Jurnal Teknologi dan Terapan Bisnis (JTTB) **ISSN(P) : 2615-8817**
Vol. 2, No. 1, Maret 2019, page. 114-119 **ISSN(e) : 2655-5646**

ANALISIS VISUAL PADA DESAIN KAOS SOAK NGALAM SEBAGAI PRODUK KHAS MALANGAN

VISUAL ANALYSIS OF SOAK NGARA SHIRT DESIGN AS A SPECIAL PRODUCT OF MALANGAN

Yudhistya Ayu Kusumawati
Institut Teknologi Kreatif Bina Nusantara Malang
Email: ykusumawati@binus.edu

Abstract

Tourism sector in Malang City encourages the increasingly creative industry, one of them is clothing products. Soak Ngalam is one of Malang's original clothing products that has a unique design that is using the "bahasa walikan" which is a characteristic of Malang. In a t-shirt design, the picture or writing contained a message to be conveyed to the audience so that in this study a study of the Soak Ngalam design was focused on the meaning contained in the design of the shirt Soak Ngalam. This study used a qualitative descriptive approach to identify the design meaning of the Soak Ngalam shirt. In this research using semiotic analysis of Roland Barthes, by analyzing signifier & signified, denotations & connotations and myths
***Keywords**: visual analyze, Soak Ngalam, semiotic, Roland Barthes*

Abstrak

Semakin pesatnya sektor pariwisata di Kota Malang mendorong semakin pesatnya industri kreatif salah satunya produk clothing. Soak Ngalam merupakan salah satu produk clothing asli Malang yang memiliki desain yang unik yaitu menggunakan bahasa walikan (bahasa balikan) yang merupakan ciri khas kota Malang. Dalam sebuah desain kaos, gambar atau tulisan terkandung pesan yang akan disampaikan kepada audience sehingga dalam penelitian ini dilakukan kajian terhadap desain Soak Ngalam yang difokuskan pada makna yang terdapat dalam sebuah desain kaos Soak Ngalam. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk mengidentifikasi makna desain kaos Soak Ngalam. Analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah teknik analisis semiotika Roland Barthes, yaitu dengan menganalisis petanda & penanda, denotasi & konotasi serta mitos.
Kata Kunci*: Analisis visual, Soak Ngalam, semiotika, Roland Barthes*

1. PENDAHULUAN

Malang merupakan salah satu kota di wilayah Jawa Timur yang memiliki potensi tinggi. Selain sebagai kota pelajar, Malang merupakan kota pariwisata. Beberapa dekade terakhir ini, Malang menunjukkan perkembangan yang sangat pesat di sektor pariwisata. Menurut data Dinas Pendapatan Kota Malang, 20% pendapatan pajak daerah berasal dari sektor pariwisata. Industri pariwisata di Kota Malang memiliki potensi yang sangat besar untuk dikembangkan menjadi kawasan wisata yang lebih kompetitif karena terdapat banyak atraksi wisata.

Perkembangan sektor pariwisata yang cukup pesat tersebut menjadi salah satu faktor pendorong munculnya berbagai macam industri kreatif di kota Malang. Menurut BPS Malang terdapat sekitar 76.290 UMKM tersebar di wilayah Malang. Menurut data Badan Ekonomi Kreatif (Berkraf) menunjukkan bahwa industri kreatif mampu memberikan kontribusi sebesar 645 miliar rupiah atau sekitar 70.5% produk domestik bruto. Industri kreatif terbagi menjadi enam belas subsektor meliputi fashion, desain, periklanan, kerajinan, arsitektur, pasar barang seni, video, film dan fotografi, game, musik, seni pertunjukan, penerbitan dan percetakan, musik, software, broadcasting, riset dan pengembangan serta kuliner. Fashion sebagai salah satu subsektor ekonomi kreatif mengalami perkembangan yang cukup pesat, salah satunya melalui produk-produk lokal.

Jika Bali memiliki Joger, Jogja terkenal dengan Dagadu dan Surabaya memiliki Cakcuk, maka Malang pun juga mempunyai Soak Ngalam. Joger dan Dagadu adalah brand yang terkemuka dimana

brand tersebut menghadirkan kaos dengan desain yang unik melalui permainan kata-kata yang lucu, maka Soak Ngalam juga hadir dengan desain kata-kata khas Malang-an. Soak Ngalam memelihara serta menyebar luaskan Osob Kiwalan (bahasa balikan) & Osob Ngalaman (bahasa Malangan) sebagai warisan budaya Malang yang dikemas dalam desain kaos. Berikut ini terdapat tabel perbandingan secara garis besar mengenai kaos-kaos dari daerah tertentu.

Brand	Gambar	Tulisan	Warna
Joger	ilustrasi vector didominasi ragam hias Bali	Menggunakan bahasa Indonesia	Dominan warna putih meskipun skema warna cukup beragam
Dagadu	Ilustrasi vector dengan menampilkan kearifan lokal masyarakat Jogja	Menggunakan bahasa Indonesia dan Jawa alus	Skema warna yang beragam
Cakcuk	Ilustrasi vector dengan menampilkan kekhasan Surabaya, logo-logo brand terkemuka	Menggunakan bahasa Suroboyoan cenderung kasar	Skema warna yang beragam
Soak Ngalam	Ilustrasi vector berkitan dengan Malang, logo-logo brand terkemuka	Menggunakan bahasa Malangan / bahasa walikan	Skema warna beragam

Tabel 2. Perbandingan Joger, Dagadu, Cakcuk dan Soak Ngalam

Menurut catatan sejarah, kaos sudah dikenal sejak tahun 1930. Pada masa itu kaos digunakan oleh marinir dan tentara Amerika Serikat sebagai pakaian dalam. Baru tahun 1960 kaos menjadi penting dalam dunia tata busana (Brunel, 2002 : 26). Pada saat yang sama, komunitas punk, kaum hippies, dan organisasi politik menyadari bahwa kaos merupakan media propaganda yang efektif selain menggunakan media lain yang telah ada sebelumnya seperti halnya poster. Maka dari itu seiring dengan perkembangan waktu makin banyak kaos yang didesain dengan menggunakan kata-kata atau kalimat propaganda yang beredar di masyarakat.

Menurut Hutcheon dalam buku *A Theory of Parody*, seperti dikutip Yasraf A. Piliang (l999:155), mengungkapkan parodi sebagai sebuah relasi formal atau struktur antara dua teks. Dalam buku tersebut dijelaskan bahwa sebuah teks muncul sebagai hasil dari plesetan, sindiran ataupun humor dari suatu bentuk, struktur ataupun format dari teks yang menjadi rujukan. Dalam artinya teks atapun parodi seringkali menekankan pada aspek plesetan dari teks rujukan yang umumnya bersifat serius. Dalam hal ini, Soak Ngalam juga menerapkan konsep plesetan sebagai strategi visual dalam produk. Selain menggunakan bahasa walikan juga menggunakan logo-logo dari merek terkenal yang kemudian diplesetkan.

Selain berupa kata-kata atau kalimat, elemen warna juga dapat menarik perhatian orang yang melihatnya. Senada dengan disampaikan oleh Sulasmi dalam bukun yang berjudul *Warna*, bagaimana seseorang memandang citra dari sebuah warna tidak terlepas dari latar belakang budaya yang berkembang dalam masyarakat (Dar-maprawira, 2012 : 30). Selain sebagai alat untuk melindungi tubuh dan memperelok penampilan, pakaian mengandung simbol-simbol yang memiliki beragam makna (Mulyana, 2012:394). Dari pernyataan tersebut maka dapat ditarik disimpulkan bahwa setiap orang dapat memiliki pandangannya terhadap citra dari pakaian yang dikenakan. Dari beberapa penjelasan diatas penulis tertarik untuk melakukan kajian mengenai makna yang terkandung dalam desain kaos Soak Ngalam.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif untuk mengupas makna yang terdapat pada desain kaos Soal Ngalam. Analisis semiotika Roland Barthes digunakan pada penelitian ini untuk mengidentifikasi makna yang terdapat dalam desain kaos Soak Ngalam. Tahap pertama penelitian ini mengidentifikasi elemen-elemen, antara lain penanda *(signifier*) dan petanda (*signified*), serta denotasi dan konotasi. Pada tahap kedua, penanda konotatif dan petanda konotatif diidentifikasi untuk menemukan mitos dan ideologi yang terkandung di dalam teks kaos. Pada penelitian ini menggunakan analisis semiotika Roland Barthes untuk menganalisis makna yang terdapat dalam desain kaos Soak Ngalam.

Dalam penelitian ini, tahap pertama yang dilakukan adalah mengidentifikasi elemen-elemen terdiri dari penanda, petanda, konotasi dan denotasi. Pada tahap kedua adalah mengidentifikasikan penanda konotatif dan petanda konotatif diidentifikasikan untuk

menemukan mitos dan ideologi yang terdapat dalam kaos. Semiotika Roland Barthes digunakan untuk menganalisis karena semiotika Roland Barthes merupakan penyempurnaan dari semiologi Saussure yang berhenti pada penandaan dalam level denotatif (Barthes, 2010).

2.1 Soak Ngalam

Soak ngalam merupakan salah satu produk *clothing* asli kota Malang yang didominasi oleh produk kaos oblong. Soak Ngalam memiliki desain yang unik, menggunakan Bahasa Malangan yaitu bahasa walikan yaitu kata yang dibaca dengan terbalik (dibaca dari huruf paling belakang ke depan) yang merupakan ciri khas Malang. Dengan hadirnya Soak Ngalam dengan desain khas Malang dapat digunakan sebagai upaya pelestarian budaya asli Kota Malang yaitu *boso Malangan / boso walikan* yang pada saat ini sudah jarang ditemukan penggunaanya di generasi muda Kota Malang.

Boso Malangan atau baso walikan merupakan hasil dari budaya khas Malang dimana bahasa ini dibaca terbalik dalam arti dibaca dari huruf paling belakang ke depan. Tetapi tidak semua kata bisa dibalik. Selain melestarikan keunikan dari Kota Malang, Soak Ngalam juga memberikan alternatif buah tangan asli Kota Malang bagi wisatawan yang berkunjung ke Malang. Dibawah ini terdapat beberapa desain Soak Ngalam yang diperoleh dari halaman Facebook Soak Ngalam.

Gambar 1. Desain Soak Ngalam

Ide awal Soak Ngalam berawal dari upaya untuk memperkenalkan budaya asli Malang kepada wisatawan yang berkunjung melalui desain-desain Soak Ngalam, baik wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara.

Soak Ngalam dapat menjadi alternatif oleh-oleh berupa cindera mata yang awet, *simple*, dan tetap mempunyai kesan tentang keberadaan Kota Malang karena selama ini yang menjadi wisatawan di Kota Malang yaitu apel Batu, bakso Malang, dan aneka kripik terutama kripik tempe.

2.2 Semiotika

Roland Barthes adalah tokoh semiotika yang dipandang sebagai salah satu pemikir strukturalis yang menerapkan model linguistik dan semiologi Saussure. Bertens (2001:208) menyebutkan bahwa Roland Barthes adalah sebagai tokoh yang memainkan peranan penting dalam strukturalisme pada era 1960-an dan 1970- an. Dalam pemikirannya menyatakan bahwa bahasa adalah sebuah sistem tanda yang mencerminkan asumsi-asumsi suatu masyarakat tertentu.

Salah satu bagian penting dalam semiotika Roland Barthes dalam konsepnya tentang tanda adalah pembaca (*the reader)*. Menurut Roland Barthes, konotasi merupakan sifat asli suatu tanda dimana hal tersebut membutuhkan proses berpikir aktif pembaca agar berfungsi. Barthes secara komprehensif membahas apa yang sering disebut sistem pemaknaan pada tataran kedua yang dibangun diatas sistem lain yang telah ada sebelumnya. Sistem kedua ini oleh Barthes disebut dengan konotatif yang dalam *Mytologies* secara tegas dibedakan dari denotatif atau sistem pemaknaan tataran pertama.

Dari peta konsep Barthes nampak bahwa tanda denotatif (3) terdiri atas penanda (1) dan petanda (2). Namun, pada saat yang bersamaan, tanda denotatif juga menjadi penanda konotatif (4). Dengan kata lain, hal tersebut merupakan unsur material. Sebagai contoh jika mengenal tanda "singa" maka dapat dikonotasikan sebagai harga diri, kegarangan, keberanian menjadi mungkin (Cobley, 1999:51). Kesimpulannya dalam pemikiran Roland Barthes, tanda konotatif tidak hanya memiliki makna tambahan akan tetapi mengandung bagian tanda denotatif yang melandasi keberadaannya. Hal tersebut merupakan sumbangsih Roland Barthes yang sangat berarti bagi penyempurnaan konsep semiologi Saussure yang hanya berhenti pada penandaan dalam level denotatif.

Dalam pengertian secara umum terdapat perbedaan antara denotasi dan konotasi serta denotasi dan konotasi yang dimengerti oleh Barthes. Dalam pengertian umum, denotasi dipahami sebagai makna harfiah atau makna yang sesungguhnya. Upaya pemaknaan atau signifikasi ini yang dilakukan secara tradisional disebut denotasi merujuk pada penggunaan bahasa dengan arti yang sebenarnya. Akan tetapi dalam semiologi Roland Barthes, denotasi merupakan sistem

pemaknaan atau signifikasi tingkat pertama, sedangkan konotasi merupakan pemaknaan tingkat kedua. Dalam hal ini denotasi lebih diasosiasikan dengan ketertutupan makna. Sebagai reaksi yang melawan keharfiahan denotasi yang bersifat opresif ini, Barthes mencoba untuk menghilangkan dan menolaknya. Menurutnya makna yang ada hanya konotasi semata. Penolakan ini mungkin terasa berlebihan, tetapi ia tetap berguna sebagai sebuah koreksi atas kepercayaan bahwa makna "harfiah" merupakan sesuatu yang bersifat alamiah (Budiman, 2001:22).

Tabel 2. Peta Tanda Roland Barthes

1. Signifier (Penanda)	2. Signified (Petanda)	
3. Denotative sign (tanda denotatif)		
4. Conotative signifier (penanda konotatif)		1. Connotative signified (petanda konotatif)
2. Connotative sign (tanda konotatif)		

Sumber: Cobley, Paul dan Litza Janz. 1999. introducing Semiotics. New York: Icon Books –Totenham. hlm 51

Dalam pemikirian teori Semiotika Barthes, konotasi identik dengan penggunaan ideologi yang disebut sebagai mitos dan memiliki fungsi untuk mengungkapkan serta memberikan pembenaran bagi nilai-nilai dominan yang berlaku dalam suatu periode tertentu (Budiman, 2001:28). Di dalam sebuah mitos terdapat juga pola hubungan antara penanda, petanda, dan tanda. Namun, sebagai suatu sistem yang unik, mitos dikonstruksi oleh suatu rantai jaringan pemaknaan yang sudah ada sebelumnya.

Dengan kata lain, mitos diartikan sebagai suatu sistem pemaknaan tataran kedua. Alasan Roland Barthes memampatkan ideologi dengan mitos dikarenakan baik dalam mitos maupun ideologi terdapat hubungan antara penanda konotatif dan petanda konotatif yang terjadi secara termotivasi (Budiman, 2001:28). Senada dengan Marx, Barthes juga memahami ideologi sebagai suatu kesadaran palsu yang dapat membuat manusia hidup dalam dunia yang imajiner dan ideal, meskipun pada kenyataan tidak demikian. Baginya ideologi ada selama kebudayaan ada. Maka dari itu, di dalam S/Z Barthes mengatakan bahwa konotasi sebagai suatu ekspresi budaya yang mana kebudayaan mewujudkan dirinya di dalam teks-teks. Dengan demikian ideologinmewujudkan dirinya melalui berbagai kode yang merembes masuk ke dalam teks dalam bentuk penanda-penanda penting seperti tokoh, latar, dan sudut pandang.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Kajian Denotasi dan Konotasi

Desain Soak Ngalam yang pertama adalah *die hard edition* yaitu desain kaos dengan menggunakan logo Puma yang diplesetkan menjadi Koma dengan icon logo yang juga terbalik. Menggunakan jenis huruf sans serif berwarna kuning cerah, terlihat kontras dengan kaos yang berwarna dasar hitam. Dalam kaos tersebut menggunakan bahasa walikan dengan tulisan *'koma gak ketam yo gak urip, odop nasib bal balane bongso iki'*. Jika kalimat tersebut mengikuti aturan bahasa Jawa menjadi '*koma, gak matek yo gak urip, podo nasib bal balane bongso iki'*. Dalam bahasa Indonesia dapat diartikan 'koma, tidak hidup juga tidak mati. Sama seperti nasib sepak bola bangsa ini'.

Pada desain Soak Ngalam terdapat penanda berupa tulisan warna kuning cerah 'KOMA' dengan posisi binatang puma yang terbalik yang merujuk pada logo dari merek peralatan olahraga Puma.

Secara denotasi dapat dimaknai bahwa koma, adalah kondisi dimana tidak hidup juga tidak mati. Atau dengan kata lain, koma adalah kondisi dimana seseorang berada antara hidup dan mati. Sama seperti nasib sepakbola di Indonesia yang koma (tidak hidup tidak juga mati). Pada tataran konotasi dapat dimaknai sebagai ungkapan sindiran kepada sepak bola di Indonesia yang sedang 'koma'. Hal tersebut dikaitkan dengan kejadian PSSI yang dibekukan.

Gambar 2. Desain soak ngalam 'KOMA'

Desain Soak Ngalam yang kedua adalah 'kunam licek'. Jika dibalik, dalam bahasa Jawa adalah 'manuk kecil'. Jika diartikan dalam Bahasa Indonesia adalah burung kecil. Dalam kaos ini menggunakan logo Twitter yaitu icon burung berwarna biru. Terdapat pula tulisan *'lek sik licek ancene lucu, unine yo sik cuit cuit. Mboh maneh lak wes edeg'*. Jika mengikuti tata bahasa Jawa yang benar menjadi *'lek sik kecil ancene lucu,*

unine yo sik cuit cuit. Mboh maneh lak wes gede'. Dalam bahasa Indonesia dapat diartikan bahwa burung kecil kalau masih kecil memang lucu, suaranya masih cuit cuit. Entah kalau sudah besar.

Dalam desain Soak Ngalam terdapat penanda berupa gambar burung berwarna biru yang merujuk pada logo media social Twitter. Twitter merupakan salah satu media social dimana para pengguna bebas untuk melakukan *tweet* atau cuitan. Secara denotasi dapat dimaknai bahwa burung kecil itu lucu dan memiliki suara cuit-cuit. Tapi tidak tahu bagaimana nanti kalau sudah besar. Secara konotatif dapat dimaknai sebagai sindirian terhadap masyarakat yang menggunakan media social Twitter. Dimana dalam Twitter terdapat fitur *tweet* yang hanya dibatasi oleh 140 karakter sehingga masyarakat mudah untuk *tweet* atau 'berkicau'. Tetapi bagaimana kalau fitur tersebut tidak dibatasi oleh jumlah karakter seperti halnya media social Facebook. Apalagi saat ini Twitter telah resmi menghilangkan ketentuan 140 karakter dalam sekali *tweet*. Kemungkinan besar masyarakat akan lebih banyak menuliskan banyak karakter di kolom komentar dalam sekali *tweet.* Maka dengan demikian bukan lagi disebut *tweet* atau cuitan.

Gambar 3. Desain soak ngalam 'KUNAM LICEK'

Desain Soak Ngalam yang ketiga adalah 'akeh kubam'. Jika dibalik dalam bahasa Jawa adalah akeh mabuk yang dapat diartikan memiliki arti banyak mabuk. Dalam desain kaos ini menggunakan logo Chivas Regal. Terdapat tulisan berwarna kuning emas *'ublem narubuk'* dengan kaos berwarna dasar hitam yang terlihat kontras. *'ublem narubuk'* jika dibalik dalam bahasa Jawa '*mlebu kuburan'* atau masuk kuburan.

Dalam desain Soak Ngalam terdapat penanda berupa gambar botol minuman berakhohol merujuk pada logo minuman keras Chivas Regal. Secara denotasi, adanya gambar logo Chivas Regal menunjukkan bahwa kebanyakan mabuk (minum minuman berakhohol) dapat masuk kuburan. Secara konotatif dapat diartikan bahwa minuman berakhohol dapat menyebabkan kematian. Atau kebanyakan kematian (masuk dalam kuburan) disebabkan oleh mabuk minuman keras.

Dari sini terdapat pesan sosial yang ingin disampaikan oleh Soak Ngalam bahwa masyarakat hendaknya hati-hati dengan minuman berakhohol karena dapat menyebabkan kematian.

Gambar 4. Desain soak ngalam 'AKEH KUBAM'

3.2 Kajian Mitos

Sebuah teks akan memunculkan berbagai pemahaman sesuai dengan pemikiran seseorang. Pemahaman denotatif bekerja pada tataran pemaknaan tingkat pertama (*first order*). Pada tataran penandaan kedua (*second order*) akan muncul konotasi dan mitos. Tingkat kedua penanda *(signifier*) akan menghasilkan konotasi, sedangkan tingkat kedua dari petanda (*signified*) akan menghasilkan mitos (Adityawan, 2008:138). Mitos adalah pemahaman semiotika Roland Barthes yaitu mengodekan makna dan nilai sosial (yang sebetulnya arbitrer atau konotatif) sebagai sesuatu yang dianggap alamiah (Piliang, 2010:305). Tingkatan tanda menurut Roland Barthes digambarkan sebagai berikut.

Tanda → Denotasi → Konotasi (Kode) → Mitos

Mitos yang dimaksud Barthes muncul dalam beberapa gambar pada desain kaos Soak Ngalam, di antaranya:

Pada desain Soak Ngalam 'koma' secara denotasi menunjukkan bahwa koma adalah kondisi dimana seseorang berada diantara hidup dan mati, yang disamakan dengan nasib sepakbola Indonesia. Pada tataran konotasi logo 'koma' dihubungkan kisruh yang terjadi di dunia sepakbola Indonesia dimana PSSI dibekukan oleh Kemenpora. Dalam desain kaos ini terdapat kode

budaya, bahwa sepakbola tetap menjadi topik yang menarik yang diangkat Soak Ngalam dalam desain kaos. Malang terkenal dengan club sepakbola Arema yang menjunjung nilai-nilai sportivitas dimana sebagian besar masyarakat Malang adalah 'Aremania' atau 'Aremanita'.

Pada desain Soak Ngalam '*akeh kubam ublem narubuk*' secara denotasi menunjukkan bahwa kebiasan 'mabuk' dapat menyebabkan kematian. Pada tataran konotasi logo yang ditampilkan dalam desain kaos merujuk pada logo Chivas Regal yaitu salah satu merek minuman berakhohol. Kata 'mabuk' dihubungkan dengan kode budaya minum minuman keras (minuman memabukkan).

Pada desain Soak Ngalam 'kunam licek' secara denotasi dapat dimaknai bahwa burung kecil yang lucu karena suaranya cuit-cuit. Tapi entah bagaimana kalau sudah besar. Pada tataran konotasi logo Twitter dihubungkan masyarakat era digital yang tidak pernah lepas dari *gadget* dimana *tweeting* sudah menjadi budaya masyarakat saat ini.

Warna gelap seperti hitam dan abu tua cenderung dipersepsikan oleh masyarakat sebagai warna yang melambangkan kesedihan / dukacita. Pada umumnya warna gelap diasosiasikan dengan sifat negatif seperti kesedihan atau dukacita. Akan tetapi warna hitam dapat memperlihatkan sisi kekuatan, elegan, formal, tegas, kokoh, menunjukkan sesuatu yang klasik, abadi, dan maskulinitas.

4. KESIMPULAN

Dari hasil analisis terhadap beberapa desain Soak Ngalam yang telah dipaparkan diatas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Soak Ngalam menerapkan gambar dan tulisan sebagai strategi visual dalam produk. Dalam elemen gambar Soak Ngalam cenderung menggunakan logo-logo brand yang sudah terkenal seperti produk *sport* Puma, media sosial Twitter, minuman berakhohol Chivas Regal dan lain sebagainya yang kemudian diplesetkan. Sedangkan untuk elemen tulisan, Soak Ngalam menggunakan bahasa walikan tetapi tidak semua kata dibalik.

Dari hasil analisis semiotika ditemukan makna yang terkandung dalam desain Soak Ngalam banyak diisi dengan muatan kritik ataupun pesan sosial yang berkaitan dengan gaya hidup masyarakat Indonesia tidak terbatas di Jawa saja. Seperti contoh berita terkait sepak bola Indonesia, budaya Twitter-an di kalangan masyarakat dan budaya minum-minuman keras.

Melalui parodi dengan kata-kata yang diplesetkan, Soak Ngalam mampu mendapat perhatian di kalangan konsumennya. Namun, desainer diharapkan mampu untuk lebih kreatif dalam menciptakan desain kaos Soak Ngalam, tidak hanya meminjam logo dari merek-merek yang sudah terkenal kemudian diplesetkan tetapi lebih ke bagaimana menciptakan karakter tersendiri yang unik dan berbeda dengan kaos-kaos sejenis.

5. SARAN

Hasil penelitian masih sangat terbatas dalam kajian Semiotika. Oleh karena itu penelitian ini perlu dilakukan pengembangan lebih lanjut mengenai bagaimana desain- desain yang beredar di lingkungan tersebut berdampak dalam kehidupan sosial masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

[1]. Adityawan, A. (2008). *Propaganda Pemimpin Politik Indonesia, Mengupas Semiotika Order Baru Soeharto*. Jakarta: Pustaka LP3ES Indonesia.
[2]. Budiman, K. (2001). *Kosa Semiotika.* Yogyakarta: LKis.
[3]. Brunel, Charlotte. (2002). *The T-Shirt Book*. New York: Assouline Publishing, Inc.
[4]. Cobley, Paul & Litza Janz. (1999). *Introducing Semiotics.* New York: Icon Books– Totenham.
[5]. Darmaprawira, Sulasmi. *Warna. Teori dan Kreatifitas Penggunaannya.* Edisi ke-2. Bandung: ITB
[6]. Hutcheon, Linda. l985. A Theory of Parody, The Teaching of Twentieth Century Art Form. Methuen.
[7]. Mulyana, D. (2012). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
[8]. Piliang, Y.A. (2010). *Semiotika dan Hipersemiotika: Kode, Gaya & Matinya Makna*. Bandung: Matahari.