

**PEMAKNAAN PRODUK KONDOM SUTRA BAGI PEKERJA DAN
PELANGGAN SEKS**

(Suatu Tinjauan Semiotika berdasarkan alur pemikiran Roland Barthes)

Daesy Ekayanthi

ecieka.dof@gmail.com

ABSTRACT

Background this study discusses about Messages and Meaning in Social Semiotics, Semiotics of Roland Barthes an analysis of the messages in the Sutra Condoms Products have an impact on how the message recipient receives the message of Sutra Condom Products.

In general, this thesis discusses about the connotations omessages on Sutra Condoms Products. For this study using the framework Semiotics of Roland Barthes as a theoretical framework, including about signified, signifier and denotation meaning on messages of Sutra Condoms Products. Beside that, the color of the Barker analysis is also used to assist the analysis in this study.

This study uses Interpretive Paradigm. This paradigm is used departs from an attempt to find an explanation of the phenomenon of social events based on the interpretation and experience of those studied.

Nature of the research is explorative aimed to explore and understand the significance of a reality that is stored in the mind or understanding of the subject / object. The method used is qualitative used was text analysis Semiotics of Roland Barthes with nature Single Case Single Analysis. Text has been created is certainly not independent of the context around it, so the interpretation is also studied customers and sex workers on text of Sutra Condom Product.

Is this study it was found that: Obtained several texts that have been experienced in the context of a symbol to interpret the message on Sutra Condom Products is Sutra is a condom, Red is Condom of Sutra, Condom of Sutra is smooth and soft, Sutra condoms to prevent HIV / AIDS; Much of the information contained in packaging of Sutra Condom Products into the consumer's right to know as a user, actualy many are not interested in knowing more; Meaning connotation of more interest to consumers to use the products offered.

Keyword: Messages and Meaning, Semiotics of Roland Barthes, Sutra Condoms Products, HIV/AIDS

BAB 1

PENDAHULUAN

Kondom adalah salah satu alat kontrasepsi dan pelindung berbentuk sarung tipis yang diujungnya tertutup rapat untuk menampung sperma. Kondom ini terbuat dari bahan karet atau latek atau bahan lainnya seperti plastik. Kondom mampu mencegah pertemuan sperma dengan sel telur saat melakukan hubungan suami istri. Selain itu, secara klinis bahan ini efektif mampu mencegah penularan penyakit akibat hubungan seksual.

Pengambilan keputusan untuk menggunakan suatu barang atau jasa tertentu seringkali menimbulkan dilema karena keraguan atau ketidakpercayaan seseorang terhadap nilai barang yang dimilikinya. Hal ini seringkali menjadi diskusi yang panjang. Nugroho J. Setiadi (2003) dalam bukunya *Perilaku Konsumen*, menyebutkan, “Dalam tahapan proses pengambilan keputusan konsumen, setelah konsumen melakukan pencarian dan pemrosesan informasi, langkah

berikutnya adalah menyikapi informasi yang diterimanya.”

Informasi adalah bagian dari komunikasi, salah satunya adalah dalam bentuk pesan. Fenomena penyampaian pesan ini terjadi pula melalui kemasan produk alat kontrasepsi Kondom Sutra, dimana kondom ini terutama penting untuk pencegahan penularan Infeksi Menular Seksual (IMS) dan HIV/AIDS yang mana seharusnya digunakan oleh pekerja dan pelanggan seks di lokalisasi sebagai salah satu kelompok beresiko tinggi.

Kenyataannya masih banyak diantara mereka yang tidak menggunakan kondom sebagai alat pencegahan Infeksi Menular Seksual terutama untuk pencegahan HIV/AIDS. Dari pendekatan dan wawancara pra penelitian, diperoleh beberapa alasan mereka (pekerja dan pelanggan seks) tidak menggunakan kondom, diantaranya adalah karena tidak nyaman, dapat mengurangi kenikmatan, tidak menjamin pencegahan menularnya HIV/AIDS, khawatir pelanggan kabur (bagi pekerja seks) dan sebagainya.

Di sisi lain, peluang besar sebenarnya ada pada pekerja seks dalam pengambilan keputusan pemakaian kondom pada waktu melakukan hubungan seksual. Dalam praktik bahasa, sebuah pesan yang dikirim oleh pengirim kepada penerima pesan diatur melalui seperangkat konvensi atau *kode*, yang didefinisikan Umberto Eco sebagai” aturan yang menjadikan tanda sebagai tampilan yang konkret dalam sistem komunikasi.” (dikutip dari Hypersemiotika, 2003:155).

Gejala yang ditangkap subjek (secara indrawi) oleh semiotika disebut sebagai “tanda”. Gejala tersebut dapat berupa suara/bunyi, warna, bentuk-bentuk tertentu, gaya atau *style*, gerak tubuh dan sebagainya dan gejala semacam itu hadir di tengah kehidupan manusia. (Alex Sobur, 2003:124).

Dalam berkomunikasi, seseorang menggunakan tanda untuk mengirim makna tentang objek dan orang lain akan menginterpretasikan tanda tersebut. Objek bagi Saussure disebut “referent”. Seperti yang dikatakan oleh Theo Van Leeuwen

dalam bukunya *Introducing Social Semiotics*:

The sign was considered the fundamental concept of semiotics. One of the most famous definition of semiotics is that of Ferdinand de Saussure (1974 (1996):16) ‘A science that studies the life of signs within society is conceivable I shall call it semiology (from Greek semeion, ‘sign’).’ In social semiotics the term ‘resource’ is preferred, because it avoids the impression that ‘what a sign stands for ‘is somehow pre-given, and not affected by its use. (2005:3)

Tanda di sini dapat dikatakan sebagai sesuatu hal yang didapat dari pengalaman dan pembelajaran hidup yang tentunya melalui proses pemikiran.

Pemberian informasi melalui pesan pada produk kondom sutra tidak terlepas dari komunikasi yang terjadi. Bahasa yang diwujudkan dalam kata-kata adalah representasi realitas. Untuk menyimbolkannya dalam bentuk kata-kata manusia memotong dunia realitas dan mengklasifikasikannya ke dalam

kategori yang berbeda antara satu budaya dengan budaya lainnya.

Kondom Sutra dalam hal ini adalah sebuah objek yang diinterpretasikan dan dimaknai oleh subjek yang pada akhirnya akan mempengaruhi bentuk aktivitas, tindakan dan perilaku subjek. Produk Kondom Sutra dalam contoh kegiatan di atas mempunyai pesan, arti dan makna pada kemasannya bagi kelompok pemakai itu sendiri. Dan makna itu muncul tentulah tidak terlepas dari bentuk dan isi yang terdapat pada kemasan produk kondom sutra itu sendiri. Pesan dan teks pada kemasan Kondom Sutra dalam hal ini sebagai ilmu komunikasi dapat dikatakan sebagai tanda, dimana dalam kajiannya disebut dengan Semiotika. Barthes menjelaskan dua tingkat dalam petandaan, yaitu denotasi (*denotation*), dan konotasi (*connotation*). Denotasi adalah tingkat pertandaan yang menjelaskan hubungan antara penanda dan petanda, atau antara tanda dan rujukannya pada realitas yang menghasilkan makna yang eksplisit, langsung dan pasti. Sementara konotasi adalah tingkat pertandaan yang

mejelaskan hubungan antara penanda dan petanda, yang di dalamnya beroperasi makna yang tidak eksplisit, tidak langsung dan tidak pasti (artinya terbuka terhadap berbagai kemungkinan tafsiran).

Selain itu, Barthes juga melihat makna yang lebih dalam tingkatnya, akan tetapi lebih bersifat konvensional, yaitu makna-makna yang berkaitan dengan mitos. Mitos, dalam pemahaman semiotika Barthes adalah pengkodean makna dan nilai-nilai sosial (yang sebetulnya arbiter atau konotatif) sebagai sesuatu yang dianggap alamiah. (Alex Sobur, 2003). Dengan mengetahui makna kondom sutra baik dari segi denotasi dan konotasi, kita juga dapat memprediksikan perilaku yang akan terbentuk pada masyarakat penggunaannya.

Melalui beberapa uraian di muka, peneliti menyimpulkan bahwa dalam hal ini Kemasan Produk Kondom Sutra adalah tanda dari realitas sosial. Sebuah tanda tidak dapat berdiri sendiri karena didahului oleh adanya sebuah realitas yang disimbolkan oleh kata-kata tersebut.

Pada tahap selanjutnya kata dan pikiran saling terkait satu sama lain, aktifitas berpikir tidak terlepas dari kata-kata karena aktifitas berpikir selalu membutuhkan adanya simbol berupa kata-kata untuk diasosiasikan. Sebaliknya pikiran juga mempengaruhi kata-kata karena hasil dan aktifitas berpikir adalah kesimpulan berupa kata-kata dan tanda tersebut tentulah mengandung makna.

Dengan melihat permasalahan tersebut, maka sangatlah penting untuk mengetahui tentang makna seputar pesan – pesan yang terdapat pada kemasan produk kondom sutra dilihat dari kajian analisis Roland Barthes.

BAB 2 KAJIAN PUSTAKA

2.1. Paradigma Penelitian

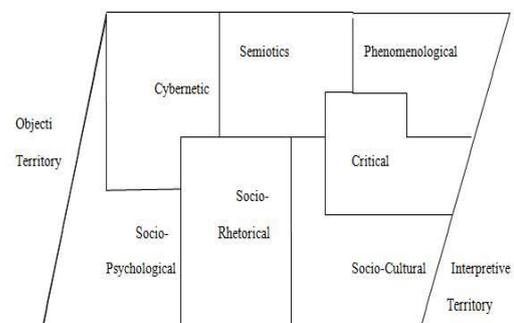
Penelitian ini akan menggunakan paradigma *interpretif*. Dengan maksud pemilihan metode ini adalah berdasarkan: Dunia kehidupan sosial ini tidak dapat diketahui begitu saja lewat observasi dan eksperimen sebagaimana dilakukan ilmu-ilmu alam, melainkan terutama harus

melalui pemahaman. Apa yang ingin ditemukan dalam dunia sosial adalah makna, bukan sekedar hubungan sebab akibat yang memang sudah pasti. Tujuan ilmuwan sosial adalah memahami makna. (Vani Vardiansyah, 2005:60).

2.2. Tradisi Semiotika

Semiotika pada dasarnya bersifat kualitatif-interpretatif, yaitu metode yang memfokuskan dirinya pada tanda dan teks sebagai subjek kajiannya, serta bagaimana peneliti menafsirkan dan memahami kode (*decoding*) di balik tanda dan teks tersebut dan dapat juga bersifat kuantitatif. Ini dapat dilihat dalam 7 (tujuh) area yang dikutip berdasarkan A Survey map of traditions in the Field of Communication Theory (EM Griffin: 2006: 33) sebagai berikut:

Gambar 1



Tujuh tradisi yang digambarkan tersebut, memiliki akar yang mendalam dalam bidang teori komunikasi dimana membentuk tujuh tradisi studi besar dalam penelitian komunikasi. Seperti yang dijelaskan oleh Craign (Dalam Little John, 2009), *Tradisi Semiotic*: Konsep dasar yang menyatukan ini adalah tanda yang didefinisikan sebagai stimulus yang menandakan atau menunjukkan beberapa kondisi lain-seperti ketika asap menandakan adanya api. Konsep dasar kedua adalah simbol yang biasanya menandakan tanda yang kompleks dengan banyak arti, termasuk arti yang sangat khusus. Kebanyakan pemikiran semiotic melibatkan ide dasar *triad of meaning* yang menegaskan bahwa arti muncul dari hubungan diantara tiga hal: benda (atau yang dituju), manusia (penafsir), dan tanda. Tanda tersebut mempresentasikan benda atau yang ditunjuk di dalam pikiran si penafsir.

2.3. Semiotika Sosial

Pesan dalam kemasan produk kondom sutra yang dihadirkan dalam tanda pada penelitian ini adalah merupakan semiotika sosial. Theo Van

Leeuwen dalam bukunya *Introducing Social Semiotics* mengatakan :

So in social semiotics resources are signifiers, observable actions and objects that have been drawn into the domain of social communication and that have a *theoretical* semiotic potential constituted by all their past uses and all their potential uses and an *actual* semiotic potential constituted by those past uses that are known to and considered relevant by the users of the resource, and by such potential uses as might be uncovered by the users on the basis of their specific needs and interest.

Dari pernyataan Van Leeuwen di atas, tentulah dapat kita lihat bahwa di dalam semiotika sosial didahului dengan adanya penanda, yang selanjutnya melalui interpretasi masing-masing individu yang menerima tanda tersebut mengolah dalam alam pikirannya yang disesuaikan dengan kebutuhannya.

Lebih lanjut Hodge, R dan Kress G dalam *Discourse Theory and Practise* menyatakan:” In analysing semiotic structures and processes, social semiotics draws extensively on

terms and concepts from mainstream semiotics. But semiotics has not arrived at a single agreed set of terms and concepts.” (2002:294). Hal ini dapat terlihat bahwa semiotika sosial terjadi dari proses dan struktur yang didapat dari suatu masa dan menjadi kesepakatan sosial. Tentulah hal ini juga tidak terlepas dari proses pemaknaan atau semantisasi dari semiotika yang terjadi. Proses semantisasi ini memang tidak terelakkan: ketika masuk ke dalam ranah sosial atau masyarakat, setiap penggunaan berubah menjadi tanda dari dirinya sendiri; misalnya penggunaan jas hujan untuk melindungi diri dari hujan, tetapi penggunaan ini tidak bisa dilepaskan dari tanda-tanda yang berasal dari lingkungan sekitarnya. (Roland Barthes, 2012:34).

Hal ini terjadi pula pada kondom sutra yang hadir di tengah-tengah lokalisasi dengan maksud digunakan atau dipakai pekerja seks dan pelanggan di lokalisasi mengalami interpretasi dan makna dari pekerja dan pelanggan seks yang bersifat individu.

2.4. Semiotika Roland Barthes

Semiotika Barthes dinamakan semiotik konotasi ialah untuk membedakan semiotik linguistic yang dirintis oleh mentornya, Saussure. Jadi, dalam konsep Barthes, tanda konotatif tidak sekedar memiliki makna tambahan namun juga mengandung kedua bagian tanda denotatif yang melandasi keberadaannya. Sesungguhnya, inilah sumbangan Barthes yang sangat berarti bagi penyempurnaan semiologi Saussure, yang berhenti pada penandaan dalam tataran denotatif.

Barthes membedakan dua macam itu karena ia akan mencari batasan antara pesan denotatif dan konotatif. Sebagai contoh, untuk menciptakan sebuah semiotika konotasi gambar, kedua pesan ini harus dibedakan terlebih dahulu karena sistem konotasi sebagai semiotik tingkat dua dibangun di atas sistem denotatif. Dalam gambar atau foto, pesan denotasi adalah pesan yang disampaikan secara keseluruhan dan pesan konotasi adalah pesan yang dihasilkan oleh unsur-unsur gambar dalam foto. Sebagai contoh: secara

denotatif, babi adalah nama sejenis binatang, namun secara konotatif “babi” dapat diasosiasikan dengan hal lain, seperti: polisi yang korup, tentara yang kejam, dan lain sebagainya.

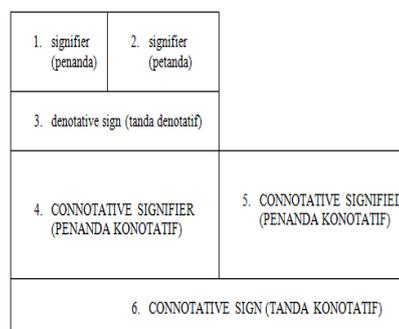
Barthes menyebut realitas dalam foto yang kita alami sebagai real *unreality*. Disebut *unreality* karena apa yang dihadirkan sudah lewat (*temporal anteriority*), tidak pernah dapat memenuhi kategori *here-now*, sekarang disini; dan disebut *real* karena fotografi tidak menghadirkan ilusi melainkan presence secara spasial. Kategori ini merupakan pengalaman orang modern (yang hidup dalam *mass image*) akan realitas. Foto berita menurut Barthes ialah meliputi pesan tanpa kode (*message without a code*) dan juga sekaligus pesan dengan kode (*message with a code*). Foto berita yang pada hakikatnya merupakan representasi sempurna atau analogon dari relitas yang sebenarnya (denotasi) ternyata sampai pada pembaca sudah dalam bentuk konotasi dan mitos.

Mitos menurut Roland Barthes bukanlah mitos seperti apa yang kita pahami selama ini. Mitos bukanlah sesuatu yang tidak masuk akal,

transenden, ahistoris, dan irasional. Anggapan seperti itu, mulai sekarang hendaknya kita kubur. Tetapi mitos Menurut Barthes adalah sebuah ilmu tentang tanda. Menurut Barthes, mitos adalah *type of speech* (tipe wicara atau gaya bicara) seseorang. Mitos digunakan orang untuk mengungkapkan sesuatu yang tersimpan dalam dirinya. Orang mungkin tidak sadar ketika segala kebiasaan dan tindakannya ternyata dapat dibaca orang lain. Dengan menggunakan analisis mitos, kita dapat mengetahui makna-makna yang tersimpan dalam sebuah bahasa atau benda (gambar).

Cobley & Jansz (dalam Alex Sobur, 1999:69) menggambarkan bagaimana Barthes menciptakan peta tentang bagaimana tanda bekerja yaitu sebagai berikut:

Gambar 6



Gambar Peta Tanda Roland Barthes
 Sumber: Paul Cobley & Litza Jansz.1999. *Introducing Semiotics*, NY: Totem Books, hlm. 51

Dari peta Barthes di atas terlihat bahwa tanda denotatif (3) terdiri atas penanda (1) dan petanda (2). Akan tetapi, pada saat bersamaan, tanda denotatif adalah juga penanda konotatif (4). Dengan kata lain, hal tersebut merupakan unsur material: hanya jika anda mengenal tanda “singa”, barulah konotasi seperti harga diri, kegarangan, dan keberanian menjadi mungkin. Hal inipun menjadi salah satu dasar penelitian yang nantinya akan melihat apakah terdapat mitos-mitos yang muncul dari pesan dan makna yang diterima oleh pekerja dan pelanggan seks di lokalisasi.

2.5. Pesan dan Makna (Message dan Meaning)

Ketika kita berbicara, maka kata-kata yang kita ucapkan adalah pesan (*message*). Ketika anda menulis surat maka apa yang anda tuliskan di atas kertas adalah pesan. Jika anda tengah menonton televisi maka program yang tengah kita saksikan atau dengar adalah pesan. Pesan memiliki wujud (*Physical*) yang dapat dirasakan atau diterima oleh indra. (Morissan, Teori Komunikasi, hal.19).

Selain pesan dalam bentuk verbal dan non verbal, warna juga seringkali tampil mewarnai teks

Suasana Hati	Warna
Menggairahkan, merangsang	Merah
Aman, Nyaman	Biru
Tertekan, terganggu, bingung	Oranye
Lembut, menenangkan	Biru
Melindungi, mempertahankan	Merah, Coklat, Hitam
Sangat sedih, patah hati, tidak bahagia	Hitam, Coklat
Kalem, damai, tentram	Biru, Hijau
Berwibawa, agung	Ungu
Menyenangkan, ring, gembira	Kuning
Menantang, melawan, memusuhi	Merah, Orange
Berkuasa, kuat, bagus sekali	Hitam.

sebagai pembentuk dan variasi makna yang diharapkan. Berkaitan dengan warna, setiap orang memiliki warna

favorit dan biasanya warna tersebut mempengaruhi suasana hati ('mood') seseorang. Berikut adalah beberapa warna yang dapat menggambarkan suasana hati.

Seperti yang diungkapkan oleh Barker (1954). (Sobur, 2009: 174-175).

Warna mempunyai peran yang penting dalam menciptakan makna pada kemasan produk. Pada seni, penggunaan warna yang bersifat simbolis, merupakan peristiwa yang dianggap penting.

Makna tidak melekat pada kata. Kata hanya bermakna bila telah dirujukkan kepada sejumlah referen. Manusalah yang memberi makna pada kata. (Deddy Mulyana, 2000). Dari beberapa tokoh di atas yang menyumbangkan pemikiran melalui konsep dan teorinya, dapat disimpulkan bahwa tanda mengandung muatan pesan dan makna.

2.6. HIV/AIDS

HIV/AIDS merupakan suatu penyakit berefek sangat vital dan kompleks, di samping menderita secara fisik tetapi membahayakan dampak secara sosial, psikis bahkan keselamatan manusia, bangsa maupun

negara di dunia. Penyakit ini pun belum ada obat yang pasti, keberadaan pengobatannya saat ini ternilai relatif sangat mahal dan belum terjangkau oleh masyarakat. Penularan atau penyebaran AIDS pun di dunia berkembang cepat dan meresahkan, baik di Indonesia maupun di luar negeri. (Jurnal Penelitian Kesejahteraan Sosial, 2004: 20)

2.7. Alat Kontrasepsi Kondom

Penggunaan kondom sebagai alat kontrasepsi dinilai cukup efektif mencegah kehamilan, terutama menekan risiko penularan infeksi menular seksual (IMS) seperti HIV/AIDS. Namun, salah persepsi kerap muncul di masyarakat. Kondom dianggap memiliki pori-pori yang dapat dilalui oleh virus penyebab AIDS. Padahal, karet pengaman yang telah memenuhi standar internasional itu memiliki pori-pori sangat kecil dan tidak mudah bocor.

Merek atau *Brand* kondom yang tersedia di pasaran bermacam-macam. Ada Fiesta, Sutra, Andalan, Durex, dan lain-lain. Menurut hasil Survey Majalah *Marketeers*, Mei 2012,

kategori Produk Kondom, Produk Kondom Sutra memperoleh penjualan tertinggi. Kondom Sutra kemasan berwarna merah, Kondom Sutra kemasan berwarna coklat (RM) dan Kondom Sutra kemasan berwarna hitam (OK) adalah macam dari kondom sutra tersebut. Dari ketiga kondom tersebut, jumlah penjualan tertinggi yang terjadi pada lokalisasi Kober, Ciracas Jakarta Timur adalah Kondom Sutra berwarna merah.

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1. Sifat Penelitian

Sifat penelitian di sini adalah eksploratif, hal ini dimaksudkan untuk memahami teks dimana hasil dari interpretasi peneliti sendiri dan dunia subjek (pekerja dan pelanggan seks) mengenai pemakaian kondom.

3.2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Penelitian Kualitatif. Penelitian kualitatif adalah suatu pendekatan yang juga disebut pendekatan investigasi

karena biasanya peneliti mengumpulkan data dengan cara bertatap muka langsung dan berinteraksi dengan orang-orang di tempat penelitian (McMillan & Schumacher 2003).

3.3. Metode Penelitian

Metode analisis yang dipakai adalah analisis teks Semiotika Roland Barthes. Sifat penelitiannya *Single Case Single Analysis*. Disebut *Single Case* karena kasus yang diteliti hanya satu kasus yaitu Kondom. Sedangkan analisis disebut *Single Analysis* karena yang dianalisis hanya teks yang tertera pada kondom sutera dengan menggunakan analisis Roland Barthes. Memang, analisis teks tidak memiliki informasi yang akurat apabila tidak dikaitkan dengan konteksnya. Oleh karena itu, Analisis Teks Semiotika yang dilakukan terhadap teks verbal, warna dan foto pada kemasan produk kondom sutra akan lebih akurat manakala dibarengi dengan analisis konteks yang didapat dari wawancara mendalam dengan pekerja seks, pelanggan seks dan LSM.

3.4. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dilakukan dengan observasi teks dan wawancara. Data yang dikumpulkan yaitu hasil analisis teks melalui observasi teks untuk mengetahui penanda, petanda, makna denotasi, dan konotasi dari kajian Roland Barthes yang terdapat pada teks kemasan produk kondom sutra. Untuk itu wawancara informal dan formal akan dilakukan terhadap pekerja seks, pelanggan seks, dan LSM (Lembaga Swadaya Masyarakat)

3.5. Unit Analisis

Untuk Analisis teks produk kondom sutra dengan menggunakan kajian Roland Barthes, unit yang akan dianalisis adalah:

1. Packaging (kemasan) Produk Kondom Sutra
2. Teks verbal berupa kata-kata atau kalimat yang terdapat pada produk kondom sutra
3. Gambar atau foto yang terdapat pada produk kondom sutra
4. Warna latar kemasan produk kondom sutra.

3.6. Teknik Analisis Data

Analisis data Roland Barthes yang akan diteliti adalah Teks pada kemasan produk alat kontrasepsi “Kondom Sutra”. Penelitian pada teks produk Kondom Sutra berwarna merah dari ketiga produk sejenis yang ada, hal ini dinilai representatif dilihat dari banyaknya pemakai yang memakai kondom tersebut di tempat lokalisasi dimana penelitian berlangsung. Bagian produk Kondom Sutra yang akan diteliti adalah dengan analisis teks Roland Barthes.

Selanjutnya dari aspek *konteks* akan dilihat bagaimana di luar teks ini memahami teks yang telah diproduksi. *Konteks* di dalam penelitian ini dibatasi hanya pada pelanggan dan pekerja seks yang menggunakan langsung kondom sutra. Bagaimana interpretasi pelanggan dan pekerja seks terhadap teks kemasan produk kondom sutra akan diketahui melalui wawancara mendalam yang dilakukan oleh peneliti. Tahapan dalam Analisis Semiotika ini adalah:

1. Menentukan topik/isu yang akan dianalisis (berupa teks, gambar, foto dan warna.

2. Melakukan Analisis Teks Konteks yang dimaksud dalam Semiotika Roland Barthes yang terdiri dari:
 - Analisis terhadap penanda dan petanda
 - Analisis terhadap makna denotatif dan konotatif.
3. Melakukan analisis konteks melalui wawancara mendalam
4. Melakukan pembahasan dan interpretasi data dengan cara menggabungkan analisis teks dan analisis konteks terhadap suatu topik/isu tertentu.
5. Menyimpulkan hasil analisis yang telah didapat.

4.1. Analisis Teks

Packaging/kemasan ini mempunyai dua sisi yaitu sisi depan dan sisi belakang dengan gambar sebagai berikut:

Gambar 1 Gambar 2
(Tampak Muka) (Tampak Belakang)

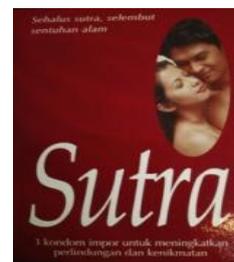


BAB 4

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Ada dua kajian dalam melakukan studi ini yaitu Semiotika Roland Barthes untuk menjawab analisis teks pada kemasan produk kondom sutra dan bagaimana konteks ini memaknai teks yang terdapat pada kemasan produk kondom sutra.

4.2.1. Analisis Packaging (Tampak Muka)



Denotasi Packaging tampak muka

Penanda-petanda di atas dapat dimaknai keseluruhan tampak muka yaitu sebuah benda bernama sutra dengan sifat sehalus sutra selembut

Penanda	Petanda
Teks yang bertuliskan “Sehalus sutra, selembut sentuhan alam” berwarna putih	Packaging/Kemasan Kondom Sutra tampak muka yang dibuat oleh
Teks yang bertuliskan “ Sutra” berwarna putih	produsen pengiklan yang ditujukan untuk mempengaruhi
Seorang laki – laki dan seorang Perempuan	konsumen (pelanggan atau calon pelanggan)
Latar kemasan warna merah	untuk menggunakan Kondom Sutra

sentuhan alam, digunakan untuk hubungan seksual laki-laki dan perempuan dengan isi 3 kondom impor untuk meningkatkan perlindungan dan kenikmatan dalam melakukan hubungan seksual.

Konotasi Packaging tampak muka

Packaging/kemasan, diartikan secara umum adalah bagian terluar yang membungkus suatu produk dengan tujuan untuk melindungi produk dari cuaca, guncangan dan benturan-benturan, terhadap benda lain. Setiap bentuk barang benda yang membungkus suatu benda di dalamnya dapat disebut dengan packaging/kemasan sejauh hal tersebut memang melindungi isinya.

Makna *konotatif* lainnya yang terbangun dari kemasan tampak muka ini adalah kondom sutra diciptakan dengan sifatnya yang mampu memberikan rasa sehalus sutra, selembut sentuhan alam. Kondom sutra ini mampu menciptakan hubungan yang sangat romantis, selain itu juga mampu memberikan perlindungan dan kenikmatan bagi pasangan. Kemasan ini berisi 3 kondom impor yang memiliki kualitas impor yang baik.

Analisis Packaging Tampak

Belakang



Penanda	Petanda
Teks yang bertuliskan “Sutra, 3 kondom impor” berwarna putih	Kemasan Produk Kondom Sutra tampak belakang yang dibuat oleh produsen pengiklan yang ditujukan untuk mempengaruhi konsumen (pelanggan atau calon pelanggan) untuk menggunakan Kondom Sutra
Teks yang bertuliskan “Kondom Sutra dilengkapi dengan lubrikan khusus yang memberikan rasa halus dan lembut untuk menambah kemesraan anda dengan pasangan” berwarna putih	
Teks yang bertuliskan “Kondom Sutra adalah kondom impor yang 100% lulus uji elektronik dan memenuhi Standar Mutu Internasional tertinggi (ISO 4074) untuk menjamin “perlindungan dan kenikmatan maksimal ” berwarna putih	
Teks bertuliskan “Baca aturan pakai” berwarna putih	
Gambar kondom	
Kode Uji Lulus Barang Produk	
Kode Barang Produk (Barcode)	

Denotasi Packaging (Tampak Belakang)

Makna *denotasi* dari packaging tampak belakang ini yaitu isi 3 kondom dengan merk sutra, dilengkapi dengan lubrikan khusus yang memberikan rasa halus dan lembut untuk menambah kemesraan anda dengan pasangan. Kondom ini 100% lulus uji elektronik dan memenuhi Standar Mutu Internasional tertinggi (ISO 4074) untuk menjamin “perlindungan dan kenikmatan maksimal, dilengkapi dengan penjelasan baca aturan pakai dan gambar bentuk kondom. Disertai juga dengan keterangan Kode lulus uji barang dan juga kode terdaftar barang.

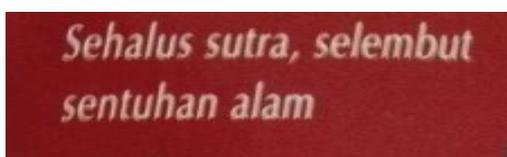
Konotasi Packaging Tampak Belakang

Sebagai konsumen pada umumnya kita mengharapkan bahwa barang atau produk yang kita pergunakan memiliki hal yang positif (bermanfaat atau tidak berefek negatif) pada diri kita. Produk kondom sutra memberikan bukti jaminan berupa keterangan singkat mengenai uji klinis barang dan juga kode daftar barang sebagai tanda bahwa produk ini sudah terdaftar di departemen kesehatan dan

juga sebagai tanda bahwa produk ini layak pakai dan memiliki kualitas baik. Tampak muka dan tampak belakang dari kemasan (packaging) produk kondom sutra memiliki desain *handset* seukuran genggam tangan manusia. Ukuran dan desain yang diciptakan ini menjadikan kondom mudah dibawa. Tampaknya Kondom sutra (produsen) telah memahami anatomi telapak tangan manusia, dimana kemasan ini mudah untuk digenggam dan disentuh.

4.1.1. Analisis Teks Verbal

1. Analisis Teks bertuliskan “Sehalus sutra, selembut sentuhan alam”



Penanda (Signifier) adalah wujud huruf-huruf yang tertera. Sedangkan Petanda (Signified) adalah Kategori : Sehalus sutra, selembut sentuhan alam.

Denotasi Teks

Makna *Denotatif* dari teks ini pada kemasan produk kondom sutra yaitu Sehalus sutra, selembut sentuhan alam sebagai Tagline (Slogan) Produk

kondom sutra untuk hubungan seksual yang alami.

Konotasi Teks

Makna *Konotatif* kata “Sehalus Sutra” menyiratkan kebutuhan manusia akan sifat produk yang nyaman yaitu salah satunya seperti halusny sutra. Sutra disini diambil sebagai *representatif* dari salah satu benda yang disenangi oleh manusia yang dirasakan nyaman apabila bersentuhan langsung dengan kulit kita. Sutra dalam arti yang sebenarnya memiliki tekstur mulus, lembut namun tidak licin. Karena merupakan produk dan serat hewani alami sutra memiliki harga yang cukup mahal. Sifat sutra ini sama dengan kondom yang dalam penggunaannya bersentuhan langsung dengan kulit kita, maka kondom sutra yang kita pakai tersebut terasa nyaman dan produk ini mampu memenuhi keinginan kita. Sedangkan untuk kata “Selembut sentuhan alam” menjelaskan kepada kita bahwa produk ini memberikan rasa yang alami seperti sentuhan alam yang kita rasakan. Kata ini juga mengatakan kepada kita bahwa produk ini memiliki sifat lembut seperti yang terdapat pada alam. Jadi, kata “sehalus sutra,

selembut sentuhan alam” memberikan arti terjadinya hubungan seksual yang dirasakan “alami” antara perempuan dan laki-laki walaupun pada kenyataannya adalah menggunakan kondom.

2. Analisis Teks bertuliskan “Sutra”



Penanda (Signifier) adalah wujud huruf-huruf : S-u-t-r-a, sedangkan Petanda (Signified) adalah Kategori : Sutra

Denotasi Teks

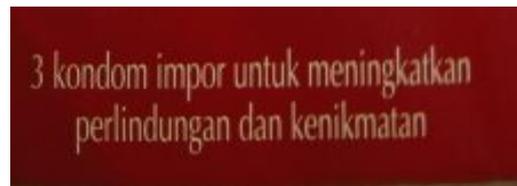
Makna *denotasi* teks dari kata Sutra ini adalah Sutra sebagai *brand* atau merk. Huruf ini ditulis dengan ukuran yang paling besar dari ukuran teks lainnya pada tampak muka.

Konotasi Teks

Makna *konotasi* teks “Sutra” disini, menunjukkan kepada kita bahwa produk ini bernama sutra yang sama sifatnya seperti sutra. Sutra mempunyai sifat yang lembut dan dapat memberikan rasa halus dan nyaman di kulit kita. Kata sutra ini memberikan

kesan kepada kita agar tidak lupa dan selalu ingat akan produk ini yaitu “Sutra”. Ingat kondom ingat sutra karena kondom ini mampu menciptakan hubungan yang romatis dengan sentuhannya yang halus seperti sutra.

3. Analisis Teks bertuliskan “3 kondom impor untuk meningkatkan perlindungan dan kenikmatan”



Penanda (Signifier) adalah wujud huruf-huruf dari teks yang tertera, sedangkan Petanda (Signified) Kategori : 3 kondom impor untuk meningkatkan perlindungan dan kenikmatan.

Denotasi Teks

Makna *denotasi* dari teks tulisan ini adalah kemasan isi 3 kondom impor untuk meningkatkan perlindungan dan kenikmatan dalam melakukan hubungan seksual.

Konotasi Teks

Makna *konotasi* kata-kata pada teks tersebut menyiratkan kepada kita bahwa kemasan ini berisi 3 (tiga)

kondom yang diproduksi dari luar negeri yang mampu meningkatkan perlindungan dan kenikmatan dalam melakukan hubungan seksual dengan pasangan kita. Dari variasi kondom yang ada, banyak keluhan didapat bahwa pemakaian kondom pada waktu melakukan hubungan seksual mengurangi kenikmatan seksual. Kondom sutra hadir justru sebagai alat kontrasepsi yang mampu meningkatkan kenikmatan seksual pada pasangan. Tidak diragukan lagi, karena walaupun dengan menggunakan kondom sutra kenikmatan hubungan seksual tetap terjaga. Selain itu, Kondom sutra disini juga hadir sebagai alat kontrasepsi yang mampu memberikan perlindungan dari menularnya penyakit seperti gonore, sifilis dan HIV/AIDS.

4. Teks bertuliskan “Sutra, 3 kondom impor”



Penanda (Signifier) adalah wujud huruf – huruf dari teks yang tertera.

Sedangkan Petanda (Signified) adalah Sutra 3 kondom impor.

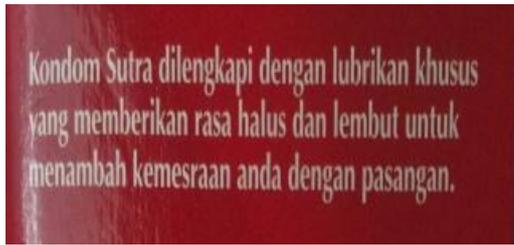
Denotasi Teks

Makna *denotasi* tulisan tersebut adalah kemasan isi 3 kondom impor, merk “sutra”.

Konotasi Teks

Makna *konotatif* teks kalimat ini menjelaskan bahwa produk ini diproduksi dari luar negeri yang memiliki nilai kualitas tinggi. Kemasan ini berisi 3 (tiga). Isi tiga kondom menggambarkan kepada kita, bahwa kemasan jumlah kondom yang ada di dalamnya memudahkan kita untuk membawanya kemana-mana apabila dibutuhkan setiap saat. Kondom merk sutra dapat memberikan rasa nyaman karena sifatnya yang halus seperti sutra, sehingga tidak ada keluhan apabila dipergunakan pada waktu melakukan hubungan seksual.

5. Analisis Teks bertuliskan “Kondom Sutra dilengkapi dengan lubrikan khusus yang memberikan rasa halus dan lembut untuk menambah kemesraan anda dengan pasangan.”



Penanda (Signifier) adalah wujud huruf-huruf yang tertera pada teks. Sedangkan Petanda (Signified) adalah Kategori : Kondom Sutra dilengkapi dengan lubrikan khusus yang bertujuan untuk memberikan rasa halus dan lembut pada kondom untuk menambah kemesraan anda dengan pasangan.

Denotasi Teks

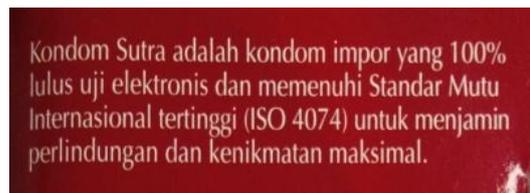
Makna *denotasi* teks kondom yaitu kondom mengandung lubrikan atau pelumas yang bertujuan memberikan rasa halus dan lembut pada kondom untuk menambah kemesraan dengan pasangan pada waktu melakukan hubungan seksual.

Konotasi Teks

Makna *konotasi* teks kondom sutra memberikan sesuatu yang beda dari yang lainnya yaitu berupa lubrikan khusus yang terdapat pada kondom sutra. Lubrikan biasa juga disebut dengan pelumas yang berbahan dasar cairan atau minyak atau silikon. Hal tersebut menyiratkan, adanya lubrikan

yang diberikan khusus pada kondom sutra sehingga apa yang diharapkan oleh konsumen seperti rasa halus dan lembut didapatkan hanya pada kondom ini. Selain mendapatkan rasa halus dan lembut, kondom sutra juga mampu memberikan kemesraan dengan pasangan kita.

6. Analisis Teks bertuliskan “Kondom Sutra adalah kondom impor yang 100% lulus uji elektronis dan memenuhi Standar Mutu Internasional tertinggi (ISO 4074) untuk menjamin perlindungan dan kenikmatan maksimal.”



Penanda (Signifier) adalah wujud huruf-huruf yang tertera pada teks, sedangkan Petanda (Signified) adalah Kategori : Kondom Sutra adalah kondom impor yang 100% lulus uji elektronis dan memenuhi Standar Mutu Internasional tertinggi (ISO

4074) untuk menjamin perlindungan dan kenikmatan maksimal

Denotasi Teks

Makna *denotasi* yang terbentuk yaitu Kondom Sutra adalah barang impor yang sudah memenuhi persyaratan tertinggi internasional dites 100% (seratus persen) dengan standar ISO 4074, dan untuk memberikan perlindungan dan kenikmatan hubungan seksual.

Konotasi Teks

Makna *konotasi* teks ini menjelaskan kepada kita bahwa kondom ini sudah terjamin kualitasnya, karena sudah diuji di salah satu badan pemeriksaan dunia yang menangani tes produksi barang, dimana ini akan menjamin perlindungan bagi penggunaanya tanpa rasa khawatir dari efek negatif yang dicemaskan oleh konsumen.

7. Analisis Teks “Baca aturan pakai.”



Penanda (*Signifier*) adalah wujud huruf-huruf yang tertera pada teks,

sedangkan Petanda (*Signified*) adalah Kategori : Baca aturan pakai

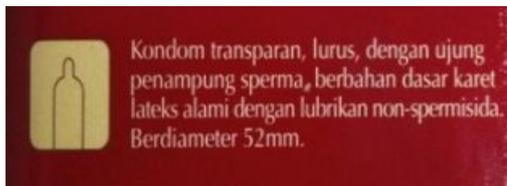
Denotasi Teks

Makna *Denotasi* teks yaitu cara aturan penggunaan produk kondom sutra sesuai dengan instruksi Departemen Kesehatan.

Konotasi Teks

Makna *konotasi* teks kalimat “Baca aturan pakai” pada teks di atas menyiratkan kepada kita bahwa selain kelebihan-kelebihan yang dijelaskan pada teks lainnya, produk kondom ini juga punya aturan main agar pemakaian menjadi benar dan tepat sehingga apa yang dijanjikan pada produk ini dapat dinikmati. Aturan pakai ini menjelaskan bimbingan pemakain pada konsumen. Apabila kita sudah membaca dan memahami cara dan aturan pemakaian kondom yang tertera pada produk, maka kita mendapatkan manfaat dari produk yang kita gunakan yaitu mencegah kehamilan dan kita dapat terhindar tertularnya penyakit IMS (Infeksi Menular Seksual) dan HIV dan AIDS dari pasangan kita yang sudah terkena.

**8. Analisis Teks “Kondom
Transparan, lurus, dengan
ujung penampung sperma,
berbahan dasar karet lateks
alami dengan lubrikan non-
spermisida. Berdiameter
52mm.**



Penanda (Signifier) adalah wujud huruf-huruf yang tertera pada teks dan gambar kondom, sedangkan Petanda (Signified) adalah Kategori: Kondom Transparan, lurus, dengan ujung penampung sperma, berbahan dasar karet lateks alami dengan lubrikan non-spermisida. Berdiameter 52mm.

Denotasi Teks

Makna *denotasi* teks ini adalah penjelasan bentuk dan bahan kondom: Gambar kondom memberikan keterangan mengenai bentuk kondom yang ditawarkan. Bentuk kondom yang ditawarkan memiliki bentuk dan sifat: transparan, lurus, dengan ujung penampung sperma, berbahan dasar lateks alami dengan lubrikan non-spermisida atau bersifat tidak

mematikan sperma dengan ukuran kondom berdiameter 52 mm.

Konotasi Teks

Makna *konotasi* teks ini menjelaskan pada kita bahwa sutra ini diciptakan sesuai dengan ukuran penis orang Indonesia, sehingga dipastikan tepat dan cocok untuk pria lokal atau masyarakat Indonesia. Bentuk yang telah disesuaikan dan fungsinya sebagai penampung sperma menggambarkan benda ini nyaman untuk dipakai. Selain itu, bahan dasar lateks dan lubrikan yang diberikan pada kondom sutra untuk menyempurnakan kenikmatan bagi penggunaannya. Hal ini akan berlanjut terus dan akan menjadi pengalaman konsumen, yang pada akhirnya terbentuk konsep kondom sutra sesuai dengan pengalaman yang mereka alami.

**9. Analisis Teks “Sutra
adalah merk dagang milik DKT
Internasional,
North Carolina, USA.”**

Sutra adalah merk dagang milik DKT International North Carolina, USA.

Penanda (Signifier) adalah wujud huruf-huruf dari teks yang tertera, sedangkan Petanda (Signified) adalah Kategori : Sutra adalah merk dagang milik DKT Internasional, North Carolina, USA.

Denotasi Teks

Makna *denotasi* dari teks ini yaitu Sutra adalah merk dagang milik DKT Internasional dari North Carolina, USA.

Konotasi Teks

Makna *konotasi* teks ini yaitu menjelaskan kepada kita bahwa Kondom Sutra adalah merk dagang DKT Internasional yang bertempat di North Carolina dari USA. Terlihat bahwa kondom Sutra ini sudah terdistribusikan di beberapa negara di dunia selain Indonesia. Dan tentunya ini tidak diragukan lagi kualitasnya karena sudah mendapatkan kepercayaan dari tingkat internasional. Representatif dari beberapa negara dari masyarakatnya yang menggunakan kondom ini tentulah menjadi penilaian dan terjadi uji kualitas dari suatu produk. Bertahun-tahun merupakan waktu yang tidak diragukan lagi untuk menguji kelayakan kualitas dari produk

kondom sutra. Ditambah lagi, standar WHO sebagai uji kualitas internasional telah dilakukan pada produk ini.

10. Teks berikutnya:



Penanda (Signifier) adalah wujud huruf-huruf yang tertera pada teks. Sedangkan Petanda (Signified) adalah Kategori: C € 0120, dkt , ISO 4074:2002

Denotasi Teks

Pembacaan kode lulus uji produk:

CE 0120: Lulus uji produk Standart Eropa

ISO 4074 : 2002 --→ISO 4074: Menunjukkan Lulus uji produk Standart WHO.

→2002: Menunjukkan Waktu Tahun Uji

Konotasi Teks

Kepercayaan konsumen terhadap produk tidak terlepas dari sejauhmana manfaat dan kualitas yang dapat diberikan oleh produk tersebut. Kode atau tanda uji produk membuktikan

produk tersebut mempunyai mutu dan layak standart untuk dikonsumsi. Selain itu, menjelaskan pada konsumen bahwa kondom sutra mampu memberikan yang terbaik kepada konsumennya, dimana terjamin kualitas baiknya melalui beberapa tes uji barang yang telah dilakukan. Dua standart uji yang dilakukan pada produk ini yaitu standart WHO dan Eropa memberikan kepercayaan yang cukup tinggi akan terjaminnya kualitas dari produk kondom sutra ini.

11. Teks berikutnya:



Penanda (Signifier) adalah wujud Barcode yang tertera. Sedangkan Petanda (Signified) adalah Kategori Barcode (+ nomor kode yang tertera)

Denotasi Teks

→ **barcode** atau kode barang produk.

Dalam pengkodean barcode terdapat 13 angka. Angka-angka itu terdiri dari: 8852961002102

Keterangan angka ini adalah merupakan simbol (yang harus dipelajari) yang artinya mewakili kode

negara, kode perusahaan, kode produk dan cek digit. Produk ini diproduksi di Bangkok, Thailand.

Konotasi Teks

Kode dari suatu produk dibutuhkan sebagai suatu tanda atau informasi bahwa produk tersebut terdaftar dan dapat dipertanggungjawabkan. Kode barang atau yang disebut juga dengan *barcode* memberikan kesan kepada kita bahwa kode yang tercantum dalam kemasan ini mampu memberikan jaminan kepada kita selaku konsumen khususnya memberikan penjelasan posisi yang jelas tentang produk ini. Tidak ada yang perlu dikhawatirkan lagi dari produk ini, karena sudah melalui beberapa uji tes standart internasional.

4.1.2 Analisis Foto



Penanda (Signifier) adalah Wujud gambar perempuan dan laki-laki yang

berdekatan. Sedangkan Petanda (*Signified*) adalah perempuan dan laki-laki yang berdekatan.

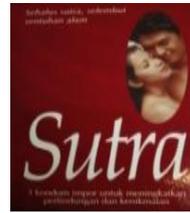
Denotasi Teks

Makna *denotatif* dari foto ini adalah gambar perempuan dan laki-laki untuk hubungan seksual yang romantis dengan pasangan. Dari segi objek, gambar ini merupakan jenis *icon* karena menyerupai bentuk dan melakukan fungsi aslinya.

Konotasi Teks

Makna *konotasi* di atas memberikan gambaran kepada kita seorang laki-laki dan perempuan dengan tekstur tubuh yang santai, nyaman tanpa merasa ada sesuatu yang diberatkan. Hal ini memberikan kesan bahwa mereka sangat menikmati hubungan yang sedang mereka lakukan. Hal ini dikarenakan karena mereka memakai produk kondom sutra untuk melakukan hubungan seksual, sehingga mereka sangat yakin bahwa dengan menggunakan kondom sutra, kemesraan akan semakin meningkat dan kita dapat melindungi pasangan dari kecemasan yang akan timbul dari hubungan seksual seperti kehamilan dan penularan IMS dan HIV/AIDS.

4.1.3. Analisis Warna



Penanda (*Signifier*) adalah wujud warna merah, sedangkan Petanda (*Signified*) adalah warna merah seperti darah

Denotasi Teks

Makna *denotasi* dari warna ini adalah warna sesuai tampilannya yaitu warna merah sebagai warna latar dari produk.

Konotasi Teks

Warna merah menurut Barker (1954) memiliki arti merangsang dan menggairahkan. Latar Packaging warna merah ini dapat menyiratkan adanya kesan pertama agar orang yang melihatnya pertama kali dapat tertarik dan bergairah untuk memakainya. Warna latar packaging ini mampu untuk menarik seseorang untuk memakai kondom sutra.

4.2. Analisis Konteks

Pada dasarnya, *konteks* adalah suatu situasi dan kondisi yang bersifat lahir dan batin yang dialami para

peserta komunikasi. Kita mengenal beberapa bentuk *konteks*. (Liliweri, 2001, dalam Alex Sobur, 2003), yaitu:

1. *Konteks fisik*, misalnya lokasi berlangsungnya suatu peristiwa. Misalnya, ada perbedaan cara berdialog dengan para petani di tengah-tengah pesawahan dengan di kantor pertanian.
2. *Konteks waktu*, misalnya ada istilah jam baik, hari baik, minggu baik, bulan baik, dan tahun baik.
3. *Konteks historis*, adalah keadaan yang pernah dialami oleh peserta komunikasi, pengalaman historis itu berpengaruh terhadap keadaan komunikasi.
4. *Konteks Psikologis*, suasana kebatinan yang bersifat emosional (misalnya perasaan suka, duka).
5. *Konteks sosial dan budaya*, adalah keadaan sosial, budaya, yang menjadi latar belakang komunikator dan komunikan serta tempat berlangsungnya komunikasi.

Konteks dalam penelitian ini akan lebih menggali bagaimana interpretasi pekerja dan pelanggan seks dalam memaknai teks verbal dan non verbal

yang terdapat pada kemasan kondom sutra dan informasi lainnya yang berkaitan dengan kondom. Hasilnya adalah sebagai berikut:

Packaging Kondom Sutra

Packaging dapat diartikan sebagai kemasan suatu produk. Hal ini seringkali kita lihat pada produk-produk yang beredar di pasaran. Tidak jarang diantara mereka melengkapi kemasan produk dengan informasi pesan dengan tujuan mengajak pembaca atau konsumen agar membeli atau melakukan sesuai dengan informasi yang terdapat pada kemasan atau packaging tersebut. Hal ini terjadi pula pada *packaging* kondom sutra, dimana memuat teks-teks verbal dan visual yang menarik agar konsumen tertarik untuk membeli.

Potongan hasil wawancara dengan informan terhadap packaging kondom sutra adalah sebagai berikut: “Tertarik dengan gambar atau fotonya”, “Untuk kesehatan”, “Mencegah penyakit”, “Alat kontrasepsi pria”.

Gejala yang ditangkap subjek (secara indrawi) oleh semiotika disebut sebagai “tanda”. Gejala tersebut dapat berupa suara/bunyi, warna, bentuk-

bentuk tertentu, gaya atau *style*, gerak tubuh, dan sebagainya dan gejala Potongan hasil wawancara dengan informan terhadap packaging kondom sutra adalah sebagai berikut: “Tertarik dengan gambar atau fotonya”, “Untuk kesehatan”, “Mencegah penyakit”, “Alat kontrasepsi pria”.

Gejala yang ditangkap subjek (secara indrawi) oleh semiotika disebut sebagai “tanda”. Gejala tersebut dapat berupa suara/bunyi, warna, bentuk-bentuk tertentu, gaya atau *style*, gerak tubuh, dan sebagainya dan gejala.

Tagline Kondom Sutra, teks bertuliskan: “Sehalus sutra, selembut sentuhan alam.”

Tagline dapat diartikan sebagai slogan untuk marketing. *Tagline* bertujuan agar orang-orang yang membacanya akan lebih mudah mengenal produk apakah yang diwakili oleh tagline tersebut. Salah satu fungsi utama sebuah slogan/tagline adalah untuk mengkomunikasikan nilai jual atau nilai tambah merk/brand yang disertainya. *Tagline* pada kemasan kondom sutra berbunyi : “Sehalus sutra, selembut sentuhan alam”. Dari hasil wawancara yang peneliti lakukan

dengan pelanggan dan pekerja seks, didapat hasil interpretasi informan dari pembacaan tagline tersebut adalah: “Pertamanya saya ga ngerti, sutra itu apaan, kirain kain sutra, tapi ternyata itu kegunaannya buat kita, artinya buat cewe’ biar kata itu kaga’ KB pun, kaga papa pake ini. Gitu kan? Pokoknya sutra yah lembut gitu aja sih.” Selain itu ada juga yang mengatakan: “Kepikir aja, mungkin bahannya tipis kali yah, jadi enak, keduanya waktu itu juga kan dibukanya kan ada minyaknya, jadi kan tadinya biasanya kalau main jadi ga’ lecet. Tapi yang pake lubrikan, kadang dipake trus juga lama-lama abis, kalau ga ada pelicinnya.”

Tagline pada produk kondom sutra yang terbentuk mengandung unsur kata merk atau *brand* dari produk tersebut yaitu kata “Sutra”. Selain itu, dikatakan pula bahwa Tagline menjadi pengingat bagi penerima pesan mengenai sifat yang ada pada produk.

Brand Kondom Sutra

Merk atau *Brand* pada kemasan produk kondom sutra adalah “Sutra”. Berdasarkan hasil wawancara di lapangan, beberapa informan

menginterpretasikan pendapatnya terhadap *Brand* sutra yaitu sebagai berikut: “Buat mencegah penyakit.” “Itu untuk segala-galanya, bagus, dan karetnya juga tebal, bagus ga bocor ga kaya kondom-kondom yang biasa kan suka bocor. Yah jadi ngeliatnya bagus.”

Dari hasil wawancara menunjukkan bahwa interpretasi informan mengenai kata Sutra sudah menggambarkan fungsi dari alat kontrasepsi dan untuk mencegah penyakit menular seperti IMS dan HIV/AIDS.

Brand atau merk yang diusung oleh produk kondom sutra adalah “Sutra” itu sendiri. Hal ini diperkuat pula dari hasil wawancara dengan Bapak. Toto Budiono selaku General Manager Sales & Marketing DKT Indonesia pada tanggal 28 Agustus 2013. Beliau menyatakan : “ tulisan sutra berukuran besar pada packaging, itu adalah *brand* atau merk kondom”. Beliau juga menceritakan lebih lanjut bahwa nama “Sutra” untuk *Brand* atau merk ini diperoleh dari hasil penelitian melalui *Focus Group Discussion* yang dilakukan oleh salah satu *research*

agent di Jakarta dengan responden Pekerja dan Pelanggan Seks di Kramat Tunggak pada tahun 1995.

Penyampaian pesan atau teks yaitu *Brand* atau Merk, tentulah tidak terlepas dari komunikasi yang terjadi antara penerima pengirim pesan dan penerima pesan. Pentingnya komunikasi bagi kehidupan manusia tidak hanya datang dari fakta bahwa kita menggunakan bahasa untuk menyusun makna. John Stewart menulis bahwa bahasa merupakan “hubungan artikulasi yang mendasari.”

Dengan tulisan tersebut, ia bermaksud menyampaikan bahwa proses penggunaan bahasa dengan orang lain mendasari kategori-kategori dan logika-logika yang kita gunakan untuk memahami dunia. (Little John, 2009:201).

Dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa Sutra sebagai *Brand* kondom dapat dikatakan sudah mencapai tujuan informasi yang diinginkan dari pembuatan teks yaitu orang mengenal sutra adalah sebagai kondom.

Foto (visual) perempuan dan laki-laki pada kemasan Kondom Sutra

Foto (visual) pada produk kondom sutra adalah foto laki-laki dan perempuan yang terlihat setengah tubuh tidak mengenakan pakaian. Potongan hasil wawancara, didapat interpretasi informan mengenai foto tersebut adalah sebagai berikut: “Yah kalau saya liat foto ini, mungkin yah namanya sutra mungkin bagus juga untuk dipake suami istri yah, kalau mungkin suami istri ada yang pake kali yah, kalau ngga yah mah ngga. “; “iya “pewpew” maksudnya “main” (bahasa informan untuk mendeskripsikan melakukan hubungan seksual). Yah maksudnya secara kata kasarnya kita bercumbu, kata bocah sana bilangnya pewpew.” ”Mesra gitu, perempuan dimanjain, udah gitu aja.”

Susann Vihma & Servo Vakiva dalam bukunya *Semiotika Visual dan Semantika Produk* (2009) memaparkan bahwa Penggunaan ikon tubuh baik manusia maupun hewan-sudah berlangsung lama dalam objek pakai, seperti halnya dalam seni. Adalah alamiah dan naluriah untuk menggunakan citra manusia dalam desain sebagai sarana menyampaikan

makna berkaitan dengan, tetapi juga melampaui makna, fungsi.

Gambar yang dimaksud di atas dari produsen adalah menciptakan hubungan yang romantis apabila menggunakan kondom sutra. Sedangkan dari jawaban informan diperoleh gambaran bahwa intinya mereka tahu kegunaan kondom yaitu untuk digunakan pada waktu melakukan hubungan seksual, tetapi kurang menangkap secara total bahwa lebih dari itu kondom sutra diciptakan selain untuk mencegah kehamilan dan penyakit menular juga untuk menciptakan hubungan yang romantis pada pasangan.

Teks” Kondom Sutra dilengkapi dengan lubrikan khusus yang memberikan rasa halus dan lembut untuk menambah kemesraan anda dengan pasangan.”

Secara umum, hampir seluruh informan yang diwawancarai tidak pernah membaca teks mengenai lubrikan yang terdapat pada packaging tampak belakang tersebut. Informan yang pernah membaca teks ini menginterpretasikan terhadap pernyataan teks tersebut yaitu: “Biar

dia romantis kali, yah sekilas buat kenyamanan kali yah.”

Untuk teks ini, peneliti tidak dapat menemukan banyak makna dari pelanggan dan pekerja seks karena dari wawancara yang dilakukan mereka tidak dapat menjawab makna dari isu teks ini. Umumnya mereka tidak pernah membaca sebelumnya dari isi teks ini.

Teks “Kondom Sutra adalah kondom impor yang 100% lulus uji elektronik dan memenuhi Standar Mutu Internasional tertinggi (ISO 4074) untuk menjamin perlindungan dan kenikmatan maksimal.”

ISO adalah Organisasi Internasional untuk Standarisasi yang berkantor pusat di Jenewa, merupakan lembaga swadaya masyarakat (LSM atau NGO) penyetap standar internasional yang terdiri dari wakil-wakil dari badan standar nasional setiap negara yang bekerjasama telah menghasilkan lebih dari 17.000 standar internasional untuk bisnis, pemerintahan dan masyarakat umum. (wordpress.com, artikel tanggal. 11 Februari 2009).

Dari hasil lapangan, diperoleh data hampir semua informan tidak

memperhatikan mengenai keterangan standar mutu yang terdapat pada kemasan produk kondom sutra. Salah satu informan yang menjawab, tapi itupun tidak memberikan jawaban yang berarti, interpretasi informan tersebut berasal dari informan yang menjawab: “Yah buat nyaman aja”.

Dari jawaban tersebut kurang dapat menjelaskan nyaman yang dimaksud oleh informan. Sedangkan dari produksi teks sendiri dimaksudkan dari teks tersebut adalah kenyamanan terjaminnya mutu dari produk kondom sutra itu sendiri.

Makna Teks “ Baca Aturan Pakai”

Pada kemasan produk tersimpan informasi penting yang harus diketahui oleh pengguna. Undang-undang mewajibkan produsen mencantumkan informasi produk di kemasan karena penting bagi pengguna sekaligus menjadi haknya untuk mengetahui informasi tersebut. Pada teks “Baca Aturan Pakai” yang tertera pada kemasan produk kondom sutra ditemui pula di lapangan bahwa hampir semua informan tidak pernah membaca teks tersebut. Ada satu informan yang memberikan interpretasinya mengenai

teks kalimat tersebut yaitu menjawab: “Mungkin biar ga salah pakai, harus mengikuti arahan yang dia tunjuk kali, kadang-kadang kan ada yang belum bisa pakainya, ada juga yang susah, ini gimana, mau pake inikan susah.”

Dari satu jawaban informan di atas, dapat disimpulkan adanya pemahaman informan terhadap teks “baca aturan pakai”, dimana dimaksudkan sebagai petunjuk untuk konsumen dalam menggunakan produk dengan benar dan tepat sesuai dengan aturannya.

Teks‘ Kondom transparan, lurus, dengan ujung penampung sperma, berbahan dasar karet lateks alami dengan lubrikan non-spermisida. Berdiameter 52mm. (dengan gambar kondom)

Teks yang terdapat pada packaging/kemasan kondom sutra terdiri dari teks verbal dan yang didukung dengan gambar bentuk kondom secara visual. Teks ini masuk dalam kategori *Pesan ikonik tak terkodekan*. Istilah ini digunakan Barthes untuk menunjuk denotasi “harfiah”, pemahaman langsung dari gambar dan pesan dalam iklan, tanpa

mempertimbangkan kode sosial yang lebih luas. (Alex Sobur: 119)

Dari wawancara di lapangan didapatkan interpretasi informan dari teks ini adalah sebagai: “Mungkin biar bentuknya pas aja dengan jenis kelamin lelaki gitu.” Teks ini tidak banyak dipahami oleh informan lainnya, karena mereka tidak pernah membaca teks tersebut.

Dari hasil wawancara mendalam terhadap informan, peneliti mendapatkan interpretasi yang tidak memberikan banyak masukan terhadap makna dari teks ini. Hal ini dikarenakan mereka tidak pernah membaca ini, dan tidak mengerti pula mengenai makna isi teks. Hanya ada satu informan yang dapat memberikan interpretasinya terhadap teks ini yaitu: “Barang dari luar negeri”.

Hal ini sebenarnya penting untuk diketahui, mengingat barang yang kita konsumsi dalam hal ini kondom sutra bukan barang lokal milik Indonesia, sehingga sebaiknya mengetahui lebih jauh mengenai produk ini termasuk bagaimana eksistensi merek tersebut sebenarnya pada masyarakat.

Makna HIV dan AIDS bagi Pekerja dan Pelanggan Seks

HIV adalah kependekan dari *Human Immunodeficiency Virus* atau virus yang menyerang sistem kekebalan tubuh. Virus HIV menyerang sel *CD4* dan merubahnya menjadi tempat berkembang biak virus HIV baru kemudian merusaknya sehingga tidak dapat digunakan lagi. Sel darah putih sangat diperlukan untuk sistem kekebalan tubuh. Tanpa kekebalan tubuh maka ketika diserang penyakit maka tubuh kita tidak memiliki pelindung. Dampaknya adalah kita dapat meninggal dunia walaupun hanya terkena penyakit flu biasa.

Dari hasil wawancara dengan informan di lapangan, diperoleh hasil mengenai pengetahuan mereka tentang HIV dan AIDS adalah sebagai berikut yaitu: Penyakit berbahaya, Penyakit Menular, Penyakit menular tidak ada obatnya, HIV dan AIDS adalah penyakit yang sama, Kena virus HIV katanya banyak yang mati, AIDS itu kotoran.

Jawaban yang diberikan oleh informan berbeda-beda. Hal ini banyak

faktor, tergantung bagaimana informan menerima pesan yang didapat. Craig (dalam Little, 2008:9) mengatakan bahwa komunikasi merupakan proses utama dimana kehidupan kemanusiaan dijalani, komunikasi mendasari kenyataan.

Makna Kondom bagi Pekerja dan Pelanggan Seks

Dari hasil wawancara di lapangan ditemukan beberapa hal mengenai makna kondom bagi pekerja dan pelanggan seks yaitu: mencegah penyakit, memakai kondom aman dari berbagai macam penyakit, kondom untuk mencegah HIV, pemakaian kondom di awal tidak enak, tapi kalau sudah sering sama saja dengan tidak pakai kondom.

Dari fakta yang terjadi mengenai masih banyaknya kelompok beresiko tinggi yang tidak menggunakan kondom terutama pada lokalisasi, diantaranya diungkapkan oleh Bapak Edy Sugiarto dari Lembaga Swadaya Masyarakat PKBI DKI Jakarta menjelaskan lebih jauh lagi bahwa dalam penyampaian informasi tentang kondom tidak selalu dengan simbol wanita yang *sexy*, tetapi dapat

juga wanita yang berkerudung, sehingga kondom tidak di *image* kan sebagai benda yang dinilai “negatif” yang dipersepsikan banyak orang selama ini. Hal ini melihat fakta bahwa HIV/AIDS tidak hanya menularkan pada kelompok bersiko tinggi misalnya pada lokalisasi tetapi juga sudah masuk pada ibu rumah tangga yang berperilaku “baik-baik”, TKW dan kelompok lainnya yang tidak memiliki perilaku resiko tinggi.

BAB 5

KESIMPULAN

Berdasarkan pada pembahasan pada bab-bab sebelumnya, maka yang menjadi hasil temuan pada penelitian kali ini adalah sebagai berikut:

1. Diperoleh beberapa teks yang sudah mengalami simbolisasi bagi konteks, yaitu: Sutra adalah kondom, Merah adalah kondom sutra, Kondom sutra sifatnya halus dan lembut, Kondom Sutra untuk mencegah penyakit HIV/AIDS.
2. Banyak informasi yang tertera pada kemasan yang menjadi hak konsumen sebagai pengguna untuk mengetahuinya, tetapi masih ada

juga konsumen yang tidak tertarik untuk mengetahui lebih jauh lagi mengenai keterangan tersebut.

3. Makna konotasi lebih menarik perhatian konsumen untuk menggunakan produk yang ditawarkan.

Daftar Pustaka

Buku

Barthes, Roland. (2007). *Petualangan Semiotologi*. Editor: Dr. Wening Udasmoro: Pustaka Pelajar.

Barthes, Roland. (2011). *Mitologi*. Penerjemah: Nurhadi, A. Sihabul Millah; Kreasi Wacana.

Barthes, Roland. (2012). *Elemen-elemen Semiotologi*. Penerjemah: Kahfie Nazaruddin; Penerbit: Jalasutra.

Berger, Arthur Asa. (1991). *Media Analysis Technique*. Newbury Park: Sage Publication.

Denzin, Norman K & Lincoln, Yvonna S. (2009). *Handbook of Qualitative*

- Research. Penerjemah Dariyatno dkk, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Dian, Mas.(2002). *Pengaruh Warna dalam Feng Shui*, Jakarta: PT. Elek Media Komputindo
- Eriyanto (Pengantar Dedy N. Hidayat). (2001). *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media*: LKis Yogyakarta.
- Griffin, EM. (2006). *A First Look at Communication Theory*, Sixth Edition: Wheaton College
- Leeuwen, Theo Van. (2005). *Introducing Social Semiotics*. British Library Cataloguing in Publication Data: Routledge.
- Littlejohn, Stephen W & Foss, Karen A. (2009). *Teori Komunikasi: Theories of Human Communication 9th ed*. Penerjemah Mohammad Yusuf Hamdan: Penerbit Salemba Humanika.
- Malhotra, Naresh K. (2007). *Marketing Research : A Applied Orientation*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Morissan. (2013). *Teori Komunikasi: Individu Hingga Massa*. Edisi Pertama: Penerbit Kencana Prenada Media Group
- Piliang, Yasraf Amir. (2012). *Semiotika dan Hipersemiotika; Kode gaya dan matinya makna*, Edisi keempat: Penerbit Matahari.
- Setiadi, Nugroho J. (2008). *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*: Penerbit Prenada Media Group.
- Sobur, Alex.(2009). *Semiotika Komunikasi*. Bandung: Rosdakarya
- Wetherell, Margaret, Taylor, Stephanie & Yates, Simeon J. (2002). *Discourse Theory and Practise; A Reader*. Reprinted. Sage Publications Ltd: British Library Cataloguing in Publication data.

Vardiansyah, Dani. (2005). *Filsafat Ilmu Komunikasi (Suatu Pengantar)*: PT. Indeks Kelompok Gramedia.

Artikel Majalah/Tabloid/Surat Kabar

_____, Mei 2012. *Nobody Knows Marketing Better Than We do.* Marketeers

Artikel Internet dan Situs Online

<http://spiritia.or.id/Stats/StatCurr.php>, diakses tgl. 6 Maret 2013

www.lensaindonesia.com