

## KAJIAN PRODUK BOTOL PARFUM SALVADORE DALI DENGAN PENDEKATAN SEMIOTIKA SANDERS PIERCE *The Study Of Salvadore Dali Perfume Bottle Product With The Semiotic Approach Of Sanders Pierce*

Vera Waradya<sup>1)</sup>, Monica<sup>2)</sup>

<sup>1), 2)</sup> Desain Komunikasi Visual, Universitas Bina Nusantara  
Diterima: 9 Mei 2024/ Disetujui: 12 Agustus 2024

### Abstrak

Sejak peluncurannya pertama kali di tahun 1983, parfum dengan label Salvador Dali hingga saat ini masih digemari dan banyak dicari. Sesuai dengan labelnya, desain botol parfum ini dibuat oleh Salvador Dali, seorang pelukis surealis multitalenta yang menguasai berbagai kesenian lainnya, termasuk dunia pembuatan parfum. Di era digital, di saat maraknya penjualan dilakukan secara online, estetika dan makna desain botol parfum adalah sangat penting karena harus mampu mewakili identitas wewangian yang ada di dalamnya, karena konsumen hanya dapat memaknai wewangian dari visual kemasannya saja. Padahal konsumen tidak akan membeli suatu wewangian apabila mereka tidak memahaminya. Penelitian ini dilakukan untuk melihat makna tanda di balik kekhasan botol parfum Salvador Dali dengan metode kualitatif melalui pendekatan semiotika trikotomi Charles Sanders Pierce, yaitu interpretan, representamen, dan objek. Penelitian dibatasi pada desain botol parfum yang di luncurkan pertama kali di tahun 1983, dan tidak termasuk cairan parfum yang diwadahnya. Data diperoleh dari berbagai literasi yang berkaitan dengan objek dan teori yang dipakai. Dari penelitian ini didapatkan hasil dan kesimpulan bahwa botol parfum Dali tidak hanya digunakan sebagai wadah cairan parfum, melainkan juga berfungsi menyampaikan makna berupa konsep cinta, keindahan perempuan, dan kemewahan.

**Kata Kunci:** botol parfum, Salvador Dali, semiotika Pierce

### Abstract

*Since its first launch in 1983, perfume from the Salvador Dali label is still popular and much sought after. According to the label, the design of this perfume bottles was created by Salvador Dali, a multitalented surrealist painter who mastered various other arts, including the world of perfume making. In the digital era, when sales are increasingly being made online, the aesthetics and meaning of perfume bottle design are very important because they must be able to represent the identity of the fragrance inside, because consumers can only interpret the fragrance from the visual packaging alone. Consumers will not buy a fragrance if they do not understand it. This research was conducted to look at the meaning of the signs behind the uniqueness of Salvador Dali's perfume bottles using a qualitative method using Charles Sanders Pierce's trichotomy semiotic approach, namely interpretant, representamen, and object. The research was limited to the perfume bottle design that was first launched in 1983, and did not include the perfume liquid it contained. Data was obtained from various literacies related to the objects and theories used. From this research, the results and conclusions were obtained that the Dali perfume bottle was not only used as a bottle to hold perfume liquid, but also functioned to convey meaning in the form of the concepts of love, female beauty and luxury.*

**Keywords:** perfume bottles, Salvador Dali, Pierce semiotics

---

\*email: vera.waradya@binus.ac.id

## PENDAHULUAN

Di era digital seperti sekarang ini, disaat maraknya penjualan dilakukan secara online, estetika dan makna desain botol parfum harus mampu merepresentasikan identitas wewangian yang ada di dalamnya. Hal ini menjadi penting karena *audience* hanya dapat menginterpretasikan wewangian dari visual kemasannya saja ('Afifah Z 2022). Botol parfum dapat menjadi ikonik sebagaimana wewangian yang ada di dalamnya, karena visual sebuah botol juga dapat mempengaruhi sensori personal. Konsumen tidak akan membeli suatu wewangian apabila mereka tidak memahaminya. Mereka perlu merasakan suatu koneksi dengan wewangian tersebut. Hal ini dapat dibantu oleh kemasan primer dalam menyampaikan ide di balik produknya (Xouplidis P 2017). Thierry De Baschmakoff, seorang desainer Perancis, menyatakan bahwa botol parfum merupakan bentuk komunikasi pertama dan kontak pertama yang dilakukan manusia terhadap suatu aroma, dan ini tentu saja harus beresonansi. Pentingnya peran botol parfum dalam penjualan sesuai dengan pendapat Mary Ellen Lapsansky, *vice president* dari the Fragrance Foundation, menyatakan bahwa botol parfum harus menjadi suatu objek seni, karena di situlah nilai jualnya. Pelanggan tidak hanya membayar untuk parfum di dalamnya, tetapi juga untuk botolnya yang menarik, karena keduanya berjalan beriringan (Alpha Aromatics 2021). Material botol parfum pilihan seperti kristal, emas dan perak, serta desain botol yang didesain oleh seniman terkenal menjamin kualitas dan status kemewahan wewangian (Xouplidis P 2017).

### Salvador Dali

Salvador Domènec Felip Jacint Dalí i Domènech, Marquis dari Púbol, yang lebih dikenal sebagai Salvador Dalí adalah tokoh surealis di abad ke-20 yang paling terkenal dan paling kontroversial. Di masa mudanya, Dalí mencoba berbagai gaya seni. Dali memulai karirnya sebagai seniman kubisme yang kemudian terlibat dalam gerakan seni surealisme (*Surrealism Movement*) pada tahun 1929 (Ca Fleure Bon 2020). Orang yang berbakat dan penuh imajinasi ini terkenal akan lukisan dan patungnya. Namun, sebenarnya Dali menguasai berbagai cabang kesenian lainnya, termasuk film, seni patung, dan fotografi, di mana Dali berkolaborasi dengan para seniman yang menguasai berbagai media seni lainnya (Reproduction Gallery 2023). Dalí belajar di San Fernando Academy of Fine Arts, di mana gaya pribadinya yang eksentrik berkembang, dan di sana juga dia berteman baik dengan para seniman, para penulis, dan para pembuat film yang ternama di masa itu. Sewaktu Dalí mengadakan pertunjukan tunggal di Paris pada tahun 1929 ia bertemu dengan *muse* (dewi sumber inspirasi) dan calon istrinya: Gala Eluard. Keduanya menjadi pasangan dan akhirnya menikah (Fundació Gala - Salvador Dalí 2017). Sebagai seorang yang memiliki banyak bakat, adalah hal yang alami bagi Dalí untuk memiliki ketertarikan pada wewangian yang berada di antara seni dan *fashion*, bentuk lain dari ekspresi kesenian (Parfums Salvador Dali 2022).

### Parfum Salvador Dali

Wewangian (*fragrance*) pertama Salvador Dalí dipersembahkan untuk istrinya Gala Eluard, *muse* yang digila-gilainya. Bagi Dalí, parfum adalah "penyampai pesan yang terindah" akan kenangan dan saat-saat bahagia. Kutipan Dalí yang terkenal mengenai konsep parfum: "Dari kelima indera, indera penciuman adalah indera terbaik dalam menyampaikan makna keabadian." Dipilih langsung oleh sang maestro dan istrinya, Gala, wewangian yang feminin ini merupakan paduan sensual varitas murni bunga melati yang langka, bunga yang sering diselipkan Dali di telinganya saat melukis, dan mawar, yang merupakan bunga favorit dari Gala.

Parfum Salvador Dali adalah wewangian wanita klasik, dengan kelembutan bebunga dan kehangatan rempah yang sangat kuat dan luar biasa berkat *top notes* rempah-rumput dengan inti parfum bunga yang mewah. *Top notes* (aroma awal) terdiri dari jeruk mandarin, bergamot, aldehida, kemangi, cengkeh, dupa, tanam-tanaman hijau, dan buah-buahan. Bunga narcissus, melati, lily, tuberose, daffodil, neroli (minyak esensial dari jeruk pahit), lily of the valley, akar

oris, mawar, bunga jeruk, mimosa dan iris ditempatkan di *heart notes* (aroma tengah). Sementara *base notes* (aroma dasar) yang berkesan oriental yang hangat dan mewah mengandung cedar, ambergris, cendana, musk, vanilla, myrth oakmoss, patchouli, dan benzoin. Parfum ini diciptakan pada tahun 1985 oleh Alberto Morillas, *perfumer* (ahli pembuat parfum) ternama asal Spanyol yang telah membuat beberapa wewangian yang paling ikonik di dunia. Jumlah yang telah diraciknya sebanyak 475 varian wewangian (Fragrantica 2023).

### Botol Parfum Salvador Dali

Di tahun 1981, setelah menyelesaikan lukisannya yang berjudul “*Apparition of the Face of the “Aphrodite of Knidos” in a Landscape Setting*”, Salvador Dali membuat sketsa botol parfum impiannya yang terinspirasi dari bibir sensual dan hidung anggun dari sang dewi kecantikan dan cinta: Aphrodite (Parfums Salvador Dali 2022). Sketsa inilah yang kemudian menginspirasi wewangian Dali yang diluncurkan di tahun 1983, yang merupakan *limited edition* berbotol kristal bernomor seri. Parfum Dali 1983 diproduksi terbatas hanya sebanyak 1500 botol untuk seluruh dunia.



Gambar 1. Salvador Dalí Parfum, 1983  
(Sumber: Ca Fleur Bon)

Botol parfum yang terinspirasi wajah Aphrodite, dewi kecantikan dan cinta, dipersembahkan Dali untuk seluruh wanita. Bibir dan hidung adalah dua elemen simbolik yang mewakili panca indera, bersinonim dengan gairah, rasa, dan mimpi.

Wewangian untuk pria mulai diproduksi di tahun 1987. Dan sampai hari ini, lebih dari 25 parfum telah dikenalkan dibawah label Salvador Dali. Kesemuanya dikemas dalam kemasan yang menarik, yang terinspirasi dari karya seni Salvador Dali (Parfums Salvador Dali 2022).

### Lukisan “*Apparition of the Face of the “Aphrodite of Knidos” in a Landscape Setting*”

Salvador Dali mempunyai ketertarikan yang besar terhadap dewi Aphrodite dan acapkali menampilkannya ke berbagai media. Salah satu karyanya yang tidak terlalu terkenal yaitu “*Apparition of the Face of the “Aphrodite of Knidos” in a Landscape Setting*” (Penampakan wajah “Aphrodite dari Knidos” dalam sebuah latar lanskap) menampilkan seraut wajah tanpa ekspresi dari patung Aphrodite, karya dari Praxiteles berjudul “*Aphrodite of Knidos*”, yang

ditumpangkan di atas lempengan batu yang melayang di atas lanskap dengan hiasan kolam-kolam kecil berbentuk lingkaran. Terlihat sayap burung menonjol dari permukaan tebing yang merujuk pada salah satu merpati Aphrodite, yaitu burung yang berkerabat dekat dengannya. Pada lempengan di bawah wajah patung terlihat bulatan berwarna coklat keemasan yang mengacu pada apel yang dipersembahkan oleh Paris yang memuja Aphrodite sebagai wanita tercantik. Ada juga dua bentuk yang lebih kecil, yaitu hidung dan bibir, serta bibir dan dagu yang berbentuk buah pir, yang merupakan abstraksi tubuh wanita dengan payudara dan bokong besar (John Kruse 2021).

Di gambar ini, kecantikan hadir di dunia yang tidak membutuhkannya, retak, bersiap untuk membuka diri dan melepaskan sesuatu. Bentuk danau-danau yang sama mengisyaratkan bahwa dunia secara keseluruhan adalah tempat yang sangat monoton dan sederhana, yang cepat atau lambat akan retak dan pecah berkeping-keping, memberikan jalan bagi dunia baru untuk menggantikannya, sementara wajah tersebut akan tetap ada untuk selamanya, menghadirkan keindahan dan cahaya (Opisanie Katrin 2023).



Gambar 2. Lukisan Salvador Dali - *Apparition of the Face of the "Aphrodite of Knidos" in a Landscape Setting* (Sumber: Néret G, Descharnes R 2013)

### Dewi Aphrodite

Aphrodite berasal dari kata "*aphros*" yang memiliki arti: "buih ombak lautan", dan "*dite*" yang memiliki arti "lahir". Jadi Aphrodite berarti "lahir dari buih laut." Aphrodite adalah dewi cinta dan kecantikan, putri dari peri laut bernama Dione dan Dewa Zeus. Aphrodite memiliki korset ajaib yang sering dipinjamkannya kepada para gadis yang menderita oleh cinta yang tak berbalas. Korset ini diberkahi kekuatan membangkitkan rasa kasih sayang kepada pemakainya yang dianugerahi semua sifat keanggunan, keindahan, dan daya tarik. Dewi Aprodite bagi orang Yunani diidentikkan dengan Dewi Venus bagi orang Romawi (Berens EM 2014).



Gambar 3. Dewi Aphrodite  
(Sumber: Berens EM 2014)

### Sejarah dan Perkembangan Parfum

Kata parfum berasal dari bahasa Latin yaitu "per fumum" yang memiliki arti melalui asap. Spekulasi para antropolog mengatakan bahwa wewangian pada awalnya dimulai dengan membakar getah pohon yang dicampurkan dengan berbagai tanaman beraroma yang ditambahkan pada minyak nabati dan minyak hewani, lalu dibalurkan ke tubuh (Biers WR, Klaus OG, Braniff RA 1994). Sejak 7000-4000 SM juga sudah diciptakan salep aromatik yang dibuat dari minyak zaitun yang dicampurkan dengan tanaman-tanaman beraroma. Wewangian seperti ini telah banyak digunakan untuk mendukung upacara keagamaan (Worwood SE, Worwood VA 2003).

Wewangian telah digunakan dalam upacara dan ritual keagamaan sepanjang sejarah. Peradaban kuno, seperti Mesir dan Mesopotamia, memanfaatkan parfum dalam upacara keagamaan dan ritual penguburan. Orang Mesir menggunakan zat aromatik seperti mur dan kemenyan dalam upacara keagamaan dan pembalseman. Mereka juga menciptakan wewangian untuk penggunaan pribadi, menggunakan bahan-bahan seperti lily, mawar, dan kayu manis. Parfum dianggap barang mewah yang digunakan oleh orang kaya untuk menunjukkan kekayaan dan statusnya.

Selama Kekaisaran Romawi, parfum digunakan selain untuk penggunaan pribadi dan sebagai pengharum rumah dan ruang publik, parfum juga digunakan untuk menutupi bau busuk di kota mereka yang diakibatkan rendahnya sanitasi. Bangsa Romawi terkenal dengan teknik pembuatan parfumnya yang canggih, menggunakan bahan-bahan seperti musk, myrtle, dan laurel.

Di Abad Pertengahan parfum juga telah diperdagangkan melintasi jarak yang sangat jauh selama berabad-abad, mencerminkan jalur eksplorasi dan perdagangan peradaban kuno. Perdagangan bahan aromatik seperti kemenyan, mur, dan rempah-rempah seperti kayu manis dan kapulaga memainkan peran penting dalam menghubungkan berbagai budaya dan membangun jaringan perdagangan.

Parfum menjadi lebih banyak tersedia dari abad ke-14 hingga ke-17 pada zaman Renaisans parfum menjadi lebih banyak tersedia dan penggunaannya juga semakin luas, untuk mengobati berbagai penyakit, seperti sakit kepala dan gangguan perut. Pada masa Renaisans penemuan bahan aromatik baru bertepatan dengan berkembangnya seni, sains, dan eksplorasi. Pada tahun 1920-an, gerakan Art Deco memengaruhi desain botol dan kemasan parfum, yang mencerminkan estetika modernis dan geometris pada era tersebut.

Industri parfum berkembang pesat di Eropa selama periode abad ke-18 dan ke-19. Perancis adalah pusat industri yang berkembang pesat ini. Masyarakat tidak lagi menyediakan parfum untuk orang kaya. Mereka sekarang dapat diakses oleh kelas menengah yang disebabkan oleh kemajuan teknologi yang memungkinkan produksi wewangian sintetis.

Parfum telah lama dikaitkan dengan kekayaan, kemewahan, dan status sosial. Dalam banyak periode sejarah, hanya orang kaya yang mampu memakai parfum, dan aroma tertentu menjadi penanda prestise dan perbedaan kelas. Popularitas dan ketersediaan wewangian tertentu dapat mengungkap hierarki dan aspirasi masyarakat.

Parfum dan *cologne* menjadi industri bernilai miliaran dolar di abad ke-20. Perusahaan menciptakan wewangian baru setiap tahun, dan iklan parfum menjadi lebih canggih. Bangkitnya budaya selebriti menyebabkan terciptanya wewangian yang didukung selebriti.

Di masa kini parfum terus mencerminkan konteks budaya dan sosial di mana parfum tersebut dibuat dan digunakan. Parfum alami dan organik menjadi lebih populer, mencerminkan meningkatnya kepedulian terhadap lingkungan dan keberlanjutan. Perusahaan juga memasarkan wewangian yang netral gender. Sebagian besar wewangian mewah terinspirasi oleh parfum desainer populer, di sisi lain kemajuan teknologi modern memungkinkan produksi wewangian sintetis sehingga parfum dapat diakses oleh berbagai kelas sosial (Fashion Era 2023).

### **Perkembangan Botol Parfum**

Perkembangan botol parfum sejak zaman dahulu memiliki sejarah tersendiri, di mana beberapa ratus tahun terakhir, peran botol parfum dalam perdagangan sama pentingnya dengan wewangian itu sendiri. Dalam perdagangan parfum modern, pelangganlah yang menyediakan botol porselen kecil untuk diisi dengan wewangian yang dicampurkan khusus untuk mereka. Pada akhir abad ke-19, untuk tujuan pemasaran, produsen menjadikan desain kemasan sebagai hal yang utama dengan menambahkan nilai simbolis (Xouplidis P 2019).

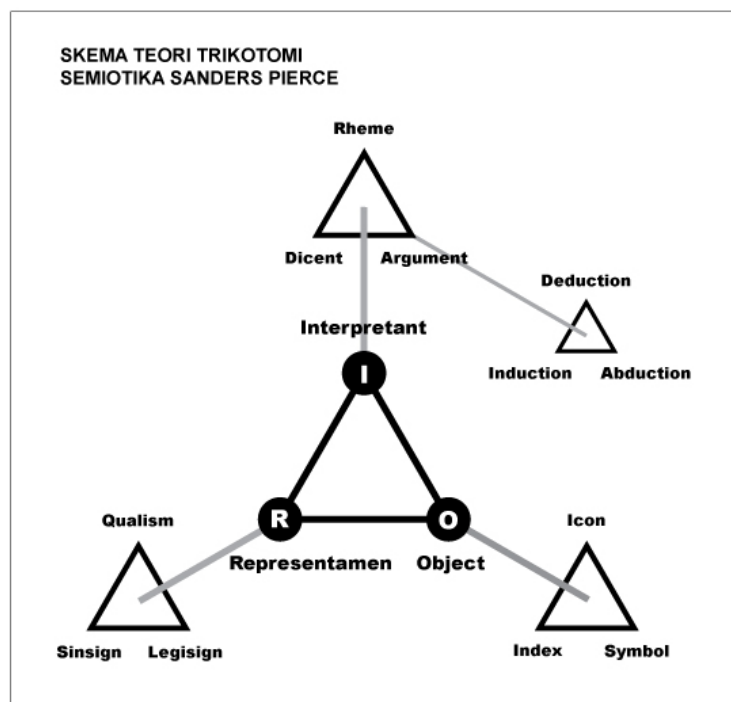
Perkembangan paling awal dari botol parfum (sekitar 1000 SM) adalah dari kebiasaan orang Mesir yang menggunakan wewangian secara berlebihan, terutama di upacara keagamaan. Sehingga ketika mereka menemukan kaca, mereka memanfaatkannya untuk membuat wadah parfum. Kebiasaan menggunakan parfum menyebar sampai ke Yunani, di mana wadah yang digunakan terbuat dari terakota atau kaca, dengan berbagai bentuk seperti kaki bersandal, burung, binatang, dan kepala manusia. Bangsa Romawi, yang menganggap parfum adalah afrodisiak, tidak hanya menggunakan botol kaca yang dicetak tetapi juga botol kaca tiup yang penemunya adalah pembuat kaca asal Suriah di abad ke-1 SM. Kebiasaan memakai parfum menurun seiring dimulainya agama Kristen, bersamaan juga dengan kemunduran pembuatan kaca. Pada abad ke-12 Philippe-Auguste dari Perancis telah mengesahkan undang-undang serikat *parfumer* pertama. Pada abad ke-13 pembuatan kaca Venesia telah mapan. Pada abad ke-16, ke-17, dan khususnya ke-18, botol wewangian memiliki bentuk yang bervariasi dan rumit: dibuat dari emas, perak, tembaga, kaca, porselen, enamel, atau kombinasi bahan-bahan tersebut. Botol parfum porselen abad ke-18 berbentuk seperti kucing, burung, badut, dan sejenisnya, dan beragam subjek botol enamel yang dicat termasuk pemandangan pastoral, serial chinoiserie (pengaruh desain Cina), buah-buahan, dan bunga. Pada abad ke-19, desain klasik, seperti yang dibuat oleh pembuat tembikar Inggris Josiah Wedgwood, mulai menjadi mode, tetapi kerajinan yang berhubungan dengan botol parfum mutunya semakin menurun. Barulah pada tahun 1920-an, René Lalique, seorang pembuat perhiasan terkemuka asal Prancis menghidupkan kembali minat terhadap botol-botol parfum, dengan ciri khas kaca es dan pola-pola relief yang rumit (Britannica 2023).

Maka semakin adanya perkembangan zaman dari masa ke masa, seiring dengan maraknya penjualan online, mutu botol parfum mempunyai pergeseran fungsi, tidak lagi hanya melindungi apa yang dijual, tetapi kemasan harus dapat menjual apa yang dilindungi di dalamnya atau yang sering diistilahkan sebagai “*packaging sells what it protects*” (Onggo TA, Gumulya D 2016)

## METODE PENELITIAN

Kajian produk botol parfum Salvador Dali ini dilakukan dengan metode kualitatif dengan pendekatan semiotika Charles Sanders Peirce dengan trikotominya. Metode kualitatif merupakan jenis penelitian yang hasilnya tidak dapat diperoleh dari prosedur statistik. Semiotika merupakan sebuah ilmu yang digunakan untuk menganalisis tanda, yang pada awalnya digunakan dalam ilmu bahasa kemudian berkembang dan dapat diaplikasikan juga pada bahasa visual. Menurut Charles Sanders Peirce, yang merupakan seorang ahli linguistik, bahasa, baik itu verbal maupun visual harus mampu untuk mengkomunikasikan pesannya secara jelas. Peirce juga mencetuskan bahwa prinsip semiotika identik dengan konsep logika dimana sama-sama memfokuskan pada pengetahuan tentang proses manusia dalam berpikir (Yakin HSM, Totu A 2014)

Semiotika Charles Sanders Peirce dengan konsep semiosis yang menyatakan tanda memiliki fungsi untuk mewakili dari apa yang ditandainya, sehingga harus dilihat dari hubungannya dengan interpretan-objek-representamen. Sebuah tanda/representamen mengacu pada sesuatu di luar dirinya yaitu objek. Objek ini membangkitkan pemahaman makna yakni interpretan. Maka konsep semiosis tersebut tampak pada proses ketika interpretan dihasilkan dari pengalaman dan pemahaman audience terhadap objek tersebut (Thabroni G 2022).



Gambar 4. Skema Teori Trikotomi Semiotika Sanders Peirce  
(Sumber: Vera W; Digambar ulang dari materi perkuliahan Semiotika Desain yang diampu oleh Dr. Acep Iwan Saidi 2021)

1. Representamen adalah wujud dari tanda, sesuatu yang mewakili sesuatu yang lain.
  - 1.1. Qualisign: sesuatu yang memiliki kualitas sebagai tanda, memiliki potensi untuk menjadi tanda tetapi belum menjadi tanda itu sendiri. Baru memiliki potensi untuk menjadi tanda.

- 1.2. Sinsign: Sesuatu yang sudah spesifik menunjuk ke sesuatu.
- 1.3. Legisign: Sesuatu yang bersifat umum yang merupakan kesepakatan, konvensi.
- 2. Object adalah makna dari tanda yang dipahami setiap orang.
  - 2.1. Icon: Relasi kemiripan.
  - 2.2. Index: Tanda yang menunjuk ke sesuatu
  - 2.3. Symbol: Tanda itu hadir yang maknanya sudah disepakati, konvensi.


TANDA	ICON	INDEX	SYMBOL
Ditandai oleh	Kemiripan	Hubungan sebab akibat	Konvensi
Proses	Dapat dilihat	Dapat diperkirakan	Harus dipelajari

Sumber: Berger AA 2010


- 3. Interpretant adalah makna tanda, sesuatu yang ada diinterpretasikan; *meaning* yang ada di setiap orang.
  - 3.1. Rheme: tanda kepertamaan. Respon pertama terhadap suatu stimulus.
  - 3.2. Dicient: Interpretasi yang ada relasinya dengan sesuatu yang spesifik. Tanda yang menunjuk ke sesuatu
  - 3.3. Argument: Interpretasi yang menjelaskannya secara logic, sudah berargumen.
    - 3.3.1. Deduction: menjelaskan dari konsep umum ke kasus khusus.
    - 3.3.2. Induction: menjelaskan dari kasus khusus ke konsep umum.
    - 3.3.3. Abduction: *chaotic*, bisa dari mana saja atau campuran.

### Hasil Dan Pembahasan

Dengan metode mengkaji objek parfum Salvador Dali dengan pendekatan teori semiotika Pierce dalam menemukan fungsi dan makna dari stuktur objek, hasil pembahasan adalah sebagai berikut:

No.	TEORI	PEMBAHASAN	IMAGE
1	<b>REPRESENTAMEN</b> adalah wujud dari tanda, sesuatu yang mewakili sesuatu yang lain.	Botol parfum Dali ini berupa botol yang berbentuk bibir dan hidung seorang wanita yang menandakan panca indera pengecap dan indera penciuman.	
	<b>1.1. Qualisign</b> Sesuatu yang memiliki kualitas sebagai tanda, memiliki potensi untuk menjadi tanda tetapi tapi belum menjadi tanda itu sendiri. Baru memiliki	Bentuk bibir dan hidung.	



	potensi untuk menjadi tanda.		
	<b>1.2. Sinsign</b> Sesuatu yang sudah spesifik menunjuk ke sesuatu.	Bibir dan hidung ini merupakan bibir dan hidung dari seorang wanita.	
	<b>1.3. Legisign</b> Sesuatu yang bersifat umum yang merupakan kesepakatan, konvensi.	Bibir (mulut) menandakan indera pengecap dan hidung menandakan indera penciuman.	
<b>2</b>	<b>OBJECT</b> adalah makna dari tanda yang dipahami setiap orang.	Botol parfum yang bentuknya terinspirasi dari lukisan bibir dan hidung dewi Aphrodite yang terdapat di lukisan karya Salvador Dali – <i>Apparation of the Face of the Aphrodite of Knidos in a Lanscape Setting</i> mengusung konsep kecantikan dan cinta.	
	<b>2.1. Icon</b> Relasi kemiripan.	Bibir dan hidung seorang wanita	
	<b>2.2. Index</b> Tanda yang menunjuk ke sesuatu	Bibir dan hidung ini merujuk pada bibir dan hidung tokoh dewi Aphrodite yang dilukis oleh Salvador Dali di lukisan <i>Apparation of the Face of the Aphrodite of Knidos in a Lanscape Setting</i> .	
	<b>2.3. Symbol</b> Tanda itu hadir yang maknanya sudah disepakati, konvensi.	Dewi Aphrodite adalah dewi kecantikan dan cinta.	
<b>3</b>	<b>INTERPRETANT</b> Makna tanda → sesuatu yang ada diinterpretasikan; meaning yang ada di setiap orang.	Botol parfum Dali 1983 ini terbuat dari kristal dalam edisi terbatas, dengan nomor seri, yang melambangkan keglamoran dan kemewahan.	
	<b>3.1. Rheme</b> Tanda kepertamaan. Respon pertama terhadap suatu stimulus.	Botol kristal yang bening berkilauan memberikan kesan glamor.	
	<b>3.2. Dicent</b> Interpretasi yang ada relasinya dengan sesuatu	Botol kristal yang berbentuk bibir yang sensual dan hidung yang anggun menandakan bahwa isi botol parfum ini	

	yang spesifik. Tanda yang menunjuk ke sesuatu	mengusung kecantikan dan keanggunan wanita yang glamor.	
	<p><b>3.3. Argument</b>                  Interpretasi yang menjelaskannya secara logic, sudah berargumen.</p>	<p>Bentuk botol yang unik, berbentuk bibir dan hidung wanita, yang dibuat dari kristal yang bening berkilauan, dibuat dengan tangan, memiliki nomor seri dengan produksi terbatas hanya untuk 1500 botol untuk seluruh dunia dan bernomor seri, menandakan botol parfum ini bermutu dan bernilai seni tinggi. Desain yang dibuat oleh Dali, seorang maestro seni, membuat botol parfum ini benda layak koleksi. Harganya yang tinggi menandakan produk ini adalah barang mewah yang hanya mampu dibeli oleh orang-orang kalangan kelas atas.</p>	 <p>Gambar 7.                  Poster Salvador Dali Parfums                  (Sumber: The Memory)</p>

## SIMPULAN

Terlepas dari wewangian Dali yang pertama: Dali (1983), yang aromanya dipilih langsung oleh Dali dan istrinya Gala, wewangiannya yang feminin merupakan perpaduan dari bunga favorit mereka yaitu bunga melati dan bunga mawar, botol parfum yang merupakan wadah dari wewangian (parfum) Dali ini juga sangat kuat menyampaikan pesan cinta. Hal ini dapat disimpulkan setelah dilakukan analisis semiotika Charles Sanders Pierce.

Dali mendesain bentuk botol parfumnya berbentuk bibir yang melambangkan sensualitas dan gairah, dan hidung yang anggun mewakili indera penciuman, di mana parfum memang sangat erat hubungannya dengan penciuman. Bibir dan hidung ini bukan sembarang bibir dan hidung, melainkan merujuk pada lukisan Dali yang melukiskan tokoh dewi dari Yunani, yaitu dewi Aphrodite yang merupakan dewi kecantikan dan cinta. Materialnya yang terbuat dari kristal yang dibuat dengan tangan memberikan kemewahan dan keindahan, dengan kilauan botol kristalnya yang bening, merupakan bentuk penghargaan Dali kepada istrinya Gala.

Dalam mengkaji tanda-tanda yang terdapat di botol parfum Salvador Dali 1983, teori trikotomi yang digunakan tidak berhenti hanya di Object: Icon, Index, dan Symbol saja, melainkan dapat dikaji lebih mendalam dengan dua cabang lainnya, yaitu Reseprentamen: Qualism, Sinsign, dan Legisign, serta Interpretant: Rheme, Discent, dan Argument. Dari kajian tanda-tanda dari produk yang berupa kemasan berstruktur botol parfum Salvador Dali, dengan pendekatan teori Trikotomi Sanders Pierce, maka dapat disimpulkan bahwa betul botol parfum Salvador Dali menyampaikan tanda-tanda bermakna konsep cinta, keindahan perempuan, dan kemewahan.

## DAFTAR PUSTAKA

- 'Afifah Z. Analisis Semiotika Botol Parfum Berbentuk Boneka Kokeshi pada Produk "Shinzu'i Ume Body Mist" [Tesis] Yogyakarta: Institut Seni Indonesia Yogyakarta; 2022
- Alpha Aromatics. Why Perfume Bottle Design Is As Important As Scent Design [Internet] 2021 [diakses: 4 Oktober 2023]; <https://www.alphaaromatics.com/blog/perfume-bottle-design>
- Berens EM. The Myths & Legends of Ancient Greece and Rome. Scotts Valley, South Carolina: CreateSpace; 2014.
- Berger AA. Tanda-tanda dalam Kebudayaan Kontemporer, suatu pengantar semiotika. Yogyakarta: Tiara Wacana; 2010
- Biers WR, Klaus OG, Braniff RA. Lost Scents: Investigations of Corinthian "Plastic" Vases by Glass Chromatography - MassSpectrometry. Philadelphia: MASCA, University of Pennsylvania Museum of Archaeology and Anthropology; 1994.
- Britannica. Perfume Bottle [Internet] 2023 [diakses: 5 November 2023]; <https://www.britannica.com/art/perfume>
- Ca Fleur Bon. Scents and the Surrealist: Salvador Dali and His Love Affair with Fragrance [Internet] 2020 [diakses: 9 November 2023]; <https://www.cafleurebon.com/scents-and-the-surrealist-salvador-dali-and-his-love-affair-with-fragrance/>
- Fashion Era. Fragrances Through the Ages [Internet] 2023 [diakses: 9 November 2023]; <https://fashion-era.com/perfumes/fragrances-through-the-ages>
- Fragrantica. Dali Perfume de Toilette by Salvador Dali [Internet] 2023 [diakses: 5 November 2023]; <https://www.fragrantica.com/perfume/Salvador-Dali/Dali-Parfum-de-Toilette-765.html>
- Fundació Gala - Salvador Dalí. Untitled After Aphrodite of Cnidus by Praxiteles [Internet] 2017 [diakses: 16 November 2023]; <https://www.salvador-dali.org/en/artwork/catalogue-raisonne-paintings/obra/924/untitled-after-aphrodite-of-cnidus-by-praxiteles?paraulaClau=Aphrodite>
- John Kruse. Surreal Venereal-Salvador Dali and Aphrodite [Internet] 2021 [diakses 8 November 2023]; <https://johnkruseblog.wordpress.com/2021/11/09/surreal-venereal-salvador-dali-and-aphrodite/>
- Néret G, Descharnes R. Dalí. the Paintings. Madrid: Taschen; 2013
- Onggo TA, Gumulya D. Kajian Semiotika Pada Desain Kemasan Produk Perawatan Kulit Wanita. *Semiotika Jurnal Komunikasi* 2016;10(2):272. <http://dx.doi.org/10.30813/s:jk.v10i2.942>
- Opisanie Katrin. Description of the painting by Salvador Dali: The appearance of the face of Aphrodite of cnidus in the background of the Landscape [Internet] 2023 [diakses: 9 November 2023]; <https://en.opisanie-kartin.com/description-of-the-painting-by-salvador-dali-the-appearance-of-the-face-of-aphrodite-of-cnidus-in-the-background-of-the-landscape/>
- Parfums Salvador Dali. The Art of Perfume [Internet] 2022 [diakses: 26 Januari 2023]; <https://www.parfums-salvadorali.com/en/dali-perfume/art-of-perfume.html>
- Reproduction Gallery. Apparition of the Face of the "Aphrodite of Knidos" in a Landscape Setting 1981 By Salvador Dali [Internet] 2023 [diakses: 9 November 2023]; <https://www.reproduction-gallery.com/oil-painting/1198120679/apparition-of-the-face-of-the-aphrodite-of-knidos-in-a-landscape-setting-1981-by-salvador-dali/>
- Thabroni G. Semiotika – Komunikasi Kata, Pengertian Simbol dan Tanda-Tanda [Internet] 2022 [diakses: 5 November 2023]; <https://serupa.id/semiotika-pengertian-simbol-dan-tanda-tanda>

- The Memory. Salvador Dali Poster [Internet] [Diakses: 10 November 2023];  
<https://geheugen.delpher.nl/en/geheugen/results?query=salvador+dali+poster&page=1&maxperpage=36&coll=ngvn>
- Worwood SE, Worwood VA. Essentialaromatherapy; A Pocket Guide to Essential Oils & Aromatherapy. San Rafael, California: New World Library; 2003.
- Xouplidis P. Deciphering the message in the perfume bottle. *Ounctum* 2017, 3 (1): 94-118.  
<http://dx.doi.org/10.18680/hss.2017.0008>
- Yakin HSM, Totu A. The Semiotic Perspectives of Peirce and Saussure: A Brief Comparative Study. Dalam: The International Conference on Communication and Media 2014 (i-COME'14), 18-20 October 2014, Langkawi, Malaysia.