

**KAJIAN SEMIOTIKA PERUBAHAN MASKOT
MAJALAH ANAK-ANAK 'BOBO' PADA TAHUN 1973,
2007, DAN 2009**



PENGAJIAN

Disusun oleh:

Priscilia Panti Meyrina
1012004024

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA
YOGYAKARTA
2015**

Tugas Akhir Pengkajian berjudul:

KAJIAN SEMIOTIKA PERUBAHAN MASKOT MAJALAH ANAK-ANAK 'BOBO' PADA TAHUN 1973, 2007, DAN 2009 diajukan oleh Priscilia Panti Meyrina, NIM. 1012004024, Program Studi Desain Komunikasi Visual, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta, telah dipertanggungjawabkan di depan Tim Penguji Tugas Akhir pada tanggal 26 Januari 2015 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Pembimbing I/Anggota



si

Institut Seni Indonesia Yogyakarta,

Ketua Jurusan Desain/Anggota

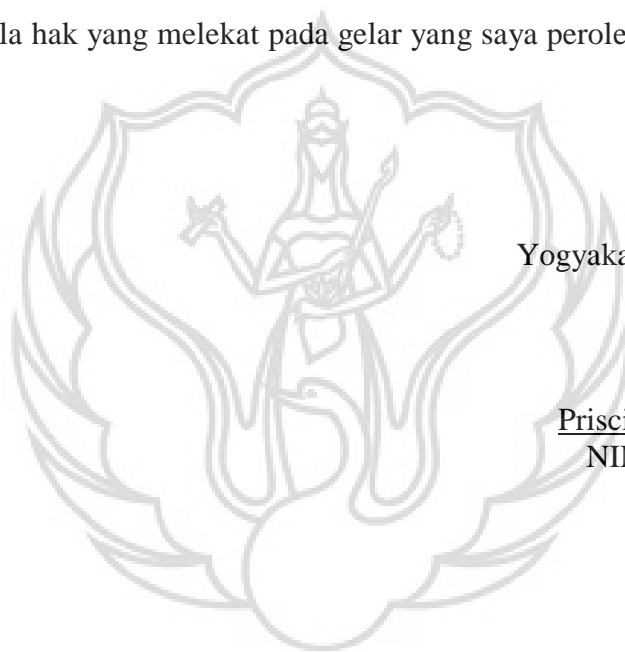
Dr. Suastiwi, M.Des.
NIP. 19590802 198803 2 002

M. Sholahuddin, S.Sn., MT.
NIP. 19570513 198803 1 001

PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa seluruh materi dalam skripsi ini adalah hasil karya tulis saya sendiri dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar Kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, kecuali yang tersebutkan sumbernya dengan jelas dalam skripsi ini.

Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguhnya, apabila nanti di kemudian hari ternyata pernyataan saya ini tidak benar, maka saya bersedia dituntut menurut ketentuan perundang-undangan yang berlaku dan bersedia melepas segala hak yang melekat pada gelar yang saya peroleh berdasarkan karya skripsi.



Yogyakarta, 7 Januari 2015

Priscilia Panti Meyrina
NIM. 1012004024

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Kasih yang selalu menaungi, menenangkan, memberikan rahmat, dan membimbing penulis dalam menyelesaikan Skripsi sebagai syarat menyelesaikan studi di Jurusan Desain Komunikasi Visual Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta.

Skripsi ini juga terwujud berkat peran serta dukungan dari berbagai pihak, untuk itu dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. M. Agus Burhan, M.Hum, selaku Rektor Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
2. Dr. Suastiwi, M.Des, selaku Dekan Fakultas Seni Rupa dan Desain Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
3. M. Sholahuddin, ST., MT, selaku Ketua Jurusan Seni Rupa dan Desain Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
4. Drs. Hartono Karnadi, M.Sn, selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
5. Dosen Pembimbing I, Drs. Umar Hadi, MS, terima kasih atas semangat, ide segar, arahan, dan dorongan selama menyelesaikan Skripsi ini.
6. Dosen Pembimbing II, Dr. Prayanto W. H, M.Sn, terima kasih atas semangat, ide segar, arahan, dan dorongan selama menyelesaikan Skripsi ini.
7. Penguji ahli, Hesti Rahayu, S.Sn., MA, terima kasih atas arahan dan bimbingan yang telah diberikan dalam menyelesaikan Skripsi ini.
8. Ibu Kususani Prihatmoko, selaku Pimpinan Redaksi Majalah Bobo yang telah memberikan waktu, tempat, dan sharing perjalanan Majalah Bobo sehingga penulis dapat mengambil data dan menyelesaikan Skripsi ini.
9. Semua Tim Redaksi Majalah Bobo atas keramahan yang diberikan selama penulis melakukan penelitian di kantor Majalah Bobo.
10. Orang tua saya yang selalu sabar dan mendoakan anaknya, terima kasih atas kepercayaan dan memberikan kebebasan kepada anaknya sehingga saya bisa terjun ke dunia sesuai *passion* saya.

11. Kakak tercinta yang memberikan banyak cerita, dan cara bertahan hidup supaya saya aman selama merantau.
12. Adik Lintang (Alm.) terima kasih atas kasih, harapan, dan semangat yang tak pernah padam yang selalu kaupancarkan selama hidupmu.
13. Keluarga besar tercinta atas kasih sayang, kesabaran, dan semangat yang diberikan kepada saya.
14. Papa Popop dan keluarga yang mengajari apa itu fokus, pengendalian diri, kepekaan, dan mengajarkan dengan hati tentang Jemparingan.
15. Agung Swandaru yang telah berbagi cerita masa kecilnya, dan dukungan sehingga Skripsi ini dapat terselesaikan.
16. Teman-teman Dilla, Rani, Momo, Santi, Cipudh, Samid, Itang yang benar-benar kuat dan tahan lama, terima kasih atas semangat, tawa, dan dukungannya.
17. Keluarga Rwe Media, Bunda Netty, Mas Hafid, Mas David, Mbak Desta, Mas Dodot, Mas Koko, Mas Ricky, Mas Christ, Bella, Mbak Dindit, Dhimas, Sekar, Erny, terima kasih atas kepercayaan dan kesempatan yang diberikan kepada saya, sehingga saya dapat bekerja dan menyelesaikan Skripsi ini.
18. Teman-teman Rumah Kita, terima kasih atas ide gila, refleksi, dan doa yang selalu menyertai.
19. Teman-teman Paguyupan Malem Jumat Gereja Ganjuran, terima kasih atas doa yang diberikan.
20. Teman-teman Taling Tarung, terima kasih atas dukungannya.
21. Para pegawai dan *staff* yang memberikan kemudahan dalam proses Skripsi.
22. Eutimos Paramataty, terima kasih atas tawa, semangat, dukungan, doa, dan karya yang kita ciptakan bersama.
23. Serta semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu.

Yogyakarta, 7 Januari 2015

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Kasih penulis lantungkan, karena hanya dengan rahmat dan kasihNya penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini.

Tujuan dari penulisan Skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat akademis guna mendapatkan gelar Sarjana Strata-1 Jurusan Desain Komunikasi Visual di Institut Seni Indonesia Yogyakarta. Skripsi ini berjudul “KAJIAN SEMIOTIKA PERUBAHAN MASKOT MAJALAH ANAK-ANAK ‘BOBO’ PADA TAHUN 1973, 2007, DAN 2009”, yang dalam proses penulisannya banyak pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung termasuk moril maupun materil. Untuk itu, dari hati penulis yang paling tulus mengucapkan banyak terima kasih semoga Tuhan membalas segala kebaikan yang telah diberikan kepada penulis.

Adapun berbagai kritik masukan dan saran dari berbagai pihak sangat penulis harapkan untuk membuat Skripsi ini menjadi lebih baik. Akhir kata, semoga semoga Skripsi ini dapat berguna bagi penulis dan pembaca.

Yogyakarta, 7 Januari 2015

Penulis

Abstrak

Majalah anak-anak “Bobo” telah berkiprah di Indonesia selama lebih dari 40 tahun. Selama itu pula, majalah “Bobo” berdinamika bersama pembaca dengan cara menyuguhkan konten dan visual, yang sesuai dengan pembacanya. Dinamika tersebut tampak dari maskot, bernama “Bobo”, yang selalu hadir di majalah untuk menyapa dan berkomunikasi dengan pembaca. Setiap maskot tentunya memiliki makna yang mampu menyampaikan visi dan misi sebuah *brand*. Selama empat puluh tahun berkiprah, majalah “Bobo” sudah mengalami enam kali perubahan maskot. Dari enam bentuk maskot tersebut, dipilih tiga maskot yang dianggap mewakili perubahan yang terjadi di masyarakat.

Analisis dengan menggunakan teori semiotika dilakukan untuk mengungkap makna yang terkandung dalam maskot. Perubahan-perubahan tersebut disebabkan oleh berubahnya selera *target audience* dari majalah “Bobo”. Sedangkan perubahan selera pembaca disebabkan oleh adanya faktor eksternal yang dialami oleh anak-anak, sebagai pembaca majalah “Bobo”. Adanya perubahan *trend* pada cara berpakaian, hadirnya artis cilik yang menyanyikan berbagai lagu anak-anak, hingga penampilan idola cilik yang menjadi panutan pembaca, mampu menjadi petunjuk selera pembaca majalah “Bobo”. Penampilan maskot majalah anak-anak “Bobo” ini berubah dengan mengikuti selera pembacanya.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa maskot berubah dengan mengikuti selera pembaca. Makna yang terkandung pada maskot juga merepresentasikan kondisi pembaca pada tahun-tahun tertentu. Majalah anak-anak “Bobo” merupakan majalah yang cerdas karena menggunakan maskot yang memiliki fleksibilitas tinggi, sehingga maskot dapat menyesuaikan selera pembaca dan pembaca menjadi loyal terhadap “Bobo”.

Keyword: Majalah anak – anak “Bobo”, perubahan maskot, semiotika

Abstract

Children's magazine, "Bobo", has been active in Indonesia for more than 40 years. During that time, this magazine interact with the reader by its content and visual, which is suitable with them. The interaction is that its mascot, named "Bobo", always attends in the magazine to greet and communicate with readers. Each mascot certainly has a meaning that is capable of delivering brand's vision and mission. In this forty years, "Bobo" magazine already made six changes in its mascot. From that six mascots, chose three mascots, considered to represent the change in the society.

Analysis with semiotic theory did to reveal the mascot's meaning. The changes are due to the changes of target audiences' taste. The taste changes happened because of some external factors experienced by children, as "Bobo" magazine's readers. The change of trend in the way of dressing, the presence of young artists who sing children's songs, also the appearance of their idol who became a role model to the reader, can be a clue to see "Bobo" magazine readers' taste. Mascot's appearance changes in order to adapt with changes of readers' taste.

This study concludes that the mascot's changes in order to adapt with readers' taste. Meaning contained in the mascot also represents readers' condition in certain years. Children's magazine "Bobo" is a clever magazine for using a mascot that has high flexibility, so the mascot can adjust readers' and also the readers can be loyal to "Bobo".

Keyword: Children's magazine "Bobo", mascot's changes, semiotics

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.	i
HALAMAN PENGESAHAN.	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.	v
HALAMAN UCAPAN TERIMA KASIH	vi
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Batasan Masalah.....	4
D. Tujuan Penelitian	4
E. Manfaat Penelitian	5
F. Sistematika Penulisan Skripsi	5
BAB II. LANDASAN TEORI	7
A. Kajian Pustaka	7
B. Landasan Teori	9
1. Maskot.....	9
a. Karakter	14
1). Hewan sebagai Simbol.....	15
b. Tubuh	24
1). Kepala	24
2). Mata	25
3). Rambut	25

4). Gigi	25
5). Mulut	25
6). Lidah	25
7). Telinga	26
8). Hidung	26
9). Tangan	26
10). Kaki	26
11). Ekspresi Wajah	26
c. Pakaian sebagai Simbol	27
1). Sejarah Pakaian Barat	28
2). Kode Pakaian	31
3). Simbol dalam Pakaian	32
2. Desain	36
a. Warna	37
b. Tipografi	43
3. Semiotika	46
a. Roland Barthes	48
b. Charles Sanders Pierce	50
C. Data	51
1. Majalah Bobo	52
2. Media Sosial Bobo	54
a. <i>Website</i>	54
b. <i>Facebook</i>	56
c. <i>Twitter</i>	58
3. Maskot Majalah Bobo	59
BAB III. METODE PENELITIAN	80
A. Metode Penelitian	80
B. Objek Penelitian	84
C. Populasi dan Sampel	85
1. Populasi	86
a. Maskot Periode Pertama	86

b. Maskot Periode Kedua	87
c. Maskot Periode Ketiga	88
d. Maskot Periode Keempat	89
e. Maskot Periode Kelima	90
f. Maskot Periode Keenam	92
2. Sampel	93
D. Metode Pengumpulan Data	96
1. Observasi tak Berperan	97
2. Dokumentasi dan Konten Analisis	97
3. Studi Pustaka	97
E. Metode Analisis Data	97
1. Identifikasi Objek atau Data	98
2. Deskripsi	99
3. Analisis Semiotika	99
BAB IV. ANALISIS	101
A. Kelinci Sebagai Maskot	101
1. Deskripsi	103
2. Analisis Semiotika	106
B. Maskot “Bobo” Periode Pertama (1973)	118
1. Deskripsi	119
2. Analisis Semiotika	122
3. Media dan Anak-anak pada Era Maskot Periode Pertama	130
C. Maskot “Bobo” Periode Ketiga (2007)	137
1. Deskripsi	137
2. Analisis Semiotika	140
3. Media dan Anak-anak pada Era Maskot Periode Ketiga	148
D. Maskot “Bobo” Periode Keenam (2009)	155
1. Deskripsi	155
2. Analisis Semiotika	158
3. Media dan Anak-anak pada Era Maskot Periode Keenam	165
BAB V. PENUTUP	172

A. Kesimpulan	172
B. Saran	175
DAFTAR PUSTAKA	177
GLOSARIUM	181
LAMPIRAN	182



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Maskot Olimpiade 2008 di China	10
Gambar 2.2. Kumpulan Maskot Kepolisian di Jepang	11
Gambar 2.3. <i>The White Rabbit</i> , Karakter dalam <i>Alice in Wonderland</i>	15
Gambar 2.4. Harimau	16
Gambar 2.5. Zakumi	17
Gambar 2.6. Hanoman	18
Gambar 2.7. Pinky-kun	18
Gambar 2.8. Kuda	19
Gambar 2.9. Joushu-kun dan Miyama-chan	20
Gambar 2.10. Sapi	21
Gambar 2.11. Maskot Cimory	21
Gambar 2.12. Kelinci	23
Gambar 2.13. Maskot Olimpiade Musim Dingin Sachi 2014	23
Gambar 2.14. Ekspresi Wajah	27
Gambar 2.15. Kepala Penduduk Asli Amerika dengan Hiasan Kepala.....	34
Gambar 2.16. Sepatu Boots.....	35
Gambar 2.17. <i>Glove</i> /Pelindung Tangan	35
Gambar 2.18. Mantel	36
Gambar 2.19. Lingkaran Warna	39
Gambar 2.20. Gambar Contoh Tipografi	45
Gambar 2.21. Triadik Pierce	50
Gambar 2.22. <i>Cover</i> Majalah “Bobo” Tahun 1973	53
Gambar 2.23. <i>Cover</i> Majalah “Bobo” Tahun 2013	53
Gambar 2.24. Tampilan <i>Website</i> Kidnesia	55
Gambar 2.25. Tampilan Rubrik “Bobo” dalam <i>Website</i> Kidnesia	56
Gambar 2.26. Tampilan <i>Cover Facebook</i> Majalah “Bobo”	57
Gambar 2.27. Tampilan Maskot Majalah “Bobo” dalam <i>Facebook</i>	57
Gambar 2.28. Tampilan <i>Posting</i> Kegiatan <i>Offline</i> yang Diadakan oleh Majalah “Bobo” dan Diunggah di <i>Facebook</i> Majalah “Bobo”	58

Gambar 2.29. Tampilan <i>Twitter</i> @majalah_”Bobo”	59
Gambar 2.30. Tampilan Maskot Majalah “Bobo” dari Tahun 1973-2014	59
Gambar 2.31. Maskot Majalah “Bobo” Belanda	60
Gambar 2.32. “Bobo” pada Tahun 1973	60
Gambar 2.33. “Bobo” pada Tahun 1974	61
Gambar 2.34. “Bobo” pada Tahun 1975	61
Gambar 2.35. “Bobo” pada Tahun 1976	62
Gambar 2.36. “Bobo” dan Coreng pada Tahun 1977	62
Gambar 2.37. “Bobo” pada Tahun 1978	63
Gambar 2.38. “Bobo” pada Tahun 1979	63
Gambar 2.39. “Bobo” pada Tahun 1980	64
Gambar 2.40. “Bobo” pada Tahun 1981	64
Gambar 2.41. “Bobo” pada Tahun 1982	65
Gambar 2.42. “Bobo” dan Coreng pada Tahun 1983	65
Gambar 2.43. “Bobo” pada Tahun 1984	66
Gambar 2.44. “Bobo” pada Tahun 1985	66
Gambar 2.45. “Bobo” pada Tahun 1986	67
Gambar 2.46. “Bobo” pada Tahun 1987	67
Gambar 2.47. “Bobo” pada Tahun 1988	68
Gambar 2.48. “Bobo” pada Tahun 1989	68
Gambar 2.49. “Bobo” pada Tahun 1990	69
Gambar 2.50. “Bobo” pada Tahun 1991	69
Gambar 2.51. “Bobo” pada Tahun 1992	70
Gambar 2.52. “Bobo” pada Tahun 1993	70
Gambar 2.53. “Bobo” pada Tahun 1994	71
Gambar 2.54. “Bobo” dan Doni pada Tahun 1995	71
Gambar 2.55. “Bobo” pada Tahun 1996	72
Gambar 2.56. “Bobo” pada Tahun 1997	72
Gambar 2.57. “Bobo” dan Doni pada Tahun 1998	73
Gambar 2.58. “Bobo” pada Tahun 1999	73
Gambar 2.59. “Bobo” pada Tahun 2000	74

Gambar 2.60. “Bobo” dalam Bentuk Boneka Tahun 2001	74
Gambar 2.61. “Bobo” pada Tahun 2002	75
Gambar 2.62. “Bobo” pada Tahun 2003	75
Gambar 2.63. “Bobo” pada Tahun 2004	76
Gambar 2.64. “Bobo” pada Tahun 2005	76
Gambar 2.65. “Bobo” pada Tahun 2006	77
Gambar 2.66. “Bobo” pada Tahun 2007	77
Gambar 2.67. “Bobo” pada Tahun 2008 Versi 1	78
Gambar 2.68. “Bobo” pada Tahun 2008 Versi 2	78
Gambar 2.69. “Bobo” pada Tahun 2009	79
Gambar 3.1. Maskot “Bobo” Periode Pertama	87
Gambar 3.2. Maskot “Bobo” Periode Kedua	88
Gambar 3.3. Maskot “Bobo” Periode Ketiga	89
Gambar 3.4. Maskot “Bobo” Periode Keempat	90
Gambar 3.5. Maskot “Bobo” Periode Kelima	91
Gambar 3.6. Maskot “Bobo” Periode Keenam	92
Gambar 3.7. Skema Ciri Khas Seluruh Maskot “Bobo”	93
Gambar 3.8. Sketsa Maskot “Bobo” Tahun 1973	94
Gambar 3.9. Maskot “Bobo” Tahun 1973 dengan Warna	95
Gambar 3.10. Sketsa Maskot “Bobo” Tahun 2007	95
Gambar 3.11. Maskot “Bobo” Tahun 2007 dengan Warna	95
Gambar 3.12. Sketsa Maskot “Bobo” Tahun 2009	96
Gambar 3.13. Maskot “Bobo” Tahun 2009 dengan Warna	96
Gambar 4.1. <i>Cover</i> Majalah Anak-anak “Bobo” Tahun 1973 dan 2009	101
Gambar 4.2. Cergam “Bobo” Periode Pertama (1973)	102
Gambar 4.3. Cergam “Bobo” Periode Ketiga (2007)	102
Gambar 4.4. Cergam “Bobo” Periode Keenam (2009)	103
Gambar 4.5. Kelinci	105
Gambar 4.6. Maskot “Bobo” dari masa ke masa	105
Gambar 4.7. Kelinci Sumatera	112
Gambar 4.8. Kelinci Eropa	112

Gambar 4.9. Maskot “Bobo” Periode Pertama (1973)	119
Gambar 4.10. Maskot “Bobo” Periode Pertama (1973)	122
Gambar 4.11. <i>Cover</i> Album Pop Anak Vol. 2	132
Gambar 4.12. Gambaran Anak-anak pada Era 70-80an	132
Gambar 4.13. Majalah Kunciung Tahun 1975	133
Gambar 4.14. Skema Deskripsi Maskot “Bobo” Tahun 1973	135
Gambar 4.15. Skema Semiotika Maskot “Bobo” Tahun 1973	136
Gambar 4.16. Maskot “Bobo” Periode Ketiga (2007)	138
Gambar 4.17. Maskot “Bobo” Periode Ketiga (2007)	140
Gambar 4.18. <i>Cover</i> Album Sherina Tahun 1999	150
Gambar 4.19. <i>Cover</i> Album Sherina Tahun 2007	150
Gambar 4.20. Majalah Ananda Tahun 1982	151
Gambar 4.21. Majalah Kawanku Tahun 1984	152
Gambar 4.22. Skema Deskripsi Maskot “Bobo” Tahun 2007	153
Gambar 4.23. Skema Semiotika Maskot “Bobo” Tahun 2007	154
Gambar 4.24. Maskot “Bobo” Periode Keenam (2009)	155
Gambar 4.25. Maskot “Bobo” Periode Keenam (2009)	159
Gambar 4.26. <i>Cover</i> Album Sherina Tahun 2009	167
Gambar 4.27. <i>Cover</i> Album Coboy Junior Tahun 2013	168
Gambar 4.28. Skema Deskripsi Maskot “Bobo” Tahun 2009	170
Gambar 4.29. Skema Semiotika Maskot “Bobo” Tahun 2009	171

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Foto Penulis saat Mengunjungi Redaksi Majalah “Bobo” pada 23 Juni 2014	182
Lampiran 2. Poster Pameran Pengkajian di Institut Seni Indonesia Yogyakarta	183
Lampiran 3. Desain Katalog Pameran	184
Lampiran 4. Surat Ijin Penelitian di Redaksi Majalah Bobo	185



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Media massa merupakan wadah untuk menyampaikan pesan kepada khalayak. Media massa banyak sekali jenisnya, salah satunya adalah majalah. Majalah, menurut Kamus Umum Bahasa Indonesia, adalah surat berkala yang terbit tiap minggu tiap bulan dan seterusnya, isinya bermacam-macam: berita, laporan, cerpen, cerbung, puisi, mode, penunjuk memasak, dan membuat bermacam-macam ketrampilan; ada yang bergambar (1994: 844). Majalah, sejatinya merupakan media untuk menambah minat baca pada semua usia. Keunggulan dari majalah adalah pembacanya terbagi ke dalam berbagai kalangan, sesuai dengan minat baca mereka. Selain manfaat tersebut, majalah juga merupakan media untuk mentransformasikan kebudayaan melalui informasi yang disajikan.

Majalah pertama hadir di dunia pada tahun 1700 dan berkembang di Britaina Raya. Selamat lebih dari tiga abad majalah telah berkembang di dunia ini. Menurut Straubhaar dalam buku *Media Now*, majalah sejatinya sebagai pemberi informasi, memberikan hiburan, atau fungsi ini dapat berjalan beriringan, kedua hal tersebut memiliki dua unsur yaitu: *text* dan visual (2012: 65). Dua unsur dalam majalah ini harusnya saling mendukung dan menopang satu sama lain. Unsur visual bukan saja membuat informasi (yang disajikan oleh majalah) menjadi lebih jelas, namun unsur visual tentunya mampu untuk memperindah majalah. Majalah memiliki keunggulan dalam unsur visual dan mampu mengalahkan surat kabar dan buku dalam hal daya tarik visual.

Unsur visual yang disajikan oleh majalah bermacam-macam bentuknya (foto, infografis, *games* dalam bentuk gambar, peta, ilustrasi, komik), dan bila mengamati lebih lanjut, unsur visual akan lebih banyak ditemui pada majalah anak-anak. Anak-anak yang termasuk dalam segmen usia enam tahun hingga dua belas tahun ini tentunya tidak suka bila membaca majalah dengan banyak teks. Unsur visual sangat menarik untuk disajikan dan mempermudah pembaca (anak-anak) untuk memahami materi yang akan disampaikan dalam majalah. Melihat rasa ingin tahu anak-anak

sebagai sasaran pembaca majalah anak-anak, maka terciptalah maskot dalam majalah anak-anak.

Maskot sejatinya merupakan sebuah pencitraan sebuah perusahaan dan mampu menampilkan citra baik perusahaan. Selain menjadi sebuah pencitraan bagi perusahaan, maskot dirasa mampu untuk menjadi sosok yang menggambarkan ciri khas dan membawa keberuntungan bagi perusahaan. Dalam konteks majalah anak-anak, maskot merupakan “teman” pembaca bagi anak-anak. Anak-anak yang selalu ingin tahu (selalu ingin meraba, melihat, menyentuh hal yang dilihatnya), akan senang bila mereka mendapatkan teman membaca yang lucu. Maskot yang mudah bergerak, mampu diberi beragam kostum yang menarik, dan mampu berinteraksi dengan pembacanya ini, merupakan suatu nilai tambah.

Memiliki maskot dalam sebuah produk merupakan salah satu strategi yang sangat bagus apalagi bila produk tersebut memiliki segmen anak-anak. Menurut Oohira Choko (pendiri *mascot school* di Jepang), dalam *web* www.reuter.com, maskot akan membuat anak-anak merasa senang. Maka tak salah jika sebuah majalah anak-anak menggunakan maskot untuk berinteraksi lebih kepada pembacanya, yaitu anak-anak. Majalah yang kini setia menggunakan maskot dalam majalahnya salah satunya adalah Majalah anak-anak “Bobo”.

Majalah anak-anak “Bobo” merupakan majalah anak-anak yang telah berkiprah di Indonesia selama lebih dari empat puluh tahun. Sejak hadir di Indonesia pada 14 April 1973, majalah “Bobo” telah berperan penting dalam memajukan minat baca dan kreativitas anak bangsa. Majalah anak-anak “Bobo” ini berasal dari Negara Belanda dengan nama yang sama. Di Indonesia, majalah ini berada di bawah naungan Kompas Gramedia dan terbit seminggu sekali. Sedangkan di Belanda majalah “Bobo” diterbitkan secara bulanan oleh penerbit Malmberg. Majalah anak-anak “Bobo”, yang memiliki slogan “Teman Bermain dan Belajar” ini ingin membawa pembaca yang rata-rata berusia Sekolah Dasar untuk lebih aktif dan kreatif dalam belajar. Melihat berbagai alasan tersebut, nampaknya tidaklah berlebihan bila majalah ini diapresiasi lebih karena mampu menampung aspirasi pembacanya dan tetap bertahan sampai sekarang.

Selama lebih dari empat puluh tahun ini, telah terjadi perubahan-perubahan pada tampilan maskot majalah “Bobo”. Bila diamati lebih lanjut, maskot “Bobo”, pada awal kehadirannya di Indonesia, berbeda dengan maskot yang sekarang. Maskot awal majalah “Bobo” adalah seekor kelinci yang mengalami personifikasi, yaitu tubuhnya dibuat menyerupai manusia. Kelinci tersebut memakai baju layaknya manusia dan memiliki *gesture* tubuh yang mencerminkan seorang anak usia Sekolah Dasar yang lincah. Secara konsep maskot ini tidak berubah, yaitu tetap menggunakan kelinci sebagai karakter, perubahan terjadi pada kostum yang dikenakan, lebih modern dan mengikuti mode anak zaman sekarang.

Perkembangan zaman dan globalisasi adalah pemicu utama perubahan maskot tersebut. Perubahan maskot (majalah “Bobo” dari tahun 1973 sampai 2009), tentunya juga diiringi dengan perubahan kebudayaan yang terjadi pada anak Indonesia. Anak zaman sekarang yang sudah melek teknologi dan berbaur dengan beragamnya informasi global yang masuk, menjadikan mereka *digitally native*. *Digitally native* ini menjadikan teknologi sebagai “udara” yang mereka hirup. Tidak seperti anak zaman dahulu yang lebih memilih meluangkan waktu bermain dengan sesamanya di tanah lapang.

Menilik bahwa fungsi dari majalah sebagai media transfer kebudayaan, maka perubahan maskot dan perubahan kebudayaan pada anak-anak merupakan sebuah hubungan sebab akibat. Dalam Jurnal “Komunikator”, Narwya (2009) menyatakan bahwa media massa memiliki “penguasa” untuk menentukan setiap ‘tanda’, setiap ‘teks’, dan setiap ‘bahasa’ untuk disiarkan. Mengutip dari sumber yang sama, Narwya menambahkan bahwa media massa bukanlah ruang yang netral tetapi juga terisi banyak motivasi kecenderungan yang sudah dibentuk sedemikian rupa, dan media massa seolah-olah memaksa masyarakat untuk ‘menelan’ sesuatu yang dihadirkan oleh media massa. Dengan pola-pola seperti itu yang berkepanjangan tentunya masyarakat akan mengalami ketergantungan bahkan loyalitas pada media massa. Majalah anak-anak “Bobo” yang sudah hadir selama lebih dari empat puluh tahun pasti sudah menjadi ‘candu’ bagi pembacanya dan akan menurun pada generasi berikutnya.

Perubahan-perubahan pada maskot tentunya akan mengubah ‘tanda’ dan ‘pesan’ yang dibawa oleh maskot sebelumnya. Perubahan ‘pesan’ melalui maskot, menunjukkan ada hal yang berubah pada komunikasi (pembaca). Perubahan pada maskot tersebut dapat disebabkan oleh perilaku komunikasi yang berubah atau sebaliknya, maskotlah yang mempengaruhi komunikasi.

Untuk memastikan penyebab perubahan tersebut, perlu dilakukan kajian semiotika. Kajian semiotika dirasa mampu untuk membedah ‘tanda’ yang ada pada maskot “Bobo” ini. Semiotika dapat membedah pesan verbal dan pesan visual, menentukan ikon, indeks, dan simbol, mampu mengungkap makna konotasi yang terkandung dalam maskot majalah “Bobo”, dan mampu mengindikasikan adanya transformasi budaya yang melatarbelakangi perubahan maskot. Penelitian ini diharapkan mampu memberi petunjuk betapa pentingnya pemberian makna baru terhadap maskot sebuah majalah bagi eksistensinya di tengah masyarakat.

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian Skripsi ini sebagai berikut:

1. Makna apa yang terkandung dibalik maskot majalah anak-anak “Bobo” pada tahun 1973, 2007, dan 2009?
2. Apa saja yang melatarbelakangi perubahan maskot majalah anak-anak “Bobo”?

C. Batasan Masalah

Penelitian ini hanya akan membahas mengenai kajian semiotika perubahan maskot majalah anak-anak “Bobo” pada tahun 1973, 2007, dan 2009. Penelitian ini, hanya akan menggunakan teori semiotik oleh Charles Sanders Peirce dan Roland Barthes. Kedua teori tersebut digunakan karena menurut penulis teori tersebut merupakan teori yang aplikatif dalam menganalisis perubahan maskot “Bobo”. Selain itu, penggunaan dua buah teori dimaksudkan agar keduanya dapat saling melengkapi dan penulis mendapatkan makna yang dalam.

D. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan perubahan maskot dan mengungkap makna yang terkandung dalam maskot majalah anak-anak “Bobo” menurut teori semiotika Charles Sanders Peirce, dan Roland Barthes. Charles Sanders Peirce akan digunakan untuk menemukan ikon, indeks, dan simbol yang ada pada maskot. Sedangkan teori semiotika Roland Barthes akan membongkar makna konotasi dibalik maskot majalah “Bobo”. Makna konotasi ini akan dianalisis dengan teori lima kisi-kisi kode milik Roland Barthes. Selain itu, Penelitian ini juga ingin menjelaskan hal apa yang melatarbelakangi perubahan maskot majalah anak-anak “Bobo” pada tahun 1973, 2007, dan 2009.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis:
 - a. Dapat menambah kasanah kajian ilmu terlebih tentang maskot, yang selama ini dirasa masih kurang.
 - b. Dapat menambah informasi dan keilmuan, terutama bagi mahasiswa, akademisi, dan masyarakat pada umumnya.
2. Manfaat praktis:
 - a. Dapat mengaplikasikan teori-teori yang telah dipelajari.
 - b. Dapat mengaplikasikan ilmu Desain Komunikasi Visual yang telah didapatkan selama ini.

F. Sistematika Penulisan Skripsi

Penulisan Skripsi ini dilakukan dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

1. BAB I PENDAHULUAN

Pada bagian ini, akan diuraikan mengenai Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Batasan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, dan Sistematika penulisan Skripsi.

2. BAB II LANDASAN TEORI

Pada bagian ini akan diuraikan beberapa teori yang digunakan sebagai dasar penelitian dan pembahasan pada penulisan Skripsi ini.

3. BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Berisi tentang prosedur penelitian yang dilakukan oleh penulis ketika mencari makna yang terkandung dalam maskot majalah “Bobo” tahun 1973, 2007, dan 2009.

4. BAB IV ANALISIS

Bagian ini berisi pembahasan dan pemaparan makna yang ada dalam maskot majalah “Bobo” yang diteliti.

5. BAB V PENUTUP

Pada bagian terakhir ini, akan diuraikan kesimpulan yang diperoleh oleh penulis setelah menganalisis dan menemukan makna pada maskot.

