

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Semiotika merupakan suatu kajian ilmu tentang tanda yang mempelajari bagaimana manusia memaknai berbagai fenomena disekitarnya (Barthes, 1968:9). Menurut Littlejohn (2009:53), semiotik bertujuan untuk mengetahui makna-makna yang terkandung dalam sebuah tanda atau menafsirkan makna tersebut sehingga diketahui bagaimana komunikator mengkonstruksi pesan. Kajian semiotika dapat digunakan untuk membahas tentang tanda dari sebuah poster, cover, iklan maupun kemasan produk makanan.

Di era perkembangan teknologi sekarang perusahaan-perusahaan besar berusaha menghadirkan banyak variasi desain dan kemasan produk agar bisa mempertahankan dan meningkatkan penjualan produk. Kemasan memiliki peran signifikan sebagai sarana komunikasi visual yang tidak hanya berfungsi melindungi produk makanan agar tetap terjaga dari kerusakan serta steril dari kotoran, tetapi juga membentuk persepsi konsumen terhadap produk. Selain itu melalui desain kemasan, informasi sebuah produk dapat disampaikan sehingga mendorong konsumen untuk membeli produk tersebut. Hal ini disebut Label produk dalam teori desain kemasan.

Belch dan Belch (2021) mendefinisikan label produk sebagai label pada kemasan produk yang memberikan informasi tentang merek, nama produk, bahan baku, tanggal kadaluarsa, instruksi penggunaan, dan informasi lainnya yang diperlukan oleh konsumen. Keseragaman desain antar varian rasa harus

diperhatikan juga dalam sebuah kemasan produk karena berperan penting dalam membangun identitas dan citra produk. Salah satu produk makanan dari perusahaan Nestlé yang memiliki ciri khas wafer berlapis coklat yang disebut dengan nama *brand* nya KitKat.

KitKat merupakan produk makanan wafer batang coklat yang pertama dibuat oleh Rowntree's dari York, Inggris. Kemudian diproduksi di seluruh dunia Perusahaan Nestlé yang mengambil alih Rowntree pada tahun 1988, di Amerika Serikat. KitKat diperkenalkan di Jepang pada 1973 ketika pembuat manisan asal Inggris, Rowntree's membuat perjanjian dengan pemilik restoran Jepang, Fujiya. KitKat menjadi populer di Jepang karena beberapa faktor salah satunya adalah budaya "*Omiyage*". Kepopuleran ini berasal dari nama Jepang untuk KitKat yaitu キットカット *KittoKatto*. Nama ini mirip dengan ungkapan きつと勝つとお *Kitto Katsutoo* , yang berarti "Kamu pasti menang" (<https://toyokeizai.net/articles/-/257516> dan situs resmi Nestle Jepang). Oleh karena itu, KitKat diberikan kepada siswa bukan hanya sebagai hadiah, tetapi sebagai jimat keberuntungan. Setiap tahun Nestle di Jepang selalu mengeluarkan Edisi terbaru KitKat. Pada tanggal 1 April 2024 Nestle mengeluarkan Produk KitKat terbaru dengan kemasan Edisi サンリオ キャラクターズ *sanriokarakutaazu* bekerja sama dengan Sanrio Co, Ltd. Sanrio Company, Ltd. 株式会社サンリオ (*Kabushikigaisha Sanrio*) adalah perusahaan hiburan Jepang. Perusahaan ini merancang, melisensikan, dan memproduksi produk yang berfokus pada segmen budaya populer Jepang yang *kawaii* ("imut") .

Edisi Sanrio ini bertema tentang 新生活 *shinseikatsu* "Kehidupan baru" yang terdapat pada Kemasan KitKat edisi サンリオ キャラクターズ

sanriokyarakutaazu produk ini direkomendasikan untuk menghibur seseorang, menyampaikan dukungan maupun ungkapan terimakasih. Perusahaan Nestle dan Sanrio merilis varian KitKat baru dengan menampilkan semua karakter Sanrio Seperti Hello Kitty, Cinnamoroll, dan Pompompurin pada kemasannya. Berikut adalah gambar varian KitKat Edisi サンリオキャラクターズ *sanriokyarakutaazu*.



Gambar 1. Kemasan Besar wafer Kitkat Jepang edisi *sanriokyarakutaazu*

Penelitian ini, membahas tentang KitKat キットカット *KittoKatto* Versi Jepang Edisi サンリオキャラクターズ *sanriokyarakutaazu*. Peneliti tertarik melakukan penelitian pada Kemasan KitKat キットカット *KittoKatto* Edisi サンリオキャラクターズ *sanriokyarakutaazu* ini karena merupakan varian terbaru yang dirilis oleh Perusahaan Nestle berkolaborasi dengan perusahaan Sanrio Co, Ltd. pada 1 April 2024 yang bertepatan pada tahun fiskal di Jepang. Tahun fiskal di Jepang dimulai pada 1 April hingga 31 Maret merupakan periode pembukuan dan perencanaan keuangan yang di digunakan oleh pemerintah dan perusahaan. Periode ini bukan hanya sekedar pembukuan, tetapi juga merepresentasikan fase kehidupan baru bagi masyarakat Jepang, karena bertepatan dengan musim semi. Musim semi secara kultural dimaknai sebagai awal kehidupan baru, seperti tahun ajaran baru,

memulai pekerjaan atau aktivitas baru lainnya (Nestle Jepang Co.,Ltd, 2024). Produk ini dirilis dengan menampilkan pesan-pesan dukungan mengenai tema 新生活 *shinseikatsu* kehidupan baru yang diucapkan oleh karakter Sanrio pada kemasan mini. Pemilihan Setiap paket kemasan besar berisi sepuluh キットカット *KittoKatto* KitKat mini dengan karakter Sanrio yang berbeda seperti gambar berikut.



Gambar 2. Kemasan mini KitKat edisi sanriokarakutaazu

Pada kemasan キットカット *KittoKatto* KitKat edisi サンリオキャラクターズ *sanriokarakutaazu* berfungsi sebagai media komunikasi. Dapat dilihat dari kemasan キットカット *KittoKatto* KitKat terdapat informasi maupun pesan yang mendeskripsikan produk KitKat itu sendiri. Pada kemasan キットカット *KittoKatto* KitKat edisi サンリオキャラクターズ *sanriokarakutaazu* terdapat tanda-tanda linguistik berupa tanda lingual dan non-lingual. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui makna semiotika tanda lingual berupa teks dan non-lingual berupa elemen visual atau gambar pada kemasan KitKat Edisi サンリオキャラクターズ *sanriokarakutaazu*. Peneliti menggunakan teori “two order of signification” mencakup denotasi (makna sebenarnya) dan konotasi (makna konteks budaya) sehingga dapat memudahkan peneliti dalam menganalisis data

yang terdapat pada kemasan. Contoh tanda lingual yang terdapat pada kemasan キットカット *KittoKatto* KitKat sebagai berikut.

Data 1

あなたらしく輝いて♪
Anatarashiku Kagayaite
“Bersinarlah seperti dirimu”

Tanda lingual pada kalimat di atas terdapat huruf hiragana dan huruf kanji. Kata 「あなた」 (*anata*) “Anda” ditambah pola 「らしい」 (*rashii*) berubah jadi 「らしく」 (*rashiku*) karena ada kata kerja sehingga memiliki arti “Seperti diri sendiri” dan kata 「輝いて」 (*kagayaite*) bentuk 「て形」 (*te-kei*) dari kata kerja 「輝く」 (*kagayaku*) yang artinya “Bercahaya, Bersinar” (Matsuura 1994:394). Tanda-tanda tersebut kemudian dianalisis menggunakan teori denotasi-konotasi yang dikemukakan Roland Barthes.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, ada beberapa rumusan masalah yang akan dikemukakan dalam penelitian ini, yaitu :

1. Apa saja tanda lingual dan non-lingual yang terdapat pada kemasan KitKat Jepang Edisi サンリオキャラクターズ *sanriokyarakutaazu* ?
2. Apa makna denotatif dan konotatif pada kemasan KitKat Edisi サンリオキャラクターズ *sanriokyarakutaazu* ?

1.3. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang peneliti membatasi pembahasan dalam penelitian ini hanya pada tanda lingual berupa kata dan kalimat serta tanda non-lingual berupa gambar dan logo yang terdapat pada kemasan besar bagian depan KitKat Edisi サンリオキャラクターズ *sanriokyarakutazu* dan 5 kemasan mini. Pemilihan varian kemasan besar pada penelitian ini secara eksplisit mengusung tema 新生活 *shinseikatsu* “kehidupan baru” didukung oleh karakter-karakter sanrio yang banyak diminati oleh konsumen salah satunya Hello Kitty (Sanrio.Co.Lt). Sedangkan 5 kemasan mini yang dipilih digunakan sebagai objek penelitian memiliki keterkaitan tematik dengan kemasan besar dan berfungsi menyampaikan pesan-pesan yang mendukung tema 新生活 *shinseikatsu* “kehidupan baru”. Data yang digunakan dalam penelitian ini di ambil dari Website resmi Nestle Jepang.

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah dijabarkan sebelumnya, adapun tujuan dari penelitian ini yaitu untuk :

1. Mendeskripsikan tanda lingual dan non-lingual yang terdapat pada kemasan KitKat Jepang Edisi サンリオキャラクターズ *sanriokyarakutaazu*
2. Menganalisis makna denotatif dan konotatif pada kemasan KitKat Edisi サンリオキャラクターズ *sanriokyarakutaazu*.

1.5. Manfaat Penelitian

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

1. Manfaat Praktis

Secara Praktis penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi praktisi periklanan sebagai rujukan bagaimana membuat kemasan produk yang menarik. Bagi peneliti sendiri dapat menambah informasi dan wawasan pengetahuan tentang makna yang terdapat dalam sebuah kemasan. Kemudian bagi pembaca, penelitian ini dapat menjadi salah satu bahan referensi bagi penelitian selanjutnya mengenai penelitian pada kemasan produk yang menggunakan teori semiotika Roland Barthes.

2. Manfaat Teoritis

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

1.6. Metode Penelitian

Pada Penelitian ini, peneliti menggunakan metode kualitatif. Pendekatan kualitatif ini lebih dekat dengan apa yang dieliti serta data yang dimunculkan berdasarkan data empirik peneliti. Menurut Bogdan dan Biklen (2016:54) penelitian kualitatif merupakan salah satu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa ucapan atau tulisan dan perilaku orang-orang yang diamati.

Dalam penelitian ini data dianalisis melalui beberapa langkah : pengumpulan data, analisis data dan penyajian hasil analisis.

1.6.1. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode Simak bebas libat cakap (SBLC). Dengan menggunakan metode ini, peneliti tidak ikut berpartisipasi dalam pembentukan dan pemunculan calon data, peneliti hanya menyimak saja (Sudaryanto, 2015:205),

Data yang digunakan bersumber dari data tertulis, peneliti menggunakan teknik pustaka. Teknik Pustaka yaitu dari sumber-sumber tertulis untuk memperoleh data (Subroto, 2007:47). Peneliti mengumpulkan data kemasan berupa tanda lingual serta tanda non-lingual yang dilihat atau dibaca dari internet. Data yang diperoleh berupa makanan ringan dari cabang perusahaan Nestle di Jepang yaitu キットカット *KittoKatto* KitKat.

1.6.2. Teknik Analisis Data

Setelah semua data di peroleh, tahap selanjutnya adalah melakukan analisis data menggunakan metode padan. Metode padan merupakan metode analisis data yang alat penentunya berada di luar dan terlepas atau tidak menjadi bagian dari bahasa (*langue*) dari bahasa yang bersangkutan (Sudaryanto dalam Kesuma, 2007:48). Teknik yang digunakan dalam metode padan ada dua yaitu teknik dasar dan teknik lanjutan. Teknik dasar yang digunakan adalah teknik pilah unsur penentu (teknik PUP), alatnya berupa daya pilah bersifat mental yang dimiliki oleh peneliti. Teknik lanjutannya adalah Teknik Hubung Banding (HB). Menggunakan teknik

Hubung Banding bertujuan untuk mencari makna sejumlah tanda linguistik pada kemasan キットカット *KittoKatto* KitKat Jepang Edisi サンリオキャラクターズ.

Langkah pertama adalah menjelaskan secara umum seluruh tanda linguistik yang terdapat pada data. Kemudian peneliti mengidentifikasi tanda-tanda linguistik tersebut. Analisis tanda linguistik ini dilakukan untuk mengklasifikasi tanda lingual dan non-lingual pada kemasan KitKat キットカット Jepang サンリオキャラクターズ.

Analisis ini digunakan agar bisa menemukan makna denotatif dan konotatif. Berikut adalah bentuk Data dengan menggunakan teori semiotika Roland Barthes :

Contoh Data 2

フレー!フレー!! 新生活
Furee! furee!! Shinseikatsu
 “Hore! Hore!! Kehidupan baru

Pada data di atas terdapat tanda lingual yang terdiri dari huruf katakana dan kanji. Kata フレー *Furee* “Hore” menurut kamus (JapanDict). Arti Kata 新生活 *Shinseikatsu* “kehidupan baru” (Kenji Matsura 1994:929). 新生活 (*Shinseikatsu*) dan フレー!フレー!! (*Furee! Furee!!*) mengandung makna bahwa adanya dukungan dan seruan ungkapan semangat untuk memulai kehidupan baru.

“Hore! Hore!! Kehidupan baru.

(Signifier) Penanda	(Signified) Petanda
フレー!フレー!! 新生活 <i>Furee! Furee!! Shinseikatsu</i>	Seruan untuk mendukung kehidupan baru
(Denotative) Sign Tanda Denotasi	
Hore! Hore!! Kehidupan baru	
Penanda Konotatif	Petanda Konotatif
Kalimat フレー!フレー!! 新生活 <i>Furee! Furee!! Shinseikatsu</i> merupakan tanda	Pada kalimat ini menunjukkan makna kehidupan baru bagi masyarakat

denotatif itu sendiri sebagai tanda konotatif yaitu ungkapan dukungan penuh semangat untuk memulai kehidupan baru.	Jepang dalam meningkatkan semangat, optimisme, dan harapan baru seperti memasuki sekolah baru, pekerjaan baru, atau lingkungan baru.
Tanda Konotatif	
Pada kalimat フレー!フレー!! 新生活 <i>Furee! Furee!! Shinseikatsu</i> menggambarkan optimisme dan harapan baru bagi orang Jepang ketika memulai fase baru dalam kehidupan mereka.	

Tabel 1. Contoh analisis data menggunakan teori Roland Barthes

Tanda Lingual di atas kemudian dianalisis menggunakan teori Barthes sebagai berikut : Hubungan yang membangun tanda konotatif pada data (1a) ditunjukkan dalam tabel (3). Data (1a) memiliki penanda yang kemudian menghasilkan sebuah petanda berupa seruan untuk mendukung kehidupan baru. Penanda dan petanda tersebut mengkontruksi tanda denotatif. Penanda konotatif muncul bersamaan dengan tanda denotatif. Petanda konotatif berfungsi sebagai acuan dari penanda konotatif. Acuan tersebut merupakan masyarakat Jepang dikenal dengan semangat dan optimisme yang sangat tinggi dalam kehidupan baik dalam dunia pendidikan maupun pekerjaan (Davies, 2002). Penanda konotatif dan petanda konotatif membentuk tanda konotatif.

1.6.3. Teknik Penyajian Hasil Analisis

Penyajian hasil analisis penelitian ini dilakukan secara informal. Penyajian informal menggunakan kata-kata biasa (Sudaryanto, 2015:241). Penyajian hasil analisis data pada penelitian ini menggunakan data secara informal yaitu menggunakan kata-kata biasa untuk memudahkan pemahaman dalam analisis semiotik pada kemasan KitKat キットカット Jepang Edisi サンリオキャラクターズ.

1.7. Sistematika Penulisan

Sistematika Penulisan pada penelitian ini terdiri dari empat bab. Pada Bab I merupakan bab pendahuluan yang terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat, metode penelitian dan sistematika penulisan. Bab II merupakan kerangka teori yang terdiri dari tinjauan pustaka dan landasan teori. Bab III bab ini merupakan bagian analisis data yang menjelaskan tentang lingual dan non-lingual dalam kemasan KitKat キットカット Jepang Edisi サンリオキャラクターズ. Bab IV merupakan bab penutup dari proposal yang menguraikan tentang kesimpulan dan saran dari pembahasan yang peneliti lakukan berdasarkan hasil penelitian.

