

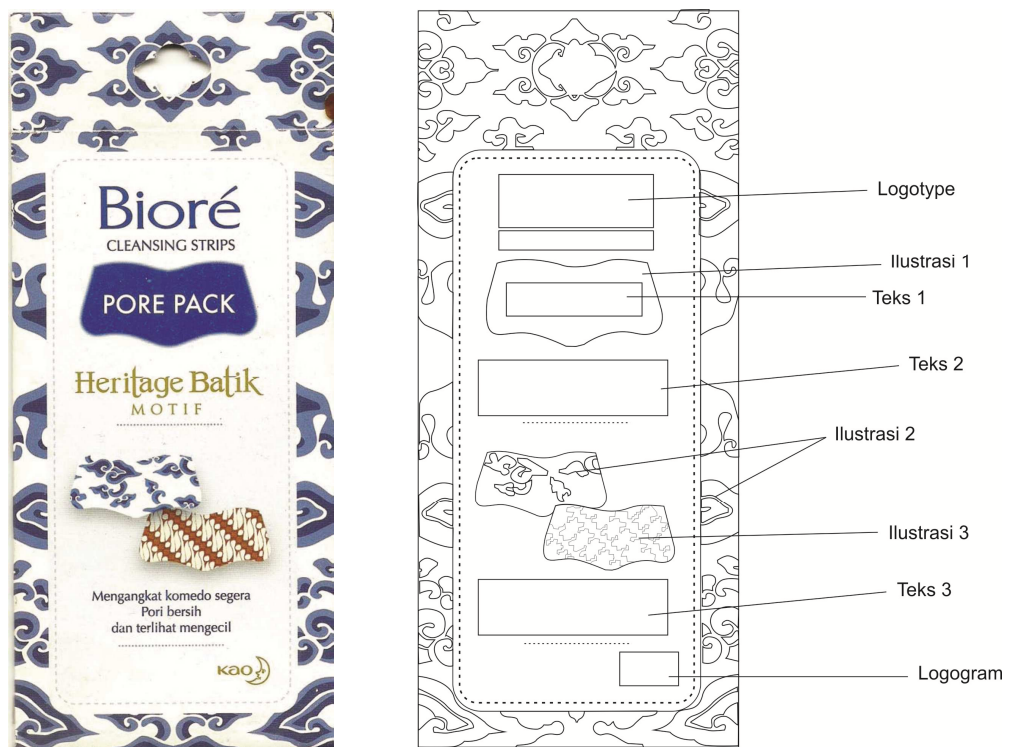
4. ANALISIS DATA

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Produk kecantikan pada masa sekarang telah menjadi sebuah produk yang dibutuhkan dalam menunjang penampilan. Berbagai produk kecantikan telah diproduksi, salah satunya adalah produk dari PT Kao, Biore. Biore merupakan sebuah *brand* yang berorientasi pada kecantikan kulit. PT Kao sendiri berasal dari Jepang dan telah menjadi sebuah perusahaan global yang membuka anak perusahaan dan bekerja sama dengan perusahaan – perusahaan dari berbagai negara, salah satunya adalah Indonesia. Biore yang berada dibawah naungan PT Kao Indonesia telah mengeluarkan berbagai produk, yakni sabun cuci muka, sabun mandi kesehatan maupun kecantikan, *make up remover*, dan *pore pack*. Produk *pore pack* merupakan salah satu produk menarik dari Biore, dilihat dari pendekatannya dalam menarik perhatian konsumen melalui desain kemasannya. Biore *pore pack* menggunakan unsur visual dari budaya sebagai bagian dari desain kemasannya. Unsur budaya yang digunakan adalah budaya Jepang, yakni bunga sakura dan teh hijau dan budaya Indonesia, berupa motif batik.

4.2 Analisis Semiologi Kemasan Biore Pore Pack Heritage Batik Motif

Kemasan Biore *pore pack heritage batik motif* memiliki bentuk persegi panjang dengan dimensi panjang 16,4 cm dan lebar 7,2 cm. Bahan yang digunakan oleh kemasan tersebut adalah sejenis kertas *art carton* tanpa adanya *finishing* khusus. Pembongkaran kemasan akan menggunakan teori nirmana mengenai titik, bidang (ilustrasi yang ada dalam kemasan), warna, teks, dan komposisi. Pembongkaran akan dimulai dengan membuat *outline* unsur – unsur visual dalam kemasan untuk mempermudah melihat elemen – elemen yang digunakan. Hal tersebut seperti melihat sebuah *thumbnail* atau ide dasar desain serta memberikan gambaran yang lebih sederhana mengenai desain kemasan tersebut.



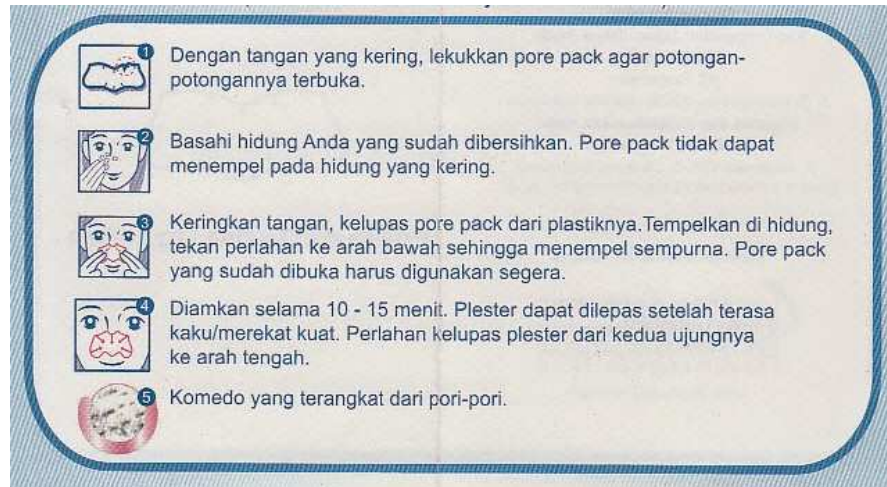
Gambar 4.1 Outline kemasan Biore *heritage batik motif*

sumber : dokumentasi peneliti

4.2.1 Ilustrasi 1

Ilustrasi 1 merupakan visual dari bidang non geometri, yakni bidang organik yang dibatasi oleh lengkungan pada sudutnya. Bidang non geometri atau biasa di sebut sebagai bidang organik, merupakan bidang yang sulit untuk dihitung secara matematis, tidak seperti bidang geometri yang matematis.

Ilustrasi 1 merupakan representasi dari produk *pore pack* itu sendiri. Berupa bidang organik dengan lengkung di sudutnya, bentukan tersebut menyesuaikan dengan bentuk hidung manusia. *Pore pack* merupakan salah satu produk dari Biore yang dikhususkan untuk membersihkan komedo atau kotoran yang ada pada hidung dengan cara menempelkan *pore pack* pada hidung yang basah. *Pore pack* tersebut didesain supaya nyaman dan dapat menempel pada hidung secara keseluruhan, sehingga fungsi dari *pore pack* untuk mengangkat komedo dan membersihkan hidung dapat dicapai.



Gambar 4.2 Penggunaan *pore pack*

sumber: <http://3.bp.blogspot.com->

V63NBd5hoxgVECD5iHIYcIAAAAAAAAAAaQso2ScFHsScks160005.jpg

4.2.2 Ilustrasi 2

Ilustrasi 2 merupakan bidang organik yang digambarkan secara berulang dan membentuk sebuah *patra* (motif atau *pattern* yang digambarkan berulang – ulang). Ilustrasi 2 adalah bidang organik dengan lengkung beraturan dan merupakan ilustrasi visual yang mendominasi kemasan Biore *pore pack* tersebut.

Ilustrasi 2 memiliki bentukan gumpalan atau kumpulan awan. Kumpulan awan tersebut dikomposisikan secara berulang sehingga membentuk motif atau pola dan motif tersebut dikenal sebagai motif mega mendung. Motif mega mendung dikenal sebagai salah satu motif khas dari Cirebon yang termasuk dalam motif batik persisir dan merupakan motif akulturasi dengan budaya Cina yang dikembangkan sesuai dengan gaya dan budaya dari Cirebon yang mayoritas beragama Islam.

Sejarah masuknya budaya luar negeri ke Cirebon, dimulai ketika pelabuhan Muara Jati Cirebon digunakan sebagai tempat persinggahan para pedagang dari Arab, Persia, Tiongkok, dan India. Hal tersebut menimbulkan asimilasi dan akulturasi masyarakat Cirebon yang menciptakan berbagai tradisi

baru bagi masyarakat Cirebon tersebut. Terutama pada budaya Cina, yang disebabkan oleh pernikahan Sunan Gunung Jati dan Putri Ong Tien, sehingga budaya – budaya dan simbol – simbol dari Cina banyak yang masuk ke Cirebon. Meskipun motif mega mendung terinspirasi dari bentukan gambar awan dari Cina, namun terdapat perbedaan pada kedua gambar tersebut, yaitu gambar awan dari Cina, bentukan awannya berupa garis – garis dengan bentuk bulatan atau lingkaran, sedang mega mendung Cirebon cenderung berbentuk lonjong, lancip, dan segitiga.



Gambar 4.3 Motif awan Cina

sumber: [http://1.bp.blogspot.com/-](http://1.bp.blogspot.com/-19dGC9t3wso/VCzuvEvZ_hI/AAAAAAAAAEaM/eFH8ZFCkGcg/s1600/Cloud.png)

19dGC9t3wso/VCzuvEvZ_hI/AAAAAAAAAEaM/eFH8ZFCkGcg/s1600/Cloud.png ;

<http://imgarcade.com/1/chinese-cloud-motif/>

Makna atau filosofi yang terkandung dalam motif batik mega mendung :

Konon, dikatakan bahwa Sunan Gunung Jati yang menikah dengan Putri Ong Tien yang menaruh nilai lebih pada seni, memberikan kain bergambar motif mega mendung sebagai bukti tanda cintanya pada Putri Ong Tien, sehingga motif ini dikatakan merupakan simbol dari cinta, harapan, dan sumber kebahagiaan selain merupakan simbol rezeki dan keberuntungan (Ramadhan 123).

Adapun pendapat lain mengatakan bahwa motif mega mendung sarat akan makna dan nilai religi, yang digambarkan dengan garis – garis melengkung pada gambarnya yang merupakan simbol dari perjalanan hidup seseorang mulai dari lahir, anak – anak, remaja, dewasa, berumah tangga, hingga akhirnya menemui ajal, bahwa kehidupan seseorang akan mengalami perubahan, naik dan turun

(Wulansari, par.1). Dimana hal tersebut tersambung menjadi sebuah satu garis melengkung beraturan yang digambarkan dari kecil kemudian besar, dan kembali kecil, yang kesemuanya merupakan simbol dari kebesaran Tuhan (Musman dan Arini 56, “Batik Mega Mendung Kini”, par.14). Bila ditelusuri melalui namanya, kata mega (dalam bahasa Jawa) berarti awan dan kata mendung berarti akan hujan, sehingga ‘mega mendung’ memberikan visualisasi dari awan yang membawa hujan (gambar 4.4)



Gambar 4.4 Mega mendung dan awan mendung

sumber : <https://kampungbugis.files.wordpress.com/2011/09/0151.jpg>;

<http://www.familyandhome.org/sites/g/files/g20561/f/clouds.jpg>

Karena membawa arti hujan, motif mega mendung juga diartikan sebagai pembawa kesuburan yang menyuburkan pertanian masyarakat. Selain itu, motif ini juga membawa kesan maskulin dan dinamis dengan garis dan warnanya yang tegas. Hal ini dikarenakan adanya campur tangan laki – laki saat pembuatannya. Artinya seluruh anggota keluarga berperan, bapak membuat rancangan gambar, ibu mewarnai, dan anak menjemurnya.

Penggunaan motif mega mendung yang digunakan dalam visual kemasan Biore *pore pack* dapat diinterpretasikan sebagai sebuah imitasi belaka, sebuah peniruan murni yang menempelkan gambar motif mega mendung pada kemasan tanpa adanya maksud apapun. Kemudian, dikarenakan makna dari motif mega mendung yang sarat nilai religi dan kehidupan tidak tercerminkan dan merepresentasikan produk kecantikan Biore, sehingga dapat dikatakan bahwa

penggunaan motif juga miskin makna dimana nilai makna motif batik mengalami perubahan menjadi sebuah komoditas promosi.

4.2.3 Ilustrasi 3

Terbentuk dari kumpulan bidang organik yang digambarkan secara berulang seolah membentuk garis diagonal, ilustrasi 3 dikenal sebagai motif parang. Merupakan salah satu motif larangan yang dikatakan hanya boleh digunakan oleh keluarga raja atau bangsawan dari keraton Jawa (Yogyakarta atau Surakarta). Motif parang dibuat oleh raja Mataram, yakni Panembahan Senopati saat menikmati deburan ombak dan keindahan parang (tebing) yang disusul oleh ombak tersebut. Motif parang merupakan salah satu motif yang mudah dikenali karena bentukannya yang unik. Terdapat berbagai motif parang lainnya selain motif parang yang digunakan dalam kemasan *Biore pore pack heritage batik motif*, sesuai dengan perkembangan dari motif parang sendiri, seperti parang kusuma, parang rusak barong, parang pamo, parang klithik, dan lereng sobrah.



Gambar 4.5 Beberapa macam pengembangan motif parang

sumber: <https://wisatabatikmas.wordpress.com/2014/04/28/motif-batik-larangan/>

Makna dan filosofi yang terkandung dalam motif batik parang :

Motif parang adalah motif yang termasuk dalam golongan geometris yang digambarkan secara diagonal dengan alur kemiringan sekitar 45 derajat (“Mengetahui Filosofi Batik Parang”, par. 3- 4). Motif parang terdiri dari dua bagian, yakni *gareng* (lengkungan) dan *mlinjon*. Bentuk *gareng* atau lengkungan diambil dari nama tokoh Gareng dalam perwayangan yang melambangkan kebijaksanaan (Ramadhan 85). Terdapat pula pendapat lain yang mengatakan bahwa lengkungan yang menyerupai huruf ‘s’ tersebut melambangkan ombak samudra yang susul menyusul dan menjadi pusat tenaga alam, yang dimaksud disini adalah raja (diasraka, par.13, fitinline, par.5) dimana lengkungan tersebut juga berarti semangat yang tidak kunjung putus dan berkesinambungan, bahwa tidak semua hal akan berjalan dengan mulus dan pasti ada cobaan sehingga diperlukan semangat yang tidak putus untuk menghadapinya (“Mengetahui Filosofi Batik Parang”, par. 4, Musman dan Arini 44). Sedang *mlinjon* yang berada diantara pusaran ombak tersebut merupakan gambaran dari celah – celah tebing yang terpapas ombak, yang mana dari celah – celah yang terbentuk tersebut akan tercipta kehidupan baru yang didapat dari sebuah perjuangan. Kata parang sendiri (dari bahasa Jawa) berarti pereng atau lereng (tebing), yang merupakan tempat Panembahan Senopati mendapatkan ide untuk membuat motif batik parang.

Dapat dikatakan bahwa motif batik parang memiliki harapan agar pemakainya dapat memiliki keteguhan seperti batu karang dan dapat membawa serta menciptakan sumber kehidupan untuk orang disekelilingnya. Harapan tersebut diiringi dengan simbol dari kewibawaan, perjuangan, kebijaksanaan, dan simbol dari kekuatan absolut untuk raja (Ramadhan 86, Musman dan Arini 44, diasraka, par.13).

Penggunaan motif batik parang sebagai bagian dari visual kemasan produk kecantikan Biore *pore pack* versi *heritage batik motif* merupakan salah satu cara Biore menarik perhatian konsumennya dengan menggunakan batik yang dianggap sakral dan mudah dikenal sebagai bagian dari visual kemasannya. Hal ini bagaikan sebuah parodi yang dilakukan Biore dengan cara mengkomersilkan batik sakral tersebut dalam bentuk sebuah *pore pack* yang fungsinya sebagai

pembersih komedo di hidung. Makna dari motif parang yang dikhususkan untuk raja, yakni simbol kekuatan absolut, kebijaksanaan, kepemimpinan, kehidupan baru, tidak sejalan dengan produk kecantikan *pore pack* yang berfungsi sebagai pembersih hidung, sama seperti pada motif batik mega mendung, motif batik parang digunakan sebagai komoditas promosi melalui kemasan *pore pack*.

4.2.4 Logotype dan Logogram

Logo merupakan unsur visual yang harus ada pada sebuah kemasan produk. Logo membuat konsumen mengenali dan membedakan produk yang satu dengan yang lainnya. Logo dari Biore berupa *logotype* yang bertuliskan Biore dengan garis diagonal pendek diatas huruf ‘e’. Seperti pada logo produk – produk kecantikan lain yang umumnya menggunakan jenis *logotype*, karena dianggap lebih sederhana dan mudah dibaca, sehingga terdapat kemungkinan lebih diingat.



Gambar 4.6 Logo – logo produk kecantikan

sumber: <http://gypsyinthecity.com/wp-content/uploads/2013/11/Ponds-logo.png>;

https://s3.amazonaws.com/tc-us-prod/uploaded_images/images48/original/garnier-logo.png;

<https://tatic1.squarespace.com/static/52fb7aefe4b0379601b9df87t5448e378e4b0c3521d901ef81414062968781/loreal-logo.jpg>; http://www.kao.com/msgkao_imgs/biore/biore_logo_1.jpg

Pembeda *logotype* milik Biore dan produk kecantikan lain adalah tipografi yang digunakan dan garis diagonal penghiasnya.. *Logotype* Biore mengesankan makna yang umumnya ada pada *logotype* dari produk lainnya, yakni kesan feminin. Garis diagonal memiliki karakter yang dinamis, membawa suatu gerakan. Sehingga logo Biore tersebut dapat berarti produk yang dibutuhkan untuk membuat penampilan yang feminin.

Logo lain dalam kemasan Biore *pore pack heritage batik motif* adalah logo milik PT Kao. Logo tersebut berupa *logogram* dengan visual bulan sabit yang membentuk wajah seseorang dan tipografi “Kao”.



Gambar 4.7 Logo PT. Kao

sumber: <http://www.kao.com.id>

Dalam sebuah penelitian penggunaan *kanyouku* atau idiom ungkapan dalam bahasa Jepang oleh Ika Setyawati, kata “Kao” memiliki makna, yaitu bagian tubuh manusia yang terdiri dari mata, hidung, mulut dan lain-lain. Makna simbol yang ada dalam *kanyouku* yang menggunakan kata kao tersebut antara lain adalah wajah yang menyimbolkan fisik seseorang, harga diri seseorang, penampilan seseorang, emosi seseorang, dan reputasi seseorang (par. 1). Kata “Kao” sendiri sebenarnya berarti raja bunga, yang pengucapannya sama dengan kata “wajah” dalam bahasa Jepang. Sedang untuk visual, digunakan visual bulan sabit, yang dikenal sebagai simbol untuk menggambarkan kecantikan dan kebersihan. Sehingga dapat disimpulkan, bahwa logo Kao memiliki konsep sebagai sebuah perusahaan yang berorientasi pada kecantikan dan kebersihan kulit, terutama pada wajah yang dapat menunjang penampilan seseorang, yang ditunjukkan dengan visual bulan sabit yang membentuk wajah orang.

4.2.5 Teks 1



Gambar 4.8 Teks 1

Teks 1 merupakan *typeface* yang termasuk dalam kelompok tipografi sans serif dengan ciri – ciri huruf tidak memiliki kait. Penggunaan tipografi sans serif yang kurus tersebut memberi kesan feminin dan mudah dibaca. Tipografi tersebut juga menyesuaikan dengan *logotype* dari Biore yang menggunakan tipografi sans serif. Tipografi '*pore pack*' tersebut diletakkan tepat di bawah *logotype* Biore dan diletakkan di dalam visual bidang *pore pack* membuatnya mudah terlihat dan terbaca karena hurufnya yang simpel. Tipografi tersebut juga berperan sebagai tanda pengenal dan memberi informasi bahwa kemasan tersebut merupakan kemasan dari produk *pore pack*.

4.2.6 Teks 2



Gambar 4.9 Teks 2

Tipografi yang digunakan oleh teks 2 termasuk dalam jenis tipografi dekoratif, karena terdapat modifikasi pada huruf 't' pada kata *Heritage Batik*. Tipografi teks 2 merupakan jenis yang paling berbeda dibandingkan dengan tipografi lainnya yang digunakan dalam kemasan Biore *pore pack heritage batik motif* tersebut. Huruf selain huruf 't', memiliki kait dan memberi kesan elegan, dengan huruf yang kurus dan agak melingkar, huruf – huruf tersebut tetap memberikan kesan feminin.



Gambar 4.10 Perbandingan tipografi dan keris

sumber: dokumentasi peneliti; <http://www.clker.comclipart-keris-1.html>;

https://darupurwitapo.files.wordpress.com200903keris_pamor.jpg

Modifikasi pada huruf ‘t’ sesuai gambar 4.10, dimana huruf ‘t’ memiliki panjang yang melebihi *baseline* pada tipografi *font* yang digunakan. Huruf ‘t’ tersebut dapat diinterpretasikan sebagai perwujudan salah satu alat tradisional dari Jawa, yakni keris. Visual tersebut disederhanakan dan dibuat menjadi bagian dari tipografi. Keris merupakan salah satu benda pusaka yang diakui keagungannya oleh bangsa Melayu, terutama bangsa Indonesia. Sampai saat ini, keris masih digunakan dalam berbagai ritual kebudayaan di Indonesia, misalnya pada masyarakat Jawa, keris umumnya digunakan sebagai pelengkap busana pernikahan untuk pengantin pria, atau pada ritual – ritual lainnya. Keris sendiri membawa pesan moral sebagai bersatunya senjata dengan cangkang keris yang bermakna hubungan akrab, harmonis, agar terciptanya persatuan antara raja dan abdinya, rakyat dan pemimpinnya, dan manusia dengan Tuhannya.

Modifikasi huruf ‘t’ yang mirip dengan bentuk sederhana keris, memperkuat kesan tradisional dari kemasan Biore *pore pack heritage batik motif*. Hal tersebut membantu dalam menambahkan kesan yang memang ingin disampaikan Biore, yakni *heritage*, yang berarti warisan budaya. Selain itu, kata tersebut merupakan sebuah pernyataan yang menunjukkan versi kemasan, seperti pada kemasan versi Jepang yang memberikan pernyataan bahwa kemasan tersebut memiliki aroma unik dari Jepang. Begitu pula dalam versi ini, *heritage batik motif* berarti bahwa kemasan ini memiliki tema Indonesia.

4.2.7 Teks 3

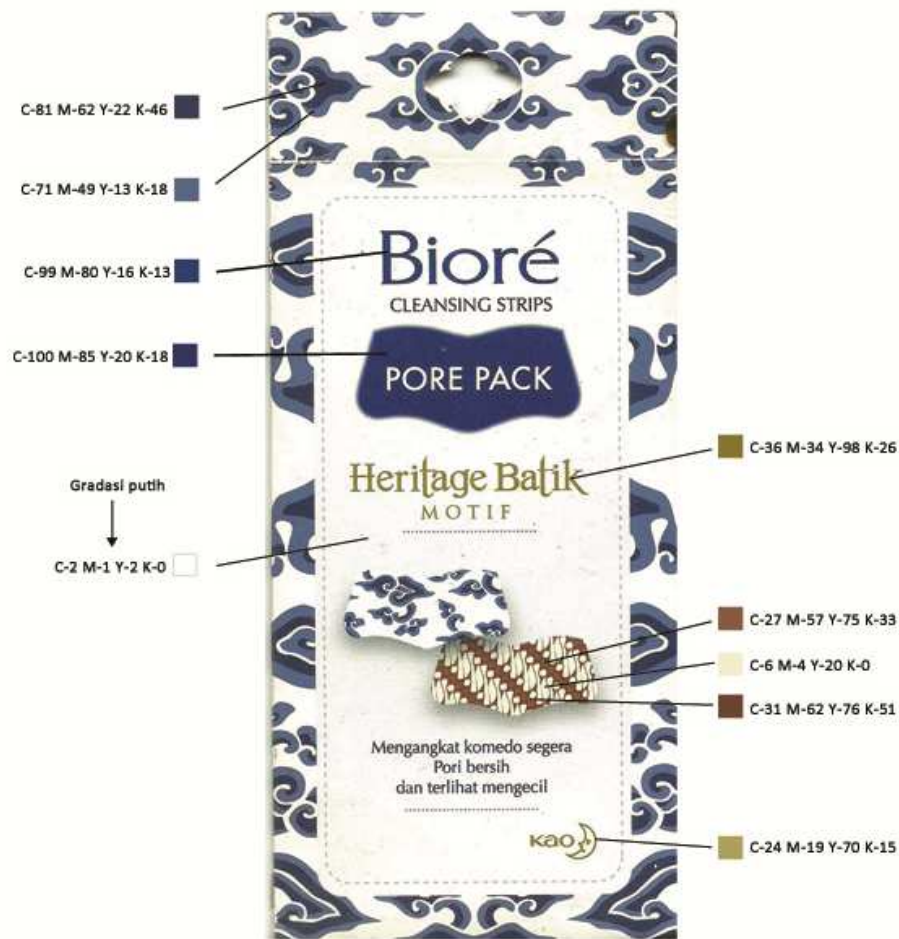


Gambar 4.11 Teks 3

Teks 3 memiliki fungsi sebagai penjas produk dan fungsi dari produk *pore pack* sendiri. Karena fungsinya yang sebagai penjas, maka tipografi yang digunakan pun merupakan tipografi yang mudah terbaca dan sederhana, yakni kelompok sans serif. Tipografi dalam kelompok sans serif merupakan tipografi yang tergolong dalam tipografi simpel dan sederhana dengan tingkat baca yang tinggi.

4.2.8 Warna

Selain melihat secara visual, juga akan diuraikan penggunaan warna pada kemasan berdasarkan CMYK – nya sesuai dengan teori warna pada nirmana mengenai warna *subtractive* yang digunakan dalam media cetak. Berikut adalah penjabaran warna CMYK dari kemasan Biore *pore pack heritage batik motif*.



Gambar 4.12 Penggunaan warna dalam kemasan Biore *pore pack heritage batik motif*

Kemasan Biore *pore pack heritage batik motif* menggunakan warna yang termasuk dalam warna dengan unsur alam atau *natural*. Sedangkan warna yang mendominasi kemasan Biore *pore pack heritage batik motif* tersebut tergolong pada warna dingin. Warna lain yang digunakan adalah warna netral, yakni warna putih atau warna yang mendekati warna putih atau gradasi kedua warna tersebut. Adanya warna gelap sebagai *background* merupakan akibat dari penggunaan *shadow* untuk bidang di atasnya.

Menurut Jim Krause, *brainstorming* warna dimulai pada sebuah pertanyaan berikut, seperti warna merah, merah yang seperti apa? apa yang disebut warna merah? begitu pula warna biru, kuning, biru muda, kuning muda, hijau, dan warna – warna lainnya (13). Warna – warna tersebut kemudian dibagi

menurut kadar CMYK-RGB dan jenis warnanya. Warna biru mengandung *range* unsur C dari 0 – 100, M dari 0 – 80, Y dari 0 – 10, dan K 0 – 60. Warna lain yang digunakan dalam kemasan Biore *pore pack heritage* batik motif, adalah warna tanah (warna coklat) dengan *range* CMYK : C 0 – 50, M 10 – 100, Y 20 -100, dan K 0 – 55 (15 – 43, 245 – 273).

Tiap warna memiliki karakter dan kesan tersendiri. Warna biru yang digunakan oleh kemasan Biore *pore pack heritage batik motif* termasuk dalam perpaduan warna dari kelompok *navy* dan *cold* (Nagumo 133,130), warna biru sendiri dapat diasosiasikan dengan langit dan air, bagai kehidupan dan kekuatan (Dameria 30), keagungan, perdamaian, keharmonisan, dan pengharapan. Memberi kesan dingin, tenang, damai (Sanyoto 57). Sedang warna coklat pada ilustrasi 3, termasuk dalam perpaduan warna *earthy* (*link-match printed out*, kombinasi warna proses), warna coklat tersebut diasosiasikan dengan warna tanah atau warna natural, dengan karakter sopan, bijaksana, arif, hormat, kearifan (Sanyoto 60). Warna coklat juga mencerminkan tradisi dan segala sesuatu yang berbau kebudayaan, seperti rempah – rempah, ukiran kayu, kain batik klasik, latar – latar bangunan tua merupakan visualisasi lain dari warna ini. Warna dominan kemasan adalah warna dingin yang memang pada umumnya memberi kesan sejuk.

Warna kuning keemasan pada teks 2 merupakan warna tradisional dari Jawa. Warna tersebut merupakan salah satu lambang keraton (termasuk dalam keluarga warna kuning), yang dinyatakan pada warna payung kebesaran yang diberi warna kuning emas (Darmaprawira 160). Warna kuning keemasan pada kemasan Biore *pore pack heritage* batik motif memberi kesan mewah, elegan, dan tradisional. Warna kuning emas sendiri dapat didiasosiasikan dengan kekayaan bumi (Darmaprawira 47)

Warna *background* pada kemasan Biore *pore pack* didominasi oleh warna putih dan gradasi warna putih menuju warna biru tua. Warna putih melambangkan kemurnian, kejujuran, kelembutan, kewanitaan, kebersihan, simpel, dan perdamaian. Karakter yang ditimbulkan adalah karakter yang positif, cemerlang, bersih, polos, dan ringan (Sanyoto 58, Darmaprawira 47, Dameria 50).

Warna biru yang merupakan dominasi warna pada kemasan Biore cenderung dipercaya memberikan kesan maskulin, karena mengikuti motif batik mega mendung yang terkesan dinamis dan maskulin dengan garis dan warna yang tegas. Sedang warna coklat lebih memberikan kesan netral karena terlihat seperti warna pada tanah. Warna kuning keemasan memberi kesan elegan dan tradisional pada kemasan Biore *pore pack heritage batik motif* tersebut. Secara keseluruhan, warna yang digunakan memberi kesan tradisional sesuai dengan tema dari kemasan tersebut.

4.2.9 Komposisi

Dalam unsur visual kemasan, terdapat pula titik – titik yang membatasi ruang untuk mendesain dan titik – titik yang menjadi bagian dari desain yang berada didalam ruang desain tersebut. Proporsi ruang untuk mendesain dari kemasan Biore *pore pack* terdiri dari $\frac{3}{4}$ bagian dari keseluruhan bidang dan dibatasi oleh sebuah bidang geometri dengan sudut yang melengkung tumpul. Kesimbangan yang diperlihatkan oleh kemasan adalah kesimbangan asimetris, dengan bagian kanan lebih berat dari sebelah lainnya. Sedang dominasi pada kemasan terdapat pada bagian tengah, yakni bagian kedua bidang organik yang bertumpuk dan berisi *patra*. Kemasan tersebut juga menggunakan teks yang berbeda – beda dan didominasi *typeface* sans serif yang terwakili oleh teks 1, teks 2, dan teks 3 (dalam gambar 4.1).

Kemasan Biore *pore pack heritage batik motif* memiliki keseimbangan asimetris dengan ruang sebelah kanan lebih berat dibandingkan dengan ruang sebelah kiri.



Gambar 4.13 Keseimbangan asimetris kemasan

Menurut Sadjiman, keseimbangan asimetris merupakan keseimbangan yang antara ruang sebelah kanan dan kiri di mana objek dalam bidang tidak memiliki raut dan ukuran yang sama. Sehingga dapat dikatakan, keseimbangan asimetris terjadi saat terlihat objek disalah satu sisi terasa lebih berat dibandingkan dengan objek di sisi lain. Keseimbangan didapat dengan membagi bidang desain menjadi dua bagian yang sama atau dengan perasaan, sehingga dalam hal ini, perasaan seseorang dalam menentukannya haruslah peka. Dalam kemasan Biore *pore pack heritage* batik motif yang telah di bagi, keseimbangan asimetris terjadi karena peletakkan *logogram* dari PT Kao. Dari *logotype* Biore hingga teks 3 yang merupakan penjelasan produk, terlihat keseimbangan masih berupa keseimbangan simetris. Peletakkan *logogram* dan *logotype* dari produk ini merupakan suatu *mandatory* yang tetap, sehingga bila dibandingkan dengan desain kemasan dari produk Biore lainnya, dapat didapatkan kesamaan peletakkan *logogram* dan *logotype*.



Gambar 4.14 Peletakkan *logogram* dan *logotype* pada kemasan produk Biore lain

sumber: http://www.kao.com/id/kao_imgs/biore/bio_ff_acnecare_01_img_1.jpg;

http://images.sukamart.com/media/catalog/product/cache/1/image/9df78eab33525d08d6e5fb8d27136e95/b/i/biore_body_foam_whitening_scrub_pouch_450_ml_front_1.jpg;

http://www.kao.com/id/kao_imgs/biore/bio_body_freesia_01_img_1.jpg

Menurut gambar 4.14, pada kemasan produk Biore lainnya, peletakkan *logogram* dan *logotype* berada pada tempat yang sama, *logotype* berada di bagian paling atas dalam *layout* atau komposisi peletakkan elemen lain, diikuti oleh elemen – elemen desain yang dibutuhkan. *Logogram* diletakkan pada bagian bawah kanan, seolah menutup keseluruhan desain kemasan. Peletakkan logo – logo yang pasti tersebut dapat dikatakan merupakan sebuah *mandatory* dalam komposisi produk Biore.

Komposisi keseimbangan asimetris dari kemasan Biore *pore pack heritage batik motif* menampilkan kesan formal dan rapi. Hal tersebut terlihat dari penataan elemen – elemen visual dan teks yang tertata rapi di tengah bidang atau ruang desain. Kesan formal dan rapi tersebut menyesuaikan dengan unsur visual budaya yang digunakan, karena pada kemasan *pore pack* lain, kesan yang ditampilkan cenderung *fun* seperti pada kemasan Biore *pore pack* dengan visual budaya Jepang. Jika dibandingkan, kedua desain kemasan memiliki keseimbangan asimetris yang sama, namun kesan yang ditimbulkan berbeda, karena penggunaan unsur visual budaya yang berbeda. Bila dibandingkan dengan kemasan produk Biore lainnya, Biore selalu menggunakan keseimbangan asimetris (berdasar gambar 4.14).



Gambar 4.15 Dominasi pada kemasan

Pore pack yang tertumpuk di bagian tengah berfungsi sebagai dominasi atau penarik perhatian dengan penggunaan warna yang berbeda dan mendekatkan dua elemen sehingga adanya kerapatan tersendiri yang berbeda dengan elemen –

elemen lain yang tampak renggang. Dominasi dibutuhkan dalam sebuah karya supaya karya tersebut memiliki ciri khas tersendiri yang dapat menarik perhatian orang yang melihat. Sedangkan arah baca dimulai dari *logotype* Biore yang berada pada bagian atas komposisi yang memiliki ukuran yang cukup besar, dilanjutkan dengan visual ilustrasi 1 dan teks 1, kemudian menuju teks 2, sehingga pelihat mengetahui versi dari kemasan Biore, diikuti dengan dominasi kemasan, dua visual *pore pack* dengan pola *patra* di dalamnya, lalu penjelasan fungsi produk dan ditutup oleh *logogram* Kao.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa komposisi dari Biore *pore pack heritage batik motif* membawa kesan formal dan rapi yang sesuai dengan kesan dari batik, selain itu, juga menggunakan dominasi batik parang yang berbeda dari visual batik mega mendung yang memenuhi bidang desain sebagai penarik perhatian. Komposisi dari Biore memiliki *mandatory* tersendiri yang merupakan ciri khas dari produk Biore yang tidak berubah, yakni peletakkan *logotype* dan *logogram*, sehingga menimbulkan kesan *unity* meski beda produk.

4.3 Penurunan Makna Batik sebagai Tradisi dan Budaya

Posmodern cenderung memberikan sebuah gerakan yang mendobrak kebosanan dan keteraturan yang ada dalam masyarakat. Dalam teori estetika posmodern, dikatakan bahwa makna telah menjadi transparan atau anti-interpretasi. Idiom dari teori estetika posmodern kemudian digunakan untuk membuka wawasan yang lebih dalam untuk mengenal posmodern itu sendiri (Pilliang, *Hipersemiotika* 187).

Makna motif batik berbeda antara satu motif dengan motif lainnya. Tiap motif batik mengandung kepercayaan dan harapan untuk penggunaannya saat motif tersebut teraplikasikan pada kain dan digunakan sebagaimana umumnya batik digunakan, yakni sebagai pakaian. Terdapat banyak pendapat dan argumen mengenai makna dan filosofi yang tepat untuk kedua motif batik tersebut, namun terdapat sebuah kesamaan, yakni makna yang terkandung merupakan harapan positif untuk pemakainya. Makna yang terkandung pada motif batik parang adalah adanya pusat tenaga alam (raja), serta semangat yang tidak kunjung putus dan

berkesinambungan, yang menyatakan bahwa tidak semua hal akan berjalan dengan mulus dan pasti ada cobaan sehingga diperlukan semangat yang tidak putus untuk menghadapinya sehingga tercipta kehidupan baru yang didapat dari perjuangan tersebut. Motif batik parang sendiri menyimbolkan kekuasaan, kekuatan absolut, kebijaksanaan, dan kepemimpinan. Sedang pada motif batik mega mendung, makna yang tersirat berkaitan erat dengan nilai religi Islami. Dimana garis – garis lengkung yang terbentuk secara tegas dan beraturan merupakan sebuah siklus perjalanan hidup manusia dan simbol dari kebesaran sang pencipta. Motif mega mendung juga dipercaya merupakan motif yang akan membawa kesuburan, kesejahteraan, dan keharmonisan karena merupakan visualisasi dari awan yang membawa hujan.

Penggunaan kedua motif batik yang sarat makna dalam kemasan Biore *pore pack heritage batik motif* termasuk dalam idiom estetika posmodern *camp*. Makna dari motif batik parang dan mega mendung yang berisi harapan dan doa tidak sejalan dengan produk kecantikan *pore pack* Biore yang merupakan produk internasional (global) dan digunakan untuk membersihkan hidung dan mempercantik penampilan. Dalam hal ini, Biore terlihat lebih mengutamakan gaya dalam mendesain kemasan Biore versi *heritage batik motif*. Dari hal tersebut tercipta sebuah dekonstruksi identitas terhadap kebudayaan, dikarenakan makna dalam budaya batik itu tidak merepresentasikan produk, dan makna dari batik tersebut bergantung pada bagaimana orang – orang akan memproduksi atau menginterpretasi makna dari motif batik parang dan mega mendung yang digunakan sebagai unsur visual kemasan *pore pack* tersebut. Seperti pandangan Pilliang, dalam bukunya, *Dunia yang Dilipat* :

“Kebudayaan mendekonstruksikan nilai – nilai mitologis, spiritualitas, dan simbolik sehingga nilai – nilai tersebut tidak lebih dari sekedar alibi yang menunjukkan adanya kebangkrutan budaya. Budaya mulai melepaskan diri dari etika, norma, dan nilai, dikarenakan mengendurnya nilai moralitas, melemahnya nilai tabu, dan merosotnya nilai spiritual “ (398).

4.4 Tercerabutnya Nilai Filosofi dan Makna Batik

Selain terjadi penurunan makna batik, nilai filosofi dan makna batik juga tercabut dari motif batik yang digunakan dalam kemasan Biore *pore pack heritage batik motif*. Penurunan makna terjadi karena makna dari kedua motif batik yang digunakan dalam kemasan Biore *pore pack* versi *heritage* tidak merepresentasikan produk dari *pore pack* Biore, kombinasi antara tanda internasional (Biore dan Kao) dan tanda lokal (motif batik) tidak sejalan.

Dalam kemasan Biore *pore pack heritage batik motif*, penggunaan motif batik merupakan pengaplikasian *kitsch*. Tiap motif batik yang ada dipercaya merupakan batik sakral. Sehingga, saat makna dari motif batik parang dan mega mendung tidak terlihat saat digunakan sebagai visual dari *pore pack*, motif tersebut hanya bermakna sebagai visual penghias kemasan *pore pack*. *Kitsch* yang merupakan salah satu idiom dalam estetika posmodern, sering kali diartikan sebagai kemiskinan orisinalitas. Maksud dari *kitsch* adalah untuk mengkomersilkan seni tinggi dan membuat makna serta ideologi dari objeknya menjadi sebuah tanda transparan yang maknanya segera tampak. Seperti pendapat Featherstone, “sejarah akan menjadi khusus, hierarkhi dan perkembangan estetika runtuh bersama dengan percampuran genre dan seni tinggi, bentuk – bentuk yang populer dan yang komersial” (165).

4.5 Duplikasi Batik pada Desain Kemasan Kontemporer

Dalam kajian teori dan kerangka pemikiran (bab 2), telah dijelaskan bahwa salah satu unsur penting dalam posmodernisme adalah masa lalu. Karya – karya posmodern umumnya meminjam apa yang ada sebelumnya untuk digunakan kembali (Pilliang, *Hipерsemiotika* 184). Karya – karya masa lalu yang merupakan kombinasi dari berbagai seniman, periode, dan budaya masa lalu akan diramu menjadi satu gaya baru sesuai masanya.

Makna dan filosofi dari motif batik yang digunakan dalam kemasan Biore *pore pack* versi *heritage* telah mengalami penurunan yang telah dijelaskan pada subbab penurunan makna dan filosofi motif batik serta tercerabutnya nilai filosofi

dan makna motif batik, dimana makna dari motif batik akan diinterpretasi sesuai dengan pandangan orang – orang dalam melihat motif batik dalam kemasan tersebut. Peminjaman visual motif batik parang dan mega mendung dalam kemasan Biore *pore pack heritage batik motif* dapat juga dikatakan sebagai sebuah bentuk imitasi murni atau dikenal dengan istilah *pastiche* dalam idiom estetika posmodern. Motif batik tersebut diambil dan dicabut dari semangat zamannya untuk kemudian ditempatkan pada konteks semangat masa kini, yang berarti bahwa kedua motif tersebut diambil begitu saja tanpa menghiraukan makna dan ideologi yang terkandung, kemudian diletakkan sebagai visual dalam desain kemasan yang kontemporer. Sesuai dengan tujuan dari *pastiche*, bahwa *pastiche* lebih mengupayakan untuk membuat sesuatu dari materi yang ada tanpa harus terikat dengan semangat materi tersebut (Pilliang 188).

4.6 Parodi Makna Motif Batik dalam Kemasan Biore Pore Pack Heritage

Penggunaan kedua motif batik tersebut juga termasuk dalam parodi. Dimana motif batik sakral tersebut digunakan sebagai visual *pore pack* yang cara penggunaannya ditempelkan di hidung. Hal ini seolah memparodikan motif batik parang dan mega mendung yang umumnya tidak digunakan sebagai bagian dari kemasan, dimana motif batik dikenal sebagai motif sakral digunakan sebagai hiasan visual *pore pack*, tanpa menghiraukan makna dan filosofi luhur yang terkandung didalamnya. Seperti tertulis oleh Pilliang bahwa,

“estetika dalam hal ini tidak lagi merupakan satu bentuk penggalian dan pengangkatan nilai – nilai luhur dalam kebudayaan, melainkan berupa parodi dari nilai – nilai tersebut yang disebabkan oleh tekanan dari sistem ekonomi yang hegemonik dan dominan” (*Dunia yang dilipat*, 397).

Menelaah dari pendapat Pilliang tersebut, kedua motif yang merupakan bentuk dari tradisi tersebut dituangkan untuk menjadi sebuah visual penghias produk pembersih hidung, yang umumnya kedua motif tersebut digunakan sebagai motif kain, hal ini disebabkan karena kebosanan akan keteraturan dalam sistem di masyarakat yang memegang teguh kepercayaan masa lalu. Sehingga, dalam kemasan Biore *pore pack* ini, terdapat sebuah lelucon dan *plesetan* makna serta kritik terhadap motif batik parang dan mega mendung yang dianggap sakral

juga dapat digunakan oleh orang banyak sebagai visual hiasan untuk sebuah produk pembersih hidung.

4.7 Batik sebagai Ilusi *image* Identitas Indonesia

Menurut Jameson dalam Feather stone, “budaya adalah unsur yang paling penting dalam masyarakat konsumen itu sendiri” (203). Sehingga berbagai produk dan *brand* berlomba untuk menciptakan kesan dan citra yang berbeda dengan meminjam unsur – unsur budaya baik dari dalam maupun luar negeri. Termasuk produk *pore pack* Biore membuat kemasan *pore pack* dengan versi *heritage* batik motif menggunakan unsur – unsur budaya Indonesia sebagai pencipta kesan dan citra produk pada konsumen melalui desain kemasan *pore pack* tersebut. Dimana dalam kemasan Biore *pore pack* versi *heritage* terdapat percampuran antara tanda internasional, yaitu Biore dan PT.Kao dan tanda lokal yaitu motif batik parang dan mega mendung menjadi satu kesatuan desain.

Hal yang menarik adalah pencitraan Indonesia yang didominasi dengan meminjam budaya dan tradisi dari Jawa. Entah berupa batik, wayang, maupun tradisi – tradisi lainnya. Seolah Jawa merupakan representasi Indonesia, meskipun Indonesia sendiri memiliki budaya dan tradisi dari kepulauan dan daerah lainnya. Penggunaan budaya dan tradisi dari daerah Jawa untuk merepresentasikan Indonesia seperti yang telah digunakan oleh kemasan Biore *pore pack heritage* batik motif juga digunakan oleh kemasan – kemasan produk lain, antara lain :



Gambar 4.16 Kemasan teh Sosro versi *heritage*

sumber : <http://www.reksointernational.com/products/tehcelupsosro.php>



Gambar 4.17 Kemasan Buavita markisa dan kelapa

sumber : <http://areamagz.com/article/read/2014/07/08/buavita-angkat-kekayaan-buah-nusantara>



Gambar 4.18 Kemasan coklat Monggo

sumber : <http://www.thedieline.com/blog/2012/1/11/student-spotlight-monggo-chocolate.html>

Banyaknya penggunaan unsur budaya dan tradisi dari Jawa untuk merepresentasikan Indonesia dapat dilihat sebagai Jawa sentris, seolah pusat kebudayaan dan tradisi dari Indonesia berada di Jawa. Penggunaan budaya Jawa yang makin populer, terutama batik yang digunakan dalam visual kemasan membawa dampak tersendiri pada konsumennya dalam masyarakat. Hal tersebut menimbulkan ilusi *image* mengenai identitas budaya Indonesia dalam kemasan tersebut. Ilusi yang dimaksud, menurut Benjamin adalah sebuah bentuk pengandaian (*allegori*) , yang tidak hanya menunjuk pada fragmen – fragmen kaleidoskopik yang menolak gagasan apapun (Featherstone 54). Fragmen kaleidoskopik yang dimaksud adalah tradisi Indonesia, yang digunakan dalam Biore *pore pack* yakni batik.

Didukung oleh era yang semakin canggih dan teknologi yang semakin berkembang, budaya dan tradisi semakin tertinggal dan terlupakan. Target sasaran dari Biore yang didominasi oleh para remaja pada masa kini tidak banyak yang memahami mengenai budaya dari Indonesia sendiri. Umumnya, mereka hanya mengenal, namun tidak memahami maksud dari adanya budaya dan tradisi tersebut. Ditambah dengan berubahnya gaya hidup dalam mengkonsumsi dan kepercayaan, tradisi Indonesia yang kaya akan kepercayaan, doa, dan harapan semakin terlupakan dan dianggap hanya sebagai sebuah mitos belaka. Adapun, Featherstone juga berpendapat demikian mengenai budaya konsumen masyarakat :

“ budaya konsumen kontemporer menggunakan *image*, tanda – tanda, dan benda – benda simbolik yang mengumpulkan mimpi – mimpi, keinginan, dan fantasi yang menegaskan keautentikan romantik dan pemenuhan emosional dalam menyenangkan diri sendiri, dan bukan orang lain, secara nasrsistik” (63).

Adapun pengandaian ilusi *image* yang dimaksud adalah penggunaan *pore pack* dengan bergambar motif batik Indonesia tidak berarti bahwa orang tersebut akan mulai mencintai Indonesia, karena terdapat berbagai alasan lain untuk aksi seseorang bila dilihat dari berbagai sudut pandang, salah satunya adalah sesuai dengan pendapat Featherstone mengenai budaya konsumen pada masa kontemporer, bahwa saat ini lebih melihat pada simbolik yang ada untuk mencari keindahan dalam suatu desain demi pemuasan dan menyenangkan diri sendiri,

sehingga dapat dikatakan bahwa adanya kemungkinan orang tersebut hanya iseng dan menyukai visualnya, sehingga tidak ada pemikiran lebih jauh mengenai motif batik tersebut dan hanya ingin memuaskan keinginannya untuk dapat menggunakan *pore pack* batik. Pengandaian lainnya adalah bahwa Biore ingin mengubah citranya menjadi 'Indonesia' untuk memasuki pasar di Indonesia. Biore yang dikenal sebagai produk dari Jepang menjadi Biore yang juga merupakan produk milik Indonesia, atau juga dapat berupa Biore ingin menimbulkan apresiasi (rasa cinta, menghargai) terhadap budaya batik sebagai sebuah karya seni tradisi yang dapat disesuaikan dengan jaman, dalam arti, bahwa batik tidak selalu hanya diaplikasikan pada pakaian, kain, dan aksesoris untuk keraton, tapi juga dapat sebagai bagian dari desain komersil seperti kemasan. Pengandaian – pengandaian tersebut sesuai dengan budaya konsumen menurut Baudrillard (dalam Featherstone 2004), yang berpendapat bahwa “budaya konsumen secara efektif adalah budaya postmodern, suatu budaya kedangkalan yang didalam budaya itu nilai – nilai ditransvaluasi (dievaluasi oleh prinsip – prinsip baru) dan seni telah mengungguli realitas” . Di mana budaya batik tersebut makna dan maksud penggunaannya dalam suatu desain visual kemasan tidak pasti dan menentu.

4.8 Perubahan Nilai Batik sebagai Elemen Desain Kemasan

Makna dan filosofi motif batik dalam kemasan telah mengalami perubahan dan penurunan, sehingga makna yang luhur tersebut menjadi tidak berarti lagi. Begitu pula dengan kepercayaan bahwa tiap motif batik merupakan motif batik yang sakral yang diturunkan originalitasnya dan menjadi visual penghias desain kemasan yang komersil. Hal tersebut menyebabkan maksud dari penggunaan motif batik dalam kemasan menjadi tidak pasti dan menentu, bahwa dalam budaya konsumen saat ini, *image* simbolik digunakan sebagai tolok ukur keindahan dalam suatu desain dan kepemilikan desain tersebut merupakan tindakan untuk memuaskan dan menyenangkan diri sendiri.

Disisi lain, tradisi dan budaya batik yang digunakan dalam desain kemasan yang komersil merupakan suatu bentuk komodifikasi budaya. Batik sebagai

budaya dan tradisi merupakan karya seni sakral yang mengandung makna dan filosofi dalam tiap motifnya sehingga umumnya, diaplikasikan pada pakaian. Nilai tersebut berubah, saat motif batik yang sakral diaplikasikan pada desain kemasan produk kecantikan ataupun produk – produk lainnya, yang mana dalam hal tersebut, nilai motif batik hanya sebatas visual promosi sebagai penarik perhatian konsumennya di pasar persaingan. Seperti halnya Biore yang menggunakan motif batik dalam desain kemasannya, Biore telah mengubah nilai motif batik yang mulanya adalah batik sakral dengan makna dan filosofi luhur didalamnya menjadi sebuah tanda promosi dalam desain kemasan *pore pack*, sehingga dapat menarik minat beli konsumennya dan produk *pore pack* tersebut dapat laku di pasar.

Dengan digunakannya motif batik dalam kemasan seperti pada kemasan Biore *pore pack* versi *heritage batik motif*, membuktikan bahwa budaya dan tradisi bisa berubah dan terus berubah mengikuti keinginan dan selera di pasar, dapat terjadi modernisasi pada penggunaan motif batik. Komodifikasi pada motif batik sendiri membawa dampak positif maupun negatif pada budaya batik. Dampak negatifnya adalah motif batik sakral yang seharusnya mengandung makna dan filosofi luhur telah hilang dan berubah menjadi sekedar visual penghias dalam kemasan, sesuai dengan yang telah dibahasakan dalam subbab – subbab sebelumnya dalam bab ini dan hal ini justru melahirkan keterbelakangan terhadap motif batik yang sakral. Sedang dampak positifnya adalah bahwa dengan digunakannya budaya dan tradisi batik dalam kemasan komersil, dapat merangsang konsumennya untuk lebih mengenal batik, dan hal ini didukung dengan pendapat Firat dalam Maunati yakni, “komoditas kebudayaan justru mendorong terpeliharanya kebudayaan – kebudayaan” (43).

Tabel 4.1 Penjelasan analisis data

Denotasi
Penjabaran elemen – elemen dalam kemasan (Gambar 4.1) ➔ Ilustrasi 1 merupakan visual dari bidang organik yang dibatasi lengkungan. ➔ Ilustrasi 2 dan 3 merupakan kumpulan bidang organik yang digambarkan secara berulang sehingga membentuk <i>patra</i> (pola atau <i>pattern</i>). ➔ <i>Logotype</i> dan <i>logogram</i> merupakan logo produk dan perusahaan. Terdiri dari <i>typeface</i> dan garis diagonal pada <i>logotype</i>; <i>typeface</i> dan visual bulan sabit pada <i>logogram</i>. ➔ Teks 1 dan 3 merupakan pernyataan menggunakan <i>typeface</i> sanserif, tanpa adanya kait (serif). ➔ Teks 2, berupa <i>typeface</i> yang memiliki serif dan modifikasi pada huruf ‘t’. ➔ Komposisi : asimetris, adanya <i>unity</i> pada desain kemasan antar produk Biore. ➔ Warna : warna <i>subtractive</i>, CMYK
Konotasi
Menjabarkan konsep dan makna dibalik tiap elemen dalam denotasi ➔ Ilustrasi 1 : Representasi dari produk <i>pore pack</i> yang digunakan untuk membersihkan komedo di hidung. ➔ Ilustrasi 2 dan 3 : Kumpulan awan pada ilustrasi 2 adalah motif batik mega mendung, sedangkan lengkungan seperti huruf ‘s’ yang disusun miring adalah motif batik parang. Menjelaskan makna dan filosofi dibalik kedua motif batik tersebut. ➔ <i>Logotype</i> dan <i>logogram</i> : Konsep pembuatan logo dan filosofi dibalik visual logo. ➔ Teks 1 dan 3 : Pernyataan penjabaran produk dan pemberi informasi mengenai fungsi dari produk. ➔ Teks 2 : Pendukung kesan <i>heritage</i> kemasan, merupakan pernyataan versi kemasan Biore. ➔ Komposisi : <i>mandatory</i> peletakkan <i>logotype</i> dan <i>logogram</i> yang sama dalam tiap desain kemasan produk Biore, kesan yang ditimbulkan oleh komposisi. ➔ Warna : menjabarkan psikologi dari warn – warna yang digunakan dan kaitannya dengan motif batik parang dan mega mendung serta produk <i>pore pack</i> Biore.

Mitos

Makna dan filosofi pada motif parang dan mega mendung tidak merepresentasikan produk *pore pack* Biore yang merupakan produk kecantikan yang feminin.

Ditemukan adanya :

- ➔ Penurunan makna batik sebagai budaya dan tradisi (ditandai dengan tidak sejalannya makna kedua motif batik dengan produk kecantikan)
- ➔ Tercerabutnya nilai makna dan filosofi batik (penggunaan motif batik sakral dalam kemasan)
- ➔ Duplikasi motif batik dalam desain kemasan kekinian (motif batik tersebut hanya dipakai kembali apa adanya tanpa menghiraukan makna dan filosofi dalam batik)
- ➔ Parodi makna motif batik dalam kemasan (motif batik sakral yang digunakan sebagai visual penghias *pore pack*)
- ➔ Batik sebagai ilusi *image* identitas Indonesia (tidak menentu dan tidak pastinya makna penggunaan batik dalam kemasan, adanya pengandaian – pengandaian dalam menentukan makna penggunaan batik dalam kemasan)
- ➔ Perubahan nilai batik dalam desain kemasan (terjadi komodifikasi budaya, yang berarti nilai motif batik dalam kemasan sebagai visual promosi produk dalam menarik minat beli konsumen agar produk laku dalam pasar.