

REPRESENTASI BATIK MOTIF BUNGA DALAM DESAIN KEMASAN PRODUK “MATTE VELVET LIPSTICK”

REPRESENTATION OF BATIK FLOWER MOTIF IN THE PACKAGING DESIGN OF "MATTE VELVET LIPSTICK" PRODUCT

Chairini Aisyah¹⁾, Handriyotopo²⁾

^{1),2)} Seni Program Magister, Institut Seni Indonesia Surakarta
Email: chairiniaisyah09@gmail.com

ABSTRAK

“Batik” merupakan warisan budaya bangsa Indonesia. Batik atau yang berarti meneteskan tinta dengan canting sehingga membentuk coretan yang terdiri dari susunan titik-titik dan goresan ini sering dijumpai pada produk kain atau pakaian. Berbeda halnya dengan unsur “batik” dalam sebuah kemasan produk kecantikan saat ini. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui makna dan pesan dari penggunaan “batik” motif bunga dalam sebuah produk kecantikan yang identik dengan pemakaian para wanita. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan mengaplikasikan pada teori semiotika Roland Barthes. Peneliti memilih desain kemasan *lipstick matte velvet* yang diluncurkan pada tahun pada sebuah produk kecantikan untuk dijadikan objek penelitian. Dari penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa pemaknaan bertingkat melalui teori semiotika Barthes, yaitu melalui makna denotasi, konotasi, dan mitos. Teridentifikasi penanda dan petanda yang merepresentasikan “batik” dari warisan budaya Indonesia yang diimplementasikan dalam produk kecantikan. Motif bunga dipilih dalam motif desain kemasan dengan warna-warna cerah yang merepresentasikan tanda-tanda sebuah produk kecantikan.

Kata Kunci: Representasi, Motif Bunga, Kemasan, Produk Kecantikan, Semiotika

ABSTRACT

"Batik" is a cultural heritage of Indonesia. Batik or which means dripping ink with canting so as to form a streak consisting of an arrangement of dots and strokes is often found on fabric or clothing products. Unlike the case with the "batik" element in a beauty product packaging today. The purpose of this research is to find out the meaning and message of the use of "batik" flower motifs in a beauty product that is identical to the wearing of women. This research uses descriptive qualitative research methods by applying the Roland Barthes semiotic theory. Researchers chose the packaging design of matte velvet lipstick launched in the year of a beauty product to be the object of research. From the research that has been done, it can be concluded that the meaning is stratified through Barthes' semiotic theory, namely through the meaning of denotation, connotation, and myth. Identified signifiers and signs that represent "batik" from Indonesian cultural heritage implemented in beauty products. Flower motifs are chosen in the packaging design motif with bright colors that represent the signs of a beauty product.

Keywords: Representation, Flower Motifs, Packaging, Beauty Products, Semiotics

*Korespondensi Penulis:
E-mail: chairiniaisyah09@gmail.com

PENDAHULUAN

Secara etimologi istilah batik berasal dari kata yang berakhiran “tik”, berasal dari kata menitik yang berarti menetes yaitu menitikkan malam dengan canting sehingga membentuk corak yang terdiri atas susunan titikan dan garis (Anas, 1997). Batik adalah sumber daya sosial masyarakat yang telah diwariskan dari zaman ke zaman hingga saat ini. Keunikan batik Indonesia tidak dapat dibandingkan dengan batik dari negara lain karena batik Indonesia berbeda dalam hal waktu pembuatannya dan juga beragam dalam hal gambar-gambar kehidupan yang sarat akan filosofi negeri ini (Prasetyo & Singgih, 2016). Batik Indonesia dapat dibagi menjadi tiga kelompok: batik klasik, batik kontemporer, dan batik pesisir. Keluarga raja-raja Indonesia pada zaman dulu menggunakan kesenian batik sebagai pakaiannya. Awalnya batik hanya untuk kalangan terbatas untuk pakaian raja, akan tetapi karena banyak keluarga raja tinggal di luar keraton, maka kesenian ini di bawa keluar keraton dan dikerjakan di tempatnya masing-masing. Dalam jangka waktu tertentu, selanjutnya kesenian ini ditiru oleh masyarakat luas, dan menjadi pekerjaan kaum wanita dalam rumah tangganya, untuk mengisi waktu luang. Batik yang tadinya hanya untuk masyarakat di lingkungan keraton selanjutnya menjadi pakaian rakyat yang digemari. Kain putih pada batik merupakan hasil tenunan warga dan bahan pewarna yang dipakai berasal dari produk alam, seperti pohon mengkudu, tinggi, sogi, nila dan bahan sodanya terbuat dari soda abu, serta garamnya dari tanah lumpur.

Batik adalah salah satu cara pembuatan bahan pakaian. Selain itu batik bisa mengacu pada dua hal. Pertama adalah teknik pewarnaan kain dengan menggunakan malam untuk mencegah pewarnaan sebagian dari kain dan yang kedua adalah kain atau busana yang dibuat dengan teknik tersebut, termasuk penggunaan motif-motif tertentu yang memiliki kekhasan. Keberadaan batik tidak terlepas dari peran seorang pembuat batik ataupun pengrajin batik. Untuk menghasilkan produk batik yang mengglobal sangat dibutuhkan orang-orang yang memiliki kemauan dan kreativitas yang tinggi dalam pengembangan batik. Batik legendaris pada awal perang dunia pertama

sampai dengan perang dunia kedua dikenal dengan batik cap "mori biru" yang melambungkan namanya di pasaran Indonesia. Menurut beberapa referensi menyebutkan bahwa membatik telah ada di China sejak dinasti Qin (221-207 SM) atau dinasti Han (206 SM). Akan tetapi, perkembangan yang cukup pesat dan mulai dikenal oleh masyarakat pada Dinasti Tang (618-907) yang ketika itu batik menjadi komoditas "Jalur Sutra" lain yang di ekspor ke Eropa serta beberapa negara lain di dunia.

Di Malaysia, motif batik tidak menggunakan simbol bernyawa, kecuali kupu-kupu. Hal ini karena berkaitan dengan hukum islam yang diterapkan di Malaysia. Sehingga di Malaysia kita bisa menemui batik dengan ragam corak awan, bunga dan dedaunan. Pola yang ditunjukkan di Malaysia lebih besar dan sederhana, sementara itu dari segi warna terlihat lebih "ringan" dibandingkan dengan batik di Indonesia. Motif batik adalah sebuah esensi atau kepala dari sebuah desain gambar yang menjadi dasar atau titik fokus dari sebuah rencana gambar, dengan tujuan agar makna dari tanda, gambar atau citra di balik tema tersebut dapat diungkap (Wulandari & Ari, 2011).

Premiere Beaute adalah salah satu brand dari Paris. *Premiere Beaute* adalah brand kosmetik yang terinspirasi dari kecantikan wanita Paris yang *classy, elegant* dan anggun. *Premiere Beaute* sendiri dalam bahasa Perancis memiliki arti *Pure Beauty*, atau kecantikan yang murni. Batik Lipstik dengan Desain Motif Batik 3D Kemasan yang elegan dan unik, menggunakan teknologi magnet, serta mudah digunakan dengan hasil akhir *matte* yang ringan dan tidak membuat bibir kering, dapat bertahan lama di bibir sepanjang hari. Kotler mengatakan dalam (Putra, 2014) desain kemasan adalah suatu kegiatan merancang dan memproduksi wadah untuk suatu produk. Shimp mengatakan struktur desain berkaitan dengan fitur-fitur fisik kemasan, dan terdiri dari tiga sub dimensi: bentuk, ukuran, dan material (Shimp, 2011).

Penggunaan Motif Batik pada kemasan, masih jarang digunakan didalam industri kecantikan. Motif Batik yang semula hanya penggunaannya pada kain berahli fungsi menjadi bagian dari penyebaran pengenalan batik pada sebuah kemasan. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui makna

penggunaan motif batik pada kemasan yang merepresentasikan dari warisan budaya Indonesia pada kemasan yang dipakai seluruh dunia. Motif bunga dipilih dalam motif desain kemasan dengan warna-warna cerah yang merepresentasikan tanda-tanda sebuah produk kecantikan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian makna dari representasi batik pada desain produk kemasan *Matte Velvet Lipstick* dengan menggunakan teori analisis semiotika Roland Barthes untuk memudahkan dalam melakukan penelitian yang berhubungan dengan masalah yang diteliti dengan sistem penandaan denotasi, konotasi, dan mitos terhadap simbol dan tanda yang merepresentasikan batik di kemasan produk *Matte Velvet Lipstick*. Penelitian ini menggunakan kajian kualitatif deskriptif.

Moleong berpendapat, penelitian kualitatif adalah penelitian yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain, secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah (Lexy J. Moleong, 2018).

Objek Penelitian

Objek penelitian yang dipilih oleh peneliti merupakan salah satu produk kecantikan/make up, yaitu batik *Matte Velvet Lipstick* dari brand kecantikan *Premiere Beaute*. *Premiere Beaute* adalah salah satu brand dari Paris. *Premiere Beaute* adalah brand kosmetik yang terinspirasi dari kecantikan wanita Paris yang *classy, elegant* dan anggun. *Premiere Beaute* sendiri dalam bahasa Perancis memiliki arti *Pure Beauty*, atau kecantikan yang murni. *Premiere Beaute* meluncurkan produk pertama yang berupa koleksi parfum dengan kualitas yang mumpuni. Untuk meningkatkan kualitasnya, *Premiere Beaute* bekerja sama dengan Anne Flipo, seorang *perfumer* dari Perancis yang sudah menciptakan lebih dari 150 parfum untuk *brand-brand* internasional.

Premiere Beaute menyediakan produk yang di butuhkan wanita Indonesia (seperti *lipstick* dan parfum yang dibuat langsung oleh artisan di Prancis) dengan harga yang sangat

terjangkau. Semua produk juga sangat aman di gunakan karena telah terdaftar di BPOM Indonesia.

Premiere Beaute memiliki beberapa produk unggulan seperti *lipstick* dengan swarovski dan parfum yang dibuat 12 langsung oleh artisan di Prancis yang sebelumnya sudah dicoba dan disukai juga oleh Tasya Farasya dan Vinna Gracia.

Desain yang tidak biasa yaitu batik hadir pada kemasan tersebut membuat berbeda dari produk sebelumnya. Batik Lipstick dengan Desain Batik 3D Kemasan yang elegan dan unik, menggunakan teknologi magnet, serta mudah digunakan dengan hasil akhir *matte* yang ringan dan tidak membuat bibir kering, dapat bertahan lama di bibir sepanjang hari.

Batik Velvet Matte *Lipstick* terdiri dari 6 varian warna *lipstick* dengan 3 motif desain yang berbeda. Motif tersebut masing-masing diwakilkan dengan 2 varian warna pada *lipstick* dengan *background* warna kemasan. Desain packing tersebut membentuk embos 3D yang dapat diraba/dirasa oleh tangan. 6 warna *background* yang berbeda adalah warna pink, warna putih, warna kuning, warna orange, warna biru gelap serta warna hitam. Dominasi motif batik pada kesamaan produk adalah motif nature yaitu bunga dan daun yang full motif pada kemasan.



Gambar 1. 1 Desain Promosi Matte Velvet Lipstick Yogya Rouge

Sumber: (Premiere Beaute, 2021), diakses tanggal 21 Juli 2023



Gambar 1. 2 Desain Promosi Matte Velvet Lipstick Lmland Blush

Sumber: (Premiere Beaute, 2021), diakses tanggal 21 Juli 2023



Gambar 1. 3 Desain Promosi Matte Velvet Lipstick Coasta Chilli

Sumber: (Premiere Beaute, 2021), diakses tanggal 21 Juli 2023



Gambar 1. 4 Desain Promosi Matte Velvet Lipstick Lasem Strawberry

Sumber: (Premiere Beaute, 2021), diakses tanggal 21 Juli 2023



Gambar 1. 5 Desain Promosi Matte Velvet Lipstick Court Plum

Sumber: (Premiere Beaute, 2021), diakses tanggal 21 Juli 2023



Gambar 1. 6 Desain Promosi Matte Velvet Lipstick Solo Scarlet

Sumber: (Premiere Beaute, 2021), diakses tanggal 21 Juli 2023

Roland Barthes

Dalam penelitian ini, definisi konsep merupakan uraian singkat mengenai variabel-variabel yang akan diteliti. Berikut uraian singkat mengenai variabel-variabel yang digunakan :

1. Denotasi

Barthes memahami denotasi sebagai makna paling nyata dari tanda. Jadi, dalam konsep Barthes tanda konotatif dimaknai tidak sekedar memiliki

makna tambahan namun juga mengandung kedua bagian tanda denotatif yang melandasi keberadaannya.

2. Konotasi

Konotasi merupakan istilah yang digunakan untuk merujuk ke signifikansi tahap kedua. Terjadi interaksi antara tanda yang bertemu dengan perasaan atau emosi dari pembaca serta nilai-nilai dari kebudayaannya. Konotasi memiliki makna subjektif.

3. Mitos

Mitos memiliki pola tiga dimensi penanda, petanda dan tanda. Mitos dibangun oleh suatu rantai pemaknaan yang telah ada sebelumnya, atau singkatnya mitos merupakan sistem pemaknaan tingkat kedua.

Representasi

Representasi dapat dikatakan sebagai bagian dari kegiatan komunikasi yaitu pertukaran pesan melalui media dan menghasilkan makna. Menurut Everett M. Rogers yang dikutip oleh Cangara1 “komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih, dengan maksud untuk merubah tingkah laku mereka”.

Secara sederhana, representasi dapat diartikan sebagai kegiatan menampilkan kembali, mewakili sesuatu, pembuatan image atau sebuah cara untuk memaknai apa yang diberikan pada benda atau pada teks yang digambarkan. Teks disini dapat berbentuk apa saja, seperti tulisan, gambar, kejadian nyata, dan audio visual. Menurut Judy Giles dan Tim Middleton yang dikutip oleh Ayurisna, kata Representasi memiliki tiga arti, diantaranya :

1. *To stand in for* yang artinya melambangkan, contohnya pada gambar orang memakai rok yang ditempel di pintu toilet melambangkan toilet khusus wanita,
2. *Teprresent (to speak or act on behalf of)* artinya berbicara atas nama seseorang, contohnya menteri luar negeri berbicara di negara lain mewakili rakyat Indonesia,
3. *To re-present* artinya menghadirkan kembali, contohnya film Ainun Habibi di tayangkan untuk menghadirkan kembali perjalanan kisah cinta mereka.

Batik

Indonesia memiliki banyak keanekaragaman suku dan adat serta memiliki berbagai macam hasil budaya. Salah satunya yang sudah banyak dikenal oleh berbagai negara sebagai suatu hasil budaya Indonesia adalah Batik.

Batik merupakan salah satu bentuk ekspresi kesenian tradisi yang dari hari ke hari semakin menapakkan jejak kebermaknaannya dalam khasanah kebudayaan Indonesia. Secara etimologi istilah batik berasal dari kata yang berakhiran “tik”, berasal dari kata menitik yang berarti menetes yaitu menitikkan malam dengan canting sehingga membentuk corak yang terdiri atas susunan titikan dan garisan (Anas et al., 1997, h. 14).

Batik Indonesia dapat dibagi menjadi tiga kelompok: batik klasik, batik kontemporer, dan batik pesisir. Batik klasik lahir dan berkembang di keraton Jawa. Dekorasi dan warna merupakan kombinasi dari estetika keraton, filosofi hidup dan karakteristik lingkungan. Lokasi pengembangan batik klasik antara lain Keraton Surakarta, Candi Mangkunegaran, Keraton Yogyakarta, Candi Pakualaman, Keraton Cirebon dan Keraton Sumenep. Jenis ragam hias batik klasik antara lain lereng, Ceplok, Sidomukti, Semen, Kawung, Tritik, Parang, Parang Rusak, dan Sidoluhur. Teknik pembuatan batik ini dapat dilakukan dengan tulis, cap, dan print (Doellah, 2002).

Batik kontemporer bisa disebut juga model batik modern. Seperti seni kontemporer, pola batik modern tidak menetapkan pada standar aturan bentuk atau ornamen yang baku. Perkembangannya berada di Jakarta, Semarang, Pekalongan, Surabaya, dan Yogyakarta.

Batik pesisir merupakan batik yang berasal dari luar keraton. Karena dibuat di wilayah pesisir, ia hadir dalam berbagai macam hias serta warna yang berisi unsur akulturasi budaya Indonesia dengan budaya luar. Contoh batik pesisir yang sering kali kita temui adalah Batik Belanda, Batik Cina, dan Batik Hokokai. Daerah pesisir penghasil batik terletak di Pekalongan, Semarang dan Surabaya. Beberapa

motif dan pola yang dihasilkan antara lain tumbuhan, hewan, tiga negeri, sekar jagad, lasem, buketan, dan cerita dongeng.

Salah satu motif yang kerap menghiasi batik pesisiran ialah bunga. Bunga-bunga ini tentunya tidak sekedar menjadi hiasan, tetapi bermakna mendalam sekaligus mempercantik kain batik.

1. Bunga Plum
Dalam bahasa Mandarin, bunga plum disebut dengan meihua, penanda dimulainya musim semi. Kala musim semi datang, bunga inilah yang pertama kali mekar. Makna tersiratnya, bunga ini membawa harapan baru, keberuntungan, dan juga keberanian. Bunga plum memiliki lima kelopak. Jumlah kelopaknya memiliki makna keberuntungannya sendiri, yakni umur panjang, kekayaan, kesehatan, kebajikan dan keinginan untuk meninggal dengan normal di usia lanjut.
2. Bunga Anyelir (Carnation)
Bunga ini menyimbolkan pernikahan, kesuburan, dan rezeki yang berlimpah. Bunga ini konon berasal dari Persia, dibawa ke Indonesia melalui saudagar dari India.
3. Bunga Anggrek
Bunga ini sangat cantik juga memiliki banyak makna di dalamnya. Anggrek menjadi simbol kemuliaan, moralitas yang tinggi, kerendahan hati, keanggunan, kecantikan, serta kesuburan.
4. Bunga Seruni atau Krisan
Bunga ini sering mekar di musim gugur, kala banyak pohon yang menggugurkan dedaunannya. Karena itulah, bunga seruni disimbolkan sebagai ketabahan menghadapi keadaan.
5. Bunga Teratai (Lotus)
Bunga ini dianggap sebagai lambang kesucian, sebab Buddha sering digambarkan sedang bermeditasi di atasnya. Selain itu, Lotus juga dihubungkan dengan simbol kematangan, harmoni, kebahagiaan dan kecantikan. Bahkan biji lotusnya sendiri merupakan simbol kesuburan. (Esther Novita Inochi)
6. Bunga Mawar China
Bunga ini dianggap sebagai “ratu bunga” dan bung aini mekar sepanjang tahun dan

sangat bervariasi dalam warna merah, putih, krem, atau kuning. Bunga ini bermakna semangat yang berani.

7. Bunga Camelia
Camellia sinensis adalah sejenis tanaman yang daun dan pucuk daunnya dapat digunakan untuk membuat teh. Bunga ini merupakan lambang perempuan cantik sehingga masyarakat Tionghoa.
8. Bunga Azalea
Azalea mekar di musim semi dan hadir dalam berbagai warna seperti merah, merah muda dan putih. Azalea berwarna-warni mewakili kebahagiaan dan kemakmuran dan selalu dapat membangkitkan semangat hangat orang untuk hidup. Bunga ini memiliki makna keanggunan dan kelembutan yang mewakili kecantikan wanita sejati. Azalea memiliki sifat-sifat baik dan melambangkan beragam emosi dan peristiwa tertentu.
9. Bunga Osmanthus
osmanthus adalah bunga harum yang sangat khas untuk budaya makanan Cina. Makna bunga ini adalah Kemuliaan, percaya padaku, kemurnian.
10. Bunga Narsisis
Narcissus dikenal dalam bahasa China sebagai "dewi air." Bunga tersebut konon memiliki nilai gaib yang dapat mengusir roh jahat. Bunga kuning dan putihnya melambangkan emas, perak, dan kekayaan dalam budaya Tiongkok. Bunga ini adalah simbol dari permulaan baru, terlahir kembali, kreatifitas, inspirasi, semangat, kesadaran, ingatan, dan pengampunan.

Teori semiotika

Dalam Cobley dan Jansz, semiotika dikatakan telah dirintis oleh Plato (s. 428-348SM) dan Aristoteles. Oleh karena itu semiotika sendiri berasal dari bahasa Yunani, “*seme*”, seperti pada *semeiotikos* yang artinya adalah penafsir tanda. Jika dipandang dari sudut disiplin ilmu, semiotika berarti ilmu analisis tanda atau studi yang mempelajari tentang bagaimana sistem penandaan berfungsi. Umberto Eco dan Hoed dalam Sobur (2009:15) mengemukakan bahwa kajian semiotika sampai saat ini membedakan dua jenis semiotika, yaitu semiotika komunikasi dan semiotika signifikasi.

Banyak ahli yang meneliti kajian studi semiotika, sebut saja Ferdinand de Saussure, Charles Sanders Peirce, Roland Barthes, Baudrillard, Umberto Eco, Leuwen, Danesi, Arthur Asa Berger dan masih banyak ahli lainnya. Masing-masing memiliki spesifikasi ranah kajian yang berbeda-beda, seperti Saussure yang lebih menekankan ke kajian sastra, Asa Berger yang lebih tertarik untuk meneliti simbol dan tanda secara visual, serta Roland Barthes yang dalam kajiannya lebih tertarik untuk mengungkap mitos yang berkembang dalam masyarakat melalui kajian bertingkat.

Semiotika roland barthes

Roland Barthes adalah tokoh semiotika yang dipandang sebagai salah satu pemikir strukturalis yang menerapkan model linguistik dan semiologi Saussure. Bertens (2001:208) menyebutkan bahwa Roland Barthes adalah sebagai tokoh yang memainkan peranan penting dalam strukturalisme pada era 1960-an dan 1970- an. Dalam pemikirannya menyatakan bahwa bahasa adalah sebuah sistem tanda yang mencerminkan asumsi-asumsi suatu masyarakat tertentu.

Dalam teorinya, Barthes menggunakan tiga hal yang menjadi inti dalam penelitiannya, yakni makna Denotatif, Konotatif dan Mitos. Sistem pemaknaan kedua ini oleh Barthes disebut dengan konotatif, sedangkan pemaknaan tataran pertama ia sebut denotatif. Denotatif mengungkap makna yang terpampang secara nyata dan kasat mata contohnya bahwa bentuk balon itu bulat, kucing mengeluarkan suara dengan mengeong dan masih banyak lagi contoh lainnya. Sedangkan konotasi mengungkap makna yang tersembunyi dibalik tanda-tanda atau simbol yang tersirat dari sebuah hal. Jadi hanya tersirat, bukan secara kasat mata dalam bentuk nyata. Misalnya lambaian tangan, ekspresi wajah, penggunaan warna sebagai identitas dan lain sebagainya. Lain halnya dengan mitos. Mitos ada dan berkembang dalam benak masyarakat karena pengintrepretasian masyarakat itu sendiri akan sesuatu dengan cara memperhatikan dan memaknai korelasi antara apa yang terlihat secara nyata (denotasi) dan tanda apa yang tersirat dari hal tersebut (konotasi).

Dalam Sobur (2009 : 15) Barthes yang menyebut semiotika dengan sebutan semiologi, mengemukakan bahwa semiologi pada dasarnya hendak mempelajari bagaimana kemanusiaan (*humanity*) memaknai hal-hal (*things*). Dalam hal ini memaknai (*to signify*) tidak dapat dicampuradukkan dengan mengkomunikasikan (*to communicate*). Sebab memaknai bukan hanya berarti bahwa objek-objek yang diteliti tidak hanya membawa informasi, tetapi juga mengonstitusi sistem terstruktur dari tanda. Menurut Barthes (Sobur 2009:63) bahasa merupakan sistem tanda yang mencerminkan asumsi-asumsi dari suatu masyarakat tertentu dalam waktu tertentu. Dalam studinya tentang tanda, Barthes menambahkan peran pembaca (*the reader*). Penambahan area ini dikarenakan, meskipun konotasi merupakan sifat asli dari tanda, agar tanda tersebut dapat aktif dan berfungsi maka dibutuhkan peran pembaca.

Tabel 1. Peta Tanda Roland Bart

1. Signifier (Penanda)	2. Signified (Petanda)
3. Denotative sign (tanda denotatif)	
4. Conotative signifier (penanda konotatif)	1. Connotative signified (petanda konotatif)
2. Connotative sign (tanda konotatif)	

Sumber: Copley, Paul dan Litza Janz. 1999. *introducing Semiotics*. New York: Icon Books –Totenham. hlm 51

Dalam pemikiran teori Semiotika Barthes, konotasi identik dengan penggunaan ideologi yang disebut sebagai mitos dan memiliki fungsi untuk mengungkap serta memberikan pembenaran bagi nilai-nilai dominan yang berlaku dalam suatu periode tertentu (Budiman, 2001:28). Di dalam sebuah mitos terdapat juga pola hubungan antara penanda, petanda, dan tanda.

1. Denotasi
 ignifikasi tahap pertama merupakan hubungan antara *signifier* dan *signified* di dalam sebuah tanda terhadap realitas eksternal, dan dalam semiotika Barthes. Menurut Lyons (dalam Sobur, 2009:263), denotasi adalah hubungan yang digunakan dalam tingkat pertama pada kata yang secara bebas memegang peranan penting di dalam ujaran.

Denotasi dimaknai secara nyata. Nyata diartikan sebagai makna harfiah, makna yang sesungguhnya atau terkadang dirancukan dengan referensi atau acuan. Dalam semiologi Roland Barthes, denotasi merupakan sistem signifikasi tingkat pertama, yang kemudian dilanjutkan oleh sistem signifikasi konotasi yang berada di tingkat kedua.

2. Konotasi

Istilah konotasi digunakan Barthes untuk menunjukkan signifikasi tahap kedua. Kata “konotasi” sendiri berasal dari bahasa Latin, “*connotare*” yang memiliki arti “menjadi tanda” serta mengarah pada makna-makna kultural yang terpisah dengan kata atau bentuk-bentuk komunikasi lainnya. Makna konotatif adalah gabungan antara makna denotatif dengan segala gambar, ingatan dan perasaan yang muncul ketika indera kita bersinggungan dengan petanda.

Dalam Sobur (2009:263) Arthur Asa Berger menyatakan bahwa konotasi melibatkan simbol-simbol, historis dan hal-hal yang berhubungan dengan emosional. Makna konotatif bersifat subjektif dalam pengertian bahwa terdapat pergeseran dari makna umum (denotatif) karena sudah ada penambahan rasa dan nilai tertentu. Kalau makna denotatif hampir bisa dimengerti banyak orang, maka makna konotatif hanya bisa dicerna oleh mereka yang jumlahnya lebih kecil.

3. Mitos

Dalam Alex Sobur (2009:71) Budiman mengatakan pada kerangka Barthes, konotasi identik dengan operasi ideologi yang disebutnya sebagai mitos dan memiliki fungsi untuk memberikan pembenaran bagi nilai-nilai dominan yang berlaku pada periode tertentu. Selain itu, dalam mitos juga terdapat pola tiga dimensi penanda, petanda dan tanda.

Menurut mitologi Yunani, pertanyaan-pertanyaan manusia tentang kejadian di alam semesta sudah dijawab, namun dikemas dalam bentuk mitos. Oleh sebab

itu dalam bahasa Yunani dikenal mitos yang berlawanan dengan logika (muthos dan logos). Dalam mitos pula sebuah petanda dapat memiliki beberapa penanda. Imperialisme Inggris misalnya, ditandai oleh berbagai ragam penanda, seperti penggunaan baju pada wanita di zaman Victoria, bendera Union Jack yang lengan-lengannya menyebar ke delapan penjuru, bahasa Inggris yang kini telah mendunia, dan lain-lain.

***Design packing* atau desain kemasan**

Kotler dalam Putra (2014), desain kemasan adalah suatu kegiatan merancang dan memproduksi wadah untuk suatu produk. Shimp (2011:82-84), struktur desain berkaitan dengan fitur-fitur fisik kemasan, dan terdiri dari tiga sub dimensi: bentuk, ukuran, dan material. Secara umum tujuan desain kemasan adalah:

1. Menampilkan atribut unik sebuah produk untuk menjadi pembeda dengan produk lain, hal ini sebagai upaya untuk menarik perhatian.
2. Memperkuat penampilan estetika dan nilai produk.
3. Mempertahankan keseragaman dalam kesatuan merek produk.
4. Memperkuat perbedaan antara ragam produk dan lini produk.
5. Mengembangkan bentuk kemasan berbeda sesuai dengan kategori.

Menggunakan material baru dan mengembangkan struktur inovatif untuk mengurangi biaya, lebih ramah lingkungan, atau meningkatkan fungsionalitas. (Klimchuk, 2007: 49)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembahasan keseluruhan dari gambar dengan pemaknaan tingkat denotatif pada *Batik Matte Velvet Lipstick*

Pada tingkat ini, pemaknaan baru dilakukan berdasarkan apa yang ditangkap oleh beberapa indra yang aktif dalam tubuh, hal ini biasanya berupa indera penglihatan. Merujuk pada hasil penelitian pada point sebelumnya, telah didapat aspek penanda dan petanda pada desain kemasan *Batik Matte Velvet Lipstick* dari pemaknaan denotasi menggunakan teori semiotika Roland Barthes.

Secara keseluruhan dalam desain kemasan *Batik Matte Velvet Lipstick* banyak terlihat motif berupa alam yaitu bunga dan daun pada masing-masing motif. Sementara itu ditinjau dari warna pada desain kemasan tersebut memiliki warna yang bervariasi serta mencolok warna-warni sesuai dengan warna dasar dari bunga dan daun.

Pembahasan keseluruhan dari gambar dengan pemaknaan tingkat konotatif pada *Batik Matte Velvet Lipstick*

Memaknai dari tingkat konotatif berarti memaknai dengan satu level mendalam lagi terhadap suatu hal. Pemaknaan tingkat konotatif hanya terdapat dalam semiotika Roland Barthes.

Pemilihan motif bunga dan warna tersebut tidak lain adalah ciri khas dari batik yang memiliki pengaruh dari batik pesisir atau yang kita kenal dengan batik campuran dari negeri seberang. Motif tersebut hadir dalam berbagai macam hias serta warna yang berisi unsur akulturasi budaya Indonesia dengan budaya luar. Bunga-bunga dan daun ini tentunya tidak sekedar menjadi hiasan, tetapi bermakna mendalam sekaligus mempercantik desain terbaru dari kemasan sebuah produk kecantikan.

Warna merupakan salah satu elemen yang memegang peranan penting dalam menciptakan kesan atau suasana. Warna-warna gelap lebih diidentikan dengan pria, karena menunjukkan sifat maskulin. Berbeda dengan warna-warna cerah yang diidentikan dengan wanita. Penggunaan warna cerah melambangkan keceriaan bagi wanita.

Pembahasan keseluruhan dari gambar dengan pemaknaan tingkat mitos pada *Batik Matte Velvet Lipstick*

Mitos dimaknai sebagai suatu operasi ideologi yang berkembang dalam masyarakat yang sudah terjadi secara turun temurun. Mitos memiliki pola tiga dimensi, yaitu penanda, petanda dan tanda. Dalam desain kemasan *Batik Matte Velvet Lipstick* terkuak mitos dari representasi batik dalam sebuah kemasan.

Merujuk pada hasil analisis dan pembahasan mitos yang berkembang dan diyakini dalam kebudayaan di Indonesia tentang representasi batik, terdapat poin-poin yang diyakini secara garis besar dari representasi tersebut. Representasi tersebut, batik merupakan hasil budaya atau warisan berupa gambar atau motif yang dapat diimplementasikan dalam beberapa produk seperti produk kain, pakaian, aksesoris hingga produk kecantikan (*make up*). Banyak motif batik yang sering dijumpai pada pemakaiannya adalah kain maupun busana (pakaian) karena itu merupakan identitas yang tampak dari suatu suku di Indonesia. Tidak semua motif batik sesuai yang digunakan pada suatu desain produk kemasan terutama pada produk kecantikan. Produk kecantikan selalu identik dengan Wanita, dimana motif batik tersebut selain mewakili dari warisan budaya Indonesia melainkan juga penggunaan desain tersebut.

Motif bunga yang diyakini merupakan salah satu motif yang ada pada batik, biasanya memiliki makna dan arti yang berbeda. Misalnya saja pada unit analisis 1 terdapat motif bunga plum di tengah, mengisyaratkan bunga ini dapat membawa keberuntungan dan juga keberanian. Serta penggunaan warna merah juga memiliki makna berani.



Unit Analisis 1

Salah satu bunga yang terdapat pada unit analisis 2 adalah motif bunga narsisis pada bagian tengah dengan warna kuning keemasan. Dalam Bahasa china, bung aini dikenal sebagai

“dewi air” yang konon dapat mengusir roh jahat atau hal-hal buruk. Bunga ini melambangkan kekayaan serta memiliki kreatifitas, inspirasi, semangat pada pengguna produk lipstick ini untuk Wanita.



Unit Analisis 2

Salah satu bunga yang terdapat pada unit analisis 3 adalah motif bunga krisan atau seruni Bunga ini sering mekar di musim gugur, kala banyak pohon yang menggugurkan dedaunannya. Karena itulah, bunga seruni disimbolkan sebagai ketabahan menghadapi keadaan.



Unit Analisis 3

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dengan judul “Representasi Batik Dalam Desain Kemasan Produk “*Matte Velvet Lipstick*” dapat ditarik kesimpulan bahwa :

1. Pemaknaan denotatif dalam Kemasan Produk “*Matte Velvet Lipstick*” tentang representasi batik bahwa desain kemasan dengan penggunaan batik motif natural dengan penggunaan batik motif natural yaitu bunga dan daun. Sementara itu ditinjau dari warna pada desain kemasan tersebut memiliki warna yang bervariasi serta mencolok warna-warni sesuai dengan warna dasar dari bunga dan daun.
2. Pemaknaan konotatif dalam Kemasan Produk “*Matte Velvet Lipstick*” tentang representasi batik adalah Pemilihan motif bunga dan warna tersebut tidak lain adalah ciri khas dari batik yang memiliki pengaruh dari batik pesisir atau yang kita kenal dengan batik campuran dari negeri seberang. Motif tersebut hadir dalam berbagai macam hias serta warna yang berisi unsur akulturasi budaya Indonesia dengan budaya luar. Bunga-bunga dan daun ini tentunya tidak sekedar menjadi hiasan, tetapi bermakna mendalam sekaligus mempercantik desain terbaru dari kemasan sebuah produk kecantikan.

Mitos yang dimaknai dalam Kemasan Produk “*Matte Velvet Lipstick*” adalah bahwa penanda, petanda dan tanda yang terdapat dalam sampul Kemasan Produk “*Matte Velvet Lipstick*” merepresentasikan motif batik yang dapat di implementasikan dalam beberapa produk seperti produk kain, pakaian, aksesoris hingga produk kecantikan (*make up*). Banyak motif batik yang sering dijumpai pada pemakaiannya adalah kain maupun busana (pakaian) karena itu merupakan identitas yang tampak dari suatu suku di Indonesia. Tidak semua motif batik sesuai yang digunakan pada suatu desain produk kemasan terutama pada produk kecantikan. Produk kecantikan selalu identik dengan Wanita, dimana motif batik tersebut selain mewakili dari warisan budaya Indonesia melainkan juga penggunaan desain tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Anas, B. (1997). *Indonesia Indah: Batik. Yayasan Harapan Kita.*
- Lexy J. Moleong. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif.* PT Remaja Rosdakarya.
- Prasetyo, A., & Singgih. (2016). Karakteristik Motif Batik Kendal Interpretasi dari Wilayah dan Letak Geografis. In *Jurnal* (Vol. 1). <http://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/imajinasi>
- Premiere Beaute. (2021). *Premiere Beaute Batik Series.* https://diary.marshabeauty.com/beauty_article/cinta-indonesia-dengan-make-up-batik-yang-bikin-wajah-makin-cantik-dari-premiere-beaute-batik-series/
- Putra, A. P. (2014). Pengaruh Kemasan Produk Makanan Ringan Merek Oishi “Pillows” Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB.*
- Shimp. (2011). *Advertising Proportion and Other Aspect of Integrated Marketing Communication.* Cengage Learning.
- Wulandari, & Ari. (2011). *Batik Nusantara Makna Filosofis, Cara Pembuatan dan Industri Batik.* Andi.