memang kurang mendidik. Dampaknya mungkin belum akan terasa sekarang.

Pasangan suami istri, Yon Tanto dan Chitra Astriana, yang juga merupakan konten kreator hiburan anak-anak dengan nama BaLiTa, menghadirkan tiga karakter hewan, yaitu Baba (Gajah), Lili (Burung Nuri), dan Tata (Monyet / kera), mewakili binatang-bintang khas Indonesia. Masing-masing karakter ini memiliki pengaruh yang kuat. Pada tahun 2014, Chitra Astriana yang merupakan mantan kepala sekolah taman kanak-kanak, dan Yon Tanto memutuskan untuk mengisi kekosongan tersebut dengan lagu-lagu baru untuk anak-anak. Mereka mengemas lagu-lagu tersebut dengan visual animasi agar lebih menarik. Saat ini, konten mereka tidak hanya berupa musik, tetapi telah berkembang menjadi cerita-cerita yang lebih kompleks.

Dengan lebih dari 13 juta *subscribers* di kanal Youtube mereka, mereka melampaui konten hiburan anak-anak internasional. BaLiTa, yang memulai perjalanan mereka dengan membuat musik anak-anak, telah mengembangkan konten mereka menjadi cerita yang edukatif dan memberikan solusi kepada orang tua yang menyayangi anak-anaknya dengan konten edukatif dalam sebuah *storyline* yang menarik dan positif dalam tumbuh kembang anak.

*Intellectual Property* (IP) atau kekayaan intelektual (KI) adalah kekayaan yang tercipta dari kemampuan intelektual manusia seperti ilmu pengetahuan, teknologi, seni, dan sastra. IP meliputi karya seni, penemuan, karya kreatif, kata-kata, simbol, desain, dan lain-lain. Ketiga karakter ini memberikan peluang untuk berkembang dalam cerita yang bernilai edukasi tinggi, seperti pengenalan sifat, persatuan, persahabatan, dan sikap positif lainnya yang penting bagi tumbuh kembang anak. Baba, Lili dan Tata memperkenalkan topik-topik seperti ekosistem, keanekaragaman dan keterampilan sosial dengan cara yang menghibur.

Pemanfaatan satwa seperti gajah, burung, dan kera dekat dengan budaya dan alam Indonesia. Misalnya, gajah mempunyai simbolisme yang kuat di beberapa daerah di Indonesia, seperti Sumatera, yang sering dikaitkan dengan ukuran dan kekokohan. Hal ini meningkatkan nilai mereka dari sudut pandang budaya dan membuat karakter-karakter ini lebih dapat diterima oleh penonton lokal. Kehadiran platform digital dan layanan streaming seperti YouTube membuat animasi anak-anak seperti BaLiTa mudah diakses dan dikenal luas. Karakter-karakter ini juga dapat digunakan dalam aplikasi pendidikan dan permainan interaktif yang menekankan pembelajaran melalui permainan. Melihat potensi yang ada, IP animasi karakter BaLiTa akan menjadi salah satu IP animasi Indonesia yang kuat dan relevan, terutama untuk memenuhi kebutuhan konten anak-anak yang mendidik, menghibur, dan berbasis budaya lokal.

Berdasarkan latar belakang di atas maka peneliti memberikan judul Analisis Desain Karakter Pada Tokoh Animasi “BaLiTa” Melalui Tinjauan Charles Sanders Peirce yang akan dikaji lebih dalam mengenai makna dari karakter tersebut.

### Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dijabarkan terkait permasalahan, maka peneliti memberikan permasalahan terkait penelitian yakni.

1. Seperti apa bentuk desain karakter pada tokoh animasi BaLiTa?
2. Pemaknaan apa yang muncul dari bentuk karakter pada tokoh animasi BaLiTa ditinjau melalui semiotika Charles Sanders Peirce?

### Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. **Tujuan Penelitian**

Berdasarkan permasalahan dan latar belakang, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Memahami bentuk desain karakter pada tokoh animasi BaLiTa.
2. Menilai pemaknaan apa yang muncul dari bentuk karakter pada tokoh animasi BaLiTa ditinjau melalui semiotika Charles Sanders Peirce”.
3. **Manfaat Penelitian**

Berdasarkan dari latar belakang dan permasalahan, maka dirumuskan manfaat praktis penelitian.

1. Diharapkan penelitian ini dapat lebih memahami rangsangan dari karakter animasi terhadap BaLiTa dari kanal Youtube “BaLiTa”.
2. Membantu anak dalam memahami pemaknaan simbol dari karakter yang dipaparkan dari kanal Youtube “BaLiTa”.
3. Penelitian ini dapat menjabarkan manfaat yang disampaikan berupa nilai seperti persahabatan, kejujuran dan keberanian dari karakter animasi binatang di kanal Youtube “BaLiTa”.

Adapun manfaat teoritis penelitian ini yakni.

1. Menjadikan penelitian ini sebagai acuan untuk referensi peneliti yang akan datang.
2. Dapat menjadi visioner dari generasi saat ini terkait semiotika dari karakter animasi Baba Lili dan Tata.