

Analisis Semiotika Roland Barthes Pada Logo Tolak Angin Sidomuncul

Catherine Vaneza Sababalat¹, Rira Wahyu Simanullang²

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

e-mail: catherinevaneza59@gmail.com¹, rirawahyu060105@gmail.com²

Abstrak

Produk Tolak Angin adalah produk yang menjadi trend setter produk obat masuk angin pertama kali di Indonesia. Tolak Angin merupakan perusahaan yang produknya telah diingat dan tertanam dalam benak konsumen. PT. Sidomuncul sebagai perusahaan yang memproduksi jamu tolak angin mengeluarkan beberapa macam kemasan yang mudah dikenali dan diingat oleh masyarakat untuk menarik konsumennya. Dengan adanya variasi warna pada kemasan bungkus, masyarakat lebih antusias untuk mengkonsumsi produk tolak angin. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis makna logo pada produk Tolak Angin Sidomuncul dengan menggunakan teori semiotika Roland Barthes, dengan langkah-langkah: Mengidentifikasi simbol, Pengkodean, Denotasi, Konotasi, Mitologi, dan Ideologi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa logo Tolak Angin Sidomuncul memiliki makna yang terkait dengan ketahanan, kepercayaan, dan keamanan.

Kata kunci: *Logo, Tolak Angin Sidomuncul, Semiotika Roland Barthes*

Abstract

Tolak Angin is a product that became the trendsetter for cold medicine in Indonesia. Tolak Angin is a brand that has been remembered and embedded in the minds of consumers. PT Sidomuncul, the company that produces Tolak Angin herbal medicine, has released various packaging designs that are easily recognizable and memorable to attract consumers. The variations in packaging colors make the public more enthusiastic about consuming Tolak Angin products. This study aims to analyze the meaning of the logo on Tolak Angin Sidomuncul products using Roland Barthes' semiotics theory, following these steps: Identifying symbols, Encoding, Denotation, Connotation, Mythology, and Ideology. The results show that the Tolak Angin Sidomuncul logo conveys meanings related to resilience, trust, and security.

Keywords: *Logos, Tolak Angin Sidomuncul, Semiotics Roland Barthes*

PENDAHULUAN

Semiotika" berasal dari "semeion" (kata Yunani yang berarti "tanda") dan kajian klasik dan skolastik tentang seni logika, retorika, dan poetika. Studi ini menyelidiki tanda, cara mereka berfungsi, dan bagaimana makna dibuat. Konsep ini digambarkan sebagai sesuatu yang dapat disimpan. secara berbeda dari standar masyarakat. Logo berperan sebagai elemen visual yang krusial dalam membentuk identitas serta citra suatu merek. Sebagai sebuah tanda, logo memiliki makna yang dapat dianalisis menggunakan pendekatan semiotika. Salah satu teori semiotika yang sering digunakan dalam kajian tanda adalah teori Roland Barthes. Dalam analisisnya, Barthes membedakan makna menjadi dua tingkatan, yakni denotasi, yang merujuk pada makna literal atau langsung, serta konotasi, yaitu makna yang lebih mendalam dan dipengaruhi oleh faktor budaya, ideologi, serta pengalaman sosial.

Salah satu contoh logo dengan nilai simbolik yang kuat dalam industri jamu di Indonesia adalah logo Tolak Angin dari PT Sidomuncul. Logo ini memiliki berbagai elemen khas, seperti penggunaan tipografi, warna kuning yang mencolok, serta simbol-simbol yang merepresentasikan unsur tradisional dan kesehatan. Dengan menggunakan pendekatan semiotika Roland Barthes, penelitian ini berupaya mengungkap makna yang terkandung dalam logo Tolak Angin, baik dari aspek denotasi maupun konotasi.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih luas mengenai peran logo dalam membentuk persepsi konsumen dan memperkuat citra merek di pasar modern. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi para pelaku industri untuk memahami pentingnya elemen visual dalam strategi branding.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis deskriptif. Pendekatan ini dipilih untuk memahami dan menafsirkan makna dalam logo Tolak Angin Sidomuncul berdasarkan teori semiotika Roland Barthes. Melalui metode analisis deskriptif, penelitian ini menguraikan serta menjelaskan makna denotasi, konotasi, dan mitos yang terkandung dalam logo tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tolak Angin Sidomuncul mencerminkan kepercayaan masyarakat terhadap pengobatan herbal yang telah diwariskan secara turun-temurun. Di Indonesia, jamu bukan hanya sekadar minuman kesehatan, tetapi juga bagian dari warisan budaya nenek moyang dan kearifan lokal yang harus dilestarikan. Logo ini memperkuat identitas Tolak Angin sebagai produk herbal terpercaya yang menggabungkan nilai-nilai tradisional dengan relevansi dalam industri kesehatan modern.

Tabel 1. Analisis Makna Denotatif dan Konotatif Pada Logo Produk Tolak Angin

No	Denotatif	Konotatif
1.	Warna Merah Tulisan pada "Tolak Angin"	Warna merah seringkali dikaitkan dengan energi, semangat, dan kekuatan. Hal ini dapat dilihat dalam konteks olahraga, di mana warna merah seringkali digunakan untuk menggambarkan semangat dan kekuatan tim.
2.	Warna Kuning Bungkus Tolak Angin	Warna kuning seringkali dikaitkan dengan kebahagiaan, optimisme, dan kegembiraan. Hal ini dapat dilihat dalam konteks iklan, di mana warna kuning seringkali digunakan untuk menggambarkan kebahagiaan dan kegembiraan.
3.	Jahe Tanaman yang berasal dari famili Zingiberaceae, yang memiliki batang yang ramping dan daun yang panjang.	Jahe juga seringkali dikaitkan dengan kekuatan dan ketahanan, karena jahe memiliki sifat yang kuat dan tahan terhadap penyakit.
4.	Cengkeh Cengkeh adalah bagian dari tanaman cengkeh (Syzygium aromaticum) yang digunakan sebagai bahan herbal dalam Tolak Angin.	Cengkeh seringkali dikaitkan dengan kesehatan dan obat, karena daun cengkeh memiliki sifat anti-inflamasi dan anti-bakteri yang dapat membantu mengobati berbagai penyakit.
5.	Madu Cairan manis yang dihasilkan oleh lebah dari nektar bunga.	Madu seringkali dikaitkan dengan kekuatan dan vitalitas karena memiliki sifat yang dapat meningkatkan energi dan stamina.
6.	Kayu Ules Jenis kayu yang digunakan sebagai bahan obat tradisional.	Kayu ules seringkali dikaitkan dengan pengobatan dan penyembuhan karena telah digunakan selama ribuan tahun sebagai

pengobatan tradisional.		
7. Adas	Tanaman herbal dari keluarga Apiaceae yang bijinya sering digunakan dalam masakan, obat-obatan, dan minuman, terutama untuk membantu pencernaan dan mengurangi kembung.	Melambangkan ketahanan, kehangatan, dan perlindungan yang alami, serta sering dikaitkan dengan pengobatan tradisional yang membantu menjaga kesehatan tubuh secara holistik.
8. Daun Mint	Tanaman yang memiliki sifat anti-inflamasi dan anti-bakteri.	Daun mint seringkali dikaitkan dengan kesegaran dan kejernihan karena memiliki rasa yang segar dan aroma yang khas.

SIMPULAN

Berdasarkan analisis semiotika Roland Barthes terhadap logo Tolak Angin dari PT Sidomuncul, dapat disimpulkan bahwa logo tersebut memiliki peran signifikan dalam membentuk identitas merek. Dari segi denotasi, logo ini terdiri dari elemen-elemen visual seperti warna kuning yang mencolok, tipografi khas, serta ilustrasi yang merepresentasikan produk herbal. Warna kuning sendiri sering diasosiasikan dengan energi, kesehatan, dan kehangatan, yang sejalan dengan manfaat utama Tolak Angin sebagai jamu herbal. Dari sisi konotasi, logo Tolak Angin menggambarkan nilai-nilai tradisional serta kepercayaan terhadap pengobatan herbal. Kombinasi simbol dan warna dalam logo memperkuat citra produk sebagai bagian dari warisan budaya Indonesia sekaligus merek jamu modern yang tetap mempertahankan akar tradisionalnya. Oleh karena itu, logo ini tidak hanya berfungsi sebagai identitas visual tetapi juga sebagai alat komunikasi yang menyampaikan manfaat dan filosofi produk kepada konsumen.

Secara keseluruhan, hasil analisis ini menegaskan bahwa elemen visual dalam logo berperan penting dalam membangun citra merek serta memengaruhi persepsi konsumen. Pemahaman mengenai semiotika dalam desain logo dapat menjadi strategi yang efektif dalam branding dan pemasaran, terutama dalam industri yang menekankan nilai-nilai tradisional seperti jamu.

DAFTAR PUSTAKA

- Barthes, R. (1977). *Elements of Semiology*. Hill and Wang.
- Barthes, R. (1983). *Image-Music-Text*. Fontana Press.
- Chandler, D. (2007). *Semiotics: The Basics*. Routledge.
- Danesi, M. (2002). *Understanding Media Semiotics*. Oxford University Press.
- Eco, U. (1979). *A Theory of Semiotics*. Indiana University Press.
- Nifty, O., Sitanggang, E. B., Simaremare, Y. M. A., Anwar, R., Yusuf, S., & Hutagalung, S. M. (2024). Analisis semiotika makna upacara mangongkal holi adat Batak Toba Sumatera Utara. *Jurnal Pendidikan Ilmiah Transformatif*, 8(6).
- PT Sidomuncul. (n.d.). *Sejarah Perusahaan dan Produk*. Retrieved from <https://www.sidomuncul.co.id>.