NIJI
Jurnal Kajian Sastra, Budaya, Pendidikan dan Bahasa Jepang
Vol. 1, No. 2, Juli 2019, p-ISSN 2355-889X
https://doi.org/10.18510/jt.2021.xxx

TANDA KEJEPANGAN PADA KEMASAN ROTI SHARON BAKERY SERIAL DORAEMON

Andi Abd. Khaliq Syukur
Sekolah Tinggi Ilmu Bahasa Asing Invada
aisyukur89@gmail.com

M. Fahmi Reza
Sekolah Tinggi Ilmu Bahasa Asing Invada
rezamohamadfahmi@gmail.com

Lina Siti Munawaroh
Sekolah Tinggi Ilmu Bahasa Asing Invada
lina.smunawaroh@gmail.com

Riwayat Artikel:
Diterima Mei 2019;
Direvisi Juni 2019;
Disetujui Juli 2019.

Abstrak:

Penelitian ini menganalisis relasi tanda pada kemasan roti Sharon Bakery serial Doraemon, serta menganalisis makna ilustrasi serial Doraemon pada kemasan roti Sharon Bakery serial Doraemon. Penelitian ini menggunakan teori semiologi Roland Barthes (1972) untuk menganalisis relasi tanda kemasan, teori konsumsi Simmel (1992) dan Paul Willis (1990), kemudian struktur kemasan dikaitkan dengan struktur kemasan pada kemasan roti Sharon Bakery. Metode analisis yang digunakan dari hasil analisis semiologi adalah deskriptif. Penelitian ini menggunakan dua sumber data, yaitu primer dan sekunder. Sumber data primer adalah kemasan roti Sharon Bakery produksi PT. Multi Star Rukun Abadi yang terdapat tanda kejepangannya. Sumber data sekunder adalah data yang diperoleh dari buku, jurnal sebagai penelitian terdahulu dan sumber untuk menjelaskan teori yang membantu menganalisis data primer. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya hubungan antara struktur kemasan berupa warna, ilustrasi, tipografi dan tata letak. Warna disesuaikan dengan warna citra kejepangan, seperti warna tokoh anime Doraemon. Ilustrasi merujuk pada keaslian Jepang dengan penempatan citra populer dan tradisional Jepang. Sedangkan, tipografi Jepang pada kemasan berfungsi untuk konsumen membayangkan keaslian produk Jepang. Oleh karena itu, penggunaan penanda kejepangan pada kemasan roti Sharon Bakery serial anime Doraemon menunjukkan sebagai produk roti yang mengedepankan keaslian melalui budaya populer dan tradisional Jepang. Penanda dan petanda yang ada dalam kemasan yang menghadirkan mitos Jepang berupa kualitas premium, berkaitan dengan sesuatu yang menyehatkan, akuntabel, tren kekinian dan mengglobal yang memengaruhi imajinasi konsumen untuk memilih roti Sharon Bakery serial anime Doraemon.

Kata kunci: *Tanda Kejepangan, Semiologi, Penanda Dan Petanda, Kemasan, Roti Sharon Bakery*

PENDAHULUAN

Dewasa ini budaya mengemas suatu produk untuk menarik konsumen merupakan salah satu hal yang penting (Firdaus, 2021). Mulai dari pengemasan yang unik atau desain yang menarik, ditambah dengan kata-kata (Annisa, 2017), gambar dan juga dengan warna yang menarik pada kemasan dengan harapan itu semua akan menjadi daya jual produk dan menarik daya beli konsumen (Pulungan et al., 2019). Persaingan suatu produk kuliner selain dari rasa dan harga juga dari kemasannya, karena yang pertama dilihat adalah kemasan dengan daya tarik yang mengalihkan pandangan konsumen untuk membeli produk kuliner tersebut (Nugrahani, 2015). Kemasan produk akan berperan penting ketika produk masih berderet di etalase dengan produk lain sebagai pembeda antara produk satu dengan lainnya yang menjadikan daya jual produk dan daya beli konsumen bersaing (Sukanta, 2020).

Elliot dalam (Lusiana, 2018, p. 41).mengatakan bahwa pengaturan atas penggambaran (representasi) makanan memiliki implikasi kuat atas persepsi Lebih lanjut lagi Elliot menuliskan bahwa:

> *"Food packaging provides a rich text for analysis, for its surface and its contents are consumed: food "message" are digested both figuratively and literally. Anthropologist have long established food role in creating identity and status, establishing taste and defining cultural otherness."*
>
> "Kemasan makanan mengandung teks yang sangat banyak untuk dikaji. Tidak saja disantap secara kiasan tapi juga secara harfiah. Kemasan makanan apalagi jika menggambarkan isi produknya sebagai sesuatu yang „asing" atau „eksotis" merupakan suatu konsep nyata tentang mengkonsumsi „yang lain."

Presentasi kuliner secara visual pada kemasan telah terbukti memberikan pengaruh terhadap pembentukan rasa dan selera (Sudargo et al., 2018), ia dapat mengubah pilihan makanan seseorang, hingga merubah perilaku atau tindakan konsumsinya (Underwood dkk dalam (Lusiana, 2018, p. 42).

Penelitian kemasan produk cukup banyak hadir dalam ragam studi khususnya kajian budaya, karena itu, peneliti akan turut andil dengan penelitian mengenai kemasan dengan menjadikan produk kemasan roti Sharon Bakery serial doraemon sebagai objek dan data penelitian. Dalam kemasan produk Sharon Bakery menggunakan tokoh-tokoh animasi Doraemon untuk menarik konsumennya. Gejala ini menjadikan peneliti tertarik untuk menganalisis fenomena penanda kejepangan dalam kemasan produk Sharon Bakery serial Doraemon.

Representasi tanda kejepangan dalam suatu kemasan produk kuliner mengasumsikan adanya pengakuan budaya Jepang dalam tatanan sosial di masyarakat. Sebagaimana pandangan Lusiana (2018, pp. 20–24), yang menjelaskan gejala relasi kuasa dalam produk kemasan kejepangan menghasilkan ekspresi kualitas premium, menyehatkan, akuntabel, tren kekinian, dan mengglobal.

Lusiana juga mengaitkan tanda kejepangan dengan ideologi kapitalisme yang menghadirkan stereotip gaya hidup masyarakat dunia, serta sebagai perwujudan hegemoni atas penentuan keputusan hidup yang akan dipilih oleh konsumen (Sutiarso, 2011). Oleh karena itu, peneliti berasumsi bahwa kemasan produk roti Sharon Bakery serial Doraemon merupakan bagian dari praktik penandaan yang mempunyai lapisan makna di dalamnya yang memengaruhi perilaku konsumen. Berdasarkan keseluruhan fenomena yang telah dijelaskan, maka peneliti menggunakan pendekatan semiologi untuk menjelaskan cara kerja sistem penandaan dalam kemasan roti Sharon Bakery.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Menurut Moleong (2010, p. 6), penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dll. Secara holistik, dan dengan cara deskriptif analitis.

Pengertian dari metode deskriptif analitis menurut Sugiyono (2009, p. 29) adalah suatu metode yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data atau sampel yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum. Oleh karena itu, penelitian ini akan mendeskripsikan data dan analisis secara deskriptif berdasarkan teori semiologi Roland (Barthes, Roland. 2015. Nurhadi., Millah, A. Sihabul, 2015).

Pada tahap pengumpulan data, penulis menggunakan teknik simak, teknik catat, dan studi pustaka (Mahsun, 2013, p. 123). Adapun rincian penyajian data sebagai berikut;

1. Pada tahap ini penulis mengelompokkan data berdasarkan struktur kemasan yang dibagi oleh Sucipta, dkk (2017, pp. 26, 32, 35). Menurut Sucipta, dkk struktur kemasan terdiri dari warna, bentuk, merek atau logo, ilustrasi, tipografi dan tata letak. Struktur kemasan pada penelitian ini digunakan sebagai kerangka dalam menganalisis setiap hubungan penanda satu dengan lainnya yang terdapat pada kemasan roti Sharon Bakery.
2. Dari hasil pengelompokkan tersebut data dianalisis menggunakan teori semiologi Roland

Barthes untuk mendudukkan hubungan relasi antar penanda dalam kemasan, baik itu dari segi warna, bentuk, logo, ilustrasi, tipografi, dan tata letak.

3. Berdasarkan keenam struktur kemasan menurut Sucipta, dkk dalam penelitian ini struktur kemasan yang terdapat pada kemasan roti Sharon Bakery terdiri dari warna, ilustrasi, tipografi dan tata letak yang dianalisis menggunakan teori Barthes dalam (Barker, 2006, p. 74) untuk menganalisis hubungan penanda kejepangan dengan penanda lainnya pada kemasan roti Sharon Bakery sehingga memunculkan makna denotatif dan konotatif.
4. Selain itu juga dari hubungan makna penanda kejepangan dengan penanda lain dianalisis menggunakan teori *Linguistic Message* yang memunculkan dua fungsi kebahasaan berupa fungsi penambat (*anchorage*) dan fungsi pemancar (*relay*) untuk menemukan fungsi pesan kebahasaan dari penanda citra dan penanda teks pada kemasan roti Sharon Bakery yang terkandung dalam setiap penanda akan memunculkan suatu makna.
5. Dari hasil analisis semiologi tersebut akan dihubungkan dengan makna tanda kejepangan mempengaruhi perilaku konsumen berdasarkan hasil penelitian Lusiana yang dijadikan sebagai dasar makna penanda kejepangan. Seperti, "menghasilkan kualitas premium", "berkaitan dengan sesuatu yang menyehatkan", "akuntabel", "tren kekinian", dan "mengglobal".
6. Selain itu juga makna tanda kejepangan memengaruhi perilaku konsumen dianalisis menggunakan teori konsumen Simmel dan Paul Willis yang digunakan untuk menemukan penanda menghasilkan sebuah ekspresi konsumen yang terkait mimpi dan hasrat, identitas, dan komunikasi.

Penarikan Simpulan**,** merupakan tahap akhir dari sebuah penelitian. Setelah mendeskripsikan sesuai dengan rumusan masalah dapat ditarik kesimpulan sebagai akhir penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada kemasan roti Sharon Bakery serial anime Doraemon menggunakan gambar dan teks sebagai tanda kejepangan. Anime Doraemon merupakan salah satu anime Jepang yang amiliar di Indonesia. Anime Doraemon dibuat dan dikenalkan kepada masyarakat Jepang pada tahun 1970. Pengarangnya dikenal dengan sebutan Fujiko F. Fujio. Sedangkan di Indonesia anime Doraemon dikenal pertama kali lewat komik yang dicetak oleh PT. Elex Media Komputindo. Sekitar tahun 1990 baru kemudian menyusul versi anime atau film animasi yang ditayangkan oleh RCTI.

Tokoh-tokoh terkenal dalam serial anime Doraemon yaitu Doraemon, Nobita, Shizuka, Suneo dan Giant. Gambar tokoh-tokoh tersebut terdapat pada kemasan roti Sharon

Bakery serial anime Doraemon yaitu: gambar Doraemon terdapat pada kemasan roti jenis *dorayaki* rasa *azuki* spesial anime Doraemon dan *Steamed Cheese Cake* khusus serial anime Doraemon, sedangkan gambar Nobita, Shizuka, Suneo dan Giant terdapat pada kemasan jenis roti *Steamed Cheese Cake* varian *chocolate, strawberry, cookies & cream,* dan *banana* yang merupakan jenis roti khusus serial anime Doraemon.

Kemasan roti Sharon Bakery serial anime Doraemon dalam penelitian ini dibagi menjadi dua bagian yaitu, kemasan roti Sharon Bakery serial anime Doraemon jenis *dorayaki* dan kemasan roti Sharon Bakery serial anime Doraemon jenis *Steamed Cheese Cake.* Dalam analisisnya akan membahas relasi antara struktur kemasan yang berupa warna, teks, gambar dan tata letak dengan tanda kejepangan pada kemasan roti Sharon Bakery serial anime Doraemon. Analisis kemasan roti Sharon Bakery jenis *dorayaki* sebagai berikut;



Gambar 1. Analisis Kemasan Kue *Dorayaki* Serial Anime Doraemon

(*Http://Www.Sharonbakery.Com/*, n.d.)

Kue d*orayaki* di Jepang identik dengan warna cokelat dan merupakan makanan tradisional Jepang (*wagashi*) dengan selai kacang merah. Meski demikian kemasan pada kue *dorayaki* serial anime Doraemon ini tidak menggunakan warna cokelat melainkan warna kemasannya yang disesuaikan dengan warna tokoh Doraemon yang selalu identik dengan warna biru (Rejeki, 2011). Seperti pada skripsi saya ditemukan bahwasannya warna kemasan dipengaruhi oleh rasa kue Jepang, contohnya dalam kemasan roti *dorayaki original* menempatkan warna hijau pada kemasan sebagai representasi dari rasa *green tea.* Dengan begitu kemasan roti *dorayaki* serial anime Doraemon ini didominasi oleh warna biru. Warna yang dipengaruhi dari warna tokoh Doraemon (biru dan putih) memengaruhi warna di sekitarnya dan adanya warna putih dan warna biru terlihat seperti didominasi oleh warna biru. Oleh karena itu, ekspresi gambar yang ditampilkan, identitas kue *dorayaki* yang melekat pada tokoh Doraemon, disertai dengan paduan warna khas tokoh Doraemon,

menjadikan kemasan dan rotinya sebagai suatu yang padu dan mudah diidentifikasi sehingga menarik konsumen untuk membeli.

Kemasan memperlihatkan tokoh anime Doraemon yang sedang duduk santai memegang kue *dorayaki* dengan ekspresi wajah bahagia Doraemon akan memakan kue *dorayaki* kesukaannya dan terlihat menikmatinya. Jadi, memakan kue *dorayaki* akan terkesan bahagia seperti Doraemon. Ada keterkaitan antara gambar tokoh Doraemon dengan gambar kacang merah yaitu selain menggambarkan isi selai dari kue *dorayaki* juga memberikan ciri khas kue *dorayaki* Jepang sebagai makan tradisional Jepang yang berisi selai kacang merah.

Kemasan ini lebih menonjolkan budaya populer Jepang dengan menempatkan tokoh Doraemon dalam anime Doraemon yang menjadikan representasi budaya pop Jepang. Kemasan terkesan hidup karena menggunakan kemasan dengan perpaduan warna dan gambar sehingga menjadi pusat perhatian. Penggunaan citra tokoh Doraemon mendominasi pusat kemasan. Penggunaan warna biru pada kemasan, tokoh Doraemon dengan ekspresi tertawa terkesan bahagia ketika memakan kue *dorayaki* yang disesuaikan dengan aslinya pada anime Doraemon dan kemasan terlihat penuh dan kompleks saling berhubungan satu dengan yang lainnya.

Penekanan tidak hanya pada gambar, juga ditekankan pada penulisan teks bahasa Jepang yang juga mendominasi kemasan dan ber*highligt* untuk memperjelas fungsi teks pada kemasan. Penggunaan teks bahasa Jepang yang terdiri dari huruf hiragana-kanji dan romaji dengan ukuran yang beragam. Seperti teks bahasa Jepang, yaitu teks "*dorayaki"* ditulis dengan ukuran yang lebih besar dari teks「どら焼き」, kemudian teks "*oishii*" ditulis dengan ukuran lebih besar dari teks 「おいしい」. Perbedaan ukuran ini menunjukkan adanya penekan bahasa Jepang yang lebih pada ukuran yang lebih besar menjadikan konsumen untuk berasumsi bahwa produk kuliner ini produk Jepang yang dipasarkan di Indonesia atau memang dibuat oleh produsen Jepang. Padahal diketahui Roti Sharon Bakery merupakan produk lokal Indonesia yang memanfaatkan penanda kejepangan untuk menarik konsumen.

Penggunaan teks bahasa Jepang juga dijadikan sebagai penjelas rasa dari roti, seperti teks "*azuki*" yang berarti kacang merah dan diperjelas oleh gambar kacang merah walaupun tanpa adanya alih bahasa untuk memperjelas rasa, tetapi teks "*azuki*" dipertegas dengan tulisan berwarna merah yang menunjukkan rasa kacang merah dan berfungsi memperjelas rasa. Juga rasa *azuki* diperjelas oleh *layout* berwarna merah bertuliskan "*dorayaki*" yang

menggunakan warna dasar lingkaran berwarna merah sehingga terlihat penting dan seolah-olah tertuju langsung bahwa kue *dorayaki* ini rasa kacang merah. Oleh karena itu, pada kemasan ini produsen Sharon Bakery mengajak konsumen untuk menikmati budaya makanan tradisional Jepang melalui kue *dorayaki* yang berisi selai *azuki* atau kacang merah. Dengan begitu, konsumen akan semakin tertarik untuk mencobanya.

Penggunaan teks "*azuki*" sebagai penanda rasa menggunakan bahasa Jepang yang sebenarnya tidak akan diketahui artinya dan maksudnya oleh konsumen sehingga konsumen akan beranggapan tidak ada hubungannya dengan gambar kacang merah yang berada disampingnya, padahal sebenarnya "*azuki*" berarti kacang merah. Oleh karena itu, ketidaktahuan konsumen terhadap bahasa Jepang akan membuat konsumen penasaran dan membeli rotinya. Dalam hal ini produsen Sharon Bakery berusaha menjual rasa penasaran konsumen dan membeli ketidaktahuan konsumen terhadap bahasa Jepang melalui penggunaan penanda rasa pada kemasan, sehingga konsumen membeli dan mencoba seperti apa rasa *azuki* tersebut.

Selain itu juga, penggunaan *rounded rectangle* yang memberikan kesan sama seperti balon percakapan yang berisi teks bahasa Jepang dalam huruf romaji bertuliskan "*oishii*" dan dalam huruf hiragana 「お い しい」 dengan ukuran yang berbeda, "*oishii*" lebih besar dari pada 「お い し い」 berfungsi untuk memperjelas cara baca huruf hiragana 「おいしい」. Karena di Indonesia sendiri penggunakan kata "*oishii*" sudah dikenal oleh masyarakat luas karena kata "*oishii*" banyak digunakan pada kemasan makanan yang lain baik produk makanan Jepang ataupun produk makanan Indonesia. Fungsi *rounded rectangle* ini sama seperti fungsi balon percakapan seolah-olah berbicara kepada konsumen yang melihatnya "*Inilah kue dorayaki yang enak dan wajib mencobanya!*".

Sementara itu untuk penggunaan bahasa Inggris pada kemasan kue *dorayaki* serial anime Doraemon ini tidak banyak digunakan, karena didominasi oleh teks berbahasa Jepang. Teks bahasa Inggris digunakan pada bagian depan kemasan bertuliskan "*new*" berarti "*baru*" yang memberikan kesan bahwa kemasan serial anime Doraemon merupakan kemasan edisi baru atau baru dikeluarkan oleh produsen dan citra produk baru dipertegas dengan gradasi warna merah yang menjadikan tulisan "*new*" ber*highlight* terkesan penting. Juga pada kemasan bagian belakang, komposisi dan peringatan ditulis menggunakan bahasa Inggris dengan ukuran yang lebih kecil dibandingkan dengan tulisan berbahasa Jepang sehingga terkesan lebih menonjolkan citra Jepang pada kemasannya. Pada kemasan ini produsen menempatkan Jepang sebagai poin utama untuk menarik konsumen, baik dalam segi bahasa

maupun penempatan budaya, yaitu penggunaan bahasa Jepang dan ikon Jepang yang dikenal di Indonesia, seperti tokoh anime Doraemon.

Adapun penggunaan bahasa Indonesia pada kemasan ini hanya berfungsi sebagai penjelasan dari bagian komposisi, peringatan, himbauan, larangan dan saran penyimpanan dengan ukuran kecil sama seperti teks bahasa Inggris yang menjelaskan komposisi dan peringatan.

Fungsi kebahasaan (*linguistic message*) pada kemasan kue *dorayaki* serial anime Doraemon mempunyai dua fungsi kebahasaan, yaitu fungsi penambat (*anchorage*) dan fungsi pemancar (*relay*). Pada kemasan ini fungsi penambat (*anchorage*) mempunyai dua fungsi, yaitu **pertama** terletak pada teks berbahasa Jepang「どら焼き」dan "*dorayaki*" yang berfungsi sebagai penegas dari keberadaan gambar tokoh Doraemon yang sedang memakan *dorayaki* dan merupakan bagian dari tanda kejepangan yang populer di masyarakat Indonesia melalui penayangan anime Doraemon di salah satu stasiun televisi Indonesia. **Kedua** terletak pada teks bahasa Jepang dalam huruf romaji "*azuki*" yang berfungsi sebagai penjelas dari gambar kacang merah yang ditampilkan sebagai rasa dari roti. Sedangkan kata "a*zuki*" sendiri berarti "*kacang merah.*" Fungsi penambat (*anchorage*) pada kemasan menyajikan citra tokoh Doraemon untuk memperjelas suatu kultur atau budaya dari negara Jepang yang popularitas kulturnya sangat populer di Indonesia. Oleh karena itu, pada kemasan kue *dorayaki* serial anime Doraemon ini, teks bukan lagi sebagai penjelas dari gambar tetapi untuk menaturalkan pesan tersirat yang terkandung pada masing-masing penanda citra.

Selanjutnya fungsi pemancar (*relay*) pada kemasan ini kue *dorayaki* serial anime Doraemon, yaitu terletak pada teks「おいしい」"*oishii*" dalam *rounded rectangle* yang berfungsi sama seperti balon percakapan memperjelas secara keseluruhan pada kemasan yang memberikan citra enak ketika melihat kemasannya. Karena kata 「おいしい」"*oishii*" sendiri berarti "*enak*" dan terlihat seperti sedang berbicara kepada konsumen "*Kue dorayaki ini enak, wajib mencicipinya.*" Teks 「おいしい」"*oishii*" dengan keseluruhan kemasan saling melengkapi dan menyempurnakan untuk menarik perhatian konsumen dan mengajak konsumen mengkonsumsi kue *dorayaki* karena enak. Terlebih lagi semakin menarik kemasannya akan semakin menarik konsumen untuk membelinya, dan akan meningkatkan nilai jual kemasan dibandingkan dengan nilai jual isinya (makanannya). Karena konsumen ketika membeli suatu produk kuliner yang pertama kali dilihat adalah kemasan yang menarik dan membuat penasaran yang melihatnya.

Produsen Sharon Bakery dengan menghadirkan tanda kejepangan pada kemasan ini berharap bahwa konsumen tidak hanya mengkonsumsi rotinya tetapi juga merasakan kultur Jepang saat memakan rotinya, seperti melalui anime Doraemon konsumen mengetahui bagaimana bahagianya tokoh Doraemon ketika memakan *dorayaki*, begitu pula produsen mengharapkan rasa bahagia yang sama seperti tokoh Doraemon ketika konsumen memakannya.

Produsen dalam memengaruhi konsumen melalui pandangan pertama. Dimulai dari melihat perpaduan warna kemasan yang menarik, menempatkan sesuatu yang sedang *booming* atau populer di masyarakat pada kemasannya, sehingga konsumen terfokus, penasaran dan pada akhirnya membeli. Jika sesuai dengan harapan konsumen, konsumen akan terus-menerus mengkonsumsinya atau menjadi kebutuhan utama. Dengan produsen berhasil menempatkan desain kemasan yang menarik pada pandangan pertama. Nilai jual produk dimulai dari kemenarikan kemasan untuk meningkatkan nilai beli konsumen.

Selanjutnya analisis kemasan roti Sharon Bakery serial anime Doraemon roti jenis *Steamed Cheese Cake* serial anime Doraemon adalah sebagai berikut;



Gambar 2. Analisis Roti Steamed Cheese Cake Seria Anime Doraemon

(*Http://Www.Sharonbakery.Com/*, n.d.)

Kemasan gambar 2 merupakan roti jenis *Steamed Cheese Cake* yang juga edisi khusus serial anime Doraemon. Warna *pink* pada gambar 2.1 disesuaikan dengan warna *pink* pakaian yang dipakai oleh karakter tokoh Shizuka. Kemasan gambar 2.1 memperlihatkan tokoh anime Shizuka yang sedang duduk santai manis yang terlihat feminim sebagai tokoh anime perempuan yang cantik ditambah dengan ekspresi wajah tertawa dengan tangan kanan terbuka dan terangkat seperti sedang menawarkan roti Sharon Bakery jenis *Steamed Cheese Cake Strawberry* kepada orang yang melihatnya. Kemudian ditambah lagi dengan warna

pakaian yang dipakai Shizuka dengan warna *pink* lebih memperlihatkan lagi sisi kefeminimannya, warna *pink* yang lebih *soft* dan warna ungu muda dipadupadankan dengan warna latar kemasan dengan warna *pink* yang lebih terang dan menempatkan warna ungu sebagai latar tulisan dan terlihat sangat serasi, menggugah rasa enak yang terpancar dari rotinya.

Citra yang tergambar pada kemasan gambar 2.1 memberikan kesan lembut dan feminim yang membuat kesan terhadap rotinya pun seperti gambaran tokoh anime Shizuka tersebut. Berbeda dengan tokoh Doraemon pada gambar 1 yang identik dengan isi rotinya, yaitu kue *Dorayaki*. Tokoh Shizuka tidak terkait sama sekali dengan isi produk makanan. Oleh karena itu, paduan warna, karakternya dan posisi tubuhnya yang feminin, berperan sebagai penanda produk Jepang. Sebagaimana yang telah diketahui oleh pembeli dengan karakter Shizuka yang feminin. Dalam bahasa Jepang "*shizuka*" dapat diartikan sebagai diam. Dalam kemasan itu, kesan diam dan femininitas itu masih dicitrakan atau ditampilkan.

Selanjutnya penggunaan warna biru pada gambar 2.2, yaitu penyesuaian dengan warna pakaian yang dipakai karakter tokoh Suneo. Kemasan gambar 2.2 memperlihatkan tokoh Suneo yang berdiri tegak dengan sebelah kaki terlipat yang menjadikan kesan terlihat lebih santai, malas dan kemudian tangan sebelah kanan terangkat seperti sedang menawarkan sesuatu, sedangkan tangan sebelah kirinya terlipat ke belakang badan dan mulutnya yang terbuka dengan wajah ceria. Dari keseluruhan *gesture* tubuh tokoh anime Suneo tersebut terlihat dengan santai tokoh Suneo seperti mengatakan kalimat "*Inilah keju kue kukus rasa cookies – cream*". Kemudian warna mendukung kehadiran tokoh Suneo pada kemasan dengan memadukan warna pakaian biru muda dengan warna kemasan biru tua akan terlihat serasi dan memberikan kesan tenang dan santai.

Tokoh Suneo pada gambar tidak ada kaitannya dengan produk makanan. Tetapi, citra yang tergambar dari perpaduan *gesture* tubuh tokoh anime Suneo adalah sikap yang *relax* atau santai. Karakter tokoh Suneo yang *relax* masih ditampilkan pada gambar sesuai dengan karakter tokoh Suneo pada anime Doraemon.

Sementara itu, penggunaan warna kuning pada gambar 2.3, yaitu penyesuaian warna dengan pakaian yang dipakai karakter tokoh Giant. Tokoh anime Giant pada gambar 2.3 berdiri dengan gagah, bertubuh besar dan semangat berkobar ditambah ekspresi wajah ceria, mulut terbuka seperti berteriak "*Ayooo beli kue kukus keju rasa pisang ini*", kedua tangan mengepal dengan salah satunya terangkat ke atas, dan sebelah kaki terangkat dengan ekspresi keseluruhan menampilkan kesan semangat dan kesan semangat itu dipadukan

dengan warna pakaiannya kuning dan cokelat menggambarkan semangatnya yang terpancar. Kemudian kesan dari tokoh Giant juga tergambar pada kemasan dengan dukungan warna yang sama dengan warna pakaian Giant dan memberikan kesan semangat pada rotinya.

Tokoh Giant pada gambar tidak ada keterkaitannya dengan isi produk makanan. Tetapi tokoh Giant yang bersemangat, karakternya yang pantang menyerah sebagaimana karakternya dalam anime dan perpaduan warna, dijadikan sebagai penanda produk Jepang. Jadi, sebagaimana yang telah diketahui oleh konsumen bahwa karakter Giant selalu bersemangat. Dalam bahasa Inggris kata "*giant*" berarti raksasa. Pada kemasan itu, kesan raksasa atau bertubuh besar dan bersemangat masih ditampilkan secara utuh sesuai dengan karakter aslinya pada anime Doraemon.

Berikutnya penggunaan warna cokelat pada gambar 2.4 tidak merujuk pada karakter Nobita, melainkan pada rasa cokelat rotinya. Warna cokelat tersebut kemudian dipaksakan masuk pada karakter Nobita seperti terlihat pada bagian kakinya yang diberi warna cokelat. Tidak seperti pada kemasan serial khusus Doraemon lainnya, warna merujuk pada pakaian atau celana masing-masing karakter. Sedangkan warna kaki Nobita dengan warna tangan dan wajahnya berbeda, seharusnya warna kaki Nobita disesuaikan dengan warna tangan dan wajah Nobita. Gejala ini menunjukkan pemaksaan penanda kejepangan dalam produk roti Sharon Bakery.

Kemasan gambar 2.4 memperlihatkan tokoh anime Nobita berdiri tegak, salah satu tangan mengepal dan satunya lagi terbuka seperti isyarat memberitahukan dan ditambah wajah ceria dengan mulut terbuka seperti sedang meneriakkan "*Inilah kue keju kukus rasa cokelat.*" sesuai dengan warna dasar kemasan cokelat yang menggambar rasanya, seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya pada bagian warna. Sebagaimana warna cokelat tersebut kemudian dipaksakan masuk pada karakter tokoh Nobita seperti terlihat pada bagian kakinya yang diberi warna cokelat. Seharusnya warna kaki tokoh Nobita dengan warna tangan dan wajahnya berbeda, warna kaki disesuaikan dengan warna tangan dan wajah tokoh Nobita.
Gejala yang berbeda juga ditampilkan pada penggunaan warna pada kemasan gambar 2.5 adanya ketidaksesuaian dengan warna dari karakter tokoh Doraemon yang warna biru, sedangkan warna dominan pada kemasan adalah warna *cream*. Selain itu, warna *cream* ini juga tidak merujuk pada roti rasa keju. Meski demikian kemasan ini, masih terlihat padu dengan produknya, tidak seperti pada gambar 2.4.

Kemasan gambar 2.5 memperlihatkan tokoh Doraemon dengan mulut terbuka lebar, wajah sangat cerita, kaki melompat dan kedua tangan diangkat ke atas terlihat kesan yang

tergambar sangat bahagia. Kemudian warna biru yang mencolok dari warna dasar kemasan warna *cream* akan menonjolkan gambar tokoh Doraemon yang menjadi penekanan rasa bahagia yang dirasakan oleh tokoh Doraemon. Secara tidak langsung kesan pada kemasan dan roti di dalamnya ikut terpengaruhi rasa bahagia, sehingga orang yang memakannya pun akan bahagia seperti tokoh Doraemon.

Penempatan tokoh Doraemon pada kemasan tidak ada keterkaitan dengan produk makanan, tetapi warna dan karakternya menjadi penanda produk Jepang. Tokoh Doraemon dicitrakan kembali sesuai dengan tokoh Doraemon pada anime Doraemon.

Steamed cheese cake serial anime Doraemon terpusat pada gambarnya yaitu, tokoh-tokoh serial anime Doraemon. Sedangkan teks pada kemasan gambar 2 ditulis kecil karena pada kemasan terdapat representasi tanda kejepangan. Kemudian teks bahasa Inggris pada kemasan gambar 2 ditulis lebih besar, terlihat kaku dan *bold* yang berfungsi menyeimbangkan antara teks bahasa Inggris dengan gambar tanda kejepangan. Dan yang terakhir penulisan teks bahasa Indonesia sebagai arti dari teks bahasa Inggris pada kemasan gambar 2 dipertegas dengan teks yang ber*highlight* dan ukuran yang lebih besar dari pada teks bahasa Indonesia. Sedangkan pada kemasan gambar 2 tidak terdapat gambar rasa sehingga diperjelas dengan tulisan bahasa Indonesia dan ber*highligt. Steamed Cheese Cake* serial anime Doraemon terpusat tepat pada tengah-tengah kemasan dengan teks huruf kapital besar yaitu teks berbahasa Inggris. Selain itu, gambar karakter anime serial Doraemon pun dijadikan sebagai titik fokus menjadi citra utama yang diikuti oleh tipografi sebagai bagian dari citra.

Penempatan citra serial anime Doraemon pada bagian samping teks dengan ukuran citra yang besar bahkan lebih besar dari teks memberikan kesan bahwa produk roti ini merupakan produk roti Jepang atau produsen Indonesia yang bekerja sama dengan produsen Jepang. Dilihat dari keseluruhan kemasan pada gambar 2, ekspresi dari setiap karakter anime Doraemon itu dengan ekspresi bahagia, senang, seperti sedang menyapa ramah konsumen yang dilihatnya, "*Hallo inilah produk roti enak, wajib mencobanya!*" dan ekspresi itu memberikan kesan tersirat enak dari setiap produk rotinya. Konsumen jika disapa dengan ramah, baik, dan wajah ceria akan tertarik untuk melihat sampai akhirnya membeli.

Apalagi serial anime Doraemon sangat populer di Indonesia baik di kalangan remaja maupun orang tua dan terutama dikalangan anak-anak. Dengan terus menerusnya pemutaran serial anime Doraemon di televisi membuat popularitasnya pun ikut naik lebih cepat dan mudah diingat dikalangan masyarakat. Oleh sebab itu, produsen Sharon Bakery

memanfaatkan keuntungan dari kepopularitasan serial anime Doraemon dengan mengemas produk rotinya dengan kemasan spesial serial anime Doraemon, kemasan dibuat semenarik mungkin tanpa merubah kesan budaya dari negara Jepang pada serial anime Doraemon dan penempatannya pun apik untuk menarik minat beli konsumen dan meningkatkan daya jual produsen.

Penempatan citra serial anime Doraemon pada kemasan gambar 2 memberikan dukungan lebih terhadap penulisan teks berbahasa Jepang seperti 「蒸しチーズケーキバナナ」yang ditulis kecil. Dengan adanya citra tersebut poin utama dari teks berbahasa Inggris bertuliskan "*Steamed Cheese Cake*" akan berpindah pada citra serial anime Doraemon sebagai pendukung dari teks bahasa Jepang yang ditulis kecil seperti 「蒸しチーズケーキバナナ」dibaca "*mushi chiizu keeki banana*" berarti "*kue keju kukus rasa pisang*" yang akan merubah sasaran fokus konsumen menjadi citra serial anime Doraemon dan menjadikan tipografi hanya sebagai pendukung pada kemasan.

Sedangkan penggunaan bahasa Indonesia sebagai teks penerjemah dari teks bahasa Inggris seperti "*Steamed Cheese Cake Banana*" dan teks bahasa Jepang seperti 「蒸しチーズケーキバナナ」dengan penulisan teks bahasa Indonesia seperti "*kue keju kukus rasa pisang*" ber*highlight* membuat teks bahasa Indonesia tidak kalah penting dari teks bahasa Inggris. Teks bahasa Inggris juga digunakan untuk menjelaskan rasa yang ditulis dengan *highlight* dan ditulis berurutan dengan teks bahasa Indonesia. Seperti, "*banana kue keju kukus rasa pisang*", berfungsi untuk mempertegas bahwa produk roti ini rasa pisang. Karena pada kemasan serial anime Doraemon ini rasa roti tidak digambarkan dengan gambar rasa yang utuh sehingga tidak menempatkan gambar rasa pada kemasannya. Tetapi hanya dituliskan dalam bentuk teks dan pengaruh warna kemasan yang disesuaikan dengan masing-masing rasa roti seperti menggunakan warna cokelat untuk *steamed cheese cake* rasa cokelat.

Banana ditulis dalam bahasa Inggris ber*highlight* adalah untuk menjadi persamaan dengan kata "*pisang*" ditulis 「バナナ」dalam teks berbahasa Jepang. Begitu juga dalam teks bahasa Indonesia ditulis "*rasa pisang*". Ketiganya berhubungan dengan makna yang sama dan berfungsi untuk saling menjelaskan antara satu dengan yang lainnya.

Terdapat perbedaan dengan kue *dorayaki* pada kemasan gambar 1, yaitu rasa enak pada kemasan gambar 1 digambarkan dengan tulisan bahasa Jepang "*oishii*" yang berarti "*enak*". Sedangkan pada kemasan gambar 2 rasa enak yang ditampilkan pada kemasan bukan dengan tulisan "*oishii*" yang berarti "*enak*" tetapi dengan ekspresi ramah dan bahagia yang tersirat

dari setiap gambar tokoh serial anime Doraemon yang terdapat pada setiap kemasan sehingga memberikan kesan enak bagi yang melihatnya.

Dari keseluruhan gejala yang ada pada gambar 2 menjadikan citra sebagai fokus utama dan tipografi sebagai pendamping citra. Sehingga menjadikan konsumen tidak hanya akan mengkonsumsi produk rotinya saja, tetapi akan merasakan citra yang menjadi fokus utama dan tersurat pada kemasan dengan diwakili kesan tersirat pada setiap karakter anime Doraemon, seperti keterkaitan citra yang satu dengan yang lainnya. Bahwasannya penempatan setiap tokoh-tokoh Doraemon pada kemasan tidak ada keterkaitan dengan produk makanan, tetapi warna dan karakternya menjadi penanda produk Jepang. Karakter masing-masing tokoh Doraemon dicitrakan kembali sesuai dengan karakter masing-masing tokoh Doraemon pada anime Doraemon.

Selain itu, setiap penulisan komposisi, peringatan ditulis dalam bahasa Indonesia dengan ukuran kecil sehingga memerlukan ketelitian dalam membacanya. Oleh sebab itu teks bahasa Indonesia tidak dijadikan sebagai fokus utama konsumen pada kemasan, tetapi dijadikan penjelasan mengenai produk. Kemasan gambar 2 ini memiliki tata letak yang sama, dimulai dari merek, tulisan Doraemon yang seperti sebuah logo sebagai penanda bahwa produk merupakan produk serial anime Doraemon, citra setiap tokoh anime Doraemon yang dikemas sesuai dengan yang ada pada anime Doraemon, nama jenis produk dalam tiga bahasa yaitu bahasa Jepang, bahasa Inggris dan bahasa Indonesia, komposisi, logo halal, barcode produk, peringatan, alamat perusahaan dan BPOM produk.

Fungsi kebahasaan (*Linguistic Message*) pada gambar 2, yaitu dengan adanya citra dan teks dengan lebih menonjolkan citra yang akan lebih memperlihatkan fungsi penambat (*anchorage*) yang berfungsi untuk mengikat, mengkonotasikan citra dengan penanda-penanda lainnya. Menyajikan citra serial anime Doraemon pada gambar 2 berfungsi untuk menampilkan suatu kultur atau budaya dari negara Jepang yang popularitas kultur tersebut sangat populer di Indonesia. Oleh karena itu, pada kemasan gambar 2 teks bukan untuk menduplikasi citra atau sebaliknya tetapi untuk menegaskan makna konotasi dari citra. Teks bukan lagi sebagai penjelas gambar tetapi sebagai penegas bahwa dengan adanya gambar serial anime Doraemon akan meyakinkan konsumen bahwa produk roti ini merupakan produk Jepang dan dilengkapi dengan keberadaan teks berbahasa Jepang.

Produsen menempatkan citra serial anime Doraemon pada kemasan dengan perpaduan warna utama kemasan dengan karakter masing-masing tokoh anime Doraemon menjadi pusat perhatian juga selain membuat menarik kemasan, akan menarik konsumen

untuk membelinya. Pada kemasan gambar 2 selain rasa yang dijual juga menawarkan budaya Jepang karena keterkenalan serial anime Doraemon di Indonesia sehingga dijadikan sebagai media jual di masyarakat. Produsen berusaha memengaruhi konsumen yang tidak memahami bahasa asing dengan kehadiran gambar dan meyakinkannya dengan keberadaan bahasa Jepang pada kemasan walaupun ditulis kecil tetapi dengan adanya gambar serial anime Doraemon di sampingnya yang merupakan anime Jepang akan memberikan imaji terhadap teks yang kecil menjadi besar, sehingga konsumen akan beranggapan bahwa produk roti ini merupakan produk roti dari Jepang.

Produsen Sharon Bakery dengan menghadirkan tanda kejepangan pada kemasan dengan harapan konsumen membeli rotinya. Produsen tidak hanya menjual rotinya tetapi juga menjual budaya Jepang melalui Jepang yang dihadirkan pada kemasan seperti disajikan berupa gambar serial anime Doraemon. Penempatan setiap tokoh Doraemon pada kemasan tidak ada keterkaitan dengan produk makanan, tetapi warna dan karakternya menjadi penanda produk Jepang yang akan membuat konsumen tertarik untuk membelinya. Keseluruhan sistem penandaan yang terdapat pada gambar 2 direpetisi pada 5 jenis roti *Steamed Cheese Cake* serial anime Doraemon lainnya, yaitu pada gambar sebagai tanda kejepangan, fungsi kebahasaan dan tata letak yang disajikan dengan apik dan menarik.

Sebagaimana hasil analisis struktur kemasan roti Sharon Bakery serial anime Doraemon yang menghasilkan relasi tanda kejepangan dengan keseluruhan penanda pada kemasan. Selanjutnya bagaimana makna tanda kejepangan pada kemasan roti Sharon Bakery memengaruhi perilaku konsumen, dikaitkan dengan hasil penelitian Lusiana dalam jurnalnya "*Makna di balik produk kuliner berbahasa Jepang: Suatu relasi kuasa*" yang menghasilkan kesimpulan bahwa makna konotatif yang hadir dalam tulisan Jepang dikelompokkan dalam lima kelompok, yaitu kualitas premium, berkaitan dengan sesuatu yang menyehatkan, akuntabel, tren kekinian dan mengglobal.

Pertama, penanda kejepangan yang terkait dengan kualitas premium. Premium yang ditunjukkan Lusiana pada jurnalnya adalah premium yang bersifat original atau keaslian. Keaslian dalam roti Sharon Bakery direpresentasikan dengan ciri khas kejepangan, seperti menghadirkan rasa khas makanan tradisional Jepang seperti Dorayaki; gambar yang terkait dengan kebudayaan populer Jepang seperti serial anime Doraemon; dan penggunaan tulisan Jepang untuk menunjukkan keaslian.

Kemasan roti Sharon Bakery dikaitkan dengan rasa khas makanan Jepang, menjadi salah satu elemen untuk merepresentasikan keaslian Jepang. Seperti menghadirkan roti

dorayaki dengan rasa khas Jepang rasa *azuki.* Selain itu, ditambahkan balon percakapan yang bertuliskan "「おいしい」*oishii*" untuk menimbulkan kesan khas asli rasa makanan Jepang. Premium atau keaslian Jepang, juga dihadirkan dengan kebudayaan Jepang dalam bentuk gambar budaya populer Jepang yaitu gambar tokoh-tokoh anime Doraemon seperti tokoh Doraemon, Shizuka, Suneo, Giant, dan Nobita. Serial anime Doraemon sudah menjadi kejepangan yang populer di Indonesia. Popularitas serial anime Doraemon dimanfaatkan untuk menunjukkan bahwa terdapat relasi antara roti yang dijual dengan identitas kejepangan yang asli atau premium.

Tulisan pada kemasan juga berperan untuk merepresentasikan keaslian Jepang. Tulisan Jepang berfungsi sebagai alih bahasa dari bahasa Inggris dan bahasa Indonesia atau sebaliknya. Bahasa Jepang hadir sebagai nama dari produk seperti,「蒸しバナナチーズケーキ」, tulisan ini kemudian diikuti alihbahasa Inggris dan bahasa Indonesia. Keberadaan tulisan bahasa Jepang ini, kemungkinan besar tidak mampu dibaca oleh konsumennya yang tidak mampu membaca tulisan Jepang. Akan tetapi, di satu sisi menegaskan keaslian Jepang, atau bagian dari produk Jepang.

Keaslian pada roti Sharon Bakery serial anime Doraemon direpresentasikan dengan ciri khas kejepangan, seperti menghadirkan tradisional Jepang melalui rasa khas makanan tradisional Jepang, gambar yang terkait dengan kebudayaan Jepang, dan tulisan yang merepresentasikan Jepang sehingga menghadirkan ciri khas Jepang. Oleh karena itu, menghadirkan ciri khas Jepang pada kemasan roti Sharon Bakery serial anime Doraemon memengaruhi konsumsi konsumen terhadap roti Sharon Bakery. Kemasan roti Sharon Bakery serial anime Doraemon menghadirkan kejepangan sehingga memberikan imajinasi kepada konsumen bahwasannya produk tersebut merupakan produk asli Jepang. Ciri khas Jepang memberikan dampak terhadap perilaku konsumen mengkonsumsi produk Jepang yang asli dan premium.

Kedua, penanda kejepangan yang terkait dengan sesuatu yang menyehatkan. Sesuatu yang menyehatkan ditunjukkan Lusiana pada jurnalnya adalah imaji tentang jepang itu menyehatkan. Sehat dalam roti Sharon Bakery serial anime Doraemon direpresentasikan melalui gambar dan tulisan, sebagaimana pula pada analisis sebelumnya. keaslian atau premium secara tidak langsung menunjukkan bahwa produk Jepang merujuk kualitas yang menyehatkan.

Pada dasarnya tidak ada penanda langsung yang menunjukkan sesuatu yang menyehatkan. Meski demikian imaji tersebut dapat hadir melalui, imaji tentang jepang sebagai negara

modern, negara yang bersih dan sehat. Karena itu, dengan sadar Sharon Bakery memanfaatkan penanda kejepangan dalam kemasannya, sebab Jepang memiliki lapisan pemaknaan yang berlapis.

Ketiga, penanda kejepangan yang terkait dengan suatu produk yang akuntabel. Produk yang akuntabel ditunjukkan Lusiana pada jurnalnya adalah citra terpercaya. Akuntabel dalam roti Sharon Bakery serial anime Doraemon direpresentasikan dengan gambar dan tulisan. Sebagaimana pula pada analisis sebelumnya keaslian atau premium secara tidak langsung menunjukkan bahwa produk Jepang merujuk pada kualitas yang menyehatkan dan terpercaya. Begitu pula dengan tulisan yang merepresentasikan akuntabel seperti menghadirkan gambar dan teks yang berkaitan dengan Jepang, seperti pada jenis kue *dorayaki* mengkomunikasikan kemasan dengan konsumennya sehingga memberikan imaji bahwa orang Jepang pun mengkonsumsi roti Sharon Bakery serial anime Doraemon, sehingga menumbuhkan kepercayaan di masyarakat untuk membeli dan mengkonsumsinya. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa produk roti Sharon Bakery merupakan produk yang akuntabel atau dapat dipercaya.

Keempat, penanda kejepangan yang terkait dengan tren kekinian. Tren kekinian yang ditunjukkan Lusiana pada jurnalnya adalah produk yang menimbulkan citra unik, berbeda dan trendi. Kekinian dalam roti Sharon Bakery direpresentasikan dengan ciri khas kejepangan, seperti menghadirkan kepopuleran Jepang serta tulisan Jepang yang keaslian atau premium secara tidak langsung menunjukkan bahwa produk Jepang merujuk pada kualitas yang menyehatkan dan terpercaya .

Kepopuleran Jepang direpresentasikan pada kemasan melalui serial anime Doraemon dan tulisan berbahasa Jepang. Kepopuleran Jepang melalui serial anime dengan terus ditayangkannya serial anime Doraemon sampai sekarang dan banyak digemari oleh masyarakat sehingga serial anime Doraemon menjadi salah satu tren kekinian yang terus ada di masyarakat Indonesia.

Penggunaan tulisan Jepang pada roti Sharon Bakery yang mana tulisan Jepang jauh berbeda dalam hal bentuknya atau pun penulisannya dengan tulisan bahasa Indonesia ataupun bahasa Inggris, tulisan atau huruf Jepang, seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya pada bagian analisis tipografi bahwasannya jenis huruf Jepang terdiri dari huruf *hiragana* (huruf asli Jepang untuk menuliskan kosakata asli bahasa Jepang), huruf *katakana* (huruf Jepang untuk menuliskan kosakata serapan dari bahasa asing) serta huruf *kanji* (huruf yang berasal dari Cina). Pada kemasan roti Sharon Bakery ini penggunaan huruf bahasa Jepang

sangat ditampilkan baik berupa huruf hiragana, katakana, maupun kanji dan bahkan romaji. Seperti pada alih bahasa nama jenis roti (seperti: 蒸しバナナチーズケーキ、どら焼き dan lainnya), pada balon percakapan (seperti: おいしい *oishii*) dan nama rasa roti (seperti: *azuki*).

Penggunaan huruf Jepang dan bahasa Jepang pada kemasan roti Sharon Bakery menjadikan roti terlihat lebih unik, menarik dan berbeda dari produk yang lainnya sehingga memperlihatkan keaslian dari Jepang yang menghadirkan citra kekinian.

Tren kekinian dihadirkan melalui anime Doraemon, tulisan berbahasa Jepang yang secara tidak langsung diasumsikan merujuk pada kualitas trendi sehingga memengaruhi imajinasi dan perilaku konsumen untuk mengkonsumsinya.

Kelima, penanda kejepangan yang mengglobal. Global yang ditunjukkan Lusiana pada jurnalnya adalah menghadirkan citra produk yang mengglobal. Mengglobal dalam roti Sharon Bakery serial anime Doraemon direpresentasikan dengan bahasa. Sebagaimana yang sudah dibahas sebelumnya, trendi identik dengan mengglobal.

Bahasa yang digunakan pada kemasan menggunakan tiga bahasa yaitu, bahasa Jepang, bahasa Inggris dan bahasa Indonesia, baik berupa kata maupun kalimat melalui penulisan nama produk, deskripsi produk, dan slogan. Bahasa Jepang hadir sebagai nama produk seperti「蒸しチョコチーズケーキ」yang kemudian dialihbahasakan dalam bahasa Inggris "*Steamed Chocolate Cheese Cake*" dan bahasa Indonesia "*Kue Keju Kukus Rasa Cokelat*". Sedangkan deskripsi produk pada kemasan, seperti pada komposisi dan peringatan yang menggunakan bahasa Inggris dan bahasa Indonesia.

Penggunaan bahasa asing bahasa Jepang dan bahasa Inggris tersebut mencitrakan produk roti Sharon Bakery seria anime Doraemon mengglobal atau mendunia. Oleh karena itu, konsumen yang mengkonsumsinya menjadi bagian dari globalisasi masyarakat yang mengikuti tren. Kemasan roti Sharon Bakery serial anime Doraemon memanfaatkan kepopuleran Jepang di Indonesia menjadikan produsen Sharon Bakery menggunakan bahasa atau tulisan Jepang dan gambar-gambar yang berkaitan dengan Jepang atau gambar kejepangan pada kemasannya untuk mengglobalisasikan produknya. Dengan mengglobalnya roti tersebut, konsumen di Indonesia bisa merasakan produk kuliner tanpa harus pergi berkunjung ke Jepang untuk merasakan dan menikmatinya. Karena Jepang sudah dituangkan pada isi maupun desain kemasannya. Oleh karena itu, dengan mengkonsumsi roti Sharon Bakery menimbulkan imaji bahwa masyarakat yang mengkonsumsinya tidak ketinggalan zaman atau bisa mengikuti tren kekinian.

Produk roti Sharon Bakery serial anime Doraemon merupakan produk yang mengedepankan keaslian dengan memunculkan budaya populer melalui serial anime Doraemon. Dengan begitu memunculkan kepercayaan konsumen untuk membeli dan mengkonsumsi produk roti Sharon Bakery serial anime Doraemon.

KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan data yang telah didapatkan dan diolah dengan menggunakan teori Roland Barthes yang dikaitkan dengan hasil penelitian Lusiana. Dari hasil pembahasan tersebut, diperoleh simpulan bahwa analisis relasi penanda kejepangan dalam kemasan terdiri atas warna, ilustrasi, dan tipografi. Analisis warna disesuaikan dengan penanda kejepangan seperti pada tokoh-tokoh serial anime Doraemon. Analisis ilustrasi atau gambar-gambar yang merujuk pada kemasan sebagai penanda keaslian Jepang sebagai budaya populer Jepang seperti penanda kejepangan serial anime Doraemon. Sedangkan analisis tipografi atau tulisan Jepang pada kemasan berkontribusi untuk konsumen membayangkan keaslian produk Jepang dengan penggunaan bahasa Jepang yang dominan pada kemasan. Keseluruhan analisis relasi penanda pada struktur kemasan pada kemasan roti Sharon Bakery serial anime Doraemon itu menekankan Jepang sebagai, produk yang mengedepankan keaslian dengan kepopuleran budaya populer Jepang melalui penempatan penanda kejepangan pada kemasan roti Sharon Bakery serial anime Doraemon. Kemudian makna tanda kejepangan pada kemasan roti Sharon Bakery serial anime Doraemon memengaruhi perilaku konsumen dengan cara menghadirkan mitos Jepang sebagai, produk yang mengedepankan keaslian melalui budaya populer dan tradisional Jepang. Oleh karena itu, penanda dan petanda yang ada dalam kemasan berperan memengaruhi imajinasi konsumen untuk memilih roti Sharon Bakery serial anime Doraemon.

REFERENSI

Annisa, R. Z. S. (2017). Usulan Desain Kemasan Produk Asam Jawa dengan Menggunakan Metode Kansei Engineering. *Jurnal Teknik Industri UNISI*, *1*(1), 20–21.

Barker, Chris. . (2006). *Cultural Studies: Teori & Praktik. Nurhadi, penerjemah. Terjemahan dari: Cultural Studies, Theory and Practice.* Yogyakarta (ID): Kreasi Wacana.

Barthes, Roland. 2015. Nurhadi., Millah, A. Sihabul. (2015). *Mitologi.Terjemahan dari: Mythologies.* Yogyakarta (ID): Kreasi Wacana.

Firdaus, A. M. (2021). Efektivitas Instagram sebagai Media Promosi Produk Olahan Pertanian Kopi di Rumah Kopi Sunda Hejo. *Jurnal Sains Komunikasi Dan Pengembangan Masyarakat [JSKPM]*, *5*(6), 895–907. *http://www.Sharonbakery.com/*. (n.d.).

Lusiana, Yusida. (2018). Japanese Hegemoni in the World of Culinary Business. *International Conference of Japanese Language Education (ICoJLE)*, *19-20 October*, 40–50.

Mahsun, M. S. (2013). *Metode Penelitian Bahasa: Tahapan strategi, metode dan tekniknya.* Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Moleong, L. J. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif.* Bandung: PT Remaja.

Nugrahani, R. (2015). Peran desain grafis pada label dan kemasan produk makanan umkm. *Imajinasi: Jurnal Seni*, *9*(2), 127–136.

Pulungan, M. H., Hastari, L. D., & Dewi, I. A. (2019). Perbaikan desain kemasan produk biskuit brownies menggunakan metode quality function deployment (QFD). *Teknotan: Jurnal Industri Teknologi Pertanian*, *13*(2), 39–46.

Rejeki, S. (2011). *Pengenalan Tokoh Punakawan Sejak Dini pada Anak-Anak TK melalui Media Cerita Bergambar*.

Sucipta, Dkk. (2017). *Pengemasan Pangan-Kajian Pengemasan yang Aman, Nyaman, Efektif dan Efisien.* Denpasar: Udayana University Press.

Sudargo, T., Kusmayanti, N. A., & Hidayati, N. L. (2018). *Defisiensi Yodium, Zat Besi, dan Kecerdasan*. UGM PRESS.

Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sukanta, T. (2020). Analisis Strategi Bersaing dan Strategi Bertahan pada Industri Mikro dan Kecil Panganan Keripik Kemasan di Kecamatan Coblong Kota Bandung Jawa Barat Tahun 2020 Ditengah Situasi Sulit Penyebaran Pandemi COVID-19. *JSMA (Jurnal Sains Manajemen Dan Akuntansi)*, *12*(1), 37–53.

Sutiarso, C. (2011). *Pelaksanaan Putusan Arbitrase dalam Sengketa Binis*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.