

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemasan memiliki peran penting untuk menarik perhatian konsumen. Kemasan didefinisikan sebagai segala bentuk kegiatan merancang serta memproduksi wadah, bungkus atau kemasan suatu produk. Kemasan meliputi 3 hal, yaitu label, merek, dan kemasan itu sendiri. Fungsi utama kemasan pada makanan adalah untuk melindungi makanan agar tetap steril dari kotoran dan kerusakan, namun fungsi kemasan yang tak kalah penting yaitu sebagai sarana komunikasi produk dan *branding* kepada konsumen.

Informasi sebuah produk dapat tersampaikan hingga mendorong konsumen untuk membeli produk tersebut hanya melalui desain kemasannya. Hal ini disebut sebagai label dalam teori desain kemasan. Label merupakan informasi produk untuk melengkapi suatu kemasan berupa gambar, tulisan, atau deskripsi lain yang dicantumkan untuk memberikan kesan yang melekat pada kemasan (Siagian, 2002). Melalui tipografi yang jelas, warna yang menarik, kontinuitas/keseragaman desain antar varian rasa, hal tersebut perlu diperhatikan dalam desain kemasan suatu produk karena merupakan bagian penting dari *branding*.

Pocky adalah biskuit berbentuk stik yang diproduksi oleh PT Glico, diperkenalkan oleh Ezaki Glico pada tahun 1963, seorang berkebangsaan Jepang. Produk Pocky Jepang sering menghadirkan kampanye, salah satunya adalah kampanye エールポッキー (*ērupokkī*) yang dirilis pada tanggal 31 Agustus 2021. Kampanye ini bertujuan untuk mendukung orang-orang terdekat seperti teman, keluarga, dan orang terkasih yang telah bekerja keras hingga saat ini. Bertema “Dukungan di Musim Semi”, sesuai dengan keinginan untuk menghabiskan waktu secara positif bahkan di lingkungan yang berubah secara cepat. (<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000239.000001124.html>, diunduh tanggal 28 Januari 2022).

Kata エール (*ēru*) merupakan kata serapan dari bahasa Inggris yaitu *yell* (dukungan) (Yasuo Kuramochi, 2007:75). Sebagaimana tujuan dari kampanye ini yaitu untuk memberikan dukungan dan semangat kepada semua orang terutama petugas kesehatan karena telah berjuang dan bertahan selama pandemi Covid-19. Inilah mengapa Pocky menggunakan kata エール (*ēru*) agar bisa mendukung dan menyemangati mereka melalui Pocky edisi エールポッキー (*ērupokkī*).

Pada saat bersamaan dengan perilisn kampanye, PT Glico Jepang merilis produk Pocky kemasan エールポッキー (*ērupokkī*) dengan 6 varian, yaitu チョコレート (*cokorēto*) (coklat), 極細 (*gokusai*) (coklat halus), つぶつぶいちご (*tsubutsubu ichigo*) (stroberi yang dihancurkan), *tasty*, アーモンドクラッシュ (*āmondo kurasshu*) (*almond crush*), dan ハートフル (*hātofuru*) (*heartful*). Berikut adalah gambar 6 varian エールポッキー (*ērupokkī*) yang diunduh dari ポッキーで#ミニエールを贈ろうキャンペーン | ポッキー | グリコ (pocky.jp).



Gambar 1. Kemasan Pocky versi Jepang edisi エールポッキー (*ērupokkī*)

Penelitian ini, membahas tentang Pocky versi Jepang edisi エールポッキー (*ērupokkī*) varian *heartful*. Peneliti tertarik melakukan penelitian pada Pocky edisi *heartful* ini karena merupakan varian terbaru dan edisi terbatas dari ke-5 varian エールポッキー (*ērupokkī*) seperti disebutkan pada data berikut.



Gambar 2. Pocky edisi エールポッキー (*ērupokkī*) varian *heartful*.

Dari tampilan kemasan Pocky Jepang edisi エールポッキー (*ērupokkī*) varian *heartful* tersebut dapat dilihat terdapat tulisan dibawah gambar kemasan yaitu 季節限定 (*kisetsu gentei*) yang artinya edisi terbatas, dan hanya pada varian ini yang terdapat tulisan tersebut. Varian *heartful* menjadi edisi terbatas karena varian rasa *blueberry* ini hanya diproduksi saat kampanye エールポッキー (*ērupokkī*) berlangsung. Setelah kampanye, varian rasa *blueberry* ini tidak diproduksi lagi (Sumber data: twitter Glico Japan).

Kemasan Pocky edisi エールポッキー (*ērupokkī*) berfungsi sebagai media komunikasi. Dapat dilihat pada kalimat atau gambar kemasan Pocky edisi エールポッキー (*ērupokkī*) terdapat informasi atau pesan yang mendeskripsikan produk itu sendiri. Semua tulisan yang terdapat pada Pocky edisi エールポッキー (*ērupokkī*) mengandung pesan yang disampaikan kepada konsumen agar konsumen bisa mengetahui hakikat, inti, serta keunggulan produk tersebut.

Pada kemasan tersebut juga dapat ditemukan adanya tanda lingual dan non-lingual yang memiliki makna semiotik. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui makna semiotika tanda lingual dan non-lingual yang terdapat dalam kemasan Pocky edisi エールポッキー (*ērupokkī*) varian *heartful* dengan judul “Analisis Semiotika dalam Kemasan Biskuit Pocky Jepang edisi *Eerupokkii* Varian *Heartful*.” Tanda-tanda tersebut kemudian dianalisis menggunakan teori denotasi-konotasi Roland Barthes.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka hal yang dikaji dalam penelitian adalah sebagai berikut.

1. Apa saja tanda lingual dan non-lingual yang terdapat pada kemasan Pocky Jepang edisi エールポッキー (*ērupokkī*) varian *heartful*?
2. Apa makna denotatif dan konotatif pada kemasan Pocky edisi エールポッキー (*ērupokkī*) varian *heartful*?

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan dan supaya hasil penelitian lebih jelas dan terarah, maka penelitian ini dibatasi hanya pada tanda lingual berupa kata dan kalimat serta tanda non-lingual berupa gambar dan logo yang terdapat dalam kemasan Pocky Jepang edisi エールポッキー (*ērupokkī*) varian *heartful*. Data yang dipergunakan dalam penelitian ini diambil dari Website Official PT Glico Japan yang rilis pada 31 Agustus 2021.

1.4 Tujuan Penelitian

Secara umum penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengembangkan kajian ilmu semiotika dalam kemasan Pocky. Secara khusus, penelitian ini bertujuan sebagai berikut.

1. Menjelaskan tanda lingual dan non-lingual yang terdapat pada kemasan Pocky Jepang edisi エールポッキー (*ērupokkī*) varian *heartful*.
2. Menjelaskan makna denotatif dan konotatif pada kemasan Pocky edisi エールポッキー (*ērupokkī*) varian *heartful*.

1.5 Manfaat Penelitian

Setiap penelitian tentu memiliki dan memberikan manfaat, baik secara teoritis maupun praktis. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

a. Manfaat Teoretis

Secara teori, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat terhadap perkembangan semiotik, khususnya terhadap kajian semiotik yang menggunakan teori denotatif-konotatif Roland Barthes, serta dapat memperkaya bahan rujukan di perpustakaan terkait penelitian bahasa.

b. Manfaat Praktis

Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi praktisi periklanan terutama untuk memberikan rujukan bagaimana membuat kemasan produk yang menarik. Bagi pembaca, penelitian ini dapat menjadi salah satu bahan referensi bagi penelitian selanjutnya mengenai penelitian pada kemasan produk yang menggunakan teori semiotika Roland Barthes.

1.6 Metode Penelitian

Dalam suatu penelitian diperlukan metode dan teknik penelitian yang tepat. Metode merupakan cara yang harus dilaksanakan untuk bisa mencapai tujuan penelitian, sedangkan teknik adalah cara melaksanakan metode.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif, karena pendekatan kualitatif inilah yang lebih cocok digunakan dalam penelitian ini, yaitu menelaah subyek yang diteliti. Selain itu, penelitian dengan menggunakan metode kualitatif lebih dekat dengan apa yang akan diteliti, serta data yang dimunculkan berdasarkan data empirik peneliti.

Analisis data secara keseluruhan dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif, dimana secara deskriptif peneliti bisa memberikan ciri-ciri, sifat, serta gambaran data melalui pemilihan data setelah data terkumpul (Djadjasudarma, 2006: 17).

a. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah teknik simak bebas libat cakap (SBLC), yaitu dengan menyimak penggunaan bahasa tanpa ikut berpartisipasi dalam proses pembicaraan. Partisipasi yang dilakukan hanya dengan memerhatikan calon data yang terbentuk dan muncul pada penelitian ini. Data yang digunakan bersumber dari data tertulis. Peneliti mengumpulkan data dengan menggunakan berbagai cara. Menurut Keraf (2001:160), caranya dengan mengadakan wawancara, angket, observasi dan penelitian lapangan atau kepustakaan. Adapun langkah-langkah penyediaan data yang peneliti ambil untuk penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Observasi

Observasi dilakukan dengan mengunduh data melalui internet tentang segala hal yang berkaitan dengan perkembangan pemasaran makanan ringan di Jepang. Kemudian peneliti mencari merek makanan ringan yang terkenal dengan penjualan paling atas di Jepang maupun Indonesia. Tahap observasi yaitu peneliti mengamati dan memusatkan perhatian pada merek makanan ringan yang memiliki peringkat penjualan tinggi serta

keunikan pada kemasannya. Peneliti memilih data yang diperlukan sesuai dengan kebutuhan untuk penelitian ini, kemudian mencatat data tersebut.

2. Teknik Pustaka

Pengumpulan data menggunakan teknik pustaka yaitu dari sumber-sumber tertulis untuk memperoleh data (Subroto, 2007: 47). Setelah dilakukan observasi, peneliti mulai mengumpulkan data tertulis berupa artikel dari internet. Data yang diperoleh berupa makanan ringan yang berasal dari Jepang yaitu Pocky.

Data yang telah diperoleh tersebut kemudian dikelompokkan. Setelah data dikelompokkan, maka peneliti memperoleh sebuah produk makanan ringan asal Jepang yang juga digemari masyarakat Indonesia yaitu Pocky. Pocky sendiri merupakan salah satu merek makanan ringan dari perusahaan Glico Japan. Pocky memiliki banyak varian rasa dengan banyak versi baik versi Jepang maupun Indonesia. Pada tanggal 31 Agustus 2021, PT Glico Japan mengeluarkan produk Pocky edisi *エールポッキー* (*ērupokkī*) dengan jumlah dan waktu terbatas.

Peneliti memutuskan untuk menggunakan kemasan produk Pocky edisi *エールポッキー* (*ērupokkī*) varian *heartful* tersebut. Hal ini dilakukan berdasarkan pertimbangan, yaitu makna dari setiap kemasan Pocky edisi *エールポッキー* (*ērupokkī*) untuk tercapainya tujuan kampanye. Selain itu tanda linguistik yang ada pada kemasan Pocky bervariasi dan memiliki makna tersembunyi yang menarik untuk diteliti.

Sumber data penelitian ini berupa kemasan Pocky Jepang edisi *エールポッキー* (*ērupokkī*) varian *heartful* yang peneliti unduh dari *website* resmi PT Glico Japan, [ポッキーで#ミニエールを贈ろうキャンペーン | ポッキー | グリコ \(pocky.jp\)](https://pocky.jp) diakses mulai dari tanggal 18 Oktober 2021.

b. Metode Analisis Data

Tahap selanjutnya setelah mengumpulkan data adalah melakukan analisis data. Dibutuhkan metode yang tepat dan sesuai dengan objek penelitian untuk bisa melakukan analisis data dengan maksimal. Peneliti menggunakan metode padan untuk menganalisis data. Metode padan disebut juga metode identitas (Sudaryanto dalam Kesuma, 2007: 47). Metode padan merupakan metode teknik analisis data yang alat penentunya berada diluar dan terlepas atau tidak menjadi bagian dari bahasa (*langue*) dari bahasa yang bersangkutan (Sudaryanto dalam Kesuma, 2007: 48).

Ada beberapa jenis metode padan, adapun yang sesuai dengan penelitian ini yaitu metode padan ortografis, karena alat penentunya seperti bahasa tulis dan simbolnya memiliki interpretan yang berbeda. Teknik yang digunakan dalam metode padan ada dua yaitu teknik dasar dan teknik lanjutan (Sudaryanto 1993:21). Teknik dasar yang digunakan pada penelitian ini adalah Teknik Pilah Unsur Penentu (teknik PUP), yaitu teknik yang alatnya berupa daya pilah yang bersifat mental yang dimiliki oleh penelitinya. Sedangkan untuk teknik lanjutannya adalah Teknik Hubung Banding (HB). Menggunakan teknik Hubung Banding karena bertujuan untuk mencari makna sejumlah tanda linguistik pada kemasan Pocky Jepang edisi エールポッキー (*ērupokkī*) varian *heartful*.

Langkah pertama yang peneliti lakukan adalah menjelaskan secara umum seluruh tanda linguistik yang terdapat pada data, kemudian peneliti mengidentifikasi tanda-tanda linguistik yang terdapat pada data tersebut. Analisis tanda linguistik ini dilakukan untuk mengklasifikasikan tanda lingual dan non-lingual pada kemasan Pocky edisi エールポッキー (*ērupokkī*) varian *heartful* serta menginterpretasikan setiap tanda linguistik tersebut.

Analisis tanda lingual dan non-lingual ini digunakan untuk bisa menemukan makna denotatif dan konotatif. Makna denotatif dan konotatif tersebut bisa diperoleh dengan menggunakan peta tanda Roland Barthes.

c. Metode Penyajian Hasil Analisis

Penyajian hasil analisis data dilakukan dengan dua cara yaitu, penyajian informal dan penyajian formal. Penyajian informal adalah perumusan dengan kata-kata biasa walaupun dengan terminologi yang bersifat teknis (Sudaryanto, 1993:145). Penyajian informal lebih mudah dimengerti ketika dibaca karena menggunakan kata-kata biasa.

Pada penelitian ini peneliti menggunakan penyajian data secara informal yaitu menggunakan kata-kata biasa untuk memudahkan pemahaman dalam analisis semiotik pada kemasan Pocky Jepang edisi エールポッキー (*ērupokkī*) varian *heartful*.

1.7 Sistematika Penulisan

Penelitian ini terbagi atas empat bab. Bab I merupakan bagian pendahuluan yang terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, serta sistematika penulisan. Bab II merupakan bagian kerangka teori yang terdiri dari tinjauan pustaka dan landasan teori. Bab III merupakan bagian analisis data yang menjelaskan tentang tanda lingual dan non-lingual dalam kemasan Pocky Jepang edisi エール

ポッキー (*ērupokkī*) varian *heartful*. Bab IV merupakan bagian penutup yang berupa kesimpulan dan saran.

