



Analisis Visual *Growth Journal Book* Milik Papermark.Id Menggunakan Teori Semiotika Roland Barthes

Fitrania Hanifah Annisaa, Rosa Karnita*

Institut Teknologi Nasional Bandung

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis makna visual pada *Growth Journal Book* (GJB) milik Papermark.id menggunakan teori semiotika Roland Barthes. Fokus kajian diarahkan pada enam elemen desain utama: warna, tipografi, ilustrasi, bentuk garis, komposisi layout, dan elemen teks pendukung. Metode analisis dilakukan secara kualitatif melalui dua tahap pemaknaan yaitu denotatif dan konotatif, untuk menelusuri representasi pesan visual produk. Hasil analisis menunjukkan bahwa warna kuning cerah berasosiasi dengan optimisme, sedangkan garis bergelombang bermakna fleksibilitas dan keseimbangan. Ilustrasi emotikon merepresentasikan ekspresi emosi yang autentik, sementara penggunaan hashtag positif memperkuat nilai afirmatif penerimaan diri. Setiap elemen visual tersebut saling berkaitan membangun citra produk yang ceria, suportif, dan berorientasi pada pengembangan diri. Secara keseluruhan, desain GJB terbukti tidak hanya berfungsi sebagai media pencatatan, melainkan media komunikasi visual yang efektif dalam menyampaikan konstruksi pesan positif serta membangun relasi emosional dengan pengguna muda untuk lebih menyayangi diri sendiri.

Keywords: Semiotika Roland Barthes, Growth Journal Book, Analisis Visual.

DOI:

<https://doi.org/10.47134/dkv.v3i3.5047>

*Correspondence: Rosa Karnita

Email: karnita@itenas.ac.id

Received: 10-05-2026

Accepted: 10-06-2026

Published: 10-07-2026



Copyright: © 2026 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (BY SA) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Abstract: This study aims to analyze the visual meaning of the *Growth Journal Book* (GJB) by Papermark.id using Roland Barthes' semiotic theory. The study focuses on six main design elements: color, typography, illustration, line shape, layout composition, and supporting text elements. A qualitative analysis is conducted through two levels of signification—denotative and connotative—to explore the representation of the product's visual messages. The results indicate that the bright yellow color is associated with optimism, while wavy lines signify flexibility and balance. Furthermore, emoticon illustrations represent authentic emotional expressions, whereas the use of positive hashtags reinforces the affirmative values of self-acceptance. These visual elements interconnect to build a product image that is cheerful, supportive, and oriented toward self-development. Overall, the GJB design proves to function not merely as a recording tool, but as an effective visual communication medium in conveying positive messages and building emotional connections with young users, encouraging them to embrace self-love.

Keywords: Roland Barthes Semiotics, Growth Journal Book, Visual Analysis.

Pendahuluan

Kesadaran terhadap pengembangan diri semakin meningkat seiring dengan perkembangan teknologi dan banyaknya *campaign* yang tersebar di media sosial ([MacIsaac et al., 2023](#)). Hal ini menjadi perhatian bagi industri kreatif di Indonesia untuk menyokong peningkatan agar tetap signifikan, khususnya dalam sektor produk alat tulis dan buku jurnaling khususnya *personal journaling*. Pendekatan emosional melalui perancangan identitas visual pada produk terbukti efektif dalam membangun keterikatan dengan target audiens muda ([Berutu et al., 2025](#)). Produk seperti GJB milik Papermark.id tidak hanya diposisikan sebagai alat perencanaan waktu dan pencatat kegiatan pada kehidupan sehari-hari, tetapi juga sebagai media ekspresi visual yang merepresentasikan identitas merek dan nilai-nilai yang ingin disampaikan kepada khayalak sasaran. Dalam konteks desain komunikasi visual, setiap elemen visual yang ditampilkan mulai dari; tipografi, warna, ilustrasi, hingga tata letak berfungsi sebagai tanda (*sign*) yang membawa pesan tertentu. Setiap komposisi visual yang dirancang dalam sebuah medium tidak pernah hadir tanpa tujuan, melainkan sengaja dikonstruksi secara strategis untuk mengomunikasikan gagasan spesifik dari pembuatnya ([Fahminnansih et al., 2025](#)). Oleh karena itu, nilai makna terhadap visual tidak berhenti pada tampilan fisik semata, melainkan mencakup pemahaman terhadap makna simbolik yang terkandung di dalamnya. Teori semiotika yang dikembangkan oleh Roland Barthes. Barthes mengemukakan bahwa tanda-tanda visual dapat dianalisis melalui tiga tingkat makna: denotasi atau makna literal, konotasi yang berarti makna yang diasosiasikan, mitos, ideologi atau nilai budaya yang mendasari ([Siregar, 2022](#)).

Penelitian ini menggunakan teori semiotika Roland Barthes sebagai kerangka konseptual yang relevan untuk mendalami makna visual, khususnya melalui dua tingkatan denotatif dan konotatif. Pendekatan Barthes telah banyak diaplikasikan untuk membongkar struktur tanda visual yang kompleks, termasuk pada elemen tata rupa grafis seperti kemasan dan media cetak kontemporer ([Athifany Az-Zahra & Firmansyah, 2024](#)). Dua tingkatan pengertian ini bermaksud untuk mengkaji secara denotatif yang berarti makna literal, dan konotatif misalnya makna emosional atau kultural ([Nurhasanah Purba & Khairunnisa Tambunan, 2021](#)). Kajian ini menjadi penting mengingat desain visual tidak hanya semata bersifat netral, melainkan memiliki arti dan makna yang dapat mempengaruhi persepsi dan interpretasi khayalak sasaran. Hal ini terjadi karena setiap lapisan makna visual juga turut merepresentasikan nilai-nilai budaya dan ideologi yang diproduksi serta dipercaya oleh audiensnya ([Berutu et al., 2025](#)).

Analisis GJB milik Papermark.id dilakukan melalui sudut pandang semiotika dan bertujuan untuk memahami bagaimana desain visual dapat memberi arti dan makna yang tersembunyi bagi khalayak sasaran. Studi sebelumnya menegaskan bahwa analisis semiotik sangat krusial dalam mengungkapkan representasi kultural yang terselip pada karya visual yang menargetkan subkultur anak muda ([Madani & Ambarwati, 2023](#)). Lebih jauh lagi, kemampuan desain dalam memproduksi mitos sosial menjadikan produk DKV sebagai ruang interaksi emosional yang persuasif bagi konsumen ([Berutu et al., 2025](#)). Oleh karena itu, penelitian semacam ini memberikan kontribusi dan kebaruan yang signifikan terhadap

pemahaman mengenai strategi penyampaian pesan afirmatif di ruang komunikasi visual lokal saat ini ([Arifah & Anggapuspa, 2023](#)).

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan objek penelitian berupa *Growth Journal Book* (GJB) milik Papermark.id. Proses pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode dokumentasi. Data penelitian kualitatif tidak hanya bersumber dari subjek manusia melalui metode observasi dan wawancara, tetapi juga mencakup sumber non-manusia seperti dokumentasi tertulis, bukti fotografis, dan data statistik guna memperkaya analisis penelitian ([Nilamsari, 2014](#)). Data yang sudah terkumpul dianalisis menggunakan teori semiotika Roland Barthes yang memiliki beberapa tahapan untuk mendapat satu kesimpulan mengenai analisis makna visual.

Hasil dan Pembahasan

Growth Journal Book Papermark.ID

Papermark.ID merupakan salah satu brand lokal yang bergerak di bidang alat tulis dan produk kreatif sejak tahun 2019. Brand ini dikenal karena mengedepankan nilai estetika serta fungsionalitas yang tinggi dalam setiap produk (Papermark.id, 2025). Salah satu produk dari brand ini adalah *Growth Journal Book* (GJB) jenis A5 Peach, yang tidak hanya berfungsi sebagai media pencatatan, tetapi juga sebagai sarana ekspresi diri dan perencanaan pengembangan pribadi. *Journaling* atau menulis jurnal adalah sebuah metode yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kesejahteraan mental melalui refleksi diri, mencurahkan perasaan, maupun mencari pemahaman yang lebih dalam tentang diri sendiri ([Ansar et al., 2024](#)).

Produk ini menampilkan elemen visual meliputi ilustrasi, tipografi, ikon, warna, dan layout. Secara keseluruhan, elemen-elemen yang digunakan akan berperan sebagai tanda, yang memiliki makna dan nilai ([Ariffudin Islam, 2018](#)).

Papermark.ID menggunakan pendekatan visual yang modern dan minimalis, dengan karakteristik desain yang menyasar segmen pasar generasi muda; seperti pelajar, mahasiswa, hingga pekerja kreatif. Dikutip dari jurnal ([Ariffudin Islam, 2018](#)) segala media rancangan yang diciptakan dengan menghadirkan prinsip-prinsip desain dan tata rupa, masih belum lengkap bila aspek komunikasi belum terlihat di dalam perancangan media tersebut.

Maka dari itu, *GJB* tidak hanya dilihat sebagai alat tulis, tetapi juga sebagai media komunikasi visual yang memuat pesan tertentu.

Teori Semiotika

Semiotika sendiri adalah ilmu yang mempelajari tentang tanda yang bersifat komunikatif karena menyampaikan sebuah informasi ([Tinarbuko, 2003](#)). Teori semiotika tidak luput dari nama Ferdinand de Saussure sebagai orang yang mengembangkan teori ini.

Teori semiotika Ferdinand de Saussure menyatakan bahwa tanda merupakan satu kesatuan yang terdiri dari dua aspek yang tidak dapat dipisahkan, yaitu penanda (*signifier*) sebagai bentuk, dan petanda (*signified*) sebagai konsep atau makna (Tinarbuko, 2003). Konsep semiotika ini kemudian dikembangkan oleh Roland Barthes dengan tetap menggunakan signifikasi dua tahap (*two order signification*) antara lain penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*) sebagai signifikasi tahap pertama, serta konotasi yang dipakai untuk menjelaskan salah satu dari tiga cara kerja tanda (konotasi, mitos, dan simbol) sebagai signifikasi tahap kedua (Mulyazir & Fadhilah, 2023).

Semiotika Roland Barthes

Teori semiotika yang dikembangkan oleh Roland Barthes merupakan salah satu pendekatan utama dalam kajian makna visual, khususnya dalam konteks komunikasi dan budaya ([Rohmaniah et al., 2021](#)). Roland Barthes dikenal dengan pengembangan gagasannya yang juga berasal dari teori semiotika Ferdinand De Saussure mengenai signifikasi dua tahap (*two order signification*). Signifikasi tahap pertama merupakan hubungan antara penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*). Pada tingkat ini, ditunjukkan hubungan antara penanda (objek) dengan petanda (makna) dalam suatu sistem tanda, serta keterkaitan tanda tersebut dengan referensi nyata di dunia luar. Relasi ini mengacu pada makna objektif (riil) yang terkandung dalam penanda ([Mulyazir & Fadhilah, 2023](#)).

Barthes kemudian membagi tanda menjadi dua tingkat makna, yaitu denotasi dan konotasi (*two order of signification*) (Barthes, 1964). Denotasi adalah makna literal atau deskriptif dari suatu tanda, yang dapat diamati secara langsung tanpa interpretasi kultural ([Yulia et al., 2024](#)). Sedangkan konotasi merupakan makna tambahan yang bersifat simbolik, emosional, ideologis, atau kultural, yang melekat pada tanda karena pengaruh pengalaman sosial dan budaya ([Machin & Mayr, 2025](#)). Salah satu contohnya adalah sebuah gambar yang membentuk emotikon *smiley face* yang ditemukan pada hasil analisis data. *Smiley face* yang diasosiasikan sebagai simbol senyum. Simbol senyum yang ada pada buku ini merupakan representasi dari senyum bahagia atau senyum lebar biasanya muncul saat seseorang benar-benar merasa senang. Jenis senyum ini dikenal juga sebagai *duchenne smile* yang berarti senyum tulus yang bisa menyebarkan energi positif ke orang-orang di sekitarnya ([Hartono & Sugalih, 2019](#)).

Dalam pendekatan semiotika visual, tanda tidak terbatas pada kata-kata, melainkan juga mencakup gambar, warna, bentuk, tipografi, simbol, dan komposisi visual secara keseluruhan. Barthes menyatakan bahwa citra atau visual memiliki dua pesan: pesan denotatif sebagai representasi langsung dari realitas, dan pesan konotatif sebagai konstruksi budaya yang dibentuk melalui cara visual tersebut ditampilkan ([Barthes, 1977](#)).

Teori Barthes pada penelitian ini digunakan untuk membedah bagaimana pesan tersirat dikonstruksi melalui elemen visual dan bagaimana khayalak sasaran mengartikulasikan makna berdasarkan pengalaman kultural mereka. Pendekatan ini menjadikan desain visual tidak hanya sebagai objek estetika, tetapi juga sebagai sistem komunikasi yang kompleks dan sarat nilai.

Hasil Analisis (Result)



Gambar 1. Growth Journal Book (halaman 2 dan 3)

Berdasarkan analisis data secara visual yang dilakukan, terdapat enam elemen visual yang akan dibedah maknanya menggunakan teori semiotika Roland Barthes. Secara analisis visual, hasil penelitian diuraikan sebagai berikut:

Tabel 1. Analisis Visual Growth Journal Book

Gambar	Penanda (Signifier)	Petanda (Signified)
	Lingkaran Kuning (Visual)	Menampilkan lingkaran kuning dengan titik hitam.
	Garis kuning (Visual)	Menampilkan garis kuning bergelombang dengan gerakan seperti "melompat"
	Ilustrasi Papan klip/Clip board (Visual)	Menampilkan sebuah benda berbentuk papan klip/Clipboard
	Ilustrasi Be Happy (Visual, Verbal)	Menampilkan ilustrasi dengan tulisan "Be Happy" dan gambar senyum berwarna hitam, dibingkai dengan garis bergelombang berwarna kuning.

Gambar	Penanda (Signifier)	Petanda (Signified)
	Ilustrasi Emotikon Smile (Visual)	Menampilkan gambar Ilustrasi Emotikon Smile berwarna hijau (<i>olive green</i> , #baba0f), kuning (kuning cerah, #f1d204), dan biru (<i>medium aquamarine</i> , #7abeab).
	Hashtag Happy, Positive, Hope (Verbal, Visual)	Menampilkan hashtag Happy, Positive, Hope dengan elemen gambar senyum, dan berlian.

Tabel 2. Analisis Makna Growth Journal Book

Jenis Visual	Analisis Denotatif	Analisis Konotatif
Lingkaran Kuning (Visual) 	Bentuk bulat berwarna kuning, lalu tersebar titik hitam diatas gambar dengan gaya <i>doodle</i> .	Ilustrasi yang terdapat di halaman tersebut memberikan kesan “abstrak dan ceria”. Warna kuning sering dikaitkan dengan energi positif. Bentuk lingkaran dan titik-titik dengan gaya <i>doodle</i> memberikan kesan gambar yang memberi rasa bebas untuk berekskpresi dan menyenangkan.
Garis kuning (Visual) 	Garis berwarna kuning membentuk pola melingkar/bergelombang secara berulang dengan latar berwarna putih.	Garis bergelombang merepresentasikan gerakan yang bebas dan dinamis serta memberi kesan spontanitas dengan gaya <i>free-hand</i> yang melambangkan kebebasan. Warna kuning dengan gerakan seperti melompat menggambarkan keceriaan yang melambangkan sifat kekanak-kanakan yang memberikan kesan <i>playful</i> (Handayani et al., 2026).

Jenis Visual	Analisis Denotatif	Analisis Konotatif
Ilustrasi Papan klip/Clip board (Visual) 	Sebuah bentuk ber-warna abu dengan lingkaran dan persegi berwarna putih di dalamnya.	Bentuk berwarna abu dengan lingkaran dan persegi panjang di dalamnya membentuk sebuah benda yang bernama "papan klip."
Ilustrasi Be Happy (Visual, Verbal) 	Ilustrasi bertulisan "Be Happy" dengan kata "BE" dengan gaya <i>doodle</i> disertai dua titik dan garis berbentuk huruf U membentuk sebuah senyuman, dan dua buah garis ikal, lalu dibingkai dengan garis bergelombang berwarna kuning.	Kata "BE" dengan style <i>doodle</i> yang membentuk sebuah huruf kapital diartikan sebagai ajakan atau seruan untuk merasakan kata "happy" yang terletak dibawah kata "BE". Dua titik dan garis melengkung berbentuk huruf "U" melambangkan simbol senyum (<i>smiley face</i>) yang berarti kebahagiaan, keceriaan, optimisme, dan keramahan (Araneo, 2024). Penempatan simbol senyum dibawah kalimat "BE happy" memperkuat secara visual maksud dari kalimat tersebut. Dua garis berbentuk ikal melambangkan kebebasan berekspresi dan berfungsi sebagai dekoratif. Elemen bingkai bergelombang berwarna kuning diartikan sebagai penyorotan/penekanan pesan yang ada di dalamnya, namun tetap memberikan kesan keceriaan, optimisme, dan kebahagiaan.
Ilustrasi Emotikon Smile (Visual)	Tiga buah gambar berbentuk lingkaran dengan dua garis vertikal,	Tiga bentuk lingkaran dengan dua garis vertikal dan satu garis membentuk huruf "U" di dalamnya

Jenis Visual	Analisis Denotatif	Analisis Konotatif
	dan satu garis berbentuk huruf U membentuk sebuah emotikon senyum, berwarna berwarna hijau (<i>olive green</i>, #baba0f), kuning (kuning cerah, #f1d204), dan biru (<i>medium aquamarine</i>, #7abeab).	melambangkan wajah yang tersenyum (<i>smiley face</i>) memberikan arti kebahagiaan, optimisme, sikap positif, keramahan dan kesederhanaan. Beragam macam warna memberikan arti tersendiri, yakni; hijau (<i>olive green</i>, #baba0f), melambangkan segar dan pertumbuhan; kuning (kuning cerah, #f1d204) melambangkan ceria dan energik; serta (<i>medium aquamarine</i>, #7abeab) melambangkan ketenangan.
Hashtag Happy, Positive, Hope (Verbal, Visual) 	Hashtag bertuliskan #Happy, #Positive dengan gambar smile di akhir kalimat serta #Hope dengan garis hitam yang digabungkan sedemikian rupa hingga menjadi bentuk berlian.	Simbol senyum diartikan sebagai kebahagiaan, keceriaan, sikap positif. Penempatan simbol senyum yang melambangkan kebahagiaan tepat setelah tagar <i>happy</i> dan <i>positive</i> secara visual memperkuat makna yang disampaikan kata tersebut. Garis hitam yang membentuk berlian melambangkan keindahan, kekuatan. Dari hasil analisis, berlian pada elemen visual ini diinterpretasikan sebagai simbol keindahan dan kekuatan, mengacu pada pengetahuan budaya masyarakat mengenai proses transformasi karbon menjadi permata melalui tekanan ekstrem.

Pembahasan

Dalam Growth Journal Book (GJB) karya Papermark.id, makna visual tidak hanya terletak pada tampilan estetik semata, tetapi juga membentuk sistem tanda yang kompleks dan sarat nilai. Berdasarkan teori semiotika Roland Barthes yang terbagi dalam dua tingkat makna yaitu makna denotatif dan konotatif, setiap elemen visual dalam GJB menunjukkan proses signifikasi yang mencerminkan pesan mendalam seputar optimisme, *self-love*, dan pertumbuhan diri.

Barthes menyebut bahwa citra visual memiliki dua pesan; pesan denotatif sebagai representasi langsung dari realitas, dan pesan konotatif sebagai konstruksi budaya yang terbentuk dari cara visual tersebut disusun ([Barthes, 1977](#)). Dalam konteks ini, tanda-tanda seperti lingkaran kuning, garis bergelombang, dan ilustrasi emotikon tidak berdiri sendiri, melainkan dikonstruksi untuk menyampaikan nilai-nilai budaya yang relevan bagi khalayak sasaran muda, seperti kebebasan berekspresi, keceriaan, serta afirmasi diri ([Yudhanto et al., 2023](#)).

Sebagaimana disebutkan dalam tinjauan pustaka, Papermark.ID menasar pasar generasi muda yang akrab dengan isu *self-help* dan *mental wellness* (Papermark.Id, 2025). Maka tidak mengherankan jika elemen visual yang dipilih bersifat *playful* dan positif. Misalnya, lingkaran kuning dengan titik-titik hitam yang secara denotatif merupakan bentuk grafis abstrak, namun secara konotatif melambangkan ekspresi bebas dan energi ceria. Warna kuning, sebagaimana dijelaskan oleh ([Ariffudin Islam, 2018](#)), memiliki asosiasi kuat dengan kebahagiaan dan optimisme, yang juga merupakan tema utama dari jurnal ini.

Elemen garis bergelombang yang muncul berulang kali dalam desain juga memperkuat pesan keceriaan dan spontanitas ([Damiano et al., 2023](#)). Garis ini, meskipun sederhana, menciptakan suasana visual yang dinamis, seolah mengajak pengguna untuk tidak terlalu kaku dan lebih fleksibel dalam menghadapi kehidupan sehari-hari. Ini sejalan dengan konsep journaling sebagai aktivitas reflektif yang bebas dan tidak menuntut kesempurnaan (Ansar et al., 2024).

Sementara itu, ilustrasi emotikon senyum yang muncul dalam berbagai warna (kuning, hijau, biru) memperkaya makna visual dari produk ini. Sebagaimana dijelaskan oleh ([Hartono & Sugalih, 2019](#)), ekspresi senyum (terutama dalam bentuk *duchenne smile*) mampu menyampaikan makna kebahagiaan yang tulus serta memberikan efek positif bagi yang melihatnya. Penggunaan simbol ini tidak hanya mempermanis tampilan, tetapi juga menjadi metafora dari niat brand untuk menyebarkan energi positif.

Tidak hanya visual, unsur verbal seperti kutipan motivasi dan *hashtag* positif (#Happy, #Positive, #Hope) memperkuat sistem tanda yang telah dibangun secara visual. Barthes menyebut teks sebagai penentu makna dalam iklan visual, dan prinsip ini berlaku pula dalam desain jurnal ([Barthes, 1977](#)).

Seluruh elemen visual-verbal tersebut dikategorikan ke dalam *group makna* atau klaster berdasarkan keterkaitan pesan, seperti *Mindset Positif* dan *Self-Love*, kebebasan berekspresi Visual, serta optimisme melalui simbol warna. Pengelompokan ini menegaskan bahwa desain GJB bukan sekadar estetika, melainkan turut mengonstruksi mitos modern tentang pentingnya menyayangi diri dan tetap positif dalam keseharian. Ini membuktikan bahwa

produk seperti GJB memiliki potensi sebagai medium komunikasi visual yang efektif dalam membentuk narasi kultural di kalangan generasi muda.

Simpulan

Dari hasil analisis data dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa elemen visual dan *copywriting* dalam *Growth Journal Book* (GJB) milik Papermark.id membentuk sistem tanda yang merepresentasikan nilai-nilai *self-love*, optimisme, dan kebebasan berekspresi. Melalui pendekatan semiotika Roland Barthes, ditemukan bahwa simbol-simbol visual seperti warna kuning, emotikon senyum, serta penggunaan *hashtag* afirmatif berfungsi sebagai tanda konotatif yang memperkuat pesan *brand* mengenai refleksi diri dan pertumbuhan personal. Dengan demikian, GJB tidak hanya hadir sebagai produk fungsional untuk mencatat aktivitas, tetapi juga sebagai media komunikasi visual yang mampu menyampaikan pesan emosional dan psikologis kepada penggunanya.

Implikasi penting dari temuan ini menunjukkan bahwa desain visual berperan lebih dari sekadar aspek estetika. Desain dapat menjadi sarana komunikasi emosional yang efektif dalam membangun hubungan antara pengguna dan nilai-nilai yang diusung *brand*. Dalam konteks GJB, perpaduan antara visual dan teks menciptakan pengalaman yang mendukung kesejahteraan psikologis pengguna muda melalui dorongan untuk mengenal, menghargai, dan mengekspresikan diri secara positif. Secara teoretis, penelitian ini memperkaya kajian semiotika visual dengan menegaskan bahwa teori Roland Barthes relevan digunakan untuk menganalisis produk desain kontemporer yang menggabungkan elemen visual dan verbal secara harmonis.

Adapun saran untuk penelitian selanjutnya, peneliti dapat mengombinasikan analisis semiotika dengan metode kualitatif seperti wawancara mendalam atau studi persepsi pengguna untuk memperoleh pemahaman yang lebih luas mengenai pengalaman emosional terhadap desain produk. Selain itu, penelitian komparatif antar-*brand* dengan tema *self-growth* dapat dilakukan untuk melihat strategi visual yang digunakan dalam membangun identitas dan pesan simbolik. Pendekatan eksperimental terhadap elemen desain juga dapat menjadi alternatif untuk menguji pengaruh spesifik warna, bentuk, atau tipografi terhadap interpretasi makna pengguna.

Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi acuan bagi desainer dan pelaku industri kreatif dalam merancang produk yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga memiliki kedalaman makna. Bagi Papermark.id, disarankan untuk mempertahankan dan mengembangkan karakter visual yang konsisten dengan nilai *self-development* melalui inovasi desain yang tetap komunikatif dan inklusif. Lebih jauh, temuan ini dapat mendorong industri kreatif untuk menghadirkan desain yang berorientasi pada empati dan kesejahteraan psikologis pengguna, sehingga menciptakan produk yang tidak hanya estetis tetapi juga bermakna secara emosional.

Referensi

- Ansar, W., Az-Zahra, Af., Meidynita Kadir, A., Program Studi Psikologi, R., Psikologi, F., & Negeri Makassar, U. (2024). MELATIH REGULASI EMOSI MELALUI JURNAL COGNITIVE REAPPRAISAL. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 106–112.
- Araneo, P. (2024). From DeFault to DeSign: Symbols, Memes, Acronyms, Emojis, & Other Visual Cues Across Time. *World Futures Review*, 16(1–2), 100–115. <https://doi.org/10.1177/19467567241249716>
- Arifah, N. L., & Anggapuspa, M. L. (2023). PENGARUH ELEMEN VISUAL PADA KONTEN INSTAGRAM RINTIK SEDU DALAM MERAIH ENGAGEMENT AUDIENS. *Jurnal Barik*, 4(3), 141–151. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/>
- Ariffudin Islam, M. (2018). Konsistensi Identitas Visual: Kajian Visual Branding Media Publikasi Borobudur. *Jurnal Desain Komunikasi Visual Asia*, 2(2), 2580–8753.
- Athifany Az-Zahra, A., & Firmansyah, N. W. (2024). Analisis Tinjauan Visual Pada Kemasan Teh Botol Sosro Edisi Khusus Tahun 2023 Menggunakan Teori Semiotika Pendekatan Roland Barthes. www.topbrand-award.com,
- Barthes, R. (1964). *Elements of Semiology*.
- Barthes, R. (1977). *Image Music Text*.
- Berutu, N. A., Sebayang, K., Surbakti, L. Z., Diva, R., & Ghalib, A. (2025a). Analisis Semiotika Roland Barthes pada Iklan Marjan 2025. *Abstrak : Jurnal Kajian Ilmu Seni, Media Dan Desain*, 2(4), 67–77. <https://doi.org/10.62383/abstrak.v2i4.755>
- Damiano, C., Gayen, P., Rezanejad, M., Banerjee, A., Banik, G., Patnaik, P., Wagemans, J., & Walther, D. B. (2023). Anger is red, sadness is blue: Emotion depictions in abstract visual art by artists and non-artists. *Journal of Vision*, 23(4). <https://doi.org/10.1167/jov.23.4.1>
- Fahminnansih, F., Martono, S., & Utami, E. F. (2025). Interpretasi Makna Desain Ilustrasi Cerita Semut dan Belalang Menggunakan Semiotika Barthes. *GESTALT*, 7(2), 37–52. <https://doi.org/10.33005/gestalt.v7i2.488>
- Handayani, W., Ulum, R., & Khofia, N. (2026). PSIKOLOGI WARNA DALAM KEHIDUPAN SEHARI-HARI: PENGARUH WARNA TERHADAP EMOSI, PERSEPSI, DAN PERILAKU KONSUMEN. <https://jurnalp4i.com/index.php/psikis>
- Hartono, D., & Sugalih, A. (2019). Makna Simbol Senyum pada Iklan Lay's di Televisi (Analisis Semiotika Charles Sanders Pierce). *Jurnal PERSPEKTIF Komunikasi*, 3.

- Machin, D., & Mayr, A. (2025). How to Do Critical Discourse Analysis: A Multimodal Introduction. How to Do Critical Discourse Analysis: A Multimodal Introduction. <https://doi.org/10.4135/9781036212933>
- MacIsaac, A., Mushquash, A. R., & Wekerle, C. (2023). Writing Yourself Well: Dispositional Self-Reflection Moderates the Effect of a Smartphone App-Based Journaling Intervention on Psychological Wellbeing across Time. *Behaviour Change*, 40(4), 297–313. <https://doi.org/10.1017/bec.2022.24>
- Madani, A., & Ambarwati, J. (2023). SUBKULTUR ANAK MUDA DALAM IKLAN KOPI DI INDONESIA: KAJIAN SEMIOTIKA ROLAND BARTHES. 24, 212–227.
- Mulyazir, & Fadhilah, M. (2023). KONSEP SEMIOTIKA ROLAND BARTHES DAN APLIKASINYA TERHADAP KAJIAN AL-QURAN. *Universitas Muhammadiyah Aceh*, 3(1).
- Nilamsari, N. (2014). MEMAHAMI STUDI DOKUMEN DALAM PENELITIAN KUALITATIF. (2). <http://fisip.untirta.ac.id/teguh/?p=16/>
- Nurhasanah Purba, & Khairunnisa Tambunan. (2021). Semiotic Analysis of Roland Barthes on Wardah Advertisement Version “I Face of Indonesia.” *LingLit Journal Scientific Journal for Linguistics and Literature*, 2(3), 113–126. <https://doi.org/10.33258/linglit.v2i3.511>
- Papermark.id. (2025). Papermark - Produk Resmi & Terlengkap | Tokopedia. <https://www.tokopedia.com/papermark>
- Papermark.Id. (2025). Papermark Online Store. <https://papermark.id/>
- Rohmaniah, A. F., Uin,), & Semarang, W. (2021). Institut Agama Islam Sunan Kalijogo Malang KAJIAN SEMIOTIKA ROLAND BARTHES. *Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 2. <https://ejournal.iaiskjmalang.ac.id/index.php/akad/article/view/207>.
- Siregar, I. (2022). *International Journal of Linguistics Studies Semiotics Analysis in The Betawi Traditional Wedding “Palang Pintu”: The Study of Semiotics Roland Barthes*. <https://doi.org/10.32996/ijls>
- Tinarbuko, S. (2003). SEMIOTIKA ANALISIS TANDA PADA KARYA DESAIN KOMUNIKASI VISUAL (Sumbo Tinarbuko). 5(1), 31–47. <http://puslit.petra.ac.id/journals/design/>
- Yudhanto, S. H., Risdianto, F., & Artanto, A. T. (2023). Cultural and Communication Approaches in the Design of Visual Communication Design Works. *International*

Journal of Linguistic, Culture and Communication, 1, 79–90.
<https://ijolcc.org/index.php/ijolcc/index>

Yulia, N., Hasmawati, F., & Muslimin. (2024). Analisis Semiotika Dalam Film Animasi The Anthem Of The Heart. Pubmedia Social Sciences and Humanities, (1), 1–14.
<https://digital-science.pubmedia.id/index.php/pssh>