

## REPRESENTASI BATIK PADA KEMASAN PRODUK NE BALI SOAP

**Eldiana Tri Narulita**  
**Ni Putu Tisna Andayani**

Desain Komunikasi Visual  
Fakultas Seni Rupa dan Desain  
Institut Seni Indonesia Denpasar  
Jl. Nusa Indah Denpasar, Bali 80235  
Email. eldianatrinarulita84@gmail.com

### ABSTRAK

Salah satu produk sabun dan perawatan tubuh yang ada di Bali adalah Ne Bali Soap. Yang menjadi ketertarikan peneliti terhadap produk Ne Bali Soap adalah kemasannya yang unik. Di setiap kemasan produk Ne Bali Soap terdapat ilustrasi berbagai jenis motif batik khas Indonesia khususnya Jawa. Hal ini yang menjadi fenomena yang penting untuk diteliti. Selain itu, untuk memahami bagaimana bentuk representasi batik jika dilihat dari sudut pandang teori desain komunikasi visual. Serta apa makna representasi batik pada kemasan produk ne Bali Soap dalam membangun citra produk dibenak konsumen dengan teknik analisa semiotika. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Hasil yang diperoleh rata-rata pada kemasan produk ini berupa kemasan primer. Teks yang ada pada kemasan mudah dibaca dari jarak tertentu, jarak antar huruf serta spasi telah diatur dengan baik. Namun kebanyakan teks berbahasa Inggris. Tipografi pada kemasan produk ini kebanyakan menggunakan jenis huruf san serif. Ilustrasi yang digunakan pada semua kemasan produk semua menggunakan ilustrasi berupa logo perusahaan. Batik yang pada kemasan menggunakan ilustrasi ornamen Patra Punggel, batik mega mendung, batik delimo drajat. Makna yang ada dalam beberapa batik ini berupa makna representasi secara filosofi batik dan juga makna secara semiotika (ikon, indeks, simbol).

**Kata Kunci:** Representasi, Batik, Kemasan ne Bali

### ABSTRACT

*One of the products soap and body care especially in Bali is Ne Bali Soap. The researcher's interest in the product of Ne Bali Soap because is a unique packaging that makes it different from the packaging of similar body care products. In every packaging of Ne Bali Soap products there are illustrations of various types of typical Indonesian batik motifs, especially Java batik. This is a phenomenon that is important to investigated. Besides it, to understand how this form of batik representation when viewed from visual field of visual communication design theory. And what is the meaning of batik representation on the packaging product ne Bali Soap in an semiotic analysis. This research used descriptive qualitative method. The results obtained on the average packaging of this product in the form of primary packaging. Text contained on the packaging has been set well. But most texts speak English. Typography used in this product packaging mostly use the type san font serif, Illustration used in all product packaging all using the illustration of a logo company. Batik that used on the packaging is the illustrations Patra Punggel ornaments, batik mega mendung, batik delimo drajat. The meaning that exists in some batik is a meaning of representation in the philosophy of batik and also the meaning of semiotics (icons, indexes, symbols).*

**Keyword:** Representation, Batik, Packaging, ne Bali Soap

## PENDAHULUAN

Salah satu produk sabun dan perawatan tubuh yang ada di pasaran khususnya di Bali adalah Ne Bali Soap. Ne Bali Soap mempunyai berbagai jenis produk diantaranya sabun batangan, sabun cair, *body lotion*, *massage oil*, lulur beras, shampoo, *bath salt*, *body butter*, *body mist* dll. Meskipun di Bali banyak produk perawatan tubuh sejenis yang ada dipasaran, namun yang menjadi ketertarikan peneliti terhadap produk Ne Bali Soap adalah kemasannya yang unik. Pada kemasan produk Ne Bali Soap terdapat ilustrasi berbagai jenis motif batik khas Indonesia seperti batik motif mega mendung (Cirebon), motif ilustrasi papatran Bali dan motif batik lainnya dari Jawa tengah yang menjadi latar belakang desainnya. Yang menjadi masalah menarik adalah, produk ini adalah oleh-oleh produk perawatan tubuh khas Bali tapi kemasannya kebanyakan menggunakan ilustrasi batik Jawa.

Hal lain yang dianggap penting yakni untuk mengetahui bagaimana makna representasi batik pada Ne Bali Soap dalam teori semiotika. Penggunaan ilustrasi batik pada elemen kemasan Ne Bali Soap ini merupakan sarana komunikasi dalam menyampaikan pesan berupa tanda-tanda yang berwujud simbol sebagai upaya membangun citra produk dibenak konsumen. Semiotika dilihat dari kaca mata dunia desain komunikasi visual dapat digunakan sebagai pemaknaan menyangkut aspek-aspek budaya, adat istiadat dan seterusnya.

Permasalahan pokok yang menarik untuk dikaji pada penelitian ini adalah bentuk dan makna batik pada kemasan produk ne Bali Soap. Adapun tujuan dari penelitian ini digunakan untuk mengetahui bentuk dan makna batik pada kemasan produk ne Bali Soap.

Pendekatan semiotika digunakan untuk menemukan jawaban atas rumusan masalah tersebut. Semiotika sebagai metode penelitian berangkat dari prinsip bahwa kemasan sebagai objek penelitian ini tidak saja mengandung fungsi utilitas, teknis, produksi, dan ekonomis. Tetapi juga aspek komunikasi dan informasi yang diwakilkan melalui kehadiran elemen visual kemasan, berfungsi sebagai medium komunikasi (Piliang, 2010:300).

## **METODE PENELITIAN**

Pertama, menentukan masalah penelitian dengan merumuskan masalah. Ke dua, teknik sampling. Penentuan sampel dilakukan untuk memfokuskan objek penelitian dalam hal ini kriteria yang digunakan adalah jenis kemasan produk Ne Bali *Soap* yang ilustrasinya batik (batik mega mendung, papatran Bali, batik Jawa. Ke tiga menentukan jenis data sebagai tahapan penting dalam penelitian untuk mendapatkan jawaban dari rumusan masalah yang ditentukan. Jenis data yang digunakan terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer didapatkan melalui observasi dan wawancara , diantaranya dengan perusahaan ne Bali soap . Sedangkan data sekunder didapat melalui kepustakaan dengan mencari literatur yang berkaitan dengan masalah penelitian. Tahap ke empat menentukan alat pengambilan data yang dilakukan dengan metode observasi,wawancara dan dokumentasi serta kepustakaan. Alat pengambilan data diantaranya berupa kamera foto untuk dokumentasi, alat perekam, alat tulis, daftar wawancara dan lain-lain.

Untuk mendapatkan data, penelitian akan dilakukan di lokasi kantor & *factory outlet* PT.Bali Soap (ne Bali Soap) di Jl. Bypass Ngurah Rai , Ruko Surya Indah C1 Jimbaran, Bali. Dan di lokasi penjualan produk ne Bali soap seperti Krisna toko oleh-oleh Bali Jl.Nusa Indah No. 77 Denpasar, supermarket Hardys Nusa Dua dan supermarket Nirmala jl.Uluwatu,Jimbaran Bali. Waktu penelitian dilakukan pada bulan Januari 2017 sampai dengan Desember 2017.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Deskriptif dimaksudkan untuk menggambarkan elemen-elemen visual terkait dengan representasi batik pada desain kemasan ne Bali soap untuk mendiskripsikan, serta menggambarkan bagaimana bentuk dan representasi batik. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini dibedakan berdasarkan sumber data yang diperoleh terdiri dari data primer dan data sekunder.

### **Data Primer**

Data primer didapatkan melalui observasi dan wawancara, diantaranya observasi dilokasi kantor & *factory outlet* PT.Bali Soap (ne Bali Soap) di Jl. Bypass Ngurah Rai , Ruko Surya Indah C1 Jimbaran, Bali. Dan di lokasi penjualan produk ne Bali soap seperti Krisna toko oleh-oleh Bali Jl.Nusa Indah No. 77 Denpasar, supermarket Hardys Nusa Dua dan supermarket Nirmala jl.Uluwatu, Jimbaran Bali. Observasi dilakukan guna menemukan setiap bagian yang menunjukkan atau berpotensi menampilkan bentuk serta

makna yang merepresentasikan batik pada kemasan Ne Bali Soap. Wawancara dilakukan dengan staf dan HRD (Ibu Kadek dan Ibu Emilia) serta desainer grafis (Bpk.Ichat) PT.Bali Soap (Ne Bali Soap). Serta Pengunjung/konsumen yang membeli produk ne Bali Soap di toko oleh-oleh Krisna dan supermarket Hardys serta Nirmala. Wawancara ini dilakukan untuk mendapatkan data bagaimana respon dari target audiens terhadap desain kemasan produk ini.

### **Data Sekunder**

Data sekunder diperoleh melalui kajian pustaka yang relevan dengan subjek penelitian serta dokumentasi. Data ini digunakan sebagai landasan teoritis untuk menunjang data primer. Data ini diperoleh melalui buku-buku bacaan ilmiah yang berkaitan dengan pokok permasalahan. Pada data sekunder untuk memperoleh kajian pustaka yang relevan, dilakukan dengan teknik studi kepustakaan, yaitu pengamatan yang mendalam terhadap data-data dari buku, berupa karya tulis, dan artikel-artikel. Serta dokumentasi berupa foto produk-produk Ne Bali Soap.

Teknik analisa data pada penelitian ini menggunakan analisis semiotika. Langkah-langkah analisis semiotika yang dilakukan untuk mencapai tujuan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Mengidentifikasi dan mengklasifikasi tanda-tanda yang terdapat pada elemen visual kemasan produk Ne Bali Soap (ikon, indeks, simbol).
2. Menginterpretasi tipe tanda ikon, indeks, simbol pada elemen visual kemasan Ne Bali Soap.
3. Memaknai representasi batik pada elemen visual desain kemasan Ne Bali Soap berdasarkan hasil interpretasi tanda yang telah diklasifikasi dan diidentifikasi sebelumnya.

### **PEMBAHASAN**

PT. Bali Soap (ne Bali soap) didirikan April 2005 oleh dua orang yang berasal dari Amerika, John Aubuchon (dari Laguna Beach, CA) dan Mike Walsh (dari Mankato, MN). Produk ne Bali soap diantaranya adalah : *Bar soap*/sabun batang, *body care* (*body wash, body lotion, massage oil, lulur beras, bath salt, body mist, body butter, crystal deodorant*), *shampo, hair conditioner, massage cream, hand soap, liquid laundry, soap nut, linen spray*, lilin aromaterapi. Dari hasil wawancara dengan desainer grafis PT.Bali

soap (Bpk. Ichat), didapat hasil kenapa produk perawatan tubuh dari Bali ini menggunakan kemasan dengan ilustrasi batik (kebanyakan batik Jawa) sebab ide awal penggunaan kemasan didasari oleh pemilik perusahaan (Mr. Mike Walsh) yang telah 30 tahun tinggal di Indonesia yang menyukai gaya desain vintage/old school sehingga dipilhkan gaya vintage yang bergaya tradisonal Indonesia,yaitu batik. Selain itu, angsa pasar utama produk ini untuk dijual ke luar negeri, dan Indonesia dikenal diluar negeri salah satunya dengan batik, sehingga dengan menggunakan motif batik, dapat merepresentasikan ciri khas bahwa ini produk Indonesia. Untuk pemilihan motif-motifnya, Mr.Mike Walsh memiliki referensi dari buku-buku tentang batik (salah satunya berjudul *The 20 th century batik masterpieces*).

### **Bentuk Representasi Batik Pada Elemen Visual Kemasan Ne Bali Soap**



Gambar 1. Kemasan ne Bali soap Massage Oil sandalwood 100 ml  
Sumber: Dokumentasi Penulis Tahun 2017

#### **Bentuk**

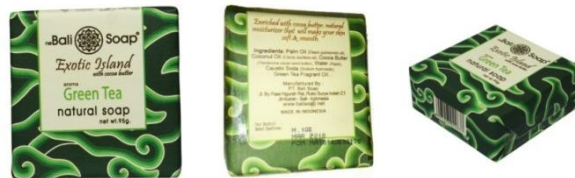
Pada kemasan kertas ini termasuk *Secondary Packaging*, yakni kemasan yang membungkus *primary packaging* atau kemasan yang ukurannya lebih besar dan mewadahi *primary packaging*, dalam hal ini kemasan botol. Sedangkan kemasan botol masage oil sandalwood termasuk *Primary Packaging*, yakni material atau kemasan yang pertama kali bersentuhan langsung dengan isi produknya berupa minyak.

Pada panel display utama (PDU) kemasan kertas ne Bali soap masage oil sandalwood 100 ml terdapat tanda merek (logo ne Bali soap, berupa bunga), nama merek (ne Bali Soap), nama produk (*masage oil sandalwood*), keterangan komposisi (*ingredient: palm oil, castor oil polisorbonate-60, sandalwood fragerance oil*, berat bersih (100 ml), tanggal kadaluarsa (Exp.date March 2019), barcode. Sedangkan elemen

yang diatur dengan desain meliputi warna, citra, huruf, ilustrasi, teks dan tipografi akan dijelaskan dibawah ini.

Nama Produk : Kemasan ne Bali soap masage oil sandalwood 100 ml  
Ukuran kemasan kertas : Persegi panjang: Panjang 15 cm, lebar : 5 cm  
Ukuran botol : tinggi 12 cm, diameter 3,8 cm, isi 100 ml  
Tipografi : ne Bali Soap”Massage oil 100 ml : jenis huruf san serif, nama huruf century gothic, From Bali with love100 % handmade in Bali : jenis huruf script, “ne Bali Soap”Massage Oil Sandalwood 100 ml : jenis huruf san serif, nama huruf century gothic.

Jenis huruf yang digunakan sebagian besar adalah huruf san serif, kesan yang ditimbulkan huruf ini adalah santai, namun masih tegas dan mudah dibaca sehingga cocok untuk huruf pada merk serta nama produk dan penjelasan bahan dan lain-lain. Secara umum teks pada kemasan dapat dibaca dan mudah dibaca dari jarak tertentu, namun kebanyakan teks berbahasa Inggris, terutama dibagian belakang, seperti komposisi bahan dan lain-lain. Sehingga bagi konsumen yang tidak mengerti bahasa Inggris akan menimbulkan kesulitan untuk memahami artinya.



Gambar 2. Kemasan Sabun ne Bali Soap Aroma Green Tea Natural Soap net wt 95 g  
Sumber: Dokumentasi Penulis Tahun 2017

Pada kemasan sabun ne Bali soap aroma Natural soap aroma *green tea* ini berbahan dasar kertas, termasuk *primary packaging*. Pada panel display utama (PDU) kemasan sabun ne Bali soap aroma *green tea* terdapat tanda merek (logo ne Bali soap, berupa bunga), nama merek (ne Bali Soap), nama produk (*exotic island with cocoa butter, aroma green tea natural soap*), keterangan komposisi: *ingredients: Palm oil (elaeis guineensis oil), coconut oil, cocoa butter, water, caustic soda, green tea fragrant oil*, berat bersih (95 g), tanggal kadaluarsa (Exp.date Mar 2018), barcode (8997003022844).



Gambar 3. Kemasan Bath Salt ne Bali soap vanilla 9,7 oz (275 gr)  
Sumber: Dokumentasi Penulis Tahun 2017

Pada kemasan bath salt ne Bali soap vanilla ini berbahan dasar botol plastik yang diberi label kertas, termasuk *primary packaging*, yang langsung dengan isi produknya berupa garam. Pada panel display utama (PDU) Bath Salt ne Bali soap vanilla terdapat tanda merek (logo ne Bali soap, berupa bunga), nama merek (ne Bali Soap), nama produk (*Bath Salt vanilla*), keterangan komposisi: *ingredients: crystal salt, magnesium sulphate, sodium bicarbonate, vanilla fragrance oil, colour*. Berat bersih (275 g).

#### Ilustrasi

Ilustrasi ini adalah logo perusahaan ne Bali Soap. Logo menggunakan teknik ilustrasi gabungan. Ilustrasi lain pada latar belakang merupakan motif batik delimo drajat. Ilustrasi batik ini dalam desain kemasan menggunakan teknik ilustrasi gabungan, gambar dari buku batik discan lalu disempurnakan dengan komputer. Warna pada kemasan botol bath salt vanilla dominan coklat atau disebut warna sogu. Serta warna putih dibelakang teks dan teks "Bath Salt".

#### Makna Representasi Batik Pada Kemasan

Alasan digunakannya motif batik serta ilustrasi tradisional Bali pada produk Ne bali soap adalah:

1. Produk ini pangsa pasarnya kebanyakan wisatawan asing di Bali dan warga negara luar Indonesia.
2. Kebanyakan konsumen wisatawan asing, mengenal batik sebagai ciri khas Indonesia.
3. Batik merepresentasikan kebudayaan Indonesia.
4. Batik asal Indonesia (jawa) mempunyai ciri khas di ornamen desain motif batik yang unik.
5. Agar produknya lebih mudah diingat & dikenal sebagai produk Indonesia.

## Makna Representasi Batik Pada Kemasan Produk ne Bali Soap Masage Oil *Sandalwood*



Makna yang terkandung pada papatran adalah memberikan perlindungan kepada kehidupan manusia dari rasa takut, panas, haus dan yang lainnya. *Patra* punggel merupakan pengulangan dengan lengkung timbal balik, atau searah pada gegodeg hiasan sudut-sudut atap bangunan, dapat pula dengan pola mengambang untuk bidang-bidang lebar, bervariasi atau kombinasi dengan patra-patra yang lainnya. Patra punggel merupakan patra yang paling banyak di gunakan. Selain bentuknya yang murni sebagai patra punggel utuh, patra punggel umumnya melengkapi segala bentuk kekarangan (*patra dari jenis fauna*), hiasan bagian lidah naga. Masing-masing bagian patra punggel yang dijelaskan diatas, merupakan simbol-simbol yang mewakili isi dunia baik yang berada pada buana alit maupun buana agung. Semuanya bersinergi membentuk satu kekuatan yang melahirkan nilai-nilai sakral sebagai warisan budaya yang dipercaya memberikan kebahagiaan dan kedamaian lahir batin.

## Makna representasi batik pada kemasan sabun ne Bali soap aroma green tea Natural soap



Gambar 6. Kemasan Sabun ne Bali Soap Green Tea Natural Soap Dan Motif Batik Mega Mendung

Sumber: Dokumentasi Penulis Tahun 2017



Batik yang digunakan dalam kemasan ini adalah Mega Mendung, motif batik Cirebon yang populer. Dalam motif mega mendung harus terdapat tujuh gradasi warna yang menjadi pelapis. Mega Mendung terdiri dari kata Mega yang berarti langit atau awan, serta Mendung atau langit yang meredup biasanya ada di saat akan turun hujan. Gradasi yang ada di motif Mega Mendung tersebut sesuai dengan tujuh lapisan yang ada di langit. Istilah mendung diartikan dalam kehidupan manusia sebagai sifat yang sabar, tidak mudah marah. Jadi filosofi batik Mega Mendung sendiri yaitu jangan pernah mudah marah atau mudah panas. Pada bentuk mega mendung bisa kita lihat garis lengkung yang beraturan secara teratur dari bentuk garis lengkung yang paling dalam (mengecil) kemudian melebar keluar (membesar) menunjukkan gerak yang teratur harmonis. Bisa dikatakan bahwa garis lengkung yang beraturan ini membawa pesan moral dalam kehidupan manusia yang selalu berubah (naik dan turun) kemudian berkembang keluar untuk mencari jati diri (belajar/menjalani kehidupan sosial agama) dan pada akhirnya membawa dirinya memasuki dunia baru menuju kembali kedalam penyatuan diri setelah melalui pasang surut (naik dan turun) pada akhirnya kembali ke asalnya (sunnatullah). Sehingga bisa kita lihat bentuk megamendung selalu terbentuk dari lengkungan kecil yang bergerak membesar terus keluar dan pada akhirnya harus kembali lagi menjadi putaran kecil namun tidak boleh terputus. (H. Komarudin Kudiya S.IP, M.Ds. Ketua Harian Yayasan Batik Jawa Barat (YBJB) (<https://batikcirebonan.wordpress.com/sejarah-batik-di-jawa/filosofi-batik-mega-mendung/10/09/2017>)).

### **Makna Representasi Batik Pada Kemasan Bali Soap Bath Salt Vanilla**

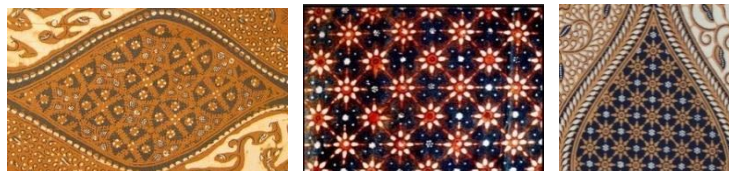
Motif batik yang digunakan pada kemasan ini disebut delimo drajat. Delimo termasuk golongan batik geometris, dengan bentuk dasar berupa susunan pola-pola jajaran genjang, tetapi dengan bentukan yang berlekuk. Jika dilihat dengan seksama, bentukan jajaran genjang elips tersebut menyerupai bentuk buah delima sehingga motif ini kemudian diberi nama *delimo*. Isian (*isen-isen*) ornamen utama dalam pola-pola delima tersebut menggunakan pola-pola dari batik “*sida*”, yakni ada bentuk *gurda*/ Sayap burung garuda, kuntum bunga melati/truntum dan *meru*/ gunung. Batik delimo sendiri melambangkan harapan untuk mendapatkan kemakmuran yang berlimpah – layaknya ratusan biji-biji dalam buah delima. Dipadukan dengan pola-pola batik “*sida*” sebagai

isian bentukan delimo, diharapkan agar pemakai batik tersebut mendapatkan doa yang disimbolkan dalam pola-pola “sida” (kemuliaan, keluhuran, dan sebagainya) secara berlimpah ruah.



Batik ini merupakan gabungan dari motif sido, dan diantaranya ada motif sido drajat. Batik sido drajad dipakai oleh besan ketika upacara pernikahan. . Sidomukti sebagai simbol pengharapan dan doa yang dituangkan dalam ornamen pengisi dan senisennya. Sido berasal dari kata bahasa Jawa berarti benar-benar terjadi, terkabul keinginannya. Mukti berasal dari bahasa Jawa yang berarti kebahagiaan, berkuasa, disegani, tidak kekurangan sesuatu. Ornamen Utama Bergambar Kupu-kupu/ Sayap Kupu-kupu. Ornamen utama bergambar kupu-kupu sebagai simbol harapan yang indah dan tinggi. Isian di dalam motif batik ini juga tampak ilustrasi yang digambarkan dengan bentuk tipe burung merak yang sederhana dan kadang-kadang seperti kupu-kupu. Motif ini melambangkan tentang dunia atas atau udara, melambangkan sifat bayu brata atau anila brata, yaitu watak luhur yang tidak ditonjol-tonjolkan.

Ornamen utama berbentuk bunga pada batik, sebagai simbol keindahan dan kecantikan. Bentuk bunga terdapat pada hampir setiap unsur yang digunakan dalam upacara adat karena mempunyai makna yang baik. Bunga adalah tumbuhan yang menancap di tanah atau bumi sebagai pijakan, dapat diartikan sebagai sesuatu yang indah adalah yang teguh dan kuat pondasi serta pegangan hidupnya, seperti halnya bunga tetap indah dan kuat karena akarnya menancap erat, walau diterpa angin atau kekuatan lain yang dapat memusnahkan.



Pada motif batik delimo drajat juga terdapat motif batik truntum. Motif batik truntum diciptakan oleh Kanjeng Ratu Kencana (Permaisuri Sunan Paku Buwana III),

bermakna cinta yang tumbuh kembali. Beliau menciptakan motif ini sebagai simbol cinta yang tulus tanpa syarat, abadi, dan semakin lama terasa semakin subur berkembang (tumaruntum). Kain motif truntum biasanya dipakai oleh orang tua pengantin pada hari pernikahan. Harapannya adalah agar cinta kasih yang tumoruntum ini akan menghinggapi kedua mempelai.

Dalam isian batik delimo drajat, terdapat pula motif buntal melati. Motif ini merupakan ilustrasi untaian bunga melati. Filosofi batik dengan motif buntal adalah semangat persatuan dan kesatuan. Karena dahulu merupakan jaman perang melawan penjajah, pesan yang ingin disampaikan dalam motif ini adalah kuatkan barisan jangan sampai tercerai berai.

### **Makna representasi batik pada kemasan produk ne Bali soap massage oil sandalwood secara semiotika**

Melalui tanda (*sign*), batik memiliki korelasi dengan representamen, objek, dan interpretan, yang kemudian disebut sebagai trikotomi Peirce. Trikotomi Peirce ini juga akan merujuk pada ikon, indeks, dan simbol. Pandangan Peirce ini memfokuskan analisis tanda yang lazim disebut sebagai Trikotomi yang memiliki (a) ikon, (b) indeks dan (c) simbol.



#### **1. Ikon**

Tanda visual yang ada pada kemasan produk ne Bali Soap massage oil diantaranya berupa ikon. Ikon pada kemasan bagian depan berupa bentuk bunga dan tumbuhan/ornamen tradisional Bali yang dinamakan patra punggel. Patra punggel mengambil bentuk dasar liking paku, sejenis flora dengan lengkung-lengkung daun muda pohon paku. Bagian-bagiannya ada yang disebut batu pohon kupil guling, util sebagai

identitas PatraPunggel. Pola patern patra punggel merupakan pengulangan dengan lengkung timbal balik atau searah.

Tanda visual yang lain berupa ikon adalah ilustrasi foto bunga kamboja pada kemasan bagian belakang. Bunga kamboja diidentikan sebagai bunga ciri khas Bali sebab bunga kamboja banyak digunakan dalam kegiatan sembahyang umat Hindu di Bali. Bunga ini memiliki dua peranan penting dalam agama Hindu, yakni sebagai simbol Dewa Siwa dan sebagai sarana sembahyang semata. Sebagai simbol Dewa Siwa, bunga diletakkan tersembul pada ujung kedua telapak tangan yang dicakupkan pada saat menyembah. Setelah selesai menyembah, bunga biasanya ditajukan di atas kepala (rambut) atau diselipkan di telinga. Sebagai sarana sembahyang, bunga dipakai untuk mengisi upacara atau sesajen yang akan dipersembahkan kepada Tuhan atau roh suci leluhur. Bunga kamboja digunakan untuk menunjukkan kesucian hati saat memuja Sang Hyang Widi Wasa.

## 2. Indeks

Tanda visual pada kemasan produk ini yang merupakan indeks adalah warna kemasan secara keseluruhan (dominan coklat, dari coklat muda, coklat tua) serta warna putih dan kuning, hijau. Selain itu indeks juga berupa jenis bahan yang digunakan dalam kemasan produk, yaitu kemasan botol plastik sebagai kemasan primer dan kemasan dari bahan kertas pada kemasan sekunder, serta label dari kertas pada botol plastik. Warna dan bahan ini digolongkan dalam unsur-unsur yang mendasari terbentuknya tanda tersebut, atau disebut *qualisign*. Yakni tanda yang memiliki kualifikasi berdasarkan sifatnya atau sesuatu menjadi tanda karena kualitas.

## 3. Simbol

Simbol pada tanda visual kemasan produk ne Bali soap massage oil ini diantaranya berupa penamaan /sebutan ragam hias/motif yang terkait dengan budaya tertentu (kata-kata), dalam hal ini nama patra punggel. Selain itu tanda visual berupa simbol juga dapat dilihat pada logo perusahaan ne Bali Soap pada kemasan depan serta kemasan belakang, berupa bentuk lingkaran yang didalamnya terdapat bentuk ilustrasi bunga berwarna coklat tua. Serta logo green palm pada kemasan belakang yang berbentuk lingkaran berwarna hijau dan didalamnya terdapat daun palm berwarna kuning kehijauan.

## Makna representasi batik pada kemasan produk ne Bali soap green tea natural soap secara semiotika



### 1. Indeks

Tanda visual pada kemasan produk ini yang merupakan indeks adalah warna kemasan sabun secara keseluruhan (dominan hijau, gradasi dari hijau muda sampai hijau tua) serta warna putih dan coklat tua. Selain itu indeks juga berupa jenis bahan yang digunakan sebagai pembungkus dalam kemasan produk sabun, yaitu dari bahan kertas. Warna dan bahan ini digolongkan dalam unsur-unsur yang mendasari terbentuknya tanda tersebut, atau disebut qualisign. Yakni tanda yang memiliki kualifikasi berdasarkan sifatnya atau sesuatu menjadi tanda karena kualitas.

### 2. Simbol

Simbol pada tanda visual kemasan produk ne Bali soap green tea natural soap ini diantaranya berupa penamaan /sebutan ragam hias/motif yang terkait dengan budaya tertentu (kata-kata), dalam hal ini nama motif mega mendung. Kata “Mega mendung” bukan diartikan sebagai awan mendung yang sesaat lagi hujan akan turun, tetapi merupakan konsep atau ide dari seorang pembatik sebagai ragam hias batik khas Cirebon. Pembatik akan menuangkan gagasan itu dalam bentuk motif atau ragam hias “mega mendung” dalam proses pembuatan batik khas Cirebon. Dengan demikian tanda dalam hal ini “mega mendung” memiliki makna, sebagai ragam hias yang sarat dengan latar belakang budaya ekletis, percampuran budaya lokal dan Cina.

Simbol juga dapat dilihat pada tanda visual berupa logo perusahaan ne Bali Soap pada kemasan depan, berupa bentuk lingkaran yang didalamnya terdapat bentuk ilustrasi bunga berwarna coklat tua.

## KESIMPULAN

Rata-rata pada kemasan botol maupun sabun batang berupa *primary packaging*/kemasan primer yang langsung bersentuhan dengan isinya. Hanya 1 kemasan yang termasuk kemasan sekunder, yaitu kemasan kertas ne Bali soap masage oil sandalwood 100 ml. Secara umum teks yang ada pada kemasan dapat dibaca dan mudah dibaca dari jarak tertentu, jarak antar huruf maupun spasi telah diatur dengan baik. Namun kebanyakan teks berbahasa Inggris, terutama dibagian belakang, seperti slogan dan komposisi bahan dan lain-lain. Sehingga bagi konsumen yang tidak mengerti bahasa Inggris akan menimbulkan kesulitan untuk memahami artinya, karena tidak semua konsumen berasal dari luar negeri. Tipografi yang digunakan pada kemasan produk ini kebanyakan menggunakan jenis huruf san serif (*century gothic*). Huruf ini cocok dan tepat digunakan untuk nama merk serta penjelasan lain karena bentuknya sederhana, dan mudah dibaca. Ilustrasi yang digunakan pada kemasan produk semua menggunakan ilustrasi berupa logo perusahaan berupa bunga. Dan batik yang digunakan pada kemasan yakni :

1. kemasan ne Bali soap masage oil sandalwood 100 ml, menggunakan ilustrasi ornamen Patra Punggel dengan teknik gambar tangan dan disempurnakan dengan teknik komputer. Ilustrasi fotografi, berupa bunga kamboja.
2. kemasan ne Bali soap green tea natural soap menggunakan Ilustrasi ini bentuk batik motif mega mendung. Teknik ilustrasinya dengan cara menscan motif batik yang bersumber dari buku tentang batik lalu diolah lagi menggunakan program editing komputer.
3. kemasan Bath Salt ne Bali soap vanilla, menggunakan Ilustrasi motif batik delimo drajat. Motif delimo termasuk golongan batik geometris, dengan bentuk dasar berupa susunan pola-pola jajaran genjang, tetapi dengan bentukan yang berlekuk. Dengan teknik gambar tangan dan discan, lau disempurnakan dengan teknik komputer.

Makna representasi Batik pada kemasan ne Bali soap :

1. Motif ornamen tradisional Bali yang digunakan dalam kemasan ne Bali massage oil adalah patra punggel. Makna yang terkandung pada papatran adalah memberikan perlindungan kepada kehidupan manusia dari rasa takut, panas, haus dan yang lainnya.
2. Motif batik yang digunakan pada kemasan bath salt vanilla disebut delimo drajat. Batik delimo sendiri melambangkan harapan untuk mendapatkan kemakmuran yang

berlimpah – layaknya ratusan biji-biji dalam buah delima. Dipadukan dengan pola-pola batik “sida”, diharapkan agar pemakai batik tersebut mendapatkan doa yang disimbolkan dalam pola-pola “sida” (kemuliaan, keluhuran, dan sebagainya) secara berlimpah ruah.

3. Batik yang digunakan dalam kemasan ne Bali soap green tea natural soap adalah Mega Mendung. Istilah mendung diartikan dalam kehidupan manusia sebagai sifat yang sabar, tidak mudah marah. Jadi filosofi batik Mega Mendung sendiri yaitu jangan pernah mudah marah atau mudah panas.

Makna representasi batik pada kemasan produk ne Bali secara semiotika

1. kemasan produk ne Bali Soap massage oil: Ikon pada kemasan bagian depan berupa bentuk bunga & tumbuhan/ ornamen tradisional Bali (patra punggul) dan ikon ilustrasi foto bunga kamboja. Indeks: warna kemasan secara keseluruhan (dominan coklat, dari coklat muda, coklat tua), warna putih dan kuning, hijau. Indeks juga berupa bahan yang digunakan yaitu kemasan botol plastik sebagai kemasan primer dan kemasan dari bahan kertas pada kemasan sekunder, serta label dari kertas pada botol plastik. Simbol: Berupa penamaan /sebutan motif dalam hal ini nama patra punggul. Selain itu simbol juga dapat dilihat pada logo perusahaan ne Bali Soap dan logo green palm.
2. Kemasan ne Bali soap green tea natural soap. Indeks: warna kemasan sabun secara keseluruhan (dominan hijau, gradasi dari hijau muda sampai hijau tua) serta warna putih dan coklat tua. Indeks juga berupa bahan yang digunakan sebagai pembungkus dalam kemasan produk sabun, yaitu dari bahan kertas. Simbol: Simbol berupa penamaan /s /motif dalam hal ini nama motif mega mendung. Kata “Mega mendung”. Simbol juga dapat dilihat pada tanda visual berupa logo perusahaan ne Bali Soap.

## KEPUSTAKAAN

- Danesi, Marcel. 2004. *Pesan, Tanda, dan Makna : Buku Teks Dasar Mengenai Semiotika dan Teori Komunikasi*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Ebdi Sanyoto, Sajiman. 2009. *Nirmana: Elemen-Elemen Seni dan Desain*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Glebet, I Nyoman. 1982. *Arsitektur Tradisional Daerah Bali*. Denpasar: Departemen Pendidikan dan Kebudayaan Proyek Inventarisasi dan Dokumentasi Kebudayaan Daerah.

Klimchuk, Rosner & Krasovec. A. Sandra. 2006. *Packaging Design Successful Product Branding From Concept to Shelf* atau *Desain Kemasan Perencanaan Merek Produk yang Berhasil Mulai dari Konsep Sampai Penjualan*, terjemahan Bob Sabran. 2007. Jakarta: Erlangga.

Musman, Asti & Arini, Ambar. 2011. *Batik: Warisan Adiluhung Nusantara*. Yogyakarta: Andi.

Piliang, Yasraf Amir. 2010. *Semiotika dan Hipersemiotika, Kode Gaya dan Matinya Makna*. Bandung: Matahari.

Sarwono Jonathan & Lubis Harry. 2007. *Metode Riset Untuk Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi.

Supriyono, Rakmat. 2010. *Desain Komunikasi Visual, Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: Andi Offset.

Tinarbuko, Sumbo. 2009. *Semiotika komunikasi visual*. Yogyakarta: Jalasutra.

Tjahjani, Indra. 2013. *Yuk, Mbatik! Panduan terampil membatik untuk siswa*. Jakarta: Esensi Erlangga Grup.

Rejeki HS, Ninik Sri. 2014. *Isen-isen pada batik di batik populer II Perspektif kajian seni*. Tesis. Denpasar: Institut Seni Indonesia Denpasar.

Sumber Internet :

[www.facebook.com/ Bali Soap Indonesia](http://www.facebook.com/BaliSoapIndonesia)

<https://kepulauanbatik.com/2016/03/08/buah-delimo-dalam-batik-simbol-kemakmuran>

<https://batikcirebonan.wordpress.com/sejarah-batik-di-jawa/filosofi-batik-megamendung/10/09/2017>