

Objek: Iklan/kemasan Kopi Kapal Api — menampilkan secangkir kopi hitam pekat mengepul, biji kopi sangrai gelap, logo kapal (perahu layar) sebagai identitas merek, dengan tagline khas "Jelas Lebih Enak".

Analisis 3 Lapis Barthes:

Denotasi: Terlihat cangkir kopi berwarna hitam pekat dengan uap panas mengepul, biji kopi berwarna cokelat tua, logo kapal layar, dan tulisan tagline berwarna kontras (biasanya merah/kuning di atas latar gelap).

Konotasi: Muncul kesan kopi yang "kuat", "asli/tradisional", "menggugah semangat", dan berkualitas premium — warna gelap dan uap panas mengasosiasikan kehangatan dan kenikmatan instan, sementara logo kapal memberi kesan perjalanan/warisan lama (heritage) dan kepercayaan yang sudah teruji waktu.

Mitos: Desain ini membangun mitos bahwa "Kapal Api adalah kopi asli Indonesia yang paling otentik dan sudah dipercaya turun-temurun, terbukti lebih enak dari kopi lain", padahal klaim "lebih enak" sendiri bersifat subjektif dan tidak dapat dibuktikan secara objektif — mitos ini memanfaatkan nostalgia dan rasa nasionalisme (kopi lokal kebanggaan) untuk membangun loyalitas merek, bukan semata argumen rasa yang bisa diuji secara ilmiah.