

**KAJIAN PERUBAHAN ILUSTRASI DI DALAM KEMASAN TOLAK ANGIN VARIAN SERBUK KE CAIR
TAHUN 1951 HINGGA 2018**

Aditya Ferry Julianto¹, Bernadus Andang Prasetya Adiwibawa²

^{1,2} Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Ilmu Komputer,
Universitas Dian Nuswantoro (UDINUS)

E-mail : 114201502079@mhs.ac.id , andangprast@dsn.dinus.ac.id

ABSTRAK

Sidomuncul merupakan merek jamu tradisional Indonesia yang memproduksi berbagai macam produk. Tolak Angin adalah produk Sidomuncul yang berhasil memiliki *market share* terluas dan reputasi yang baik sebagai industri jamu terbesar di Indonesia. Kemasan Tolak Angin sejak di munculkan pada tahun 1951 hingga 2018 sudah mengalami beberapakali perubahan dari segi material hingga desain. Kajian ini dilakukan untuk melihat bagaimana perubahan yang terjadi secara visual meliputi unsur-unsur dan komposisi juga simbol-simbol yang ada Berdasarkan uraian tersebut maka rumusan masalah kajian adalah tentang bagaimana komponen visual pada kemasan tolak angin tahun 1951 -2018; Mengetahui unsur desain/anatomi desain kemasan tolak angin pada tahun 1951 – 2018; Apa makna yang terkandung dalam kemasan tolak angin tahun 1951-2018. metode semiotika Chales S.peirce yang dijelaskan dalam bentuk deskriptif. Dari hasil penelitian tersebut dapat diketahui adanya pengaruh perubahan waktu terhadap gaya desain dan makna yang dihasilkan pada desain kemasan Tolak Angin 1951-2018. Kemasan desain pertama yang berupa ilustrasi belum dapat mengartikan bahwa ilustrasi tersebut adalah rempah-rempah yang menjadi bahan tolak angin. desain kemasan ke 2 untuk memperjelas bahwa Tolak Angin menggunakan rempah yang alami, pihak Tolak Angin menggunakan foto sebagai pengganti ilustrasi. Pada desain kemasan ke3 terdapat penambahan logo Sidomuncul untuk memberitahukan bahwa produk Tolak Angin adalah produk yang diproduksi Sidomuncul.
Kata kunci: Kajian Desain, Desain Kemasan, Semiotika, Sejarah Desain, Charles S. Pierce, Kemasan

ABSTRACT

Sidomuncul is a traditional Indonesian herbal medicine brand that manufactures various products. Tolak Angin is a Sidomuncul product that has succeeded in having the widest market share and supporting good as the largest herbal medicine industry in Indonesia. Tolak Angin since 1951 to 2018 has increased several changes in terms of materials to design. This study was conducted to see how the changes that occur in the visual given and the composition of the symbols that are based on this description, the formulation of the problem of the study of how the visual components in the package in 1951 -2018; Knowing the design / anatomy of the design of a wind resistance in 1951 - 2018; What is the meaning contained in the package of Tolak Angin of 1951-2018. Chales S.peirce's semiotic methods are described in descriptive form. From these results it can be seen that there are changes in the time of design style and meaning produced in the design of Tolak Angin 1951-2018. The first design packaging which consists of images that cannot yet interpret the image is the spice which is the object. the second packaging design to clarify the Wind Reuse using natural herbs, Wind Reuse using a photo as a substitute for illustration. In the 3rd packaging design there is an approved Sidomuncul logo to ask for Tolak Angin products that are Sidomuncul approved products.

Keywords: Design Study, Packaging Design, Semiotics, Design History, Charles S. Pierce, Packaging

1.PENDAHULUAN LATARBELAKANG

Pengobatan tradisional merupakan pengobatan yang tidak asing dan sudah lama dikenal oleh masyarakat. Beberapa masyarakat baik di desa maupun di kota besar, menjadikan pengobatan dan obat tradisional sebagai pilihan utama ataupun sebagai alternatif yang digunakan untuk mengatasi berbagai masalah kesehatan. Menurut Dewoto (2017) obat tradisional merupakan obat yang dibuat dari bahan atau perpaduan bahan-bahan yang berasal dari tanaman, hewan, atau mineral yang belum berupa zat murni. Di Indonesia, obat tradisional lebih dikenal dengan sebutan jamu. Jamu merupakan campuran obat herbal yang berasal dari tanaman, umumnya bagian tanaman yang dapat digunakan sebagai bahan jamu yaitu bagian daun, akar, batang, umbi dan bahkan seluruh bagian tanaman (DEPKES, 2000). Berdasarkan hasil riset Kesehatan Dasar Tahun 2010, menunjukkan bahwa penggunaan jamu di Indonesia lebih dari 50% (Purwaningsih, 2013).

Salah satu obat tradisional yaitu produk dari Sidomuncul. Sidomuncul merupakan merek jamu tradisional Indonesia yang memproduksi berbagai macam produk herbal mulai dari jamu herbal berbentuk serbuk, cair, permen, hingga produk makanan seperti minuman berenergi. Rumah produksi pembuatan jamu sidomuncul pertama kali berdiri pada tahun 1951 di Jl Bugangan No.25, Semarang. Rumah produksi Sidomuncul pertama kali memproduksi jamu herbal yang di formulasi oleh ibu Rakhmat Sulistio (Go Djing Nio) diberi nama jamu tujuh angin yang saat ini berubah menjadi tolak angin. Selama lebih dari 60 tahun, rumah produksi Sidomuncul telah beroperasi dan berhasil menjadi pelopor pabrik jamu berstandar farmasi dan beralih menjadi PT industri jamu dan farmasi sidomuncul (Kurniawan, 2017).

Pabrik Sidomuncul berhasil memiliki market share terluas dan reputasi yang baik sebagai industri jamu terbesar di Indonesia. Keberhasilan PT industri jamu dan farmasi Sidomuncul tidak terlepas dari berbagai perubahan seperti produk jamu herbal tolak angin yang semula berbentuk serbuk kemudian pada tahun 1992 berubah menjadi berbentuk cair.

Perubahan produk yang berbentuk cair ini menjadi titik awal perubahan kemasan yang mulanya menggunakan bahan kertas berubah menjadi kemasan berbahan plastik. Perubahan bahan kemasan ini bertujuan agar produk jamu herbal cair ini lebih awet dan tahan lama. Beralihnya bahan kemasan dari kertas menjadi plastik menjadikan desain kemasan produk tolak angin ikut berubah.

Pada kemasan lama, kemasan tolak angin memiliki beberapa komponen desain antara lain typografi, ilustrasi, fotografi, warna, layout, dan logo. Beberapa desain baru dapat dijumpai pada kemasan saat ini dan terdapat desain yang masih dipertahankan baik dikemasan lama maupun di kemasan yang baru. Beberapa komponen-komponen tersebut antara lain adalah typografi, fotografi, warna, layout, serta diikutinya perubahan logo. (tempo.co, 2015)

Beberapa perubahan desain tersebut menjadikan makna yang terdapat pada kemasan turut berubah. Untuk mengetahui perubahan desain kemasan, perlu dilakukan suatu kajian untuk mengetahui makna pada perubahan tersebut. Berdasarkan latar belakang tersebut, dilakukan penelitian dengan judul "KAJIAN PERUBAHAN ILUSTRASI DI DALAM KEMASAN TOLAK ANGIN VARIAN SERBUK KE CAIR TAHUN 1951 HINGGA 2018". Penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi mengenai pentingnya pemberian makna baru terhadap desain sebuah kemasan bagi eksistensinya di tengah masyarakat.

RUMUSAN MASALAH

Dalam Memahami faktor-faktor yang mempengaruhi perubahan desain kemasan Tolak Angin maka perumusan masalah yang diangkat berdasarkan latar belakang permasalahan diatas adalah :

- a. Mengetahui unsur desain/anatomi desain kemasan tolak angin pada tahun 1951 – 2018.
- b. Apa makna yang terkandung dalam kemasan tolak angin tahun 1951-2018.
- c. Hal-hal yang melatarbelakangi perubahan desain kemasan tolak angin pada tahun 1951-2018.

TINJAUAN PUSTAKA

1. TENTANG SEMIOTIKA

Metode observasi ini dilakukan oleh penulis dengan datang secara langsung ke Semiotika membedakan 2 jenis semiotika, antara lain semiotika signifikasi dan semiotika komunikasi (Eco, 1979:8-9). Semiotika signifikasi adalah penekanan pada segi pemahaman suatu tanda sehingga lebih memperhatikan kesadarannya terhadap tanda daripada komunikasinya. Sedangkan semiotika komunikasi adalah penekanan teori pada produksi tanda dan pemahamannya terhadap konteks tertentu.

Semiotika pada umumnya adalah ilmu yang mempelajari tentang metode analisis untuk mengkaji suatu tanda. Tanda-tanda tersebut adalah sesuatu yang kita gunakan dalam upaya mencari jalan di dunia ini. Menurut Lechte (2001:191), semiotika adalah teori tentang tanda dan penandaan atau suatu teori yang menganalisa semua bentuk komunikasi yang terjadi dengan medianya yaitu signs (tanda-tanda) dan berdasarkan pada signs system (code) atau system tanda (Segers,2000:4). Adapun pendapat lain menurut Hjelmslev mengartikan tanda sebagai suatu keterhubungan antara wahana isi (content plan) dan juga wahana ekspresi (expression plan) (Christony, 2001:7). Sedangkan menurut Charles Sanders Peirce mengartikan tanda itu sendiri merupakan contoh dari Kepertamaan, objeknya adalah Kekeduaan, dan unsur pengantara adalah contoh dari Keketigaan. Tanda selalu terdapat dalam hubungan triadik, yakni ground, object, dan interpretant (Pateda, 2011:44).

Tanda yang dikaitkan dengan ground, yaitu :

- a. Qualisign, kualitas yang ada pada tanda
- b. Sinsign, eksistensi actual benda atau peristiwa yang ada pada tanda.
- c. Legisign, norma yang dikandung oleh tanda.

Berdasarkan object (objeknya), Peirce membagi tanda menjadi 3, yaitu icon, index, dan symbol. Penjelasannya sebagai berikut :

- a. Ikon (icon)

Ikon adalah hubungan antara penandan dan petandanya bersifat bersamaan bentuk alamiah atau hubungan tanda dan objek bersifat kemiripan; contohnya, porter dan peta.

- b. Indeks (index)

Indeks adalah hubungan alamiah antara tanda dan petanda yang bersifat hubungan sebab akibat. Contohnya, asap sebagai tanda adanya api.

- c. Simbol (symbol)

Simbol adalah hubungan alamiah antara penanda dan petandanya yang bersifat semena berdasarkan perjanjian masyarakat.

Berdasarkan interpretant, tanda dibagi atas rheme, dicent sign / dicensign, dan argument.

Penjelasannya sebagai berikut :

- a. Rheme, tanda yang memungkinkan orang menafsirkan berdasarkan pilihan.
- b. Dicensign, tanda sesuai kenyataan.
- c. Argument, tanda yang langsung memberikan alasan tentang sesuatu. (short, 2007)

2. SEMANTIK, SINTAKTIK, PRAGMATIK

Kata sintaksis berasal dari kata Yunani sun = dengan + tattein = menempatkan. Jadi kata sintaksis secara etimologis berarti menempatkan bersama-sama kata-kata menjadi kelompok kata atau kalimat. Ramlan (1981:1) mengatakan "Sintaksis ialah bagian atau cabang dari ilmu bahasa yang membicarakan seluk beluk wacana, kalimat, klausa, dan frase."

Kata semantik berasal dari bahasa Yunani *sema* yang artinya tanda atau lambang (*sign*). Semantik dapat diartikan sebagai ilmu tentang makna atau tentang arti, yaitu salah satu dari tiga tataran analisis bahasa: fonologi, gramatika, dan semantik (Chaer, 1994: 2).

Morris (1960) mengatakan bahwa pragmatik merupakan disiplin ilmu yang mempelajari pemakaian tanda, yang secara spesifik dapat diartikan sebagai cara orang menggunakan tanda bahasa dan cara tanda bahasa itu diinterpretasikan. Yang dimaksud orang menurut definisi tersebut adalah pemakai tanda itu sendiri, yaitu penutur.

a) Semiotik Sintaktis menguraikan tentang kombinasi tanda tanpa memperhatikan 'makna'nya ataupun hubungannya terhadap perilaku subjek. Semiotik sintaktis ini mengabaikan pengaruh akibat bagi subjek yang menginterpretasikan. Dalam bahasa, semiotik sintaktik merupakan tinjauan tentang perwujudan bahasa sebagai paduan dan kombinasi dari berbagai sistem tanda. Perwujudan bahasa akan dapat diuraikan secara komposisional dan ke dalam bagian-bagiannya, serta hubungan antar bagian dalamnya.

b) Semiotik Semantik Menguraikan tentang pengertian suatu tanda sesuai dengan 'arti' yang disampaikan. Semantik merupakan tinjauan tentang sistem tanda yang dapat sesuai dengan arti yang disampaikan. Dalam bahasa, semantik merupakan perwujudan makna yang ingin disampaikan oleh penuturnya dan disampaikan melalui ekspresi wujudnya. Wujud tersebut akan dimaknai kembali sebagai suatu hasil persepsi oleh pendengarnya. Perwujudan makna suatu bahasa dapat dikatakan berhasil jika makna atau 'arti' yang ingin disampaikan oleh penutur melalui kalimatnya dapat dipahami dan diterima secara tepat oleh pendengarnya, jika ekspresi yang ingin disampaikan penuturnya sama dengan persepsi pendengarnya. Dapat disimpulkan bahwa hubungan dalam semantik adalah 2 arah, yaitu subjek dengan tanda.

c) Semiotik Pragmatik Semantik membahas tentang hubungan langsung antara tanda dan obyeknya, menguraikan tentang asal usul tanda, kegunaan tanda oleh yang menerapkannya, dan efek tanda bagi yang menginterpretasikan (dalam batas perilaku subjek). Definisi ini dipertentangkan dengan definisi semantik, yaitu sebagai studi tentang hubungan antara tanda-tanda linguistik dengan entitas di dunia bagaimana hubungan kata dengan sesuatu secara harafiah. Sedangkan pragmatik adalah hubungan 3 arah dari tanda, subjek dan konteks

2. METODE

Tolak Angin Sidomuncul merupakan salah satu produk herbal terbesar di Indonesia, tolak angin sendiri berdiri dari tahun 1951 hingga sekarang memiliki beberapa kali perubahan pada desain kemasan ketika gebrakan perubahan serbuk ke cair dengan ini penulis akan mencari tahu menggunakan metode penelitian kualitatif. Pada penggunaan metode ini, peneliti akan mengumpulkan dan menggunakan data-data sebagai dasar atau landasan untuk menganalisis. Data-data yang berkaitan dengan judul penelitian meliputi studi pustaka, dokumen foto. setelah semua data terkumpul, penulis akan mulai melakukan analisis menggunakan data-data yang sudah ada. Diawali dengan menganalisis desain kemasan pertama dari tahun 1951 dengan menganalisisnya menggunakan metode analisis semiotika agar dapat mengetahui makna simbolik yang terkandung dalam desain kemasan tersebut. Selanjutnya menganalisis kemasan yang kedua menggunakan teori semiotika,

Kemudian menganalisis kemasan ke tiga dengan teori semiotika, maka dengan ini akan didapatkan pesan apa yang ingin disampaikan didalam arti kemasan tersebut. Dan yang terakhir akan dilanjutkan dengan cara wawancara kepada pihak yang sekiranya paham akan desain ataupun pihak sidomuncul sendiri untuk mendapatkan data-data tambahan.

Analisis yang akan digunakan untuk mengolah data dengan menggunakan teori Semiotika yang ditulis oleh CHARLES SANDERS PEIRCE dalam buku semiotika komunikasi. Dari buku tersebut akan digunakan dasar-dasar sebagai alat Analisa untuk menguraikan berbagai hal yang menyangkut elemen-elemen didalam desain kemasan tolak angin serta untuk melihat arti dari perubahan desain tersebut

Dari analisis yang sudah dilakukan maka akan mendapatkan hasil makna-makna simbolik serta isi pesan yang terkandung dalam desain kemasan tersebut

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil analisis perbandingan kemasan Tolak Angin

Perancangan Hasil Analisa yang dapat penulis simpulkan mengenai perbandingan kemasan 1951,1992 dan 2007 bahwa ketiga desain kemasan tersebut memiliki beberapa kesamaan dan perbedaan terlebih pada kemasan kedua dan ketiga pada masing-masing elemen yang memiliki banyak kesamaan dibandingkan kemasan pertama, beberapa kesamaan antara kemasan pertama kedua dan ketiga memiliki font di tulisan “tolakangin” yang sama , pada kemasan pertama ini kemasan memiliki nuansa jaman dahulu dengan dasar warna krem dengan di hiasi ilustrasi maupun typografi berwarna coklat Visualisasi jaman kemasan serbuk, cara yang paling umum digunakan dalam mengekspresikan produk dengan cara ilustrasi sedangkan kemasan kedua memiliki konsep kemasan modern dengan warna yang eye catching yaitu kuning, Visualisasi Pada kemasan cair, mengekspresikan produk sudah menggunakan teknologi canggih yaitu dengan foto. Kemasan ketiga memiliki warna yang sama dengan kemasan kedua namun lebih simpel dari penataan layoutnya. Di kemasan pertama tidak memiliki ikon jamu mauun obat herbal, kemasaaan kedua memiliki ikon jamu dan kemasan ketiga berubah menjai obat herbal tersetandar.

3.2 ANALISA SEMIOTIKA CHARLES S. PEIRCE

Desain Kemasan Tolak Angin

Berdasarkan Objeknya :

Tolak angin kemasan 1951



IKON

- A. pada bawah nama brand terdapat Wanita paruhbaya yang sedang duduk dan merangkul anak kecil mengenakan pakaian adat jawa dan seorang anak kecil memakai kemeja serta celana pendek berdiri di sebelah wanita paruhbaya
- B. tulisan DJAMU yang menggunakan jenis font sanserif

- C. tulisan TOLAK ANGIN yang menggunakan jenis font decorative
- D. tulisan SIDO yang menggunakan font serif
- E. tulisan MUNTJUL yang menggunakan font sanserif
- F. tulisan TERBIKIN OLEH NK.SIEM THIAM HIE yang menggunakan font serif
- G.terdapat daun waru, cengekeh, pepaya ketiga daun tersebut menggambarkan penggunaan bahan alami pada produk jamu sido muncul

-Keterangan lain-lain

- A. Tulisan Daftar 57901 berupa kode perusahaan
- B.Tulisan Daftar 41481 berupa daftar merek
- C.Tulisan no. 96 berupa kode seri

SIMBOL

- A. Logo SM yang merupakan singakatan sido muntjul

INDEKS

- A. Tolak angin karna produk jamu memiliki fungsi untuk mengobati masuk angin atau dapat di maksudkan untuk menolak angin

Desain kemasan tolak angin 1992



IKON

- A. terdapat tulisan tolak angin yang menggunakan font decoratif
- B. terdapat tulisan varian produk berupa OBAT HERBAL UNTUK MASUK ANGIN+ MADU, yang menggunakan font san serif
- C. terdapat tulisan manfaat produk berupa MEREDAKAN MUAL,KEMBUNG,SAKIT PERUT,MELEGAKAN TENGGOROKAN DAN MEMPERBAIKI DAYA TAHAN TUBUH yang menggunakan font sanserif

-Keterangan lain-lain

- A. no POM TR.881678801 merupakan no pom
- B. isi bersih 15 ml merupakan isi dari kemasan

SIMBOL

- A. terdapat background siluet daun poko yang memiliki makna sebagai bahan obat dengan segala kegunaan
- B. terdapat logo jamu untuk menunjukkan bahwa merupakan produk jamu

INDEKS

- A. terdapat foto rempah-rempah yang berupa Madu, Daun mint, Cengkeh, Jahe, Ketumbar, daun kapulaga yang merupakan indeks yang memperlihatkan bahan dari jamu dengan bahan pilihan dengan kualitas terbaik
- B. Tolak angin karna produk jamu memiliki fungsi untuk mengobati masuk angin atau dapat di maksudkan untuk menolak angin

Desain kemasan tolak angin 2007



IKON

- A. terdapat logo perusahaan yang berupa seorang anak dan ibu yang menggambarkan pendiri dari sidomuncul yang berada di dalam cobek lumpeng yang memberikan makna bahwa tolak angin adalah jamu herbal tradisional di racik dengan resep turun temurun, logo yang merupakan foto pada kemasan pertama kemudian dibuat menjadi sebuah ilustrasi hingga dibuat menjadi ikon perusahaan
- C. terdapat tulisan tolak angin yang menggunakan font dekoratif
- D. terdapat tulisan varian produk berupa OBAT HERBAL UNTUK MASUK ANGIN+ MADU, yang menggunakan font san serif

-Keterangan lain-lain

- A. no POM TR.881678801 merupakan no pom
- B. isi bersih 15 ml merupakan isi dari kemasan

SIMBOL

- A. terdapat background siluet daun poko yang memiliki makna sebagai bahan obat dengan segala kegunaan
- B. terdapat logo obat herbal tersetandar untuk menunjukkan bahwa merupakan produk yang telah lulus ujitoxitas dan uji kandungan
- C. terdapat background ilustrasi siluet daun poko menggambarkan
- D. terdapat logo sidomuncul
- E. terdapat logo scientifically proven
- F. terdapat logo produk indonesia

INDEKS

- A. terdapat foto rempah-rempah yang berupa Madu, Daun mint, Cengkeh, Jahe, Ketumbar, daun kapulaga yang merupakan indeks yang memperlihatkan bahan dari jamu dengan bahan pilihan dengan kualitas terbaik

Hasil Analisa Desain Kemasan 1951,1992&2007

Brand Hasil dari analisa desain kemasan tolak angin 1951,1992&2007, penulis menggunakan teori Charles S. Peirce berdasarkan Object (keduaan) karena berkaitan dengan tanda.

Pertama pada analisa petanda ikon (Object) : dari ke tiga desain kemasan kemasan pertama memiliki style tersendiri dibandingkan yang kedua maupun ketiga. Kemasan pertama memiliki ikon yang ditonjolkan berupa ilustrasi foto hitam putih komponen dari ilustrasi tersebut hanya seorang wanita tua yang mengenakan pakaian adat jawa dan seorang anak kecil yang mengenakan pakaian kemeja putih dengan celana, maksud dari ilustrasi tersebut adalah jamu tolak angin dapat dikonsumsi dengan aman untuk semua umur.

Pada kemasan pertama font yang digunakan masih beragam mulai serif, sanserif hingga dekoratif tipografi dalam kemasan menggunakan sans serif yang identik dengan pemaknaan akan produk yang modern sedangkan serif memudahkan untuk dibaca. Pada nama TOLAK ANGIN font yang digunakan berupa Devida dengan type faces dekoratif yang desainnya terinspirasi dari gaya victorian menyerupai tanaman makna penggunaan font ini bahwa meskipun produk ini merupakan olahan yang sudah jadi/bubuk namun tetap memiliki bahan-bahan yang alami karena pada saat itu jamu berkemasan bubuk sangat jarang di temui. Pada kemasan pertama bahan dari kemasan menggunakan kertas yang dilaminasi dan memiliki warna coklat muda yang memiliki arti kehangatan serta warna font coklat tua dan hitam Sedangkan kemasan kedua dan ke tiga berubah karena yang awalnya kemasan bubuk menjadi kemasan cair, desain pun menyesuaikan dari style tahun 1951 ke1992 pada kemasan kedua dan ketiga memiliki bahan berupa plastik dan desain yang berbeda jauh dari desain yang pertama meskipun desain kedua dan ketiga tidak jauh berbeda walau terpaut waktu yang sangat jauh tolak angin masih menerapkan beberapa elemen desain pada kemasan pertama ke kemasan dua dan tiga ikon pada desain pertama yang berupa seorang wanita tua dan anak kecil pada kemasan kemudian dibuat menjadi logo perusahaan, komponen ilustrasi pada logo tersebut adalah sebuah lumpeng dari hal tersebut dapat diartikan bahwa bentuk lumpeng yang digunakan pada logo menunjukkan simbol tradisi yang tetap dipertahankan dan rasa orisinal tradisional yang masih dijaga.

Kemudian di dalam lumpeng terdapat sebuah siluet seorang wanita tua dan anak kecil yang melambangkan dapat dikonsumsi pada semua usia, dan bertuliskan nama perusahaan berupa sidomuncul yang sudah tidak menggunakan ejaan lama dan ada komponen bertuliskan sejak 1951 yang memiliki arti tahun pertamakali tolak angin terbuat. Font pada kemasan kedua hanya memiliki font sans serif dan dekoratif font yang digunakan pada nama produk masih sama persis menggunakan font pada kemasan pertama yang dapat diartikan bahwa tolak angin masih tetap memiliki ciri khas ataupun rasa yang tetap sama warna pada kemasan kedua dan ketiga tetap sama memiliki warna kuning, warna kuning sendiri mempunyai arti kehangatan, warna ini mewakili sifat jamu yang menghangatkan tubuh dan ketenangan selain itu warna kuning pada kemasan dapat menarik perhatian konsumen

Pada analisa petanda index (object): Ilustrasi berupa 3 buah daun mencerminkan bahwa bahan yang digunakan menggunakan bahan alami yang terpilih sehingga tolak angin adalah produk yang aman untuk dikonsumsi sedangkan kemasan kedua dan ketiga memiliki ilustrasi yang sama persis berupa foto tanaman/ bahan-bahan yang segar dan pilihan yang mencerminkan tolak angin selalu menggunakan bahan alami yang terpilih sehingga tolak angin adalah produk yang aman diproduksi. pada ketiga kemasan memiliki index yang kurang lebih sama hanya memiliki visualisasi yang berbeda ketika jaman kemasan bubuk cara yang paling umum digunakan dalam mengekspresikan produk adalah dengan cara ilustrasi, sedangkan pada jaman kemasan cair, mengekspresikan produk sudah menggunakan foto

Pada analisa petanda simbol (object): pada kemasan lama simbol dari kemasan lama berupa logo SM yang merupakan nama perusahaan yaitu sidomuncul yang memiliki makna impian yang terwujud, pada kemasan kedua bagian belakang tulisan "tolak angin" terdapat ilustrasi gambar

daun poko yang berwarna coklat tua daun poko adalah simbol dari tolak angin yang memiliki moto untuk meredakan masuk angin karna khasiat dari poko sendiri adalah meredakan masuk angin, Pada bagian kiri atas terdapat sebuah logo jamu yang memiliki makna bahwa tolak angin adalah sebuah produk jamu.

Pada kemasan ketiga masih memiliki simbol yang dipertahankan ilustrasi gambar daun poko yang berwarna coklat tua daun poko adalah simbol dari tolak angin yang memiliki moto untuk meredakan masuk angin karna khasiat dari poko sendiri adalah meredakan masuk angin namun pada kemasan ketiga simbol jamu berubah menjadi simbol OHT yang merupakan obat herbal terstandar dan memiliki simbol bergambar bendera indonesia yang memiliki arti bahwa tolak angin terbuat di indonesia.

Hal yang melatarbelakangi perubahan desain kemasan tolak angin pada tahun 1951-2018

Pada kemasan desain pertama masih menggunakan ilustrasi, yang belum tentu semua orang mengetahui bahwa ilustrasi tersebut adalah rempah-rempah yang menjadi bahan produk tersebut. lalu pada desain kemasan ke 2 untuk memperjelas bahwa tolak angin menggunakan rempah yang alami, pihak tolak angin menggunakan foto sebagai pengganti ilustrasi. Pada desain kemasan ke3 terdapat penambahan logo sidomuncul untuk memberitahukan bahwa produk tolak angin adalah produk yang diproduksi sidomuncul

Analisis Sintaktik

Konstanta

- a. Pada kemasan desain pertama kedua dan ketiga dalam tiap kemasan tolak angin ditunjukkan oleh teks "TOLAK ANGIN" dan ilustrasi/gambar bahan dasar Tolak Angin.
- b. pada desain kemasan pertama dan ke tiga ditunjukkan pada logo sidomuncul dan ikon ibu dan anak
- c. pada kemasan ke dua dan ke tiga layout warna kemasan beserta ilustrasi berupa foto yang digunakan sama dan memiliki background daun yang sama pula.
- d. varian beserta tagline yang di tampilkan pada kemasan ke dua dan ketiga sama yaitu obat herbal untuk masuk angin+ madu

Variabel

- a. pada kemasan pertama ke kemasan kedua dan ketiga unsur yang membedakan adalah warna kemasan layout ilustrasi visual dan font yang digunakan
- b. pada kemasan kedua dan kemasan ketiga memiliki beberapa unsur yang membedakan berupa logo jamu menjadi logo OHT
- c. ada beberapa unsur tambahan pada kemasan ke tiga berupa "scientificaly profen", logo produk indonesia
- d. unsur yang dihilangkan pada kemasan ke 3 adalah bodycopy dari produk tersebut

4. KESIMPULAN

Kemasan tolak angin serbuk mempunyai karakteristik elemen visual yang memakai elemen tradisional seperti penggunaan ilustrasi yang bersifat tempo dulu beserta foto hitam putih, material kemasan yang masih menggunakan kertas berlaminasi, penggunaan ikon yang memakai objek yang dekat acuan, nama merek dan penggunaan tipografi cenderung mudah dikenali dan memakai style pada masa tempo dulu. Sedangkan pada kemasan cair elemen visual telah mengalami perubahan menjadi lebih modern, elemen visual sudah mulai memakai

fotografi yang berwarna, penggunaan tipografi yang cenderung sama menggambarkan image perusahaan, perhitungan elemen-elemen desain yang tepat dan pemakaian objek yang modern sebagai penyesuaian mengikuti perkembangan zaman. Elemen-elemen visual pada kemasan serbuk dan cair masih mengusung makna yang sama namun ada juga makna yang mengalami perubahan atau penambahan pada kemasan seiring dengan waktu karena tolak angin selalu mengikuti uji higienis dan uji layak konsumsi sebagai kemajuan standarisasi produk. Pada kemasan bubuk penggunaan elemen visual pada kemasan memberikan makna yang tradisional dan otentik.

Dari makna itu, elemen visual yang digunakan bersifat tempo dulu atau yang populer pada masa lalu. Pada kemasan cair terlihat lebih tradisional menyesuaikan dengan massanya serta komposisi yang ada dalam tolak angin, pada kemasan bubuk dikemas dengan modern dengan mengganti elemen-elemen yang bersifat tradisional dengan memberikan tambahan elemen visual yang dapat memperkuat makna yang lebih modern. Makna yang ditimbulkan pada kemasan bubuk juga bersifat kebersamaan dan dapat dikonsumsi untuk segala usia. Sedangkan pada kemasan cair menimbulkan makna dapat di konsumsi untuk segala usia namun tereduksi dan berubah menjadi lebih kecil lingkupnya dalam visualnya.

Meskipun terlihat memiliki perubahan pada elemen visual yang lebih moderen pada kemasan cair tetapi masih ada beberapa unsur-unsur tradisional yang tetap dipertahankan, hal ini dikarenakan jamu sendiri sudah ada sejak jaman dahulu dan mayoritas bahan baku pembuatan jamu masih sama seperti dulu, pemakaian elemen visual pada kemasan cair sendiri diambil dari kemasan serbuk yang lebih dahulu muncul untuk alasan bahwa jamu sendiri merupakan obat yang ada sejak dulu. Makna yang terkandung dalam kemasan tolak angin merupakan sebuah produk jamu dengan mengutamakan khasiat yang menggunakan bahan-bahan pilihan alami dan aman dikonsumsi untuk keluarga.

Pada kemasan desain pertama masih menggunakan ilustrasi, yang belum tentu semua orang mengetahui bahwa ilustrasi tersebut adalah rempah-rempah yang menjadi bahan produk tersebut. lalu pada desain kemasan ke 2 untuk memperjelas bahwa tolak angin menggunakan rempah yang alami, pihak tolak angin menggunakan foto sebagai pengganti ilustrasi. Pada desain kemasan ke3 terdapat penambahan logo sidomuncul untuk memberitahukan bahwa produk tolak angin adalah produk yang diproduksi sidomuncul.

DAFTAR PUSTAKA

- Hoed, B. H. (2011). *Semiotik dan dinamika sosial budaya*. Jakarta: komunitas bambu.
- kurniawan. (2001). *semiologi roland barthes*. Magelang: perpustakaan nasional RI.
- Kurniawan, B. (2017, Mei 31). *detik.com*. Retrieved from detik.com:
<https://news.detik.com/adv-nhl-detikcom/d-3515937/mengintip-syuting-sejarah-jamu-tolak-angin-sido-muncul-di-yogya>
- ROHIDI. (1984). *Lintasan Peristiwa dan Tokoh Seni Rupa Indonesia*. Semarang: IKIP Semarang Press.
- short, T. (2007). *peirce's theory of signs*. Cambridge University Press.
- SOEDARSO. (1990). *Tinjauan Seni Sebuah Pengantar untuk Apresiasi Seni*. YOGYAKARTA: Sakudayarsana.
- sofyan. (1994). *Jurnal Seni : Seni Ilustrasi Sebuah Tinjauan Historis*. Yogyakarta: BP ISI.
- sumbo tinar buko, Y. A. (2010). *Semiotika Komunikasi Visual*. Yogyakarta: jalasutra.
- tempo.co. (2015, Mei 19). *tempo.co*. Retrieved from tempo.co:
<https://bisnis.tempco.co/read/667368/kemasan-jadi-andalan-sido-muncul-dongkrak-ekspor>