



KAJIAN SEMIOTIKA REPRESENTASI VISUAL DAN SENSORIK PADA KEMASAN PERMEN HOT HOT POP

A SEMIOTIC ANALYSIS OF VISUAL AND SENSORY REPRESENTATION IN HOT HOT POP CANDY PACKAGING

Putri Khristina Dewi Gulo¹, Nomi Merland Lumbantoruan²

^{1,2}Pendidikan Bahasa Jerman, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Medan

Email : putrygulo12@gmail.com¹, nomilumbantoruan93@gmail.com²

Article Info

Article history :

Received : 15-03-2025

Revised : 17-03-2025

Accepted : 19-03-2025

Published: 21-03-2025

Abstract

This study aims to explore the visual and sensory representation on the packaging and shape of Hot Hot Pop candy using Roland Barthes' semiotic approach. The product was chosen for its unique visual packaging and unconventional shape, as well as the contrast between its name and visual representation. The research follows a qualitative approach, employing Barthes' semiotic analysis model, which includes several stages: identifying visual elements, coding according to Barthes' five codes, analyzing denotative meanings, interpreting connotative meanings, exploring myths, and uncovering ideologies. The findings indicate that the visual elements of the packaging (such as the blue color, a character with lightning-shaped hair, and a surprised expression) and the candy's shape resembling a human foot carry complex connotative meanings related to sensation and challenge. The semiotic contradiction between the blue packaging and the name "HOT HOT" creates cognitive tension, enhancing the product's memorability. Hot Hot Pop candy constructs myths of "sensation and challenge" as well as "subversion and uniqueness," reflecting values of consumerism and hedonism in contemporary culture. Based on Barthes' five semiotic codes, this product activates the hermeneutic code through the puzzle of sensory experience, the semantic code through the surprised expression, the symbolic code through binary oppositions, the proairetic code through the narrative of consumption, and the cultural code through references to cartoons and the halal logo.

Keywords: Semiotics, Roland Barthes, Visual Representation

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana kemasan dan bentuk permen Hot Hot Pop menyampaikan pesan visual dan sensorik, dengan menggunakan pendekatan semiotika dari Roland Barthes. Produk ini dipilih karena kemasan dan bentuk fisiknya yang unik dan tidak biasa, serta adanya perbedaan antara nama produk dengan tampilan visualnya. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan analisis semiotika menurut Barthes, yang mencakup beberapa tahap: identifikasi elemen visual, pengkodean berdasarkan lima kode Barthes, analisis makna denotatif, interpretasi makna konotatif, eksplorasi mitos, dan pengungkapan ideologi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa elemen visual pada kemasan (seperti warna biru, karakter dengan rambut berbentuk petir, dan ekspresi terkejut) serta bentuk permen yang mirip kaki manusia menyimpan makna konotatif yang rumit, yang berhubungan dengan



sensasi dan tantangan. Kontradiksi antara warna biru pada kemasan dengan nama “HOT HOT” menimbulkan ketegangan kognitif yang justru meningkatkan daya ingat terhadap produk ini. Permen Hot Hot Pop membangun mitos tentang "sensasi dan tantangan" serta "subversi dan keunikan," yang mencerminkan nilai-nilai konsumerisme dan hedonisme dalam budaya modern. Berdasarkan lima kode semiotik Barthes, produk ini mengaktifkan kode hermeneutik melalui teka-teki pengalaman sensorial, kode semantik melalui ekspresi terkejut, kode simbolik melalui oposisi biner, kode proaretik melalui narasi konsumsi, dan kode kultural melalui referensi pada kartun dan logo halal.

Kata Kunci: Semiotika, Roland Barthes, Representasi Visual

PENDAHULUAN

Pemilihan permen Hot Hot Pop sebagai objek penelitian semiotika didasarkan pada beberapa pertimbangan strategis. Pertama, permen ini memiliki keunikan visual yang menonjol, baik dari segi kemasan maupun bentuk fisiknya yang tidak konvensional. Bentuknya yang menyerupai kaki manusia menciptakan disonansi kognitif yang menarik untuk dikaji dalam perspektif semiotika. Kedua, terdapat kontradiksi antara nama produk Hot Hot dengan representasi visual dan sensoriknya, yang menciptakan ketegangan semiotik kaya untuk dianalisis. Ketiga, sebagai produk yang populer di kalangan anak-anak dan remaja, permen ini merepresentasikan fenomena budaya konsumen yang lebih luas, di mana pengalaman sensorik dikemas dan dipasarkan sebagai komoditas. Popularitasnya di kalangan generasi muda juga menjadikannya objek yang relevan untuk memahami bagaimana tanda-tanda visual membentuk preferensi dan pengalaman konsumsi dalam segmen demografis tersebut. Dengan demikian, penelitian terhadap Hot Hot Pop tidak hanya berkontribusi pada kajian semiotika produk, tetapi juga memperluas pemahaman mengenai dinamika komunikasi visual dalam budaya konsumen di Indonesia.

Kemasan produk tidak hanya berfungsi sebagai pelindung fisik barang, tetapi juga sebagai medium komunikasi yang menyampaikan pesan kepada konsumen. Dalam konteks Hot Hot Pop, kemasan dan bentuk produk menjadi objek semiotik yang kaya akan tanda dan makna. Sebagaimana dikemukakan oleh Barthes, setiap elemen visual dalam desain kemasan dapat mengandung makna yang lebih dalam, yang dapat diungkap melalui kode-kode semiotik (Az-Zahra, 2023). Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji representasi visual dan sensorik pada kemasan serta bentuk permen Hot Hot Pop dengan menggunakan pendekatan semiotika Roland Barthes. Pendekatan ini menekankan pada konsep signifikasi dua tahap, yaitu denotasi dan konotasi, serta gagasan tentang "mitos" yang terbentuk dari proses penandaan lebih lanjut.

Teori semiotika Roland Barthes memberikan kerangka analisis yang komprehensif dalam memahami bagaimana tanda berfungsi dalam komunikasi, terutama dalam konteks budaya dan media. Barthes membedakan dua jenis makna dalam tanda: makna denotatif yang bersifat literal atau langsung, dan makna konotatif yang muncul dari konteks sosial, budaya, serta pengalaman individu (Sobur, 2019). Pendekatan ini sangat relevan untuk menganalisis kemasan dan bentuk permen Hot Hot Pop, di mana elemen visual seperti warna, gambar karakter, tipografi, serta bentuk



fisik permen dapat diinterpretasikan tidak hanya secara denotatif, tetapi juga dalam tataran konotatif yang lebih kompleks dan bernuansa budaya.

Salah satu aspek penting dalam teori Barthes adalah peran aktif pembaca atau konsumen dalam proses pemaknaan. Barthes menegaskan bahwa konotasi adalah sifat alami tanda, tetapi agar dapat berfungsi, tanda tersebut memerlukan keaktifan dari pembaca (Sobur, 2019). Dalam konteks produk konsumen seperti Hot Hot Pop, hal ini menunjukkan bahwa makna yang dikonstruksi tidak sepenuhnya ditentukan oleh produsen, melainkan juga oleh bagaimana konsumen menafsirkan dan berinteraksi dengan tanda-tanda pada kemasan serta bentuk produk tersebut. Perspektif ini menjadikan analisis semiotika terhadap Hot Hot Pop tidak hanya relevan dalam kajian desain produk, tetapi juga dalam memahami dinamika komunikasi pemasaran dan budaya konsumen kontemporer.

Penelitian ini menggunakan metode analisis semiotika dengan tahapan yang mencakup identifikasi, pengkodean, analisis denotasi, konotasi, mitologi, dan ideologi sesuai dengan pendekatan Barthes. Seperti yang diungkapkan dalam kajian mengenai film KADET 1947, analisis semiotika Barthes dapat digunakan untuk menafsirkan makna melalui tiga tingkatan: denotasi sebagai makna harfiah, konotasi sebagai makna kultural dan simbolis, serta mitos sebagai konotasi yang berkembang menjadi kepercayaan atau ideologi yang diterima secara luas (Cahya, 2023). Dalam konteks Hot Hot Pop, pendekatan ini memungkinkan analisis yang lebih sistematis terkait bagaimana elemen visual dan sensorik pada kemasan serta bentuk produk membentuk makna serta nilai tertentu yang kemudian diinternalisasi oleh konsumen.

Kajian semiotika terhadap produk konsumen seperti Hot Hot Pop menjadi semakin relevan di era komunikasi visual yang semakin dominan saat ini. Sebagaimana dijelaskan oleh Barthes melalui konsep kode hermeneutik, proreutik, semantik, simbolik, dan budaya (Az-Zahra, 2023), analisis semiotika memungkinkan pemahaman yang lebih mendalam mengenai bagaimana produk konsumen tidak hanya menjual sensasi rasa, tetapi juga pengalaman visual dan emosional yang berkaitan dengan nilai sosial serta budaya tertentu. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis bagi pengembangan kajian semiotika produk konsumen, sekaligus menawarkan wawasan praktis bagi perancang kemasan dan pemasar dalam merancang komunikasi visual yang lebih efektif serta kontekstual secara budaya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis semiotika model Roland Barthes untuk mengkaji representasi visual dan sensorik pada kemasan dan bentuk permen Hot Hot Pop. Proses analisis dilakukan melalui beberapa tahapan sistematis: (1) mengidentifikasi elemen-elemen visual dan tekstual pada kemasan permen Hot Hot Pop, (2) melakukan pengkodean berdasarkan lima kode Barthes (kode hermeneutik, semantik, simbolik, proreutik, dan kultural), (3) menganalisis makna denotatif yang merupakan makna harfiah dari tanda visual pada kemasan dan bentuk permen, (4) menafsirkan makna konotatif yang muncul dari konteks sosial dan budaya, (5) mengeksplorasi mitologi yang terbentuk dari interaksi antara tanda-tanda tersebut, dan (6)



mengungkap ideologi yang melatarbelakangi representasi visual dan sensorik produk. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi langsung terhadap kemasan dan bentuk permen, dokumentasi visual, serta studi literatur yang relevan dengan semiotika visual. Analisis data mengacu pada konsep signifikasi dua tahap Barthes yang menekankan bahwa makna tidak bersifat tetap, melainkan terbentuk melalui interaksi aktif antara tanda, pembaca, dan konteks budaya yang melingkupinya (Sobur, 2019; Asri, 2020; Nifty et al., 2024). Keabsahan data dijamin melalui triangulasi sumber dan metode untuk memastikan interpretasi yang komprehensif terhadap objek penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Semiotik Denotatif Kemasan dan Bentuk Permen Hot Hot Pop

1. Elemen Visual Kemasan

Elemen visual pada kemasan permen Hot Hot Pop dirancang secara strategis untuk menarik perhatian target konsumennya, yaitu anak-anak dan remaja. Pemilihan warna biru tua sebagai latar belakang menciptakan kontras yang mencolok dengan teks "HOT HOT POP" berwarna kuning-oranye, yang bertujuan untuk memaksimalkan visibilitas dan daya tarik produk di rak penjualan.

Selain itu, karakter kartun dengan mata bulat dan kacamata dirancang agar dapat dikenali sebagai figur yang menyenangkan dan relatable bagi anak-anak. Rambut karakter yang berbentuk petir menjadi elemen visual yang secara eksplisit mengomunikasikan konsep kejutan dan sensasi yang menjadi daya tarik utama produk ini. Simbol kilatan petir dan titik-titik bintang di sekitar karakter semakin memperkuat kesan dinamis dan penuh energi, menciptakan ekspektasi terhadap pengalaman konsumsi yang unik dan mengejutkan. Secara denotatif, keseluruhan komposisi visual ini secara langsung menyampaikan informasi tentang identitas produk serta ekspresi karakter yang sedang mengonsumsi permen tersebut.

2. Bentuk Fisik Permen



Gambar. Permen Hot Hot Pop

Bentuk fisik permen Hot Hot Pop yang menyerupai kaki manusia merupakan strategi diferensiasi produk yang unik di pasaran. Detail anatomi kaki, seperti kontur telapak dan



tonjolan yang merepresentasikan jari-jari, direproduksi dengan cukup realistis. Warna merah terang pada permen menciptakan fokus visual yang kuat dan mencolok, sedangkan stik putih yang berfungsi sebagai pegangan memberikan kontras yang memudahkan konsumen dalam mengenali bagian yang dapat dipegang.

Selain itu, pembungkus plastik transparan memungkinkan konsumen melihat bentuk dan warna permen secara langsung, menciptakan koneksi visual dengan produk sebelum dikonsumsi. Secara denotatif, kombinasi elemen bentuk, warna, dan material ini membentuk representasi fisik yang unik serta membedakannya dari permen lollipop tradisional.

Analisis Semiotik Konotatif dan Mitologis

1. Makna Konotatif Kemasan

Pada tataran konotatif, kemasan permen Hot Hot Pop mengandung makna yang melampaui aspek visual literalnya. Sebagaimana dijelaskan oleh Barthes, "makna konotatif adalah makna tambahan yang muncul dari konteks sosial, budaya, dan pengalaman individu" (Sobur, 2019, hlm. 6).

a. Warna Biru dan Elemen Visual

Kontradiksi semiotik antara warna biru dominan pada kemasan dengan nama produk "HOT HOT" menciptakan paradoks visual yang menarik. Dalam spektrum semiotik warna, biru tua biasanya diasosiasikan dengan kesejukan, ketenangan, dan bahkan sensasi dingin—berlawanan secara diametral dengan konsep "panas" yang direpresentasikan oleh nama produk.

Paradoks ini bukanlah kesalahan desain, melainkan strategi visual yang disengaja untuk menciptakan ketegangan kognitif yang meningkatkan daya ingat konsumen terhadap produk. Sebagaimana dikemukakan oleh Kress dan Van Leeuwen, "kontradiksi semiotik dapat berfungsi sebagai psychological hook yang memperkuat daya tarik produk dengan menciptakan disonansi kognitif yang perlu diselesaikan oleh konsumen" (Kress & Van Leeuwen, 2020, hlm. 124). Dalam konteks permen Hot Hot Pop, kontradiksi ini menjanjikan pengalaman konsumsi yang tidak biasa dan penuh kejutan, menjadikannya lebih dari sekadar permen, tetapi sebuah petualangan sensorik yang menantang ekspektasi.

b. Karakter dengan Rambut Petir

Rambut karakter yang menyerupai petir pada kemasan permen Hot Hot Pop merupakan elemen visual yang memiliki makna konotatif yang kuat. Dalam ikonografi populer, rambut yang berdiri tegak atau berbentuk petir sering diasosiasikan dengan kondisi terkejut, kaget, atau terkena sengatan listrik—sebuah metafora visual untuk pengalaman yang mengejutkan dan intens.

Penerapan elemen ini secara efektif mengomunikasikan sensasi "kejut" yang akan dialami saat mengonsumsi produk. Sebagaimana diungkapkan Danesi, penggambaran karakter dengan fitur yang dilebih-lebihkan seperti ini berfungsi sebagai proximal sensory



representation, yaitu representasi visual dari pengalaman fisik yang akan dialami konsumen (Danesi, 2018, hlm. 145).

Mata karakter yang membulat dengan lingkaran konsentris serta kacamata besar menyiratkan ekspresi terkejut, yang secara konotatif merepresentasikan reaksi terhadap rasa pedas atau sensasi mengejutkan dari permen tersebut. Ekspresi ini sejalan dengan konsep Barthes tentang kode semantik, di mana elemen visual tertentu mengaktifkan asosiasi emosional tertentu (Az-Zahra, n.d., hlm. 2).

c. Lidah Terjuler dan Kilatan Petir

Representasi lidah karakter yang menjulur keluar dan berwarna merah mengandung makna konotatif yang berkaitan dengan intensitas rasa dan sensasi panas. Dalam semiotika ekspresi wajah, lidah yang terjulur biasanya mengindikasikan reaksi terhadap stimulus yang kuat, baik karena rasa yang ekstrem (pedas, asam, atau manis) maupun sensasi fisik yang intens.

Pada kemasan permen Hot Hot Pop, representasi ini semakin diperkuat oleh warna merah pada lidah yang secara kultural diasosiasikan dengan panas, pedas, atau sensasi membakar. Elemen ini berpadu dengan kilatan petir kuning di sekitar karakter, menciptakan sinergi visual yang menegaskan konsep "kejutan sensorik" yang menjadi nilai utama produk.

Menurut analisis Barthes tentang kode simbolik, elemen-elemen visual seperti ini berfungsi sebagai metafora terintegrasi yang melampaui makna literalnya untuk menyampaikan pengalaman sensorik yang kompleks (Sobur, 2019, hlm. 124). Dalam konteks permen Hot Hot Pop, kilatan petir tidak hanya merepresentasikan keterkejutan visual, tetapi juga sensasi "tersengat" atau "tersentak" yang berkaitan dengan pengalaman rasa yang tidak terduga. Secara keseluruhan, elemen-elemen ini membentuk bahasa visual yang mengomunikasikan janji akan pengalaman multi-sensorik yang dinamis dan berkesan.

2. Makna Konotatif Bentuk Permen

a. Bentuk Kaki dan Warna Merah

Permen Hot Hot Pop, yang memiliki bentuk menyerupai kaki manusia, menciptakan lapisan makna konotatif yang kompleks serta multidimensional. Pertama, terdapat disonansi kognitif antara bentuk anatomis kaki—bagian tubuh yang umumnya tidak diasosiasikan dengan makanan—dengan fungsi permen yang dikonsumsi melalui mulut. Disonansi ini menghasilkan efek playful sekaligus transgresif yang menarik bagi konsumen muda. Sebagaimana dijelaskan oleh Ahmed (2019, hlm. 79), "bentuk produk yang menyimpang dari konvensi kategori menciptakan momen ketertarikan kognitif yang mendorong pembelian impulsif dan eksperimental."

Kedua, bentuk kaki yang detail menciptakan aspek performatif dalam konsumsi permen, di mana tindakan mengonsumsi permen berbentuk kaki menjadi semacam ritual bermain yang melampaui fungsi nutrisi. Dalam konteks budaya anak dan remaja, aspek



performatif ini meningkatkan daya tarik sosial produk sebagai sebuah pengalaman yang layak dibagikan.

Warna merah pada permen juga memiliki lapisan makna konotatif yang berinteraksi secara kompleks dengan bentuk kaki. Secara tradisional, warna merah dalam konteks makanan mengaktifkan asosiasi dengan rasa pedas, panas, atau beraroma tajam. Namun, terdapat kontradiksi semiotik yang menarik ketika warna merah ini diterapkan pada permen dengan rasa mangga—buah yang secara visual lebih sering diasosiasikan dengan warna kuning atau hijau. Kontradiksi ini menciptakan apa yang Barthes sebut sebagai kode hermeneutik, yakni elemen yang membangkitkan keingintahuan dan memunculkan pertanyaan bagi konsumen (Az-Zahra, t.t., hlm. 1). Dalam konteks permen Hot Hot Pop, kontradiksi warna dan rasa ini menjadi bagian dari strategi untuk membangun antisipasi serta kejutan, di mana ekspektasi visual yang diciptakan oleh warna merah (pedas/panas) dipatahkan oleh pengalaman rasa sebenarnya (mangga), sehingga menciptakan momen discovery yang memperkaya pengalaman konsumsi.

Konstruksi Mitos dalam Representasi Permen Hot Hot Pop

1. Mitos Sensasi dan Tantangan

Mitos "sensasi dan tantangan" yang terkonstruksi melalui representasi visual permen Hot Hot Pop perlu dipahami dalam konteks yang lebih luas dari budaya konsumsi kontemporer, terutama dalam segmen produk anak-anak dan remaja. Dalam beberapa dekade terakhir, telah terjadi pergeseran paradigma dalam pemasaran makanan ringan, dari yang awalnya menekankan atribut rasa dan nutrisi menuju pengalaman serta petualangan sensorik. Permen Hot Hot Pop, dengan elemen visual yang menonjolkan kejutan dan sensasi, merepresentasikan manifestasi sempurna dari pergeseran ini.

Karakter dengan rambut berbentuk petir, ekspresi terkejut, serta elemen visual dinamis seperti kilatan listrik mengonstruksi narasi bahwa mengonsumsi permen ini bukan sekadar aktivitas konsumsi pasif, melainkan sebuah tantangan aktif yang harus "ditaklukkan". Sebagaimana dijelaskan oleh Barthes, mitos berfungsi untuk menormalisasi serta menaturalisasi konstruksi makna tertentu (Ramadhani, t.t., hlm. vii–viii). Dalam hal ini, nilai pengejaran sensasi dan pengalaman baru menjadi karakteristik dari masyarakat konsumen postmodern.

Lindstrom (2016, hlm. 124) mengamati fenomena ini dengan tepat ketika menyatakan bahwa "produk makanan kontemporer semakin menjual pengalaman dan sensasi daripada sekadar rasa." Dalam kerangka ini, permen Hot Hot Pop tidak hanya dipasarkan sebagai produk dengan rasa mangga, melainkan juga sebagai medium pengalaman mengejutkan yang layak dibagikan dan diperbincangkan. Konstruksi mitos ini secara efektif menyembunyikan fungsi utilitarian produk (sebagai makanan) dan menggantikannya dengan fungsi simbolik (sebagai pengalaman). Proses naturalisasi ini mendukung model bisnis yang mengandalkan pembelian berulang bukan karena kualitas intrinsik produk, tetapi karena pencarian sensasi baru yang terus



berlanjut—fenomena yang sering disebut oleh para kritikus budaya konsumen sebagai hedonic treadmill.

2. Mitos Subversi dan Keunikan

Bentuk permen yang menyerupai kaki manusia bukan sekadar pilihan desain arbitrer, melainkan juga pernyataan semiotik yang kuat tentang subversi terhadap konvensi bentuk permen tradisional. Dalam lanskap produk permen yang didominasi oleh bentuk geometris reguler (bulat, persegi, atau batangan) serta representasi ikonik sederhana (hati, bintang), kehadiran bentuk anatomis yang detail seperti kaki manusia mengandung makna subversif. Menurut Haryatmoko (2020, hlm. 112), "penggunaan bentuk yang tidak lazim pada makanan dapat dilihat sebagai strategi subversif yang menantang kategori konvensional serta menciptakan ruang bermain dalam praktik konsumsi." Ruang bermain ini memungkinkan konsumsi permen menjadi tindakan simbolik yang melampaui sekadar kepuasan selera, yakni sebagai pernyataan identitas serta partisipasi dalam budaya yang menghargai keunikan dan penyimpangan dari norma.

Kontradiksi antara warna merah, bentuk kaki, dan rasa mangga juga berkontribusi terhadap konstruksi mitos "ambiguitas" serta "ketidakpastian" yang menjadi ciri khas pengalaman pascamodern. Dalam perspektif semiotika Barthes, kontradiksi semacam ini bukanlah inkonsistensi, melainkan strategi untuk "menaturalisasi ketidakpastian" sebagai bagian integral dari pengalaman konsumen kontemporer (Cahya, t.t., hlm. 28). Mitos ini merefleksikan nilai kultural yang lebih luas, di mana ambiguitas, ironi, serta hibriditas tidak hanya diterima, tetapi justru dirayakan.

Dalam konteks produk yang ditargetkan untuk anak-anak dan remaja, mitos subversi ini juga berfungsi sebagai mekanisme pemberdayaan simbolik, di mana konsumsi produk yang "aneh" atau "berbeda" menjadi cara untuk menegaskan otonomi serta eksperimentasi identitas dalam batasan yang aman.

Kode-Kode Semiotik dalam Representasi Hot Hot Pop

Dengan menggunakan klasifikasi lima kode semiotik Barthes, kemasan dan bentuk permen Hot Hot Pop dapat dianalisis sebagai berikut:

1. Kode Hermeneutik

Dalam permen Hot Hot Pop, kode hermeneutik tidak hanya hadir melalui kontradiksi antara nama, warna, bentuk, dan rasa, tetapi juga melalui elemen "teka-teki" yang menjadi bagian dari pengalaman konsumsi. Pernyataan implisit pada kemasan HOT HOT POP menimbulkan pertanyaan: seberapa "hot" sebenarnya permen ini? Apakah sensasi "hot" merujuk pada rasa pedas, panas, atau bentuk kejutan sensorik lainnya? Jawaban atas teka-teki ini hanya dapat ditemukan dengan mengonsumsi produk tersebut, menciptakan apa yang Barthes sebut sebagai "narasi penantian", di mana resolusi ditunda guna membangun ketegangan dan antisipasi.



Ketika konsumen akhirnya mencoba permen dan menemukan bahwa sensasi "hot" tidak terkait dengan rasa pedas, tetapi dengan kejutan sensorik lainnya—seperti tekstur, temperatur, atau sensasi fizzy—momen discovery ini menjadi bagian dari kesenangan konsumsi. Sebagaimana dijelaskan oleh Az-Zahra (n.d., hlm. 1), kode hermeneutik dalam kemasan makanan "mendorong konsumen untuk berpartisipasi aktif dalam pengalaman produk melalui pencarian jawaban atas teka-teki yang disajikan secara visual". Dengan demikian, strategi semiotik ini terbukti efektif dalam meningkatkan keterlibatan konsumen terhadap permen Hot Hot Pop.

2. Kode Semantik

Ekspresi terkejut yang ditampilkan pada karakter kemasan Hot Hot Pop mengaktifkan medan semantik yang berkaitan dengan sensasi kejutan dan pengalaman yang tidak terduga. Mata yang membelalak dengan lingkaran konsentris, rambut menyerupai petir, serta ekspresi mulut terbuka dengan lidah terjulur membangun konotasi yang menggambarkan reaksi terhadap kejutan yang kuat.

Menurut Lustyantie (n.d., hlm. 1), kode semantik berfungsi untuk "mengaktifkan medan semantik tertentu dalam pengalaman kultural pembaca tanpa perlu mengartikulusikannya secara eksplisit". Dalam konteks Hot Hot Pop, karakter pada kemasan berfungsi sebagai representasi visual dari reaksi yang diharapkan terjadi pada konsumen saat mengonsumsi permen tersebut. Selain itu, visualisasi ini juga mengacu pada memori kolektif mengenai ekspresi kejutan dalam media populer seperti kartun dan komik, di mana mata membelalak dan rambut berdiri merupakan konvensi umum dalam menggambarkan keterkejutan. Dengan mengaktifkan kode semantik ini, kemasan Hot Hot Pop tidak hanya mendeskripsikan produk, tetapi juga mengkomunikasikan pengalaman yang dijanjikan kepada konsumen.

3. Kode Simbolik

Kemasan Hot Hot Pop menunjukkan struktur oposisi biner—panas/dingin, normal/aneh, ekspektasi/realitas—yang membentuk ranah simbolik yang kompleks dan kaya makna. Kontradiksi antara nama HOT HOT dan latar biru tidak hanya berfungsi sebagai kontras visual, tetapi juga mengaktifkan struktur simbolik yang lebih dalam tentang pengalaman sensorik yang kompleks dan multidimensional.

Dalam analisis semiotik Barthes, oposisi biner semacam ini berfungsi untuk "menciptakan ruang antinomi di mana makna baru dapat muncul". Ruang liminal ini—antara panas dan dingin, normal dan aneh—menjadi tempat bagi pengalaman konsumsi yang menawarkan transgresi terbatas yang aman dan menyenangkan, terutama bagi konsumen muda. Selain itu, bentuk permen yang menyerupai kaki menciptakan oposisi simbolik antara "yang dapat dimakan" dan "yang tidak dapat dimakan", sehingga menantang batasan kultural tentang makanan yang layak dikonsumsi. Dengan memainkan oposisi biner ini, Hot Hot Pop menawarkan pengalaman konsumsi yang kaya secara simbolik dan lebih dari sekadar kenikmatan rasa.



4. Kode Proaretik

Ilustrasi karakter yang menjilat permen pada kemasan Hot Hot Pop menciptakan narasi visual tentang sekuens tindakan yang membangun pengalaman konsumsi sebagai sebuah "cerita" dengan struktur yang jelas. Narasi ini dimulai dengan ekspektasi sebelum mencicipi permen, diikuti oleh moment of truth saat pertama kali mencicipinya, dan berpuncak pada reaksi kejutan yang direpresentasikan oleh ekspresi karakter.

Kode proaretik ini, sebagaimana dijelaskan oleh Barthes, "mengatur tindakan dalam sekuens logis yang dapat diprediksi dan dikenali". Dalam konteks Hot Hot Pop, sekuens ini tidak hanya menginformasikan cara mengonsumsi permen (yang sebenarnya sudah dipahami oleh konsumen), tetapi juga membangun skrip pengalaman emosional dan sensorik yang diharapkan. Sebagaimana diungkapkan oleh Az-Zahra (n.d., hlm. 2), kode proaretik pada kemasan produk makanan sering kali "mengarahkan konsumen untuk mengantisipasi dan menginternalisasi urutan pengalaman tertentu". Strategi ini menciptakan ekspektasi yang menjadi bagian integral dari pengalaman produk, di mana konsumen tidak sekadar mengonsumsi permen, tetapi juga menjalankan "skrip pengalaman" yang telah dikonstruksi secara semiotik pada kemasan.

5. Kode Kultural

Kode kultural dalam permen Hot Hot Pop mereferensikan konvensi visual dari kartun dan komik, terutama dalam representasi kejutan dan syok melalui elemen visual yang hiperbolis seperti mata membelalak, rambut berdiri, dan kilatan petir. Referensi visual ini mengaktifkan pengetahuan kultural konsumen tentang bahasa visual kartun, sehingga menciptakan koneksi yang familiar dan memudahkan interpretasi pengalaman produk.

Selain itu, logo halal pada kemasan tidak hanya berfungsi sebagai informasi regulasi, tetapi juga sebagai marker kultural yang mengintegrasikan produk ke dalam sistem nilai dan praktik konsumsi masyarakat Indonesia yang mayoritas Muslim. Seperti yang dijelaskan oleh Nifty et al. (2024, hlm. 100), "kode kultural memungkinkan produk untuk berakar dalam sistem nilai dan pengetahuan kolektif tertentu, menciptakan resonansi yang melampaui atribut fungsional produk". Dalam kasus Hot Hot Pop, kode kultural ini membangun jembatan semiotik antara pengalaman konsumsi individual dan nilai-nilai kolektif, sehingga menempatkan produk dalam jejaring makna yang dipahami dan diterima oleh komunitas konsumennya.

Implikasi Ideologis dan Kultural

1. Ideologi Konsumerisme dan Hedonisme

Representasi visual dan sensorik pada permen Hot Hot Pop mencerminkan lebih dari sekadar strategi pemasaran; ia mengandung artikulasi ideologis yang mendalam terkait dengan nilai-nilai konsumerisme dan hedonisme dalam budaya kontemporer. Janji akan "pengalaman ekstrem" dan "sensasi mengejutkan" yang divisualisasikan pada kemasan tidak hanya menjadi daya tarik komersial, tetapi juga merupakan bentuk pengkomodifikasian pengalaman sensorik



yang menjadikannya objek konsumsi. Seperti yang dikemukakan oleh Williamson (2021, hlm. 56), "kemasan makanan kontemporer sering kali mempromosikan 'pengalaman ekstrem' sebagai komoditas yang dapat dibeli dan dikonsumsi, mengalihkan fokus dari nilai nutrisi atau kualitas bahan menuju sensasi dan emosi yang ditawarkan." Dalam konteks Hot Hot Pop, pengalaman mengejutkan yang dijanjikan bukan hanya sekadar fitur tambahan, melainkan inti dari produk yang ditawarkan—bahkan lebih dominan daripada rasa permen itu sendiri.

Implikasi ideologis dari konstruksi semiotik ini adalah naturalisasi pandangan bahwa pengalaman sensorik adalah sesuatu yang harus dibeli dan dikonsumsi secara terus-menerus. Konsumen didorong untuk terus mencari sensasi baru dan pengalaman yang lebih intens, sehingga menciptakan siklus konsumsi yang berkelanjutan dalam pencarian "kejutan" sensorik berikutnya. Dalam kerangka kritik Barthes terhadap mitos dalam masyarakat konsumen, fenomena ini mencerminkan bagaimana ideologi konsumerisme "menaturalisasi" pemahaman bahwa kebahagiaan dan kepuasan dapat diperoleh melalui konsumsi produk yang menawarkan sensasi baru. Dengan desain yang unik dan janji pengalaman yang mengejutkan, Hot Hot Pop menjadi medium bagi ideologi ini, terutama dalam menanamkan nilai-nilai konsumerisme pada konsumen muda.

2. Representasi Budaya Anak dan Remaja

Desain karakter kartun dan elemen visual yang playful pada kemasan Hot Hot Pop merepresentasikan konstruksi budaya yang spesifik mengenai dunia anak dan remaja, yang sering diasosiasikan dengan kesenangan, petualangan, dan tantangan. Pemilihan warna cerah, karakter ekspresif, serta bentuk permen yang tidak konvensional tidak hanya mencerminkan ekspektasi budaya tentang produk untuk segmen demografis ini, tetapi juga turut membentuknya. Sebagaimana diungkapkan oleh Danesi (2018, hlm. 189), "produk makanan untuk anak-anak sering kali mengartikulasikan nilai-nilai transgresif dan subversif sebagai strategi pemasaran yang memanfaatkan dan memperkuat konstruksi kultural tentang 'kebebasan' dan 'petualangan' masa kanak-kanak."

Dalam konteks Hot Hot Pop, representasi visual ini berkaitan erat dengan konstruksi sosial yang lebih luas mengenai anak-anak dan remaja sebagai konsumen yang menghargai keunikan, kejutan, serta pengalaman yang menantang norma. Bentuk permen yang menyerupai kaki manusia dan kontras antara nama "HOT HOT" dengan rasa mangga menciptakan narasi tentang pemberdayaan melalui konsumsi produk yang tidak biasa. Pendekatan semiotik ini tidak hanya berfungsi sebagai strategi pemasaran, tetapi juga memperkuat dan mereproduksi konstruksi budaya tentang dunia anak sebagai ruang yang dipenuhi kegembiraan, eksplorasi, dan perlawanan simbolik terhadap aturan dunia dewasa. Dalam kerangka analisis Barthes, representasi ini dapat dikategorikan sebagai "mitos" yang menaturalisasi persepsi tentang masa kanak-kanak dan remaja sebagai periode yang ditandai oleh konsumsi pengalaman yang penuh kejutan dan tantangan, namun tetap berada dalam batasan yang aman dan terkendali.



KESIMPULAN

Kajian semiotika terhadap representasi visual dan sensorik pada kemasan serta bentuk permen Hot Hot Pop mengungkap kompleksitas makna yang melampaui fungsi literal produk sebagai permen. Dengan menggunakan pendekatan semiotika Roland Barthes, penelitian ini mengidentifikasi bagaimana elemen-elemen visual pada kemasan dan bentuk fisik produk membentuk sistem makna yang beroperasi pada berbagai level.

Pada level denotatif, kemasan permen Hot Hot Pop menampilkan komposisi visual yang strategis, dengan latar belakang biru tua, teks "HOT HOT POP" berwarna kuning-oranye, karakter kartun dengan ekspresi terkejut, serta bentuk permen yang menyerupai kaki manusia berwarna merah. Sementara itu, pada level konotatif, penelitian ini mengungkap adanya kontradiksi semiotik antara warna biru (yang diasosiasikan dengan dingin) dan nama produk "HOT HOT", yang menciptakan ketegangan kognitif sebagai strategi meningkatkan memorabilitas produk. Elemen visual seperti rambut berbentuk petir, mata membelalak, dan lidah terjulur merepresentasikan janji sensasi "kejut" yang akan dialami saat mengonsumsi produk.

Lebih lanjut, penelitian ini mengidentifikasi konstruksi mitos "sensasi dan tantangan" yang mencerminkan pergeseran paradigma dalam pemasaran makanan ringan, dari yang sebelumnya berfokus pada atribut rasa menuju pengalaman dan petualangan sensorik. Selain itu, mitos "subversi dan keunikan" juga terbentuk melalui desain permen yang tidak konvensional, yang menciptakan transgresi simbolik dan menantang batasan kultural mengenai bentuk makanan yang lazim.

Berdasarkan lima kode semiotik Barthes, representasi permen Hot Hot Pop mengaktifkan beberapa kode, yaitu: kode hermeneutik, melalui teka-teki mengenai seberapa "hot" sensasi permen ini; kode semantik, melalui ekspresi visual keterkejutan; kode simbolik, melalui struktur oposisi biner seperti panas/dingin dan normal/aneh; kode proaretik, melalui narasi visual tentang pengalaman konsumsi; serta kode kultural, melalui referensi visual terhadap kartun dan logo halal.

Implikasi ideologis dari konstruksi semiotik ini adalah naturalisasi pandangan bahwa pengalaman sensorik merupakan komoditas yang perlu dibeli dan dikonsumsi secara berkelanjutan. Hal ini merefleksikan ideologi konsumerisme dan hedonisme dalam budaya kontemporer. Representasi visual yang playful juga turut mereproduksi konstruksi kultural tentang anak-anak dan remaja sebagai konsumen yang menghargai keunikan, kejutan, serta pengalaman yang menantang konvensi.

Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi dalam memahami bagaimana produk konsumen tidak hanya menawarkan sensasi rasa, tetapi juga pengalaman visual dan emosional yang terkait dengan nilai-nilai sosial serta budaya tertentu. Temuan ini dapat menjadi wawasan bagi perancang kemasan dan pemasar dalam merancang komunikasi visual yang lebih efektif dan kontekstual.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Ahmed, R.(2019). Packaging semiotics proposition and operations in food product design. *Journal of Product Innovation Management*, 36(2), 75- 94.
- Az- Zahra, A. A., & Firmansyah, N. W.(2024). Analisis tinjauan visual pada kemasan Teh Botol Sosro edisi khusus tahun 2023 menggunakan teori semiotika pendekatan Roland Barthes. *Proceedings Seminar Nasional Seni dan Desain, Universitas Negeri Malang*, 1- 15.
- Barthes, R.(2012). Elemen- elemen semiologi(M. Ardiansyah, Penerjemah). Yogyakarta IRCiSoD.(Karya asli diterbitkan 1964).
- Danesi, M.(2018). *Understanding media semiotics*(2nd ed.). London Bloomsbury Academic.
- Fahida, S. N.(2021). Analisis semiotika Roland Barthes pada film" Nanti Kita Cerita Hari Ini"(NKCTHI) karya Angga Dwimas Sasongko. *Cinematology Journal florilegium of Film and Television Studies*, 1(2), 33- 42.
- Haryatmoko, J.(2020). *Etika komunikasi Manipulasi media, kekerasan dan pornografi*. Yogyakarta Kanisius.
- Kress, G., & Van Leeuwen, T.(2020). *Reading images The alphabet of visual design*(4th ed.). London Routledge.
- Lustyantie, N.(2020). Pendekatan semiotik model Roland Barthes dalam karya sastra Prancis. *Jurnal Bahasa dan Sastra*, 10(1), 1- 15.
- Nifty, O., Sitanggang, E. B., Simaremare, Y. A., Anwar, R., Yusuf, S., & Hutagalung, S.(2024). Analisis semiotika makna upacara Mangongkal Holi adat Batak Toba Sumatera Utara. *Jurnal Pendidikan Ilmiah Transformatif*, 8(6), 100- 104.
- Ramadhani, N. C.(2023). *Representasi Patriotisme dalam Film Kadet 1947(Analisis Semiotika Roland Barthes)*. Skripsi. Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin dan Dakwah, Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.
- Sobur, A.(2019). *Semiotika komunikasi*. Bandung Remaja Rosdakarya.
- Williamson, J.(2021). *decrypting announcements testament and meaning in advertising*(6th ed.). London Marion Boyars.