

BAB IV PENUTUP

4.1. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data pada tanda lingual dan non-lingual pada kemasan wafer KitKat Jepang edisi サンリオキャラクターズ *sanriokyarakutaazu* menggunakan teori Roland Barthes. Kemasan ini dirilis oleh perusahaan Nestle KitKat berkolaborasi dengan Sanrio mengusung tema tentang dukungan kehidupan baru terhadap masyarakat Jepang. Berdasarkan hasil analisis semiotika pada kemasan KitKat Jepang edisi サンリオキャラクターズ *sanriokyarakutaazu*, peneliti menemukan terdapat pemaknaan denotasi dan konotasi pada tanda lingual dan non-lingual di kemasan KitKat. KitKat Jepang selain sebagai makanan ringan juga memiliki makna budaya dalam masyarakat Jepang sebagai simbol keberuntungan karena namanya mirip dengan istilah *Kitto Katsutoo* (きっと勝つとお), yang berarti “Kamu pasti menang”. Kerja sama Nestlé Jepang dengan Sanrio mencakup kemasan yang menampilkan tokoh-tokoh terkenal seperti Hello Kitty dan Cinnamoroll, yang menyampaikan pesan-pesan inspiratif berupa dukungan semangat untuk kehidupan baru pada tahun fiskal bertepatan dengan musim semi di Jepang.

4.2. Saran

Penelitian ini mengkaji analisis semiotika pada kemasan wafer KitKat Jepang edisi edisi サンリオキャラクターズ *sanriokyarakutaazu*. Peneliti menggunakan teori Roland Barthes yang dikenal dengan "*two order signification*" untuk menganalisis makna denotasi dan konotasi yang terdapat kemasan. Tidak hanya mengenai dukungan semangat motivasi, produk KitKat begitu banyak

sehingga dapat diteliti dari segi makna tanda iklan dari produk menggunakan kajian semiotika atau kajian lainnya. Peneliti berharap akan ada penelitian selanjutnya yang menggunakan teori Barthes agar kajian semiotika ini mudah untuk dipahami dan semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

