BAB II. DESAIN KEMASAN, SEMIOTIKA, MAKNA, METAFORA

II.1 ilustrasi

Sebuah perusahaan yang memproduksi suatu barang pada umumnya menempelkan gambar atau ilustrasi sebagai penarik konsumen agar konsumen mau membeli dan menggunakan produk tersebut. Ilustrasi digunakan sebagai daya tarik untuk menarik konsumen dengan menggunakan teknik persuasi yang baik. Ilustrasi secara harfiah berarti gambar yang dipergunakan untuk menerangkan atau menjelaskan sebuah pesan, cerita atau informasi yang ingin disampaikan agar lebih menarik.

Pada Ilustrasi kemasan digunakan berbagai macam teknik diantaranya :

a) Drawing

Menggambar/*drawing* adalah sebuah kegiatan yang dilakukan oleh seseorang. Pada umumnya, seseorang yang menggambar membuat tulisan atau goresan diatas sebuah media misalnya kertas atau benda lainnya. Dalam menggambar, seseorang menggunakan berbagai alat. Alat-alat yang paling sering digunakan adalah pulpen, spidol, krayon, arang, pensil warna dan pensil. Untuk para pelukis profesional, mereka dapat menggunakan kuas dan tinta (Kusrianto, 2009).

***b)* Teknik Lukisan**

Melukis adalah suatu kegiatan aktivitas menggambar dengan pewarna yang digabung dengan media cairan, contohnya cat air, cat minyak dan lain-lain. Pada abad 20, seiring dengan berkembangnya seni lukis, telah muncul berbagai seniman hebat dari seluruh dunia, diantaranya adalah Leonardo da Vinci dan Sir Michael Ash.

Di zaman itu, semua karya masih berkaitan dengan unsur seni murni dan belum digunakan sebagai dasar disain. Namun, pada perkembangannya gambar-gambar yang ada akhirnya digunakan untuk unsur sebuah desain (Kusrianto, 2009).

c) Teknik Grafis Vektor

Seseorang yang menggambar yang menggunakan metode desain grafis biasanya membuat komik, ilustrasi dan poster dan orang yang bertugas menggambar dengan metode tersebut dinamakan visualizer (Kusrianto, 2009).

d) Fotografi

Fotografi adalah sebuah teknik melukis dengan cahaya menggunakan kamera. sebuah media iklan yang digambarkan dan mempunyai pesan yang ingin disampaikan sehingga konsumen dapat menangkapnya (Anggaraeni,2017).

II.1.1 Ilustrasi Pada Desain Vektor

Sebuah vektor yang berkaitan erat dengan desain mempunyai sebuah perhitungan untuk menentukan serta menyajikan gabungan suatu objek menjadi suatu desain. Hitungan matematis menjadi sebuah acuan untuk menyusun sebuah objek berdasarkan posisi layout, tipis tebalnya sebuah garis luar, warna pada objek vektor dan lainnya. Hal itu berarti saat melakukan sebuah pengeditan karya sebuah objek vektor sama dengan mempunyai batasan sebuah penyusunan sesuai dengan apa yang ingin disampaikan dari sebuah vektor tersebut (Fithriyadi, 2016)

Salah satu kelebihan dari vektor adalah gambar yang dihasilkan dapat tetap memiliki kualitas cetak yang baik walaupun gambar tersebut telah diedit dan dimodifikasi. Sifat desain vektor yang terlihat tajam disebut dengan resolusi bebas (*resolution independent*) membuat vektor lebih cocok untuk membuat obyek desain yang berbentuk geometri seperti kotak, lingkaran, elips dan poligon.

II.2 Semiotika

II. 2.1 Semiotika Sausure

Pada awalnya Roland Barthes terinpirasi teori pengembangan semiotika atau semiologi dari Ferdinand de Sausure.

Tabel II.1 Tabel teori Sausure

Tanda (Sign)	
Penanda (Signifier)	**Petanda Sidnified**

Barthes menggunakan pengembangan Semiologi Saussure yang menjadi munculnya makna yang dibagi menjadi Denotasi Konotasi.



Gambar II.1 bunga Mawar

(Sumber: http://intisari.grid.id/Inspiration/Tell-Your-Story/Bunga-Mawar-Untuk-Ibu-Bocah-Miskin)

(diakses pada 04/02/2018)

A. Denotasi

Mempunyai makna defisional atau jelas dari sebuah tanda.

Contoh:

Bunga mawar adalah bunga yang biasa berwarna merah, merah jambu dan putih serta mempunyai kelopak bunga yang berlapis-lapis. Bunga mawar mempunyai duri pada batangnya.

B. Konotasi

Penggabungan dari kebudayaan sosial dan kepercayaan ideologi dari sebuah tanda, khususnya berhubungan gender, status sosial, usia (mengartikan sebuah tanda). Konotasi lebih bersifat multi tafsir daripada denotasi.

Contoh:

Keindahan, tanda cinta (Iswidayanti, 2007).

II. 2.2 Semiotika Roland Barthes

Pada awalnya Roland Barthes terinspirasi oleh teori pengembangan semiotika atau semiologi dari Ferdinand de Sausure. Roland Barthes membuat tulisan berbagai macam pesan yang dipublikasikan oleh salah satu majalah Perancis. Karena percaya bahwa pesan tersebut berkaitan dengan mitos, Roland Barther lebih mendalami ilmu tentang mitos dan memutuskan menerbitkan buku yang diterbitkan oleh Noondy Press pada tahun 1972 berjudul Mythologies di bagian Myth Today (Iswidayanti, 2007)..

II.2.2.1 Pengertian Mitos

Mitos adalah sebuah kepercayaan yang diyakini, berawal dari sebuah pesan tetapi tidak dibuktikan kebenarannya. Penyampaian dalam mitos biasanya tidak menjelaskan suatu objek tetapi menyampaikan objek dalam berbagai versi. Mitos sangat erat hubungannya dengan masa lampau/masa lalu yang disampaikan secara turun temurun. Menurut Roland Barthes mitos bukan hanya berbentuk sebuah pesan tetapi mitos juga bisa berbentuk tulisan, fotografi, film, pertunjukan, lukisan, olahraga dan sebagainya. Mitos adalah menyampaikan pesan yang mempunyai arti yang tidak biasa (Iswidayanti, 2007).

II.2.2.2 Mitos Sebagai Semiologi

Sebagai sistem semiologi, mitos merupakan bentuk imajinasi yang berfungsi sebagai tanda yang berasal dari ilmu semiotik Saussure yang di modifikasi oleh Barthes. Mitos berkaitan semiologi sangat berkaitan penanda *signifier* dan petanda *signified,* dan *sigd* adalah tanda. Mitologi yang terdiri dari semiologi dan ideologi

yang berarti penanda seperti bunga mawar sebagai penanda cinta. Didalam mitos. Roland Barthes memisahkan ketiga istilah *signifier*, *signified* sebagai sesuai dengan tabel.

Tabel II.2 Tabel teori turunan

Tanda (Sign)	
Penanda (*Signifier*)	Petanda (*Signified*)

Di dalam mitos mempunyai 3 pola sesuai tabel signifier, signified, dan sign. Mitos berbeda dan mempunyai karakter yang unik dari semiologi Sausure.

Tabel II.3 Tabel teori Roland Barthes

SIGN		
SIGNIFIER (A)*SIGN* (III)		*SIGNIFIELD* (B)
SIGNIFIER (1)	*SIGNIFIELD*(B)	

Ini adalah contoh berkaitan dengan mitos dan mempunyai pesan yang ingin disampaikan .



Gambar II.2 Anak berkulit hitam

(Sumber: https://courses.nus.edu.sg/course/elljwp/parismatch.htm)

(Diakses: 04/02/2018)

Dalam sebuah kesempatan, Barthes sedang berjalan-jalan di pinggiran kota. Barthes melihat seorang tukang cukur sedang membaca sebuah majalah yang bernama Paris-Match. Pada sampul majalah tersebut, Barthes melihat gambar seorang anak kecil berkulit hitam yang sedang memberi hormat kepada bendera Perancis. Pandangannya lurus ke depan dan badannya tegap.

Dari contoh gambar tersebut kita bisa mengambil beberapa makna dari berbagai sudut pandang. Pesan pertama yang ingin disampaikan adalah gambar tersebut menunjukkan bahwa negara Perancis merupakan negara adidaya yang memiliki kekuasaan yang luas. Berbagai suku bangsa tinggal di Perancis. Mereka dapat hidup dengan harmonis dan damai tanpa ada rasa dendam akibat penjajahan yang dilakukan oleh negara Perancis pada waktu lampau. Ras kuit hitam menunjukkan kaum minoritas tetap bangga menjadi bagian dari bangsa Perancis. Dari gambar ini kita lihat bahwa adanya (*Signifier)* berupa anak kulit hitam yang sedang memberi hormat, menghasilkan makna (*Signified*) Negara Perancis dan militer. Dari konsep (*signified*) tersebut, muncul makna baru yang lebih dalam dan luas yaitu Imperalisme Perancis. Keseuruhan konsep tersebut erat kaitannya dengan mitos (Iswidayanti, 2007)

Dapat dilihat bahwa ada sebuah sitem semiologi dan sistem sebuah mitos. Sebuah semiologi tanda memiliki hubungan antara sebuah penanda dan petanda. Mitos sebenarnya dapat diartikan dalam arti yang luas yaitu memberikan suatu pesan atau sebagai menunjukan sebuah informasi atau sesuatu. Sebenarnya penanda dan pertanda memiliki sebuah makna yaitu sebuah informai atau pemberitahuan. Apabila ingin mengurangi sebuah mitos, sebenarnya kita harus tau sebuah rancangan mitos sesungguhnya (Iswidayanti, 2007).

II.2.2.3 Mendeteksi Mitos

Iswidayanti (2007) menyebutkan untuk memahami dan mendeteksi karakter mitos yang dikatan Roland Barthez dilakukan langkah-langkah sebagai berikut:

1.Tautologi

Pernyataan yang tidak dapat diperdebatkan kembali.

2. Indentifikasi

Perbedaaan yang menjadi keunikan menjadi identitas fundamental.

3. *Neither-Norism*

Orang yang mempunyai pendapat yang tidak memihak .

4. Mengkuantitaskan yang kualitas.

Semua aktifitas manusia, direduksi pertukaran nilai kuantitas. Contoh: mengukur kesuksesan sebuah karya seni bila karya seni laku menghasilkan banyak uang.

5.Privatisasi Sejarah

Mitos bukan arti sejarah sebenarnya. Sejarah diperuntukan untuk bangsawan, pejabat misalnya sebuah karya seni.

Mitos sulit dideteksi karena mitos tumbuh dan konotasi dalam hal ini opini-opini yang diyakini dianggap wajar dan alamiah. Menurut Roland Barthes mitos adalah penaturalisasian konsep. Konsumen mitos akan berhenti pada bahasa linguistik sehingga ia menerima fakta sebagai fakta, yang benar tanpa melihat mitos sebagai tanda. Teori Roland Barthes (1915-1980) sangat berhubungan dengan teori semiotika Ferdinand de Saussure (1857-1913) (Iswidayanti, 2007).

II.3 Pengertian Desain Kemasan

Kemasan merupakan alat untuk melindungi suatu produk untuk menjaga dan mencegah kerusakan pada produk. Dengan adanya kemasan, suatu produk dapat terjaga, disimpan, dikirim dan dijual (Dade, 2012). Kemasan berhubungan dengan sebuah bisnis yang kreatif dengan cara mengkaitkan bentuk, struktur, material, warna, citra, tipografi, dan elemen desain. Dengan informasi sebuah produk maka produk dapat dipasarkan. Desain kemasan digunakan juga untuk melindungi, menyimpan mengindetifikasi suatu barang dan membedakan satu produk (Klimchuk & Krasove, 2006).

Keberhasilan suatu produk ditandai dengan bentuk kemasan yang menarik. Kemasan dibuat oleh suatu perusahaan untuk yang menampilkan produk, memberi informasi tentang produk, memberi daya tarik konsumen supaya membeli produk tersebut. Bahasa yang digunakan sebuah desain kemasan harus dapat menginformasikan isi produk serta mempengaruhi konsumen. Hal ini bertujuan agar konsumen dapat memiliki gambaran dan mengetahui isi produk tanpa harus membuka kemasannya sehingga produk tidak rusak.

II.3.1 Media Komunikasi Pada Desain Kemasan

Ada beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam mengkomunikasikan suatu produk dengan menghubungkan melalui desain kemasan. Desain kemasan berhubungan dengan teori periklanaan yang sama- sama mengkomunikasikan. Menurut Hulburt dalam *The Design Concep* (1981) ada tiga hal penting dalam periklanan (Anggaraeni,2017).

A. Informasi

Bahasan kemasan suatu periklanan dalam pemasaran baik berupa kemasan maupun media lainnya harus memuat penjelasan-penjelasan tentang produk yang akan dipasarkan (Anggaraeni,2017).

B. Identifikasi

Mengidentifikasi suatu produk harus terlihat dan tertangkap oleh konsumen untuk dapat mengenal merek atau logo produk tersebut. Setiap produk diharapkan mampu memberikan peneguhan tentang produk yang dipasarkan kepada konsumen (Anggaraeni,2017).

C. Persuasi

Sebuah kamus Bahasa Indonesia (2008) menjelaskan bahwa persuasi adalah sebuah ajakan kepada masyarakat atau orang banyak untuk menarik perhatian dan mendapatkan kepercayaan dengan meyakinkan bahwa ini adalah sebuah keuntungan yang baik dengan cara mempengaruhi. Itu pula denga pada desai kemasan bertujuan agar masyarakat dapat tertarik dan membeli produk ini dengan

menggunakan ilustrasi yang menarik contoh adalah kemasan Jamu Pria Sehat Perkasa Njonja Meneer (Anggaraeni,2017).

II.3.2 Kategori Kemasan Produk

Kemasan produk merupakan bentuk usaha tersebar di seluruh dunia dengan berbagai macam desain visual (Anggaraeni,2017).

II.3.3 Unsur-unsur desain kemasan

Pada desain kemasan, terdapat unsur-unsur yang mendukung untuk menarik perhatian konsumen. Menururt Herbert M. (Cindyramitha, 2012) Unsur-unsur desain kemasan dibagi menjadi beberapa bagian, diantaranya:

A. Warna

Sebuah visual warna dapat mempengaruhi orang yang melihat dan mengubah sebuah pandangan seseorang kepada objek warna tersebut

Ini adalah warna dengan sebuah arti yang beda dan mempunyai makna secara psikologis:

Tabel II.4 Tabel warna

Warna	**Respons Psikologi yang mampu ditimbulkan**
Merah	Kekuatan, bertenaga, kehangatan, nafsu, agresifitas, bahaya.
Biru	Kepercayaan, konserfatif, keamanan, tehnologi, kebersihan, perintah.
Hijau	Alami, kesehatan, pandangan enak, kecemburuan, pembaharuan.
Kuning	Optimis, harapan,filosofi, ketidakjujuran/kecurangan, pengecut, penghianatan.
Ungu	Spiritual, misteri, keanggunan, perubahan, bentuk, galak, arogan
Orange	Energi, keseimbangan, kehangatan
Coklat	Bumi, dapat dipercaya, nyaman, bertahan.
Abu-abu	Intelek, futuristik, modis, kesenduan.
Putih	Kemurnian/suci, bersih, kecermatan, *inocent* (tanpa dosa), steril, kematian.
Hitam	Kekuatan, seksualitas, kemewahan, kematian, misteri, ketakutan,

	ketidakbahagiaan, keanggunan.

Sebuah cahaya pada matahari disiang hari warna dapat berubah rubah sesuai cuaca , cahaya alami bersifat sementara sebagai warna itu sendiri. Pemecahan spektrum warna dari sinar matahari akan menghasilkan warna merah, jingga, kuning, hijau, biru dan ungu. Warna-warna tersebut dapat ditangkap oleh mata manusia pada saat ada pelangi (Kusrianto,2009).

B. Logo

Logo adalah sebuah tanda yang bisa mencerminkan sebuah identitas yang biasanya dipakai oleh perusahaan, dinas sosial dan lain-lain (Kusrianto, 2009). Logo merupakan simbol yang mewakili sosok, wajah suatu perusahaan yang sering kali digunakan untuk membangun citra, spirit yang dapat menimbulkan sugesti, kepercayaan yang kuat,rasa memiliki .

C. Tipografi

Desain kemasan memerlukan sebuah tipografi menjadi bagian utama untuk membuat konsumen mengetahui kegunaan dan keunggulan produk tersebut. Tipografi harus mudah dibaca oleh konsumen, harus sesuai dengan ukuran sebuah kemasan, dipahami dengan konsumen, membuat konsumen yakin membeli produk yang ditawarkan pada sebuah desain kemasan (Kusrianto, 2009).

D. Tata Letak (*Layou*t)

Tata letak adalah semua visual desain kemasan yang di nurutkan secara sesuai dengan komposisi, menerapkan sebuah keharmonisan . Menurut Anggraeni &Nathalia (2014) menerabgkan secara jelas tentang layout untuk penggunakan desain yang dapat digunakan.

II.3.4 Kemasan Tradisional

Kemasan tradisional sudah mulai dipakai sekitar 8000 SM. Material yang digunakan adalah material dari alam yang disebut juga dengan nama material alami seperti anyaman rumput, kulit pohon, daun, kerang dan kerajinan tanah liat. Peralatan kaca digunakan sebagai peti kemas untuk menyimpan barang. Sayur labu berongga merupakan bentuk botol kaca yang sekrang digunakan. Kulit

binatang dan daun mengilhami kantung kertas dan pembungkus plastik (Klimchuk & Krasove, 2006: h.1).

II.3.5 Gaya Art Nouveau



Gambar II.3 Art Nouveau

(Sumber: https://www.terapeak.com/worth/mucha-art-nouveau-poster-job-cigarette-papers-tobacco-home-bar-decor-print-1234/371419912393/)
(Diakses: 17/02/2018)

Seni Art Nouveau sudah mulai familiar dimasyarakat khususnya di Eropa skitar pada Tahun 1890. Art Nouveau dibuat dikarenakan ingin berbeda dengan seni yang berkaitan dengan masa lampau. Art Nouveau menyamarkan seni lampau menjadikan sebuah karya yang baru. Tetapi tidak bisa dipungkiri karya seni Art Nouveau menggambil inspirasi dari karya- karya seni lampau . Inspirasi karya seni Art nouveau memang mengambil karya seni dari masa lampau, namun sebuah hasil karya Art Nouveau sangat berbeda terlihat jelas dari sebuah desain yang dihasilkan dan material yang dipakai tidak sama dengan karya lampau yang menjadi inpirasi karya Art Nouveau. Sehingga dapat disimpulkan bahwa karya Art Nouveau adalah karya seni atau karya desain dengan bentuk yang baru dan berbeda (Sofiana,2014).

Sebuah karya Art Nouveau mempunyai ciri yang khas seperti karakter dekoratif yang digambarkan biasanya seperti manusia,hewan tumbuhan, alam dan

sebagainya tetapi karakter tersebut digambarkan dengan karakter yang kaku. Dengan perkembangnya Waktu Art Nouveau mempunyai sebuah identitas seperti gambar tumbuhan yang berliuk.Perkembangan ini sangat pesat diDunia salah satunya di Eropa dan Amerika sekitar Tahun 1819 dan berakhir gaya ini Tahun 1920 sesudah peerang Dunia ke-1. Art Nouveua biasanya di sangkut pautkan dengan kemewahan biasa bangsawan menggunakan karya Art Nouveau sebagai dekorasi rumahnya. Gambar diatas adalah salah satu karya Art Nouveau bebentuk poster Job Cigarettes yang terkenal oleh seniman bernama Alphonse Muchayang (Sofiana,2014).

II.3.6 Arti Ilustrasi Lingkaran

Sebuah ilustrasi pasti mempunyai makna atau mempunyai sebuah arti itupula dengan sebuah Ilustrasi Lingkaran. Lingkaran diartikan sebuah keabadian dkarenakan likangkaran tidak mempunyai sebuah awalan dan tidak mempunyai sebuah akhiran karena bidangnya berputar. Lingkaran biasa dikaitkan dengan bentuk benda yang berada di alam contohnya bentuk matahari, planet, bumi dan sebagainya lingkarannya juga mempunyai arti yang lain yaitu lingkaran memiliki arti mempunyai kehangatan, memberikan rasa sebuah ketenangan dan rasa sebuah sensualitas dan cinta. Bergeraknya sebuah lingkaran menunjukan arti sebuah energi dan kekuatan. Lingkaran pula menunjukan keharmonian, persatuan. Sebuah lingkaran juga mempunyai arti dapat melindungi yang berada didalam dan menjaga jarak atau membatas, Lingkaran mempunyai arti sebuah keamanan dan lingkaran mempunyai arti sebuah kesempurnaan. Sebarnya sebuah lingaran jarang di gunakan dalam sebuah desain tetapi lingkaran dapat menjadi pusat sebuah perhatian dan menjadi sekat pemisah (Simple studio,2012).

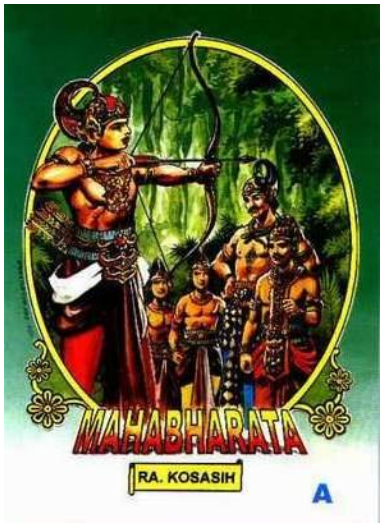
II.3.7 Budaya Panahan.

Pada masa kekuasaan Sri Sultan Hameng Kubuwono ke 1 dikerajaan Yogyakarta, mendirikan sebuah Pendopo atau Padepokan yang diberi nama Dewondanu. Dewondanu adalah tempat yang dipakai sebagai sarana berlatih untuk prajurit Kerajaan Yogyakarta. Salah satunya kesuksesan Padepokan Dewondanu adalah menghasilkan prajurit Jemparingan yang gagah, kuat dan dibekali ilmu khusus

sehingga kemungkinanan besar terkalahkan oleh musuh itu sangat kecil. Jemparingan adalah salah prajurit elit yang menggunakan busur panah sebagai alat perang bisa juga disebut sebagai penembak jitu yang mengintai musuh dan menembak musuh dari kejauhan. Tetapi dengan perkembangan Zaman Pendopo Dewondanu mengenalkan dan melatih Jeparingan. Saat itu Jemparingan mulai berubah dan dikenal oleh masyrakat menjadi sebuah keahlian memanah. Bukan hanya sebagai keahlian memanah Jemparingan juga mengajarkan sebuah warisan budaya dan nilai budaya luhur pada olahraga Jemparingan. Keunggulan Padepokan Dewondanu pada zaman sekarang di ajarkan pada masyarakat umum menggunakan peralat yang asli sam, Tehnik cara berpanah dan ajararan yang diterapkan sama dengan zaman kekuasaan Sri Sultan Hameng Kubuwono ke 1 . Tradisi Jemparingan sangat kental dengan kebudayaan jawa dan islam dikarnakan kerajaan Yogyakarta adalah salah satu kerajaan Islam. Didalam islam panahan termasuk olahraga sunnah. Dengan demikian Jemparingan adalah sebuah kearifan lokal yang ada di masyarakat dengan ada unsur budaya dan agama (Latif & Siswanto 2016 h:4).

II.3.8 Karakter Berkaitan dengan Ilustrasi

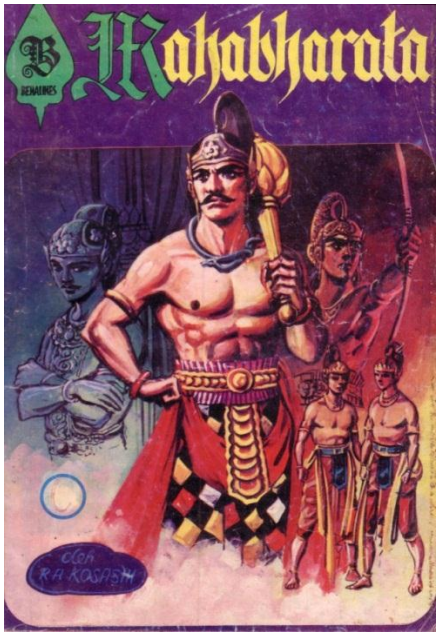
II.3.8.1 Arjuna



Gambar II.4 Arjuna
(Sumber: https://www.tokopedia.com/akr66shop/komik-wayang-ra-kosasih-mahabarata-soft-cover)
(Diakses pada 21/01/2017)

Arjuna adalah salah satu tokoh pewayangan cerita Mahabarata. Arjurna di gambarkan dengan badan bertubuh kurus,kecil,wajahnya yang tanpan membuat para wanita terpesona, Arjuna bersifat pintar, cerdik . Arjuna juga mempunyai sifat baik hati perasa mempunyai sifat lemah lembut, badannya seperti seorang wanita. Arjuna mempunyai keahlian memanah pana (Rina, Adriati & Irfansyah, 2017 h;44).

II.3.8.2 Bima



Gambar II.5 Bima
(Sumber:http://siloka.com/a-tribute-to-r-a-kosasih.html)

(Diakses pada 21/01/2017)

Bima adalah salah satu karakter Pewayangan Mahabarata dicerikan bahwa Bima adalah titisan Dewa Bayu, Bima adalah anak ke 2 dari 5 bersaudara. Karakter fisik Bima mempunyai badan yang gagah berotot dan memiliki tenaga yang kuat, mempunyai badan yang tinggi, wajah bima kecendrungan seram atau sangar menjadikan orang lain segan dengan Bima. Walaupun memiliki wajah yang seram Bima sebenarnya mempunyai sifat yang baik, lembut dan penyayang. Bima adalah tokoh digambarkan dengan karakter setia yang tidak suka bermain cinta. (Website; Yokimirantiyo, 2013).

II.3.8.3 Spartan



Gambar II.6 Spartan
(Sumber: http://www.security-faqs.com/why-games-are-the-perfect-trojan-for-getting-malware-onto-your-system.html
(Diakses pada 21/01/2017)

Spartan adalah tentara atau juga disebut prajurit khusus yang sangat mempunyai keterampilan khusus yang terlatih dan mempunyai badan yang gagah dan berotot pada zaman kerajaan Yunani. Prajurit spartan dikenal sebagai prajurit yang hebat kuat dan tangguh. Prajurit spartan mempunyai kemampuan perang yang sangat memadai dari segi persenjataan dan kemampuannya sampai- sampai prajurit spartan dinobatkan prajurit terbaik didunia pada saat itu. Prajurit spartan di pilih dari semenjak usia bayi, awalnya di lihat dari segi penampilan atau segi fisik calon sang bayi yang akan menjadi calon anggota sebuah prajurit atau tentara spartan. Mereka percaya ketangguhan calon prajurit spartan di lihat sejak dini atau bayi. Dengan diadakan test fisik oleh para sesepuh spartan. Bila tidak lolos ditinggal di sebuah bukit banyak bayi yang meninggal dapula yang di adopsi pendududk skitar. Pendidikan calon prajurit spartan di latih maksimal sejak bayi salah satunya di tinggal di tempat gua yang gelap bila bayi itu tidak menagis. Bayi itu adalah calon prajurit spartan yang hebat dan tangguh. Sesudah diterima menjadi prajurit spartan sejak balita sudah didik dengan keras sehingga mereka percaya akan membuat karakter prajurit yang kuat. Sesudah berusia 5 tahun para spartan di pindahkan kebarak-barak asrama untuk diajarkan membaca, menulis

dan belajar berduel untuk membetuk karakter prajurit yang hebat. Pada masa - masa remaja calon prajurit spartan ditugaskan untuk bisa bertahan hidup dengan cara dilepas di alam dengan di beri senjata baju alakadarnya untuk membuat calon menjadi kuat dan bisa bertahan di keadaan sat terdesak (News.okezone,2016).