

PENANDA BUDAYA VISUAL PADA DESAIN KEMASAN JAMU TRADISIONAL BANYUWANGI JAWA TIMUR

Abdul Majid Sutarya¹, Pujiyanto²

^{1,2} Desain Komunikasi Visual, Fakultas Sastra, Universitas Negeri Malang
corresponding author email: abdul.majid.1802536@students.um.ac.id¹

Abstrak

Jamu tradisional merupakan warisan budaya Indonesia diantara keragaman, hasil dari budaya yang memiliki keragaman jamu tradisional. Salah satunya daerah Banyuwangi yang merupakan penghasil jamu tradisional yang terdapat di wilayah Jawa Timur. Penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif dengan pendekatan semiotika Roland Barthes yang menganalisis elemen visual pada desain kemasan jamu Banyuwangi. Hasil dari penelitian ini adalah Konotasi, Denotasi dan Mitos dalam visual sangat tampak budaya yang terdapat pada desain kemasan jamu di Banyuwangi sehingga prinsip desain terbantu seirama dan memiliki kesatuan. Hal ini membuat desain kemasan jamu melekat pada masyarakat Banyuwangi sehingga produsen mempertimbangkan elemen visual untuk memikat masyarakat dalam hal ini sebuah kebutuhan. Segmentasi yang ditujukan oleh produsen jamu dapat memikat dan membuat jamu tradisional Banyuwangi mempunyai jati diri identitas dalam desain Kemasan Jamu.

Kata Kunci: Banyuwangi, desain kemasan, elemen visual, jamu tradisional, semiotika

Abstract

Traditional herbal medicine is Indonesia's cultural heritage among diversity, the result of a culture that has a diversity of traditional herbs. One of them is banyuwangi area which is a producer of traditional herbal medicine found in the East Java region. This research uses qualitative descriptive with Roland Barthes's semiotics approach that analyze visual elements in the packaging design of Banyuwangi herbal medicine. The result of this study is Connotation, Denotation and Myth in visuals are very visible culture contained in the design of herbal medicine packaging in Banyuwangi so that the design principles are helped in harmony and have unity. This makes the design of herbal medicine packaging attached to the banyuwangi community so that manufacturers consider visual elements to lure the community in this case a need. Segmentation aimed at herbal medicine manufacturers can attract and make traditional Banyuwangi herbal medicine has an identity identity in the design of Jamu Packaging.

Keywords: Banyuwangi, packaging design, semiotic, tradisional herbal medicine, visual element

1. PENDAHULUAN

Masa pandemi pada tahun 2019 membuat masyarakat memiliki tingkat kepedulian terhadap kesehatan sehingga meningkatnya daya beli masyarakat terhadap obat-obatan dan peralatan kesehatan meningkat. Hal ini membuat naiknya harga obat-obatan medis dan langkanya perlengkapan kesehatan lainnya. Hal ini membuat masyarakat perlu mencari alternatif lainnya, sehingga masyarakat perlu beradaptasi dengan kebiasaan baru dan budaya yang terus berkembang selama masa pandemi ini berlangsung. Saat ini budaya selalu dikaitkan tentang kondisi sekarang, dimana budaya selalu berdampingan dimana kita tinggal. Budaya dapat mempengaruhi dalam penentuan target dari sebuah tujuan pemasaran. Melalui penempatan yang baik dengan mempertimbangkan kondisi budaya saat ini dapat menarik daya tarik konsumen dalam menentukan tema dari tujuan pemasaran. Salah satu bentuk yang dapat ditempuh untuk merepresentasikan budaya yang semakin tajam adalah melalui desain kemasan.

Keragaman yang terdapat di Indonesia membuat teknologi tradisional, adat istiadat, dan sebagainya menjadi sebuah sistem yang beragam untuk menghasilkan produk budaya yang menarik (Erlyana, 2018: 1092). Salah satunya jamu tradisional yang merupakan hasil dari perkembangan teknologi tradisional dalam bidang kesehatan. Jamu merupakan warisan budaya bangsa yang telah diwariskan secara turun-temurun. Perkembangan teknologi dan globalisasi telah menyebabkan peningkatan perkembangan jamu. Beberapa faktor pendorong dalam peningkatan penggunaan obat-obatan herbal sebagai obat tradisional adalah harapan hidup yang lebih lama. Hal ini ditunjang ketika prevalensi penyakit kronis meningkat adanya kegagalan penggunaan dan efek samping obat-obat kimia, serta akses informasi tentang obat-obatan tradisional di seluruh dunia (Prabawani, 2017: 80-94). Jamu yang telah menjadi bagian budaya dan kekayaan alam Indonesia membuat jamu menjadi pilihan sebagai pengobatan tradisional (Purwaningsih, 2013: 85).

Dalam perkembangan jamu tradisional desain kemasan juga menjadi faktor terpenting dalam perkembangan jamu tradisional. Desain kemasan sendiri merupakan media promosi untuk sebagai media pemasaran, sehingga desain kemasan dapat menarik pembeli dengan visual yang menarik (Pujiyanto, 2016: 78-87). Produk yang tidak memiliki desain kemasan tidak dapat dipasarkan dengan baik, karena fungsi dari kemasan itu sendiri tidak hanya sebagai pengemasan tetapi juga sebagai informasi produk dan sebagai media promosi bagi sebuah merek atau perusahaan. Desain kemasan juga memiliki peran sebagai identitas sebuah produk dalam penghubung antara produsen kepada konsumen. Salah satunya jamu yang diproduksi di daerah Banyuwangi, Jawa Timur memiliki keunikan sendiri yaitu perpaduan budaya ikut berperan dalam perkembangan jamu di Banyuwangi. Kearifan lokal seperti batik yang menjadi perkembangan budaya yang ada di Banyuwangi menjadi ciri khas dari penggambaran budaya lokal (Primanata et al., 2021: 28).

Penelitian mengenai desain kemasan jamu tradisional ini diharapkan dapat memberikan wawasan terkait makna tanda elemen visual sehingga mengetahui penanda visual budaya pada desain kemasan. Hal ini dapat melihat karakteristik tertentu dengan melihat visual dari kemasan untuk diteliti terhadap membedah desain kemasan jamu

tradisional mengenai elemen visual pada budaya di Banyuwangi, Jawa Timur. Penelitian ini menganalisis peranan desain kemasan dan pemaparannya sejauh mana sebuah desain kemasan dapat mewadahi pesan atau informasi akhir dari produsen terhadap masyarakat (konsumen) sehingga dapat mengetahui, mendeskripsikan, dan menganalisa makna dibalik tanda budaya visual pada desain kemasan jamu tradisional.

2. METODE PENELITIAN

Metode penelitian menggunakan deskriptif kualitatif dan pendekatan semiotika dengan menganalisis simbolik budaya visual pada kemasan jamu tradisional Banyuwangi, Jawa Timur. Metode ini mencakup pengumpulan informasi, reduksi data, penyajian data, dan menarik kesimpulan dengan data yang telah diperoleh. Sampel pada penelitian ini adalah jamu tradisional standar di daerah Banyuwangi yang telah memiliki kode produksi nomor P-IRT atau BPOM sesuai dengan ketentuan yang berlaku dalam peraturan BPOM RI.

Pengumpulan data kemasan jamu tradisional ini menggunakan data primer dan sekunder. Data primer dalam penelitian ini adalah produk kemasan jamu daerah Banyuwangi. Data sekunder diperoleh melalui studi literatur berkaitan dengan makna dibalik elemen visual kebudayaan Banyuwangi dengan melakukan interpretasi bebas dan bersifat subjektif. Penelitian ini menggunakan analisis semiotika Roland Barthes yang menguraikan makna dibalik sebuah tanda dengan pemaknaan dengan tingkatan pertama denotatif, dan pemaknaan kedua dengan menggunakan konotatif kemudian penafsiran makna yang ada dengan adanya sebuah mitos (Haryono et al., 2017).

Roland Barthes mengulas makna di balik suatu ciri ataupun simbol yang terdapat pada elemen-elemen visual desain kemasan jamu di wilayah Banyuwangi, Jawa Timur bersumber pada pesan yang dikandung ialah pesan ikonik yang telah terkodekan yang merupakan denotasi dalam kemasan jamu. Serta pesan ikonik yang terkodekan atau konotasi yang terdapat pada kemasan jamu tradisional dapat dipahami oleh masyarakat secara mudah. Penelitian ini berbentuk deskripsi ataupun cerminan sesuatu objek yang tadinya masih belum jelas sehingga setelah diteliti dapat menjadi sebuah kejelasan dalam berbentuk ikatan hipotesis ataupun teori.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini sampel yang dipilih adalah jamu tradisional daerah Banyuwangi, Jawa Timur yang memiliki kode produksi nomor P-IRT atau BPOM sesuai ketentuan dan peraturan standar BPOM Republik Indonesia. Pengumpulan informasi produk merupakan elemen penting untuk mengetahui merek, label, dan asal dari produk ini. Berikut produk yang dapat menjadi objek penelitian yang berasal dari daerah Banyuwangi, Jawa yaitu; (1) Jamu Cap Akar Daun Jamu; produk ini merupakan jamu dengan berbahan herbal alami pada gambar 1 merupakan produk olah dari CV. Cap Akar Daun yang merupakan produk pegal linu selain itu produk tersebut memiliki beberapa khasiat lainnya yang dipercaya dapat meringankan atau menyembuhkan sakit pinggang, asam urat hingga gatal-gatal pada tubuh. Produk ini telah mendapatkan Ijin produksi POM. TR. 193 627 301.



Gambar 1. Jamu Cap Akar Daun
[Sumber: Dokumentasi penulis, 2021]

Produk kedua (2) Jamu Cap Dua Singa; merupakan produk dari bahan-bahan alami yang di proses menjadi sebuah jamu yang memiliki khasiat dan manfaat yang dipercaya dapat menyembuhkan pegal linu, encok, hingga asam urat. Selain itu juga dapat di percaya dapat meningkatkan kekuatan otot dan sangat cocok untuk pekerja keras ataupun olahragawan. Produk ini juga sudah mendapatkan ijin produk sehingga aman di konsumsi adapun nomor ijin produk adalah POM. TR. 18614841.



Gambar 2. Jamu Dua Singa
[Sumber: Dokumentasi penulis, 2021]

Produk ketiga (3) Jamu tradisional cap Putri Sakti; merupakan produk yang di peruntukan untuk meringankan gejala pegal linu dan nyeri pada persendian otot. Jamu ini di produksi oleh CV. Putri Sakti Husada. Produk ini juga memiliki ijin BPOM TR. 133668191



Gambar 3. Jamu Putri Sakti
[Sumber: Dokumentasi penulis, 2021]

Analisa secara visual diambil dari tiga produk di atas yang dapat mewakili keseluruhan bentuk kemasan jamu tradisional di daerah Banyuwangi, Jawa Timur. Hal ini dapat dilakukan karena pemaknaan dalam label untuk mengidentifikasi identitas produk. Dalam prinsip desain kemasan terdapat prinsip dasar desain kemasan yang dapat menjadi panduan dalam mendefinisikan sebuah produk yaitu warna, tipografi, struktur, dan citra yang dapat di implementasi dalam tata letak desain untuk menciptakan sebuah proporsi, keseimbangan, dan keindahan dalam membuat ekemen-elemen desain dalam menyampaikan komunikasi dalam desain keemasan.

3.1 Struktur Elemen Desain Kemasan

Dalam elemen-elemen desain kemasan memiliki peranan dalam menyampaikan proses pesan dan membentuk komunikasi suatu desain kemasan dalam proses penyampaian pesan produk secara visual (Diana, 2013). Produk jamu tradisional khas Banyuwangi terdapat elemen-elemen yang menyajikan sebuah perbedaan yang begitu menonjol dalam estetika atau daya tarik visual terdapat beberapa elemen yang dapat di analisis dari tiga produk yang ada warna, bentuk, logo, ilustrasi, tipografi, dan layout. Hal ini akan menjadi pemaknaan sendiri sebagai gambaran dalam pemaknaan yang sesungguhnya, penulis menganalisis secara visual dari produk yang dimaksud.

Tabel 1. Elemen Visual Kemasan Jamu Banyuwangi
[Sumber: Olahan Data Penulis, 2021]

Produk	Elemen	Bagian Objek	Identifikasi
Jamu Akar Daun	Warna		Dominasi warna pada desain kemasan jamu Akar Daun: 1. Warna Kuning 2. Warna Hijau 3. Warna Merah

Produk	Elemen	Bagian Objek	Identifikasi
	Logo		Logo jamu ini menggunakan <i>picture mark</i> dan <i>letter mark</i> .
	Ilustrasi		Pada ilustrasi terdapat 5 elemen dari kandungan jamu akar daun seperti; Sambiloto, Pulai, Kapulaga, Kayu Manis, dan Bidari Laut. Ilustrasi ini sebagai penekanan kandungan didalam jamu
			Pada border pada jamu ini menggunakan border motif gajah oling khas Banyuwangi
	Teks dan Tipografi		Jenis Jamu yang diproduksi
			Berat bersih produk 600 ml
			<i>Letter Mark</i> Font: <i>Times New Roman</i>
			Deskripsi produk
	Jamu Dua Singa	Warna	
Logo			Logo jamu ini menggunakan <i>picture mark</i> dan <i>letter mark</i> .
Ilustrasi			Pada ilustrasi jamu ini terdapat elemen visual yang menyerupai dua singa laut atau yang sering dikenal dengan sebutan marlion. Selain itu juga terdapat motif kembang yang terdapat pada motif gajah oling
		Pada ornamen label jamu ini terdapat motif kopi pecah yang berasal dari Banyuwangi	


Produk	Elemen	Bagian Objek	Identifikasi
	Teks dan Tipografi		Banner keterangan jamu
			Merek jamu Font: Times New Roman
			Ijin Produksi
			Produsen Jamu
Jamu Putri Sakti	Warna		Dominasi warna pada desain kemasan jamu Akar Daun: 1. Warna Kuning 2. Warna Merah 3. Warna Hijau
	Logo		Logo jamu ini menggunakan <i>picture mark</i> dan <i>letter mark</i> .
	Ilustrasi		Terdapat wanita yang menyajikan jamu gendong dan sedang menuangkan jamu ke gelas
	Teks dan Tipografi		Nama produk jamu
			Berat bersih produk 650 ml
		Produsen Jamu	
		Ijin Produksi	
			Deskripsi produk



3.2 Analisis Data

Pada penelitian ini menggunakan sistem signifikasi tiga tahap darisemiotika Roland Barthes yaitu denotatif, konotatif, dan mitos. Denotasi adalah implikasi utama sedangkan konotasi adalah tingkat saat ini dan mitos merupakan tingkat akhir. Denotatif merupakan makna tanda sebagai definisi secara asli konotatif mengarah pada kondisi sosial dan budaya dan afiliasi personal. Mitos berfungsi untuk mengungkapkan dan

memberikan nilai-nilai dominan yang berlaku dalam suatu periode tertentu. Oleh karena itu, pemaknaan dalam desain kemasan jamu Banyuwangi untuk mengetahui pesan yang terdapat pada kemasan jamu.

Tabel 2. Makna Denotatif, Konotatif, dan Mitos Jamu Tradisional Banyuwangi
[Sumber: Olahan Data Penulis, 2021]

Tanda	Makna		
	Denotatif	Konotatif	Mitos
	<ul style="list-style-type: none"> • Warna kuning menjadi latar pada label kemasan dan merupakan warna primer yang terdapat pada label kemasan jamu • Terdapat gambar setumpukan tanaman tradisional berwarna merah, kuning, dan hijau • Pada ilustrasi terdapat garis lingkaran hijau yang menjadi latar dari tumpukan tanaman tradisional • Terdapat <i>ribbon banner</i> yang bertuliskan “Pegal Linu” pada label kemasan • Terdapat ornamen gajah oling • Tipografi pada label kemasan berwarna putih dengan berlatar berwarna merah 	<ul style="list-style-type: none"> • Penggunaan gambar tumpukan tanaman tradisional menjadi penggambaran bahan tumbuhan tradisional yang digunakan dari produk Akar Daun • Warna kuning bermakna keluhuran, ketuhanan, kemuliaan kemakmuran dan ketenteraman. Dalam upacara selamat pada masyarakat Jawa, juga sering dihadirkan nasi kuning sebagai bagian dari sesaji. • Ornamen yang menjadi dekoratif pada kemasan jamu tradisional ini merupakan hasil dari motif dari motif Gajah Oling. • Garis lingkaran hijau pada label kemasan merupakan simbol berbahan dasar herbal sehingga aman untuk dikonsumsi • <i>Ribbon Banner</i> pada label kemasan ini sebagai mempertegas khasiat sehingga dapat mengetahui khasiat secara langsung tanpa harus mencari informasi lebih lanjut 	<ul style="list-style-type: none"> • Dalam konsep Jawa warna kuning merupakan simbol pengharapan akan keselamatan dari Tuhan yang Maha Kuasa. Dengan menjaga kondisi tubuh dengan baik masyarakat dapat mempercayai dengan kondisi tubuh yang baik juga merupakan karunia dari Tuhan yang Kuasa. • Motif Gajah Oling merupakan representasi dari budaya suku Osing yang memiliki filosofi agar manusia yang senantiasa mengingat tuhan yang Maha Besar.

Tanda	Makna		
	Denotatif	Konotatif	Mitos
	<ul style="list-style-type: none"> • Ilustrasi gambar Dua Singa Laut dan kembang diantara singa laut. • Warna merah merupakan warna primer dan menjadi latar pada label kemasan jamu • Terdapat tipografi “Dua Singa” pada label kemasan • Ornamen yang terdapat pada label kemasan Dua Singa merupakan motif kopi pecah 	<ul style="list-style-type: none"> • Ilustrasi yang menyerupai dua singa laut atau sering dikenal dengan sebutan marlion • Warna merah dimaknai dengan keberanian • Ornamen yang terdapat pada kemasan jamu menggambarkan persatuan karena saling terhubung satu dengan yang lain. • Motif yang terdapat pada label kemasan merupakan motif kopi pecah yang berasal dari daerah Banyuwangi 	<ul style="list-style-type: none"> • Warna merah memiliki makna dalam suku Osing yaitu keberanian untuk menjadi harapan dalam berumah tangga (Prabasari, 2021: 138-140). • Dua Singa menggambarkan Budaya di suku dipercaya dua singa ini merwujudan dari jantan dan betina dalam menjaga keseimbangan dalam kehidupan. • Daerah Banyuwangi memiliki banyak area yang memproduksi kopi sehingga masyarakat Banyuwangi sudah mengetahui dari sebagian besar potensi dari sumber daya dari Banyuwangi itu sendiri (Primanata et al., 2021: 27 -33)
	<ul style="list-style-type: none"> • Ilustrasi seorang wanita yang sedang menuangkan jamu kedalam segelas gelas • Warna kuning menjadi latar pada label kemasan dan merupakan warna primer yang terdapat pada label kemasan jamu • Tulisan tipografi pada label jelas pada label kemasan ini dengan perpaduan warna merah dan putih. 	<ul style="list-style-type: none"> • Sebagai pramusaji seorang perempuan menuangkan jamu tradisional ke dalam gelas untuk melayani konsumen yang membeli jamu tradisional tersebut. • Warna kuning menjadi karakteristik dan menjadi ciri khas dari produk Banyuwangi. 	<ul style="list-style-type: none"> • Jamu gendong menjadi media untuk melestarikan minuman kesehatan tradisional yang telah mengakar pada jati diri masyarakat di Banyuwangi • Warna kuning Hal ini merupakan simbol pengharapan akan keselamatan dari Tuhan yang Maha Kuasa

Hal yang dibahas dalam penelitian ini berfokus kepada makna dibalik tanda bahasa visual pada kemasan jamu tradisional yang di produksi di Banyuwangi, Jawa Timur. Terdapat unsur-unsur budaya dalam tampilan visual jamu tradisional di Banyuwangi sehingga memperkuat unsur budaya dalam kemasan jamu tersebut.

3.3 Analisis Kemasan Jamu

Pendekatan kualitatif deskriptif merupakan tahap yang digunakan untuk menelaah data yang telah didapatkan dari beberapa sumber yang telah dikumpulkan selama penelitian berlangsung. Selain itu juga berguna untuk menjelaskan kebenaran temuan penelitian. Analisis ini dilakukan sejak awal dan bersamaan dengan proses pengumpulan data di lapangan. Merujuk pada hasil penyajian data yang peneliti sajikan pada pembahasan. Saat ini secara mendetail dan sistematis dapat penulis sampaikan temuan-temuan apa saja yang diperoleh dari hasil penyajian data tersebut dengan fokus penelitian.

Tabel 3. Perbandingan Elemen Kemasan Jamu
[Sumber: Olahan Data Penulis, 2021]

Elemen Desain	Akar Daun	Dua Singa	Putri Sakti
Warna	Kuning Merah, Hijau	Merah, Kuning	Kuning, Merah, Hijau
Bentuk	Label (Botol)	Label (Botol)	Label (Botol)
Merek/Logo			
Tipografi Brand			
Tipografi	<i>Times New Roman</i>	<i>Times New Roman</i>	<i>Times New Roman</i>
Letak Brand	Tengah Bawah	Tengah Bawah	Tengah Bawah
Ilustrasi			
Ornamen	Motif Gajah Oling 	Motif Kopi Pecah 	-

3.3.1 Warna

Dalam penerapan pada desain kemasan jamu terdapat warna yang menjadi faktor yang dapat mempengaruhi konsumen dalam menentukan pilihannya dalam memilih produk jamu. Setelah dianalisis terdapat warna yang dominasi pada masing-masing produk kemasan jamu tradisional Banyuwangi yaitu:



Gambar 4. Warna Produk Akar Daun
[Sumber: Olahan Data Penulis, 2021]

Pada gambar 4 terlihat warna yang mendominasi pada produk Akar Daun yaitu adalah warna kuning, warna ini sudah menjadi ciri khas dari produk Akar Daun. Warna kuning sendiri memiliki tanda yang kuat dalam menggambarkan wilayah geografis dimana jamu ini diproduksi yaitu di daerah Banyuwangi dan warna kuning sendiri dipercayai bahwa memiliki keagungan, kekuatan dan kejayaan dalam budaya suku Osing yang merupakan suku asli dari daerah Banyuwangi. Dapat dilihat dari denotasi produk Akar Daun warna kuning menjadi ciri khas dari produk jamu Akar Daun membuat produk ini dapat diingat dari warna yang sangat melekat pada kemasan. Pada tahapan konotasi warna kuning memiliki tanda yang kuat dalam menggambarkan geografis dari jamu ini diproduksi yaitu daerah Banyuwangi, Jawa Timur. Hal ini sangat memudahkan konsumen untuk mengingat produk ini merupakan produsen dari Akar Daun dan diproduksi di Banyuwangi. Pada tahapan terakhir atau mitos dipercaya bahwa warna kuning ini memiliki tanda keagungan, kekuatan dan kejayaan dalam budaya suku Osing, hal ini dilatar belakangi karena warna kuning sangat melekat pada Suku Osing itu sendiri.



Gambar 5. Warna Produk Dua Singa
[Sumber: Olahan Data Penulis, 2021]

Pada gambar 5 merupakan produk dari Dua Singa yang diproduksi di Banyuwangi, produk ini memiliki ciri khas yaitu warna merah yang mendominasi pada produk ini. Warna merah ini memiliki kaitan kuat dengan warna yang mendominasi di daerah Banyuwangi salah satunya di suku Osing. Dalam kepercayaannya, warna merah ini dimaknai oleh suku Osing yaitu keberanian dalam tradisi “Mepe Kasur” dalam suku Osing untuk menjadi harapan dalam berumah tangga yang dapat dipasangkan dengan warna putih yang bermakna kelanggengan. Pada tingkatan pemaknaan denotasi warna

merah menjadi ciri khas dari produk jamu Dua Singa sehingga dapat mengenal dari produk ini. Pada tingkatan pemaknaan konotasi memiliki nilai budaya di Banyuwangi. Pada tingkatan pemaknaan mitos warna merah sendiri memiliki makna dalam suku Osing yaitu keberanian dalam tradisi “Mepe Kasur” dalam suku Osing untuk menjadi harapan dalam berumah tangga. Dapat disimpulkan bahwa warna merah pada label kemasan Dua Singa merupakan representasi dari budaya di Banyuwangi untuk mendekatkan dengan masyarakat Banyuwangi sehingga dapat diterima dengan baik.



Gambar 6. Warna Produk Putri Sakti
[Sumber: Olahan Data Penulis, 2021]

Pada gambar 6 merupakan produk dari Putri Sakti yang merupakan produk dari Banyuwangi, pada kemasan jamu ini memiliki dominasi warna kuning dengan dipadukan warna merah pada kemasan jamu Putri Sakti. Warna kuning juga menjelaskan perpaduan yang erat dalam budaya Banyuwangi sehingga warna kuning dan merah menjadi pilihan dan dapat dimaknai dalam keagungan, kejayaan, dan keberanian dalam budaya Banyuwangi. Pemaknaan denotasi warna kuning menjadi warna yang dominan pada label kemasan jamu Putri Sakti sehingga konsumen ataupun masyarakat Banyuwangi dapat mengetahui dengan mudah dari melihat label kemasan tersebut. Dalam pemaknaan konotasi warna kuning telah menjadi karakteristik dan ciri khas dari jamu di Banyuwangi. Kemudian dari pemaknaan mitos warna kuning dapat diartikan memiliki tanda keagungan dan kekuatan dalam budaya suku Osing di Banyuwangi.

3.3.2 Ilustrasi



Gambar 7. Letter mark dan picture mark pada kemasan jamu tradisional Banyuwangi
[Sumber: Olahan Data Penulis, 2021]

Secara keseluruhan jamu yang terdapat di Banyuwangi memiliki elemen-elemen visual serupa. Jamu yang terdapat di Banyuwangi memiliki karakteristik menggunakan elemen desain pada ilustrasi pada logo *picture mark* dan *letter mark* untuk membantu menyebutkan elemen pada gambar dan elemen tulisan seperti pada gambar 7. Pemilihan tipografi dari logo setiap produk jamu ketiganya memiliki jenis *font* yang sama yaitu *times new roman*. Ilustrasi pada produk jamu di Banyuwangi menjadi elemen yang mendominasi pada desain produk jamu tradisional. Hal ini membuat ilustrasi berperan dalam proses dalam menyampaikan pesan yang terdapat pada kemasan jamu. Perpaduan tipografi dan ilustrasi menjadi hal yang saling mendukung elemen-elemen satu dengan yang lainnya. Selain ilustrasi pada kemasan jamu terdapat ornamen pendukung dalam menyampaikan pesan budaya yang ada di dalam kemasan jamu tradisional Banyuwangi. Hal ini memperkuat karakteristik dan ciri khas dari jamu di wilayah Banyuwangi dengan menyatukan unsur budaya di dalam kemasan jamu membuat tampilan visual jamu yang terdapat di Banyuwangi terlihat berbeda dengan wilayah lainnya.



Gambar 8. Ilustrasi Produk Akar Daun
[Sumber: Olahan Data Penulis, 2021]

Dalam Ilustrasi di atas menggambarkan tentang bahan-bahan baku alami yang terdiri dari lima elemen dari kandungan jamu Akar Daun seperti: Sambiloto, Pulai, Kapulaga, Kayu Manis, dan Bidari Laut. Ilustrasi ini sebagai penekanan dalam kandungan di dalam jamu ini.



Gambar 9. Ilustrasi Label Produk Dua Singa
[Sumber: Olahan Data Penulis, 2021]

Ilustrasi pada produk jamu Dua Singa dapat terlihat secara langsung terdapat gambar Dua Singa pada label kemasan produk. Hal ini merupakan identitas dari jamu Dua Singa untuk mempermudah konsumen melihat produk tersebut. Pada Ilustrasi jamu ini terdapat Ilustrasi yang menyerupai dua singa laut atau sering dikenal dengan sebutan marlion. Selain itu juga pada tengah dari label produk Dua Singa terdapat motif kembang

yang terdapat juga pada motif Gajah Oling khas dari Banyuwangi. Dalam pemaknaan tingkat denotasi ilustrasi pada kemasan jamu Dua Singa ini merupakan indeks yang menguatkan produk dari jamu tersebut sehingga konsumen atau masyarakat dapat melihat secara jelas bahwa produk itu merupakan asli dari jamu Dua Singa. Selain itu dalam pemaknaan konotasi gambar dua singa menjadi identitas yang dominan dari elemen-elemen visual lainnya sehingga pada label kemasan produk Dua Singa dapat dengan mudah diidentifikasi dengan mudah dan penggambaran singa pada ilustrasi label juga menggambarkan budaya yang melekat di Banyuwangi. Pada tingkatan pemaknaan mitos, ilustrasi yang terdapat pada label kemasan Dua Singa dipercaya di Banyuwangi merupakan penggambaran budaya di suku Osing yang mayoritas sebagian beragama Hindu dapat dimaknai merupakan perwujudan dari jantan dan betina dalam menjaga keseimbangan dalam kehidupan bermasyarakat.



Gambar 10. Ilustrasi Label Produk Putri Sakti
[Sumber: Olahan Data Penulis, 2021]

Pada Ilustrasi label kemasan Putri Sakti terdapat seorang wanita yang sedang menyajikan jamu gendong dan mengenakan kain batik tradisional. Dalam Ilustrasi ini menggambarkan pemaknaan denotasi dalam kemasan jamu Putri Sakti merupakan penjual jamu gendong yang sedang menuangkan botol ke dalam sebuah gelas sehingga dalam ilustrasi ini menjelaskan wanita yang akan menyajikan jamu tradisional itu untuk diminum. Kemudian dalam pemaknaan tingkat konotasi dapat dimaknai seorang wanita yang menyajikan jamu dan mengenakan pakai bermotif batik yang biasa dikenakan oleh penjual jamu gendong. Dalam pemaknaan mitos jamu gendong sendiri merupakan warisan budaya yang sudah ada di Indonesia. Karena dari itu di hal tersebut dipercaya jamu gendong menjadi media jamu yang mengakar pada jati diri masyarakat di Banyuwangi. Di Banyuwangi sendiri dilansir dari Banyuwangikab.go.id telah melakukan gerakan “Gerakan Jumat Minum Jamu” dalam program ini melihat potensi alam untuk bahan baku jamu yang cukup besar sehingga dimanfaatkan untuk menjaga kebudayaan jamu gendong yang ada di Banyuwangi.



Gambar 11. Ornamen motif pada kemasan jamu tradisional Banyuwangi
[Sumber: Olahan Data Penulis, 2021]

Terakhir, ornamen pendukung pada kemasan jamu di Banyuwangi mayoritas merupakan hasil modifikasi dari motif-motif batik yang ada di Banyuwangi. Sehingga ketika kita melihat perbandingan pada gambar 11 terlihat motif yang terdapat pada kemasan jamu dengan motif batik memiliki persamaan yang terlihat pada tampilan visual. Sehingga kita dapat mengetahui dari tampilan pada kemasan produk jamu tersebut berasal dari daerah Banyuwangi.

3.3.3 Tipografi



Gambar 12. Tipografi pada kemasan jamu tradisional Banyuwangi
[Sumber: Olahan Data Penulis, 2021]

Selain itu juga terdapat pada elemen pada tipografi yang mendukung elemen-elemen visual sebagai pendukung pada kemasan jamu. Terlihat pada kesatuan yang harmonis antara ilustrasi dan tipografi menjadi kekuatan yang terlihat jelas dalam memberikan informasi secara detail di produk jamu untuk memperkuat elemen-elemen lainnya demi terdapat kesatuan dalam produk jamu.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dari penelitian dapat disimpulkan bahwa konsep visual dalam budaya pada desain kemasan jamu tradisional daerah Banyuwangi, Jawa Timur adalah sebagai berikut: Pertama, desain kemasan jamu tradisional Banyuwangi dapat memperlihatkan prinsip desain yang seirama pada desain satu dengan desain yang lainnya. Secara keseluruhan hal ini terdapat prinsip desain yang seirama pada desain kemasan jamu tradisional daerah Banyuwangi sehingga menjadi sebuah kesatuan pada masing-masing produk. Kedua, makna dibalik masing-masing produk memiliki makna tersendiri yang

saling bersinambungan dalam budaya Banyuwangi. Sehingga dapat mendapatkan makna denotasi, konotasi, dan mitos masing-masing produk jamu tersebut.

Makna denotasi pada label kemasan jamu di Banyuwangi dari elemen visual warna adalah pemilihan warna primer pada label kemasan jamu yaitu warna merah dan warna kuning menjadi warna yang dominan pada desain kemasan jamu serta warna hijau sebagai warna sekunder digunakan sebagai warna pendukung pada label kemasan jamu. Elemen visual ilustrasi berupa penggambaran dari nama jamu tersebut seperti Akar Daun yang menggunakan ilustrasi dari tanaman tradisional, Dua Singa menggunakan ilustrasi dua singa laut untuk menggambarkan nama produk dari tersebut, dan Putri Sakti menggunakan ilustrasi dari seorang perempuan yang sedang menuangkan jamu ke gelas. Selain itu adanya motif Gajah Oling dan Kopi Pecah membuat ciri khas dari budaya Banyuwangi sangat jelas. Tipografi yang terdapat pada label kemasan jamu mempertegas dari masing-masing kemasan di Banyuwangi dengan menggunakan *font Times new Roman* secara keseluruhan serupa.

Makna konotasi pada label kemasan jamu Banyuwangi dari elemen visual warna memiliki dominasi warna merah, kuning, dan hijau. Dalam pemaknaan konotasi pada warna yang terdapat pada label kemasan jamu memiliki makna tersendiri warna merah memiliki makna sebuah keberanian, warna kuning bermakna keluhuran, ketuhanan, kemuliaan kemakmuran dan ketenteraman, sedangkan warna hijau melambangkan alam atau kekayaan alam yang subur. Pada visual ilustrasi dari ketika ilustrasi pada label kemasan jamu di Banyuwangi memiliki makna masing-masing. Makna dalam desain kemasan jamu Akar Daun yang menggunakan ilustrasi dari tanaman tradisional merupakan sumber kekayaan alam yang melimpah di Banyuwangi, Dua Singa menggunakan ilustrasi dua singa laut atau yang dikenal dengan sebutan marlion yang terdapat di Singapura. Putri Sakti menggunakan ilustrasi dari seorang perempuan yang sedang menuangkan jamu ke gelas Sebagai pramusaji seorang perempuan menuangkan jamu tradisional ke dalam gelas untuk melayani konsumen yang membeli jamu tradisional tersebut. Pada tipografi dalam masing-masing label kemasan jamu memiliki kesamaan yaitu dengan menunjukkan tipografi atau *letter mark* sebagai identitas dari label kemasan tersebut.

Makna mitos yang berkembang bahwa warna yang terdapat pada label kemasan jamu di Banyuwangi dipilih untuk meningkatkan gairah dalam mengonsumsi minuman jamu setiap saat dan dapat membuat konsumen yang mengonsumsi jamu tersebut mendapatkan khasiat dalam kandungan jamu yang diracik sehingga dapat memberikan kesehatan bagi yang mengonsumsi jamu tersebut. Dengan memadukan tipografi dan Ilustrasi menjadi hal yang saling mendukung elemen satu dengan yang lainnya. Selain ilustrasi pada kemasan jamu terdapat ornamen pendukung dalam menyampaikan pesan budaya yang ada di dalam kemasan jamu tradisional Banyuwangi. Hal ini memperkuat karakteristik dan ciri khas dari jamu di wilayah Banyuwangi dengan menyatukan unsur budaya di dalam kemasan jamu membuat tampilan visual jamu yang terdapat di Banyuwangi terlihat berbeda dengan wilayah lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Andriati, A., & Wahjudi, R. M. T. (2016). Tingkat penerimaan penggunaan jamu sebagai alternatif penggunaan obat modern pada masyarakat ekonomi rendah-menengah dan atas. *Masyarakat, Kebudayaan Dan Politik*, 29(3), 133.
- Benny H Hoed. (2014). *Semiotik & Dinamika Sosial Budaya* (3rd ed.). Depok: Penerbit Komunitas Bambu.
- Diana, N. L. D. (2013). Elemen Visual Kemasan Sebagai Strategi Komunikasi Produk. *Jurnal Profetik*, 06(01), 43–52.
- Didit Widiatmoko. (2018). *Metodologi Penelitian: Desain Komunikasi Visual*. Universitas Diponegoro.
- Erlyana, Y. (2018). Analisis Peranan Desain Kemasan Terhadap Brand Identity Dari Sebuah Produk Makanan Lokal Indonesia Dengan Studi Kasus: Produk Oleh-Oleh Khas Betawi 'Mpo Romlah.'. *National Conference of Creative Industry*.
- Erlyana, Y., & Betsymorla, B. (2020). Tinjauan Visual Kemasan Teh Botol Sosro Edisi Khusus Hut RI ke-75. *DESKOMVIS: Jurnal Ilmiah Desain Komunikasi Visual, Seni Rupa Dan Media*, 1(3), 173–183.
- Fuad Ardiyansyah, N. N. (2018). Kajian Etnobotani Masyarakat Suku Using Kabupaten Banyuwangi. *Bioma: Jurnal Biologi Dan Pembelajaran Biologi*, 3(2), 87–101.
- Hakim, L., Kristanto, S. P., Yusuf, D., & Afia, F. N. (2022). Pengenalan Motif Batik Banyuwangi Berdasarkan Fitur Grey Level Co-Occurrence Matrix. *Jurnal Teknoinfo*, 16(1), 1–7.
- Haryono, S. R., Kurnia, D., & Putra, S. (2017). Identitas Budaya Indonesia: Analisis Semiotika Roland Barthes Dalam Iklan Aqua Versi "Temukan Indonesiamu.". *Jurnal Ilmu Komunikasi Acta Diurna*, 13(02), 67–88.
- Hermawan, B. (2011). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan, Reputasi Merek Dan Loyalitas Konsumen Jamu Tolak Angin Pt. Sido Muncul. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan/ Journal of Theory and Applied Management*, 4(2), 9–17.
- Moerad, S. K., Windiani, W., Mukhtar, S., & Nurif, M. (2014). Pemetaan Sosial Budaya Masyarakat Desa Sumber Agung Kecamatan Pesanggaran Kabupaten Banyuwangi. *Jurnal Sosial Humaniora*, 7(1), 61–74.
- Mulyana, D. (2014). *Semiotika dalam Riset Komunikasi* (Vol. 1). Penerbit Ghalia Indonesia.
- Natadjaja, L. (2007). Analisa Elemen Grafis Desain Kemasan Indomie Goreng Pasar Lokal dan Ekspor. *Desain Komunikasi Visual Nirmana*, 09(01), 20–30.
- Ni Luh Desi In Diana Sari. (2014). Elemen Visual Kemasan Sebagai Strategi Komunikasi Produk. *Jurnal Komunikasi Profetik*, 6(1).
- Prabasari, A. D. (2021). Makna Tradisi Mepe Kasur Merah Hitam Pada Suku Bangsa Osing. *Biokultur*, 10(2), 134.
- Prabawa, H. W., & Fitriani, A. D. (2020). Mempertahankan Eksistensi Jamu Tradisional melalui Perubahan Desain Pengemasan dan Pemasaran. *DEDIKASI: Community Service Reports*, 2(1), 35–46.
- Prabawani, B. (2017). Jamu brand Indonesia: consumer preferences and segmentation. *Archives of Business Research*, 5(3).

- Primanata, R. O., Harjianto, H., & Irwan H, M. S. (2021). Eksplorasi Ragam Nilai Karakter Bangsa Berbasis Kearifan Lokal dalam Motif Batik Khas Banyuwangi. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 21(1), 27.
- Pujiyanto. (2016). *Desain kemasan produk persuasif*. Universitas Negeri Malang.
- Pujiyanto. (2017). Kreativitas In House Advertising Dalam Merancang Desain Kemasan Produk. *Desain Komunikasi Visual, Manajemen Desain Dan Periklanan (Demandia)*, 02(01), 1.
- Purwaningsih, E. H. (2013). Jamu, Obat Tradisional Asli Indonesia: Pasang Surut Pemanfaatannya di Indonesia. *E-Journal Kedokteran Indonesia*, 1(2).
- Sarwono, J., & Lubis, H. (2007). *Metode Riset untuk Desain Komunikasi Visual*. Penerbit Andi.
- Soewardikoen, D. W. (2019). *Metodologi Penelitian Desain Komunikasi Visual*. Penerbit PT Kanisius.
- Sudjana. (2020). Desain Kemasan (Analisis Perbandingan: Efektivitas Pelindung Desain Industri atau Merek). *Jurnal Ecodemica*, 4(1), 117.
- Syafi'i, I. (2020). Pemasaran Jamu Menggunakan Kemasan Praktis Siap Minum Dengan Branding Tren Masa Kini. *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (JP2M)*, 1(1), 34–41.
- Vera, N. (2014). *Semiotika dalam riset komunikasi*. Ghalia Indonesia.
- Widiastuti, T. (2014). Wacana Poskolonial dalam Desain Komunikasi Visual Kemasan Jamu Tradisional Indonesia. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(1), 1–15.
- Winoto, W. T., Natadjaja, N., & Febriani, R. (2020). Perancangan Desain Kemasan Dan Brand Bagiak “Sherly” Oleh-Oleh Khas Banyuwangi. *Jurnal DKV Adiwarna*, 1(16).