



Analisis Semiotika Pesan Moral Dalam Bungkus Rokok



Muhammad Chafri Eza Dwi Putra ¹⁾, Dhanu Ario Putra ²⁾, Merry Rullyanti ³⁾

^{1,2,3)} Universitas Dehasen Bengkulu

Corresponding Author: muhammadchafri16@gmail.com

Abstract

This research investigates the semiotic elements and moral messages embedded in the images found on cigarette packs, specifically focusing on the types of sign-meanings (denotation, connotation, and myth) and their moral implications. Data were collected from 10 different cigarette packs and analyzed using Roland Barthes' semiotic theory. The analysis reveals that all 10 packs contain denotation and connotation, while 8 packs also exhibit myth. Beyond these semiotic analyses, the research uncovers significant moral messages conveyed through the warning images. These pictures serve as stark reminders of the severe health consequences of smoking, prompting reflection on the ethical implications of tobacco consumption. They underscore the importance of informed decision-making and challenge the normalization of smoking within cultural contexts. In conclusion, the semiotic and moral analysis of cigarette pack images reveals a complex interplay between visual elements and societal perceptions. The findings highlight the dual role of these images in conveying direct health warnings and broader ethical considerations, ultimately advocating for a more informed and health-conscious society.

Keyword: *Semiotics, Barthes, Cigarette Packs.*

Abstrak

Penelitian ini menyelidiki elemen semiotik dan pesan moral yang tertanam dalam gambar yang ditemukan pada bungkus rokok, khususnya berfokus pada jenis makna tanda (denotasi, konotasi, dan mitos) dan implikasi moralnya. Data dikumpulkan dari 10 bungkus rokok yang berbeda dan dianalisis menggunakan teori semiotik Roland Barthes. Analisis tersebut mengungkapkan bahwa ke-10 bungkus rokok tersebut mengandung denotasi dan konotasi, sementara 8 bungkus rokok juga mengandung mitos. Di luar analisis semiotik ini, penelitian ini mengungkap pesan moral penting yang disampaikan melalui gambar peringatan. Gambar-gambar ini berfungsi sebagai pengingat yang jelas tentang konsekuensi kesehatan yang parah dari merokok, yang mendorong refleksi tentang implikasi etis dari konsumsi tembakau. Gambar-gambar tersebut menggarisbawahi pentingnya pengambilan keputusan yang terinformasi dan menantang normalisasi merokok dalam konteks budaya. Sebagai kesimpulan, analisis semiotik dan moral dari gambar bungkus rokok mengungkapkan interaksi yang kompleks antara elemen visual dan persepsi masyarakat. Temuan tersebut menyoroti peran ganda dari gambar-gambar ini dalam menyampaikan peringatan kesehatan langsung dan pertimbangan etika yang lebih luas, yang pada akhirnya menganjurkan masyarakat yang lebih terinformasi dan sadar kesehatan.

Kata Kunci: Semiotika, Barthes, Bungkus Rokok.

Pendahuluan

Menurut Husin (2018) Linguistik merupakan ilmu yang mempelajari bahasa dari sudut pandang ilmiah. Akan tetapi, linguistik bukanlah satu-satunya bidang yang mempelajari bahasa. Bahasa juga dipelajari dalam bidang-bidang studi lain seperti antropologi, psikologi, ilmu komunikasi, dan sosiologi. Linguistik secara historis dapat dipahami sebagai ilmu yang muncul dari keinginan para antropolog untuk memahami masyarakat yang mereka teliti secara lebih mendalam. Para antropolog

mempersiapkan diri dengan penguasaan bahasa masyarakat tersebut untuk mencapai tujuan mereka. Subbidang Linguistik

Terapan menekankan penggunaan konsep-konsep linguistik di kelas untuk membantu siswa meningkatkan kemampuan mereka berkomunikasi dalam bahasa ibu mereka atau bahasa kedua (Holmes dalam Awal, 2022). Salah satu cabang linguistik yang dapat ditemukan dalam simbol atau tanda adalah semiotika. Mayr (2013) menjelaskan bahwa nama semiotika (juga dikenal sebagai 'semiology') berasal dari kata Yunani *semeion*, yang berarti 'tanda'. Ini adalah studi tentang tanda dan simbol dengan penekanan pada bahasa; tanda dapat berupa gambar atau gaya rambut apa pun yang berfungsi sebagai sarana komunikasi. Berdasarkan hal ini, semiotika adalah studi tentang makna tanda, yang membantu kemampuan orang untuk berkomunikasi lebih efektif dan efisien melalui tanda yang mereka temui. Bidang semiotika berfokus pada pemahaman bagaimana orang menciptakan dan menafsirkan makna tanda dan simbol, termasuk bagaimana orang berkomunikasi secara visual melalui metafora, analogi, alegori, metonimi, simbolisme, dan sarana ekspresi lainnya. Semiotika adalah bagian dari studi komunikasi yang lebih luas, termasuk seni visual, desain grafis, dan literasi visual dasar. Desainer grafis, seniman, dan orang lain yang bekerja di bidang komunikasi visual harus mempertimbangkan bagaimana simbol, tanda, dan warna memengaruhi interpretasi karya mereka.

Dewasa ini, kasus semiotika juga terjadi dalam kehidupan sehari-hari. Misalnya, pada bungkus rokok. Produk rokok bukanlah sesuatu yang asing bagi masyarakat kita. Banyaknya perokok dan penjual rokok seolah membuktikan bahwa produk rokok telah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat. Semua itu tidak lepas dari industri rokok yang semakin gencar mempromosikan produknya kepada para konsumen.

Setiap hari masyarakat dapat melihat berbagai iklan rokok, meskipun banyak pula yang menginginkan agar rokok beserta iklannya dihapuskan dengan alasan kesehatan masyarakat dan dampaknya bagi orang-orang di sekitarnya. Pabrik-pabrik rokok bahkan telah memasang gambar pada setiap bungkus rokok yang mereka produksi. Gambar-gambar yang ditaruh pada bungkus rokok tersebut dimaksudkan agar para perokok dapat melihat dan kemudian berpikir. Tidak jarang terdapat beberapa kalimat yang sedikit menjelaskan maksud dari gambar-gambar tersebut. Moral merupakan istilah yang digunakan untuk menentukan batasan karakter, kemauan, perangai, pendapat atau tindakan yang baik yang dapat dikatakan benar, salah, baik, buruk. (Abudin Nata dalam Niswah, 2022). Makna baik dan buruk dalam hal tertentu bersifat relatif. Artinya, sesuatu yang dianggap baik oleh orang-orang suatu bangsa pada umumnya, belum tentu sama bagi orang lain atau bangsa lain. Jadi pandangan seseorang tentang moral, nilai, dan kecenderungan biasanya dipengaruhi oleh cara hidup bangsanya. Ketika mempelajari semiotika sebagai bidang ilmu tanda, peneliti menemukan hubungan antartanda berdasarkan semiotika yang memiliki makna dan bahkan pesan moral.

Dalam hal ini, gambar-gambar pada bungkus rokok. Terdapat lima penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini. Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Prasojowati (2019) dengan judul "Analisis Semiotika pada Produk Rokok". Dalam penelitian tersebut, penulis melakukan analisis semiotika terhadap citra visual produk rokok. Pokok bahasannya adalah untuk membuktikan apakah citra visual tersebut sesuai dengan yang dikemukakan para ahli sebagai tanda semiotika atau bukan. Hasil penelitian, penulis menemukan tanda semiotika yang berhasil menyampaikan pesan kepada orang yang melihatnya. Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Niswah (2022) dengan judul "Analisis Semiotika Pesan Moral Film 'Hichki' ". Penelitian tersebut menceritakan tentang seorang perempuan yang mengidap sindrom Tourette dan ingin menjadi seorang guru, namun sulit untuk diterima karena penyakit langka yang dideritanya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan makna melalui analisis semiotika dan pesan moral yang secara tidak langsung mempengaruhi pikiran dan perilaku penonton saat menonton film tersebut. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah pesan moral yang terkandung dalam film *Hichki* yaitu kegigihan, kemandirian, pantang menyerah, keikhlasan, kekompakan, dan kejujuran. Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Zainuddin dan Saragih (2020) dengan judul "Makna Semiotik dalam Teks Iklan Rokok".

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui makna semiotik yang diterapkan dalam iklan rokok, menganalisis bagaimana makna diterapkan dalam iklan rokok, menganalisis bagaimana makna dikodekan secara verbal dan non-verbal, dan untuk mengetahui mengapa makna tersebut digunakan dengan cara tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa iklan rokok tidak secara eksplisit menyatakan niatnya untuk menyarankan orang untuk merokok baik secara verbal maupun non-verbal

karena kebijakan pemerintah, tetapi mewakili hubungan antara ekspresi verbal dan non-verbal dengan mengelaborasi, memanipulasi, dan melebih-lebihkan. Keempat, penelitian Kevinia (2022) dengan judul “Analisis Teori Semiotika Roland Barthes Dalam Film *Miracle in Cell No.7* versi Indonesia”. Dalam penelitian ini, penulis tertarik pada bagaimana tokoh utama dalam film tersebut mengekspresikan perasaannya sebagai bagian dari komunikasi. Hasilnya, penulis memahami bahwa setiap manusia memiliki caranya sendiri, dan bahkan cara yang dilakukan tokoh utama dapat dianggap unik. Penelitian terakhir adalah penelitian yang dilakukan oleh Putri dan Inayah (2022) dengan judul “Analisis Semiotika Film *Aladdin* dengan Menggunakan Teori Roland Barthes”. Jenis tanda yang ditemukan adalah denotasi, konotasi, dan mitos. Penulis menemukan 38 jenis dan makna semiotika Roland Barthes yang terdiri dari 21 jenis dan makna denotasi, 13 jenis dan makna konotasi, dan 4 jenis dan makna mitos.

Hasil penelitian menyatakan bahwa jenis semiotika Roland Barthes dapat digunakan untuk menjelaskan makna semiotika yang terkandung di dalamnya. Dari kelima penelitian terdahulu di atas dan sebagai sesama perokok aktif, peneliti menemukan persamaan dan perbedaan dengan penelitian ini. Untuk persamaan dengan penelitian ini, penelitian-penelitian terdahulu di atas juga menganalisis tentang semiotika dalam film atau rokok. Namun, penulis menemukan celah penelitian yaitu melakukan penelitian tentang analisis semiotika pesan moral dalam bungkus rokok. Peneliti akan menggunakan teori dari Roland Barthes dalam Niswah (2022) untuk menginterpretasi tanda-tanda dari bungkus rokok dan menemukan pesan moralnya.

Metode Penelitian

Data dianalisis dengan menggunakan teori Roland Barthes (1952) tentang makna. Dalam semiologi Barthes, denotasi merupakan sistem signifikansi tingkat pertama, sedangkan konotasi merupakan sistem signifikansi tingkat kedua. Dalam hal ini, denotasi justru lebih diasosiasikan dengan ketertutupan makna. Sebagai reaksi terhadap literalisme denotasi yang menindas tersebut, Barthes berusaha menyingkirkan dan menolaknya. Baginya yang ada hanyalah konotasi. Lebih lanjut ia mengatakan bahwa makna “harfiah” merupakan sesuatu yang alamiah, yang dikenal dengan teori signifikansi. Teori ini berlandaskan pada teori tanda yang dikemukakan oleh Ferdinand de Saussure, hanya saja maknanya diperluas melalui pemaknaan yang berlangsung dalam dua tahap. Tanda (signifier dan signified) pada tahap pertama menyatu sehingga dapat membentuk signifier pada tahap kedua, kemudian pada tahap berikutnya signifier dan signified yang menyatu dapat membentuk signified baru yang merupakan perluasan makna. Dengan demikian, semiologi Barthes tersusun atas tingkatan-tingkatan sistem bahasa dalam dua tataran bahasa. Bahasa pada tataran pertama adalah bahasa sebagai objek dan bahasa pada tataran kedua disebut metabahasa. Bahasa ini merupakan sistem tanda yang mengandung penanda dan petanda. Sistem tanda kedua dibangun dengan menjadikan penanda dan petanda tataran pertama menjadi petanda baru yang kemudian memiliki penanda baru tersendiri dalam sistem tanda baru pada tataran yang lebih tinggi. Sistem tanda pertama disebut denotasi atau sistem terminologi, sedangkan sistem tanda tataran kedua disebut konotasi atau retorika atau mitos. Dengan uraian seperti ini:

1. Denotasi, Denotasi adalah makna yang bersifat langsung dan merupakan deskripsi untuk suatu tanda. Denotasi adalah makna sebenarnya dari suatu kata dan bersifat objektif. Misalnya, adegan film yang mengatakan 'monyet baik'. Makna denotasi 'monyet' adalah mamalia dari spesies primata.
2. Konotasi, Konotasi merupakan semiotika tahap kedua yang disebut Roland Barthes. Kata konotasi berasal dari bahasa Latin 'connotare' yang berarti 'menjadi makna' dan mengacu pada tanda budaya yang terpisah atau berbeda dari kata-kata dalam bentuk komunikasi lainnya. Konotasi adalah kata yang memiliki makna lain di baliknya atau makna yang terkait dengan kata tersebut dan bersifat kiasan. (Septiana, 2019). Kesimpulannya, makna konotasi adalah ide atau perasaan yang menyertai sebuah kata. Setiap adegan dalam film memiliki pesan atau kode yang akan menghasilkan makna tersembunyi di dalamnya untuk menyampaikan pesan kepada pengamat (Bintariana, 2019). Misalnya, adegan film mengatakan 'Saya seperti bintang jatuh'. Frasa bintang jatuh.
3. Mitos, Barthes menyatakan dalam teorinya bahwa mitos merupakan perkembangan dari konotasi-konotasi tersembunyi dari suatu objek dalam proses penandaan. Sistem penandaan konotasi

tersebut menjadi ideologi dalam masyarakat yang disebut mitos. Mitos bukanlah suatu konsep, ide, gagasan atau objek tetapi mitos merupakan suatu cara untuk mengungkapkan pesan yang dihasilkan dari tuturan seseorang (Sobur , 2017). Misalnya, pohon beringin yang rindang dan lebat menimbulkan konotasi bersifat `sakral` karena dianggap sebagai tempat tinggal makhluk hidup yang berakal budi.

Hasil Penelitian

Tabel 1 Contoh Tabel

Mengemas	F		
	D	C	M
Sampoerna di tengah	✓	✓	✓
Djarum Hitam	✓	✓	✓
LA Biru Es	✓	✓	✓
LA Es Putih	✓	✓	✓
Banteng	✓	✓	✓
Diplomat Evolusi	✓	✓	✓
Surya Gudang Garam	✓	✓	✓
Ini	✓	✓	✓
Marlboro Hitam	✓	✓	X
On line	✓	✓	X
Total	10	10	8



Gambar 1 Contoh Bungkus Rokok

Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk menemukan makna tanda pada gambar dalam bungkus rokok dengan menggunakan teori Roland Barthes dalam Niswah (2022). Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat 4 data tentang denotasi dan konotasi serta 3 data mitos. Jenis gambar makna tanda dibagi menjadi denotasi yang ditemukan pada semua 10 bungkus rokok (Sampoerna , 2013). Amild , Djarum Black, Marlboro, Evo, LA Ice blue, Surya, ON Line, LA Ice white, Esse, Bull), Konotasi juga ditemukan pada semua 10 bungkus rokok (Sampoerna Amild , Djarum Black, Marlboro, Evo, LA Ice blue, Surya, ON Line, LA Ice white, Esse, Bull), dan penulis hanya menemukan 8 mitos dalam 10

bungkus rokok; Sampoerna Amild, Djarum Black, Evo, LA Ice blue, Surya, LA Ice white, Esse, Bull. Temuan lainnya adalah makna atau interpretasi dari masing-masing jenis tanda-makna yang telah dijelaskan dalam bab ini. Tanda tersusun dari dua elemen yang secara analitis berbeda yang memiliki hubungan saling bergantung, yang disebut sebagai penanda dan yang ditandakan. Penanda menunjukkan komponen persepsi/representasi fisik dari tanda dan yang ditandakan menyiratkan makna asosiatif/konseptual.

Cara lain untuk menggambarkan hal ini adalah penanda adalah 'apa yang kita lihat' dan yang ditandakan adalah 'bagaimana kita melihatnya'. Denotasi adalah tingkatan pertama penandaan yang menyampaikan makna literal dari sebuah tanda. Denotasi adalah apa yang mengenali, menggambarkan, dan mengidentifikasi sebuah tanda. Itulah sebabnya dalam semua 10 bungkus rokok, penulis dapat menemukan semua data yang dijelaskan di bawah gambar peringatan. Lebih lanjut, Grant (2016) menjelaskan konotasi merupakan tingkatan signifikasi kedua yang menghubungkan suatu asosiasi sosial budaya/makna konseptual. Konotasi merupakan hasil dari ide-ide yang terbentuk sebelumnya, asosiasi personal, dan respons emosional yang berkaitan dengan suatu tanda. Oleh karena itu, penulis membagikan google form kepada 4 orang perokok aktif dan meminta pendapat mereka tentang gambar pada bungkus rokok.

Rata-rata memberikan pendapat seperti "Kemasan rokok yang terkesan premium, ikonik dan minimalis, kemasan rokok yang menunjukkan sisi maskulinitas, serta pendapat yang menjelaskan bahwa gambar peringatan pada bungkus rokok membuatnya merasa jijik dan merinding". Lebih jauh, mitos adalah gabungan makna denotatif dan konotatif dari sebuah tanda yang meluas ke ide mitologis atau ideologis yang lebih besar. Mitos adalah ketika "tanda mencerminkan konsep-konsep utama yang bervariasi secara budaya yang mendasari pandangan dunia tertentu - seperti maskulinitas, feminitas, kebebasan, individualisme, objektivisme, keinggrisan, dan sebagainya" menurut Chandler dalam Grant (2016).

Ciri-ciri mitos ini adalah apa yang rokok-rokok itu sarankan akan kita wujudkan jika kita membeli produk tersebut sebagaimana dinyatakan di atas, sebagian besar perokok merasa bahwa bungkus rokok membuat mereka terlihat lebih jantan dan maskulin. Terakhir, pesan moral yang dapat ditemukan dari penelitian terhadap 10 bungkus rokok adalah adanya gambar yang disematkan pada setiap bungkus rokok untuk memperingatkan para perokok bahwa rokok dapat menyebabkan banyak penyakit mematikan dan merenggut kebahagiaan seseorang. Akan tetapi, banyak perokok yang sudah kecanduan merokok sehingga tidak terlalu memperhatikan gambar tersebut. Mereka lebih memperhatikan model bungkus rokok yang terlihat menarik daripada gambar peringatannya.

Kesimpulan dan Saran

Terkait dengan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa semua bungkus rokok yang terdapat gambar peringatan memiliki makna denotasi dan konotasi, dan untuk mitos hanya dua gambar dengan tubuh yang diperban yang tidak mengandung mitos. Temuan lainnya adalah pesan moral yang langsung dipahami oleh perokok adalah tentang merokok dapat menyebabkan berbagai penyakit mematikan sebagaimana yang tertera pada gambar peringatan pada setiap bungkus rokok dan diharapkan mereka tidak akan mengonsumsi rokok.

Daftar Pustaka

- Anggraini, DN (2014). *Analisis Semiotika Iklan Billboard Rokok di Jalan S. Parman Malang*.
- Ayu Famila Putri, Arin Inayah, & Wageyono. (2023). Analisis Semiotika Film Aladdin Menggunakan Teori Roland Barthes. *Lunar*, 6(2), 376–386. <https://doi.org/10.36526/ln.v6i2.2453>
- Kevinia, C., Syahara, Putri Sayahara putri, Aulia, S., & Astari, T. (2022). Analisis Teori Semiotika Roland Barthes Dalam Film Miracle in Cell No.7 Versi Indonesia. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Masyarakat*, 1(2), 38–43. <https://doi.org/10.38043/commusty.v1i2.4082>
- Ley 25.632. (2002). No Title No Title No Title. 7, 1–14.
- Lustyantie, N. (2012). *Pendekatan Model Semiotika Roland Barthes dalam Karya Sastra Prancis*. Seminar Nasional FIB UI, 1–15.
- Niswah, NL (2022). Analisis Semiotika Pesan Moral Film "Hichki" Penulis Korespondensi. *Jurnal Internasional Ilmu Budaya dan Sosial*, 3(2), 319–336.

-
- Prasojowati , MW, Natsir , M., & Ariani, S. (2019). Analisis Semiotik yang Ditemukan pada Produk Rokok. *Jurnal Ilmu Budaya* , 3(1), 86–91.
- Purba , R., -, Z.-, & Saragih , A.-. (2020). *Makna Semiotika dalam Teks Iklan Rokok. Linguistik Terapan* , 16(3), 227–231. <https://doi.org/10.24114/lt.v16i3.19733>
- Syahputri , M., & Jupriani , J. (2021). *Analisis Kemasan Rokok Sampoerna Yang Ringan (Kajian Semiotika)* . DEKAVE : Jurnal Desain Komunikasi Visual, 11(3), 332. <https://doi.org/10.24036/dekave.v11i3.114641>
- Zulkarnain, AI, Surawan , S., & Wahidah, SN (2022). Pesan Moral dalam Film Animasi Alif dan Alya ”Episode 1-4” Sebagai Pendidikan Anak (Analisis Semiotika Ronald Barthes). *Profetika : Jurnal Studi Islam* , 23(2), 204–210. <https://doi.org/10.23917/profetika.v23i2.19647>