

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Sampul pada suatu kemasan produk merupakan kunci pertama yang menentukan dalam sukses ataupun tidaknya suatu produk di mata para konsumen atau target audiencenya. Kesuksesan inipun tak luput dari pesan yang dibawa dalam elemen-elemen yang tersusun pada sampul kemasan tersebut. Apakah elemen grafis pada sampul kemasan tersebut dapat menjawab pertanyaan pertama dari konsumen terhadap jenis produk tersebut. Lalu apakah produk tersebut menarik untuk dibeli?

Sampul kemasan menjadi sangat penting karena perannya yang menentukan aksi konsumen terhadap produk yang diwakilinya. Luasnya pemaknaan yang mungkin timbul di benak konsumen saat produk tersebut berada di pasar akan turut andil dalam penentuan tindakan konsumen terhadap produk tersebut. Memahami luasnya makna konotasi yang mungkin timbul di benak konsumen saat produk tersebut berada di pasar akan menjadi langkah yang cerdas dalam perancangan ilustrasi cover suatu produk.

Dengan menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif penulis mencoba membongkar makna dari tiap elemen verbal dan visual yang terdapat pada objek yang dikaji. Pengklasifikasian dan pendiskripsian tiap tanda yang ada pada objek kajian akan membantu proses penelitian untuk memperoleh makna konotasi yang muncul pada

tiap objek yang ada sebelum ilustrasi tersebut dimaknai secara keseluruhan.

Keberagaman elemen visual yang terdapat pada ilustrasi sampul *board game* ini memiliki banyak makna tersembunyi saat dikaji makna konotasinya menggunakan teori semiotika Roland Barthes. Narasi tentang persaingan, perlombaan, tradisi, hierarki, kekuasaan, dan penindasan yang mengacu atau mengkonotasikan kondisi sosial masyarakat yang ada di Indonesia juga ikut tergambarkan pada ilustrasi cover kemasan tersebut. Terlepas dari makna denotasi yang secara alamiah tertangkap oleh target konsumen ataupun target audience pada saat melihat ilustrasi pada sampul kemasan ini, makna konotasi yang timbul dari perpaduan tanda yang terdapat pada ilustrasi ini sangatlah dalam dan beragam.

Kemunculan elemen visual bergaya kartun dapat menjadi pemanis bagi sampul kemasan ini, akan tetapi jika diteliti lebih dalam tiap objek yang dipermanis dengan gaya ilustrasi ala kartun ini menyimpan makna-makna yang cukup dalam bagi yang melihat. Seperti penggunaan karakter macan yang berada di puncak monas sembari memamerkan ototnya dan juga menggigit bunga mawar. Kesan seekor predator buas, gagah, nan romantis menjadi penanda baru untuk karakter seorang pemenang. Begitu pula tanda-tanda lain pada ilustrasi ini dapat dibaca.

Pembacaan makna konotasi pada sampul kemasan *board game* Monas Rush sebagai produk yang tergolong baru di Indonesia dapat meningkatkan pemahaman dan juga imajinasi konsumen dalam melihat

ilustrasi pada sampul kemasan produk tersebut. Pemaknaan mendalam tentang objek-objek yang menjadi elemen kunci pada sampul kemasan tersebut dapat mengantarkan audience untuk memahami lebih dalam pesan moral dan juga pesan nasionalisme yang coba ditanamkan pada ilustrasi yang terdapat pada sampul kemasan tersebut.

Munculnya makna konotatif bersifat narasi yang bercerita tentang sejarah, hierarki, dominasi, perjuangan, dan usaha penggambaran sifat-sifat manusia lewat karakter hewan yang muncul pada ilustrasi cover kemasan board game Monas Rush dapat menambah wawasan para pembaca untuk memahami pesan-pesan yang tersembunyi dibalik elemen verbal dan visual yang menjadi penyusun dari ilustrasi tersebut. Munculnya makna konotasi tersebut membuktikan bahwa selain berperan sebagai pemanis atau pemikat daya tarik secara visual, ilustrasi pada cover kemasan board game Monas Rush ini juga memiliki pesan tentang perjuangan pembuatnya dan juga rekan-rekan sesama penggiat industri board game di tanah air.

Hasil dari penelitian tentang makna konotasi yang timbul pada ilustrasi sampul kemasan *board game* ini dapat menjadi pedoman bagi perancang untuk memahami pemakaian elemen-elemen verbal dan visual dan juga makna apa yang mungkin timbul dari pemakaian elemen tersebut. Sedangkan untuk target audience, pemahaman tentang makna konotasi ini dapat meningkatkan pengetahuan tentang produk lewat pembacaan makna konotasi yang timbul. Hal ini juga bisa membuat target

audience memahami kualitas dari barang yang diinginkan lewat sampul kemasannya.

B. Saran

Kajian atau penelitian dalam ranah semiotika sudah banyak dilakukan di berbagai institusi maupun secara perorangan. Dalam lingkup institusi ada baiknya jika penelitian dan kajian semiotika yang sudah ada menjadi perhatian untuk direkomendasikan kepada mahasiswa-mahasiswa yang tengah melakukan penciptaan karya.

Keseimbangan peran pengkaji dan juga pencipta dalam ranah desain komunikasi visual dapat menjadi faktor pendorong kemajuan segala sektor desain komunikasi visual yang ada. Pembagian peran yang seimbang dan kerjasama antar pengkaji dan juga pencipta karya dapat menghasilkan karya-karya desain dengan pesan yang dalam dan juga olah visual yang menarik. Dengan keseimbangan itu karya-karya baru, inovatif dan juga karya yang menarik dapat timbul untuk menjawab permasalahan yang ada di masyarakat dengan menggunakan media komunikasi visual.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Andi Suprarpto ,. *Ada Mitos dalam DKV (Desain Komunikasi Visual)*. Jakarta:PT.Lintas Kreasi Imagi.

Adi Kusrianto. *Pengantar Desain Komunikasi Visual (Rahasia Advertising Multimedia)*. Yogyakarta:Penerbit Andi,2007

Basrowi dan Suwandi , *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta:Rineka Cipta:2008.

Fiske, John. *Cultural and Communication Studies*. Yogyakarta : Jalasutra. 2007.

Grundy, Dainord. *Functionality of Product Packaging Surveying Consume's Attitude Towards Selected Cosmetic Brand's*. Lithuania. 2010.

Hemphill, M. *A Note on Adults' Color-Emotion Associations*. Journal of Genetic Psychology, 157, 275-281. 1996.

Hernowo. *Mengingat Makna Untuk Remaja*. Bandung ; MLC.2004

Jonathan Sarwono, hary Lubis, *Metode Riset Untuk Desain Komunikasi Visual*, 2007.

Kuvykaite, Rita., Aiste. Dovaliene, & Laura. Navickiene. *Impact of PackageElements on Consumer's Purchase Decision*.2009.

- Lang, J. *Creating architectural theory: The role of the behavioral sciences in environmental design*. New York: Van Nostrand Reinhold. 1993.
- Marcel Danesi. *Pesan, Tanda, dan Makna (Buku Teks Dasar Mengenai Semiotika dan Teori Komunikasi)*. Yogyakarta:Jalasutra,2011.
- Mahnke, F. H., & Mahnke, R. H. *Color and light in man-made environments*. New York: Van Nostrand Reinhold. 1993.
- Marianne Rosner Klimchuk dan Sandra A. Krasovec. *Desain kemasan (Perencanaan Merek Produk yang Berhasil Mulai dari Konsep sampai Penjualan)*. Jakarta:Erlangga, 2002.
- Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Penerbit PT Remaja Rosdakarya Offset, Bandung. 2007.
- Mininni,Ted. *Brandchannel Kinds of Revitalization*. 2008
- Roland Barthes. *Element-element Semiologi*. Yogyakarta:Jalasutra, 2012.
- Roland Barthes. *Membedah Mitos-Mitos Budaya Massa (Semiotika atau Sosiologi Tanda, Simbol, dan Representasi)*. Yogyakarta:Jalasutra, 2007.
- Sabar Rutoto. *Pengantar Metodologi Penelitian*. FKIP: Universitas Muria Kudus. 2007
- Susann Vihma dan Seppo Vakeva. *Semiotika Visual dan Semantika Produk (Pengantar Teori dan Praktik Penerapan Semiotika dalam Desain)*. Yogyakarta&Bandung, 2009.

Silayoi, Pinya., Mark. Speece. *Packaging and Purchase Decisions: An Exploratory Study on the Impact of Involvement Level and Time Pressure*. *British Food Journal*, Vol. 106. 2004

Steward, Mark B. *The Impact of the Introduction of the U.K. Minimum Wage on the Employment Probabilities of Low-Wage Workers*. 2004

Sumbo Tinarbuko. *Semiotika Komunikasi Visual*. Yogyakarta ; Jalasutra. 2009

Weatherchem Corporation. *“Women’s Influence on Packaging”*. White Paper. 2007

Wojirsch. (1995). Pengertian Ilustrasi. Tersedia di : <http://www.ejournal.com/2013/04/pengertian-ilustrasi.html> (6 Agustus 2017)

Skripsi

Lestari, Ade Putra. 2016. *Kajian Semiotika Identitas Mitos Sakera di Madura*. Tugas Akhir S-1. Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta

Meyrina, Prisilia Panti. 2015. *Kajian Semiotika Perubahan Maskot Majalah Anak-Anak ‘Bobo’ Pada Tahun 1973, 2007, Dan 2009*. Tugas Akhir S-1. Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta

Dewi, Nuria Indah Kurnia. 2012. *Kajian Semiotika Cover Novel Tetralogi Laskar Pelangi*. Tugas Akhir S-1. Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta

Internet

<http://www.fhm.co.id/content/article/2833/5/2017/Sejarah-Board-Games> (Diakses Kamis 15 Juni 2017 pukul 12.15 WIB)

<http://amsterbrand.com/en/implicit-marketing/65-packaging-psychology-an-implicitassociation-guide-to-successful-packaging-design>. Amsterbrand-Implicit Marketing Research. 2016. "Packaging Psychology". Diakses tanggal 8 Agustus 2017 pukul 12:00 WIB.

<http://boardgame.id/landlords-game-awal-mula-lahirnya-board-game-monopoly/> (Diakses Kamis 15 Juni 2017 pukul 12.30 WIB)

<http://otak.co/sejarah/sejarah-asal-usul-game-monopoli/> (Diakses Kamis 15 Juni 2017 pukul 13.00 WIB)

<http://www.bimbelbahasaindonesia.com/2016/10/pengertian-dan-contoh-makna-konotatif.html> (Diakses Kamis 15 Juni 2017 pukul 19.00 WIB)

<http://jaddung.blogspot.co.id/2015/06/makna-denotatif-dan-konotatif.html> (Diakses Kamis 15 Juni 2017 pukul 21.00 WIB).

<http://alixbumiartyou.blogspot.co.id/2011/11/elemen-dalam-seni-rupa.html> (Diakses Sabtu 17 Juni 2017 pukul 12.30 WIB)

<https://mandala991.wordpress.com/2012/06/11/analisis-semiotik-mitos-roland-barthes/> (Diakses Sabtu 17 Juni 2017 pukul 15.00 WIB)

<http://ajdcreative.com.au/thoughts/product-name-vs-packaging-design-which-is-more-important#.VsNZNeZNj5c>. Dunsford, Alisha. 2013. "Product Name VS Packaging Design. Which is more important"? Thoughts from AJD Creative. Diakses tanggal 18 Juni 2017 pukul 23:00 WIB.