TUGAS AKHIR - DV 184801

PERANCANGAN BUKU DOKUMENTASI VISUAL KREASI KEMASAN PRODUK OLEH-OLEH KHAS JAWA TIMUR

VIVI ZULFA SANIYA
08311440000011

Dosen Pembimbing
Senja Aprela Agustin ST., M.Ds
NIP. 196830410 200604 2 001

DEPARTEMEN DESAIN PRODUK - DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS DESAIN KREATIF DAN BISNIS DIGITAL
INSTITUT TEKNOLOGI SEPULUH NOPEMBER
2020

TUGAS AKHIR – DV184801

PERANCANGAN BUKU DOKUMENTASI VISUAL KREASI KEMASAN PRODUK OLEH-OLEH KHAS JAWA TIMUR

Oleh
Vivi Zulfa Saniya
NRP 08311440000011

Dosen Pembimbing
Senja Aprela Agustin ST., M.Ds
NIP 198304102006042001

Departemen Desain Komunikasi Visual
Fakultas Desain Kreatif dan Bisnis Digital
Institut Teknologi Sepuluh Nopember, Surabaya
2020

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

FINAL PROJECT – DV184801

DESIGNING VISUAL DOCUMENTATION BOOK OF EAST JAVA'S SOUVENIRS PACKAGING CREATIONS

By

Vivi Zulfa Saniya

NRP 08311440000011

Supervisor

Senja Aprela Agustin ST., M.Ds

NIP 198304102006042001

Department of Product Design – Visual Communication Design

Faculty of Creative Design and Digital Business

Institut Teknologi Sepuluh Nopember, Surabaya

2020

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

LEMBAR PENGESAHAN

PERANCANGAN BUKU DOKUMENTASI VISUAL KREASI KEMASAN PRODUK OLEH-OLEH KHAS JAWA TIMUR

TUGAS AKHIR / DV 184801

Disusun untuk Memenuhi Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Desain (S.Ds)
Pada
Program Studi S-1 Desain Produk - Desain Komunikasi Visual
Fakultas Desain Kreatif dan Bisnis Digital
Institut Teknologi Sepuluh Nopember

Oleh:
Vivi Zulfa Saniya
NRP. 08311440000011

Surabaya, 24 Agustus 2020
Periode Wisuda 122

Mengetahui,	Disetujui,
Kepala Departemen Desain Produk	Dosen Pembimbing
Bambang Tristiyono, ST., MSi.	**Senja Aprela Agustin ST., M.Ds**
NIP. 197007031997021001	**NIP. 198304102006042001**

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS TUGAS AKHIR

Saya mahasiswa Bidang Studi Desain Komunikasi Visual, Program Studi S-1 Departemen Desain Produk, Fakultas Desain Kreatif dan Bisnis Digital, Institut Teknologi Sepuluh Nopember, dengan identitas:

Nama : **Vivi Zulfa Saniya**

NRP : **08311440000011**

Dengan ini menyatakan bahwa laporan tugas akhir yang saya buat dengan judul **"PERANCANGAN BUKU DOKUMENTASI VISUAL KREASI KEMASAN PRODUK OLEH-OLEH KHAS JAWA TIMUR"** adalah:

1. Orisinil dan bukan merupakan duplikasi karya tulis maupun karya gambar atau sketsa yang sudah dipublikasikan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjanaan atau tugas-tugas kuliah lain baik di lingkungan ITS, universitas lain ataupun lembaga-lembaga lain, kecuali pada bagian sumber informasi yang dicantumkan sebagai kutipan atau referensi atau acuan dengan cara yang semestinya.
2. Laporan yang berisi karya tulis dan karya gambar atau sketsa yang dibuat dan diselesaikan sendiri dengan menggunakan data hasil pelaksanaan riset.

Demikian pernyataan ini saya buat dan jika terbukti tidak memenuhi persyaratan yang telah saya nyatakan di atas, maka saya bersedia apabila laporan tugas akhir dibatalkan.

Surabaya, 24 Agustus 2020

Yang membuat pernyataan

Vivi Zulfa Saniya

08311440000011

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

PERANCANGAN BUKU DOKUMENTASI VISUAL KREASI KEMASAN PRODUK OLEH-OLEH KHAS JAWA TIMUR

Vivi Zulfa Saniya
08311440000011
Departemen Desain Produk – Desain Komunikasi Visual
Fakultas Desain Kreatif dan Bisnis Digital,
Institut Teknologi Sepuluh Nopember, Surabaya
Email: vivizulfa066@gmail.com

ABSTRAK

Kemasan saat ini memberikan pengaruh yang besar dalam peningkatan daya saing produk-produk lokal terutama pada produk yang dikonsumsi langsung seperti olahan pangan. Peningkatan desain kemasan produk pada merek lokal akan semakin mendukung aktivitas promosi dalam pengembangan produk hasil olahan negeri seperti oleh-oleh khas daerah. Jawa Timur menjadi salah satu provinsi dengan peningkatan kreatifitas kemasan yang baik. Ini ditunjukkan dengan adanya karya-karya kemasan oleh-oleh khas daerah oleh para desainer muda yang masuk dalam jajaran A*sian Star Packaging Awards*. Kemasan-kemasan yang telah mengalami peningkatan tersebut berpotensi dijadikan sebagai referensi kemasan produk oleh-oleh lainnya mengingat belum ada media yang secara spesifik mendokumentasikan ragam kreasi kemasan oleh-oleh daerah khususnya Provinsi Jawa Timur dan kemasan sebagai bahan materi dari segi desain belum banyak diadaptasi menjadi karya literatur.

Perancangan buku visual kreasi kemasan oleh-oleh Jawa Timur ini menggunakan metode depth-interview, analisis konten, dan studi literatur. Depth-interview dilakukan kepada penulis buku kemasan dan narasumber yang berkaitan langsung dengan desain kemasan oleh-oleh Jawa Timur seperti Kepala seksi desain UPTI Makanan, Minuman, dan Kemasan Jawa Timur, pelaku UMKM, dan desainer lokal untuk mengetahui beberapa pandangan terkait kemasan oleh-oleh khas di Jawa Timur. Metode analisis konten dilakukan pada sampel kemasan oleh-oleh yang diambil dari kota atau kabupaten di Jawa Timur dengan tujuan untuk dianalisa sesuai unit analisis yang ditentukan. Data yang didapatkan dikomparasikan dengan komparator untuk mendapatkan isi konten buku yang sesuai. Target utama perancangan buku ini adalah desainer kemasan, praktisi, maupun pelaku UMKM itu sendiri.

Luaran dari peracangan ini merupakan buku dokumentasi visual kumpulan kreasi kemasan oleh-oleh Jawa Timur yang informatif dan modern, serta sebagai media promosi untuk memperkenalkan oleh-oleh khas Jawa Timur yang ditujukan untuk dewasa muda usia 18-25 tahun, dengan isi konten mulai dari pembahasan tentang oleh-oleh khas, peran penting kemasan terhadap oleh-oleh, potensi desain kemasan oleh-oleh di Jawa Timur, dan pembahasan berbagai kreasi kemasan oleh-oleh khas Jawa timur yang didokumentasikan dengan teknik fotografi dan ilustrasi.

Kata Kunci: Kemasan, Jawa Timur, Oleh-oleh Khas, Buku Visual

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

DESIGNING VISUAL DOCUMENTATION BOOK OF EAST JAVA'S SOUVENIRS PACKAGING CREATIONS

Vivi Zulfa Saniya
08311440000011
Departmen of Product Design – Visual Communication Design,
Faculty of Creative Design and Digital Business,
Institut Teknologi Sepuluh Nopember, Surabaya
Email: vivizulfa066@gmail.com

ABSTRACT

Packaging gives a great effect in increasing local product's competitiveness especially product that is consumed directly such as food. The enhancement of a product's packaging design on a local brand will support promotion activity in enhancing domestic product like regional souvenirs. East Java becomes one of the provinces with good packaging creativity enhancement. It is shown by the souvenirs packaging creations made by young designers who are included in Asian Star Packaging Awards. The packaging that has been enhanced is potentially made as a reference by other souvenirs, considering there has not been any media that specifically documenting the variety of regional souvenirs packaging creation especially of East Java Province. Packaging as a resource material from a design's perspective has not been much adapted into literary works.

Depth interviews were carried out to an author of a book about packaging, and resource persons who are directly related to the design of souvenir packaging in East Java such us the chief of package design in UPTI Makanan, Minuman, dan Kemasan Jawa Timur, UMKM, and local packaging designers to find out some views regarding souvenir packaging. The method of content analysis is carried out on samples of souvenir packages taken from cities or districts in East Java to be analyzed according to the specified unit analysis. Then, the obtained data was compared with comparison to get corresponding content. The main targets of this book are packaging designer, practitioner, and people who run UMKM.

The result of this design is an informative and modern visual documentation book of East Java souvenirs packaging creation. It is also used as a media to introduce souvenirs from East Java which is aimed at young adults of 18-25 year old. The content of the book includes the explanation of typical souvenirs, the importance of souvenirs packaging, packaging design potential of souvenirs in East Java, and the explanation of the variety souvenirs packaging creation of East Java which are documented by photography technique and illustration.

Key words: East Java, Packaging, Souvenirs, Visual Book

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur pada kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunianya sehingga penulis mampu menyelesaikan mata kuliah Tugas Akhir yang berjudul "Perancangan Buku Dokumentasi Visual Kreasi Kemasan Produk Oleh-oleh Khas Jawa Timur" dengan lancar.

Keberhasilan pada penyusunan laporan Tugas Akhir ini tidak lepas dari dukungan serta bantuan dari banyak pihak. Dengan ini penulis secara khusus mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua orag tua, Tukimin, dan Siti Aminah, Kakak penulis : Nanang Mirza Effendy, serta seluruh keluarga penulis atas segala doa, dukungan secara moral dan finansial yang selalu mendukung penulis untuk menyelesaikan Tugas Akhir.
2. Ibu Senja Aprela Agustin ST., M.Ds selaku dosen pembimbing, Ibu Putri Dwitasari ST., M.Ds dan Bapak Didit Prasetyo ST., MT selaku dosen penguji. Penulis ucapkan terima kasih atas segala kebaikan, kesabaran, bimbingan, motivasi, ilmu, saran dan kritik yang diberikan selama pengerjaan Tugas Akhir.
3. *Packaging Consultant and Trainer* Ibu Sri Julianti dan Kepala Seksi Desain UPTI Mamin dan Kemasan Jawa Timur Bapak Agus Santoso selaku narasumber yang telah memberikan informasi serta saran untuk pengerjaan Tugas Akhir penulis. Vincentius Putra dan Muchammad Hidayat selaku pihak dari program TATARUPA atas bantuan dan saran yang diberikan.
4. Sahabat-sahabat penulis Yesika Retno B. dan Ardhani Oktaviana yang telah menjadi tempat berkeluh kesah dan memberikan dukungannya terhadap penulis. Sahabat penulis di perantauan Brenda, Yessy, Nabilah, Mayang, Ratna, Dianita, Sonya, dan Dhika atas bantuan, hiburan, dan semangat yang diberikan. Andega Cantika atas bantuannya dalam pemotretan produk untuk konten buku penulis.
5. Seluruh keluarga Desain 2014, dosen, dan pihak kampus.

Demikian laporan Tugas Akhir ini disusun dengan harapan mampu menjadi manfaat bagi penulis maupun pembaca. Penulis sangat terbuka dengan segala bentuk kritik dan saran yang dapat menyempurnakan isi laporan ini.

Surabaya, 24 Agustus 2020

Penulis

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

DAFTAR ISI

ABSTRAK v
ABSTRACT vii
KATA PENGANTAR ix
DAFTAR ISI xi
DAFTAR GAMBAR xvii
DAFTAR BAGAN xxi
DAFTAR TABEL xxiii
BAB I PENDAHULUAN 1
1.1. Latar Belakang 1
1.2. Identifikasi Masalah 4
1.3. Rumusan Masalah 4
1.4. Batasan Masalah 4
1.5. Tujuan Penelitian 5
1.6. Manfaat Penelitian 5
1.6.1. Manfaat Praktis 5
1.6.2. Manfaat Teoritis 5
1.6.3. Manfaat bagi Masyarakat 5
1.7. Ruang Lingkup 6
1.7.1. Ruang Lingkup Studi 6
1.7.2. Luaran 6
1.8. Metode Penelitian 6
1.8.1. Metode Pengumpulan Data 6
1.8.2. Metode Analisi Konten 7
1.9. Sistematika Penelitian 7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA 11
2.1. Landasan Teori 11
2.2.1. Definisi Kemasan 11
2.2.2. Fungsi Kemasan 12
2.2.3. Klasifikasi Pengemasan 14
2.2.4. Kemasan Produk Oleh-oleh Lokal 15
2.3. Oleh-oleh 18
2.3.1. Oleh-oleh Pangan/ *food souvenirs* 18

2.3.2. Desain Kemasan Oleh-oleh 19
2.4. Buku Visual 20
2.4.1. Format Buku 20
2.5. Konten Buku 24
2.5.1. Anatomi Konten Buku 24
2.5.2. Elemen Penyusun Layout 25
2.6. Elemen Visual 30
2.6.1. Grid 30
2.6.2. Tipografi 33
2.6.3. Ilustrasi 36
2.7. Landasan Teori Fotografi 37
2.7.1. Fotografi *Still Life* 37
2.7.2. Fotografi Makro 37
2.8. Studi Eksisting 38
2.8.1. Package Design for Food Gift In Japan 38
2.8.2. Package Design in Japan 40
2.8.3. Packaging Source Book 42
BAB III METODOLOGI DESAIN 45
3.1. Definisi Judul 45
3.2. Pendekatan 45
3.3. Metode Penelitian 45
3.4. Bagan Alur Penelitian 47
3.5. Metode Pengumpulan Data 49
3.5.1. Jenis Data 49
3.5.2. Identifikasi Permasalahan 49
3.5.3. Analisis Permasalahan 50
3.5.4. Pengambilan Keputusan 50
3.6. Target Audiens 50
3.6.1. Segmentasi Demografis 50
3.6.2. Segmentasi Geografis 51
3.6.3. Segmentasi Psikografis 51
3.7. Riset Data 51
3.7.1. Bagan Alur Riset 52
3.7.2. Protokol Penelitian 52

3.7.2.1. Kajian Literatur 52
3.7.2.2. Sistematika Buku 52
3.7.2.3. *Depth Interview* 53
3.7.2.4. Perizinan 53
3.7.2.5. User Testing 53
3.7.3. Protokol Metode Analisis Konten 54
3.8. Detail Pelaksanaan Riset Data 54
3.8.1. *Depth Interview* 54
3.8.2. Dokumentasi 55
3.8.3. Studi Eksisiting 56
3.8.4. Analisis Konten 56
3.8.5. Pengambilan Keputusan 57
3.9. Metode Desain 57
BAB IV HASIL DAN ANALISA DATA 59
4.1. Target Audiens 59
4.2. Hasil Penggalian Data 59
4.2.1. Diagram Kebutuhan 60
4.3. Kajian Pustaka 60
4.3.1. Buku *Package Design for Food Gift in Japan* 61
4.3.2. Buku *Package Design in Japan* Vol. 1 62
4.3.3. Buku *Packaging Source Book "A Visual Guide To A Century of Packaging Design"* 63
4.4. *Depth Interview* 64
4.4.1. *Depth Interview* dengan desainer kemasan di UPTI Makanan, Minuman, dan Kemasan Jawa Timur 64
4.4.2. Wawancara dengan salah seorang *Packaging Consultant and Trainer*, sekaligus penulis buku tentang kemasan. 74
4.4.3. Studi Literatur 80
4.4.4. Studi Eksisting 80
4.4.5. Studi Komparator 80
4.5. Metode Analisis Konten 80
4.5.1. Merumuskan hipotesis 81
4.5.2. Mendefinisiskan populasi yang diteliti 82
4.5.3. Memilih sampel yang sesuai dari populasi 83

4.5.4. Memilih dan menentukan unit analisis 84
4.5.5. Menyusun kategori-kategori isi yang dianalisis..... 85
4.5.6. Menganalisis data yang telah dikumpulkan 90
4.5.7. Menarik kesimpulan-kesimpulan dan mencari indikasi..... 91
4.6. Hasil Pengujian Pada Target Audiens 99
4.7. Distribusi Buku..... 102
BAB V KONSEP DAN IMPLEMENTASI DESAIN.....103
5.1. Deskripsi Perancangan 103
5.2. Konsep Desain..... 103
5.2.1. Konsep Dasar Buku..... 103
5.2.2. Tujuan Perancangan Buku 104
5.2.3. Big Idea 105
5.2.4. Konsep Media 106
5.2.5. Luaran Perancagan 107
5.3. Kriteria Desain 108
5.3.1. Konsep Visual 108
5.3.2. Gaya Bahasa..... 108
5.3.3. Struktur Konten..... 108
5.3.3.1. Preliminaries (halaman i-vii) 110
5.3.3.2. Bab I Pendahuluan..... 111
5.3.3.3. Bab II Kemasan Oleh-oleh 111
5.3.3.4. Bab III Kreasi Kemasan Oleh-oleh Khas Jawa Timur 111
5.3.3.5. Penutup 111
5.3.4. Judul Buku 111
5.3.5. Warna 112
5.3.6. Tipografi..... 112
5.3.7. Piktogram 114
5.3.8. Teknis Buku 115
5.3.9. Penjilidan dan Finishing Buku 115
5.3.10. Layout..... 115
5.3.11. Fotografi 116
5.3.12. Ilustrasi 117
5.4. Proses Desain 120
5.4.9. Desain *Layout* Buku..... 120

5.4.10. Desain Cover 123
5.4.12. Implementasi Desain 126
5.4.12.1. Fotografi..... 126
5.4.12.2. Tipografi 127
5.4.12.3. Konten..... 130
KESIMPULAN DAN SARAN 137
6.1. Kesimpulan..... 137
6.2. Saran 138
DAFTAR PUSTAKA.....139
BIOGRAFI PENULIS 141

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Gambar Contoh Heading.....26
Gambar 2. 2 Contoh Sub-heading.....26
Gambar 2. 3 Contoh Standfirst.....27
Gambar 2. 4 Contoh BodyCopy.....28
Gambar 2. 5 Contoh Quote 28
Gambar 2. 6 Contoh Caption 29
Gambar 2. 7 Contoh Folios/Page Number 29
Gambar 2. 8 Contoh Gambar 30
Gambar 2. 9 Manuscript Grid 31
Gambar 2. 10 Column Grid.....31
Gambar 2. 11 Hierarchical Grid.....32
Gambar 2. 13 Modular Grid.....32
Gambar 2. 14 Eksplorasi Grid.....33
Gambar 2. 15 Huruf Serif.....34
Gambar 2. 16 Huruf Contemporary 34
Gambar 2. 17 Huruf Script.....35
Gambar 2. 18 Huruf Decorative.....35
Gambar 2. 19 Contoh fotografi still life.....37
Gambar 2. 20 Contoh fotografi makro.....38
Gambar 4. 1 UPTI Makanan, Minuman, dan Kemasan Prov. Jawa Timur 64
Gambar 4. 2 Depth Inerview dengan Pak Agus kepala seksi desain 65
Gambar 4. 3 (a) Kemasan hasil desain UPTI Mamin 66
Gambar 4. 4 Teknik sablon pada kemasan.....67
Gambar 4. 5 Teknologi Kemasan.....67
Gambar 4. 6 (a) Kemasan dari segi transportasi 71
Gambar 4. 7 Wawancara sesi kedua dengan Mas Agus.....72
Gambar 4. 8 Wawancara sesi ketiga dengan Mas Agus 72
Gambar 4. 9 Depth Interview Ibu Sri Julianti.....74
Gambar 4. 10 Buku karya Ibu Sri Julianti 75
Gambar 4. 11 Kemasan lama produk sinom Ombe 78

Gambar 4. 12 Kemasan baru produk sinom Ombe 78
Gambar 4. 13 Kemasan lama produk sambel pecel Glodak 79
Gambar 4. 14 Kemasan baru produk sambel pecel Glodak 79
Gambar 4. 15 Kacang Tree-G 92
Gambar 4. 16 Produk Ombe.....93
Gambar 4. 17 Kemasan sambal pecel Glodak 94
Gambar 4. 18 Kemasan Keripik Onin.....95
Gambar 4. 19 Kemasan Lapis Surabaya De Lapis.....95
Gambar 4. 20 Kemasan produk Holycrack 96
Gambar 4. 21 Kemasan produk Noduri 97
Gambar 5. 1 Colour Palette.....112
Gambar 5. 2 Typeface King Caslon Bold 113
Gambar 5. 3 Typeface King Caslon Regular 113
Gambar 5. 4 Typeface Brandon Grotesque Medium 114
Gambar 5. 5 Pengaplikasian pictogram 114
Gambar 5. 6 Layout grid buku 115
Gambar 5. 7 Fotografi detail kemasan 116
Gambar 5. 8 Fotografi kemasan dan produk.....117
Gambar 5. 9 Ilustrasi Udang 118
Gambar 5. 10 Ilustrasi Kemasan Tradisional.....118
Gambar 5. 11 Ilustrasi jaring-jaring kemasan hitam putih.....119
Gambar 5. 12 Ilustrasi jaring-jaring kemasan berwarna 119
Gambar 5. 13 Ilustrasi jaring-jaring kemasan 3D 120
Gambar 5. 14 Implementasi grid pada layout buku 120
Gambar 5. 15 Desain layout pembatas bab alternative 1 121
Gambar 5. 16 Desain layout pembatas bab alternative 2 121
Gambar 5. 17 Desain tata letak alternatif 1.....122
Gambar 5. 18 Desain tata letak alternatif 2.....122
Gambar 5. 19 Desain cover buku.....123
Gambar 5. 20 Fotografi Kemasan 124
Gambar 5. 21 Fotografi Produk 125
Gambar 5. 22 Fotografi Kemasan dan Produk.....126

Gambar 5. 23 King Caslon Bold pada judul bab 128
Gambar 5. 24 King Caslon Bold pada sub judul.....128
Gambar 5. 25 Brandon Grotesque pada body text 129
Gambar 5. 26 King Caslon pada footer.....129
Gambar 5. 27 Brandon Grotesque pada caption 130
Gambar 5. 28 Implementasi desain pada daftar isi 131
Gambar 5. 29 Implementasi desain pada pembabakan buku 132
Gambar 5. 30 Desain tata letak bab 1 133
Gambar 5. 31 Desain tata letak bab 2 134
Gambar 5. 32 Desain tata letak bab 3 135

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

DAFTAR BAGAN

Bagan 3. 1 Bagan Alur Penelitian 48
Bagan 3. 2 Bagan Alur Penelitian 52
Bagan 4. 1 Diagram Kebutuhan 60
Bagan 5. 1 Bagan konsep desain 106
Bagan 5. 2 Bagan konten buku visual 110

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Tabel studi eksisting buku Packaging Design for Food Gift in Japan ..38
Tabel 2. 2 Tabel studi eksisting buku Package Design in Japan.....40
Tabel 2. 3 Tabel studi eksisiting buku Packaging Source Book 42
Tabel 3. 1 Tabel tahapan riset desain partisipatif.....56
Tabel 4. 1 Tabel kajian buku Package Design for Food in Japan 61
Tabel 4. 2 Tabel kajian buku Package Design in Japan Vol. 1 62
Tabel 4. 3 Tabel kajian buku Packaging Source Book “A Visual Guide To A Century of Packaging Design”.....63
Tabel 4. 5 Tabel oleh-oleh khas d tiap Kota/Kabupaten di Jawa Timur.....83
Tabel 4. 6 Tabel penyusunan kategori-kategori pada kemasan oleh-oleh pilihan .86
Tabel 4. 7 Tabel tahun produksi kemasan baru oleh-oleh Jawa TImur 98
Tabel 5. 1 Tabel struktur konten buku dokumentasi visual 109

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

BAB I
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kemasan adalah suatu wadah yang menempati suatu barang supaya produk tetap aman, menarik, mempunyai daya pikat untuk menarik konsumen yang membeli.[1] Pada mulanya fungsi kemasan hanya sebatas melindungi produk dan mempermudah waktu pendistribusian agar produk tetap terjaga dan tidak rusak sampai tujuan. Akan tetapi seiring dengan perkembangan jaman yang semakin kompleks dan perubahan gaya hidup masyarakat, pada akhirnya membawa dampak baik terhadap daya beli konsumen. Saat ini kemasan juga berperan penting sebagai media pemasaran atau sudah menjadi *silent seller*. Kemasan sangat erat hubugannya dengan produk-produk yang dikonsumsi langsung seperti produk pangan. Salah satu sektor pangan yang mulai diperhatikan dan mengalami peningkatan terhadap kemasannya adalah bisnis oleh-oleh khas daerah, khususnya di Jawa Timur yang merupakan Provinsi dengan beragam olahan pangan yang dapat dikemas untuk dijadikan produk oleh-oleh.

Provinsi Jawa Timur memiliki keragaman citarasa oleh-oleh khas di tiap daerahnya yang dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan selain beragam destinasi yang menawarkan keindahan alam dan hiburan. Umumnya oleh-oleh khas ini banyak diproduksi oleh para pelaku UKM. Akan tetapi, UKM masih mengalami tantangan dalam menghadapi kompetisi pasar global, terutama pada aspek kemasan produk.[2] Sebagian besar produk UKM khususnya jenis produk makanan dan minuman belum memenuhi standar kemasan hingga mencapai 90% dari total unit usaha (tempo.co, 2018). Ini merupakan khasus yang menarik dimana melihat dari fakta tersebut akhirnya pemerintah ikut andil memberikan perhatian lebih dalam meningkatkan daya saing oleh-oleh khas tidak saja hanya dengan penyajian citarasa yang berbeda tetapi juga dalam bentuk pengembangan kemasannya. Beberapa

[1] Muchtar, Syukrianti dan Muchammad Nurif. 2015. Peranan Packaging Dalam Meningkatkan Hasil Produksi Terhadap Konsumen. *Jurnal Sosial Humaniora*. Vol 8 No.2
[2] Kurniawan, Achmad Fathoni. 2018. Menakar Kebijakan Bantuan Packaging House provinsi Jawa Timur bagi Daya Saing Produk UKM. *Jurnal Transformasi Global.* Vol 3 No.2

diantaranya adalah terwujudnya rumah kemasan di beberapa koperasi daerah pilihan antara lain, Probolinggo, Kediri, Bojonegoro dan Jombang oleh Dinas Koperasi dan UMKM Jawa Timur, Dibangunnya UPTI Makanan, Minuman, dan Kemasan Jawa Timur yang letaknya di Sidoarjo, juga berbagai macam program lainnya seperti lomba kemasan oleh Disperindag Jawa Timur, serta program Tata Rupa oleh Pemerintah Kota Surabaya. Upaya tersebut juga sebagai salah satu rencana gubernur untuk program *one village one product* (OVOP), bahwa setiap wilayah kabupaten atau kota di Jawa Timur harus memiliki satu produk khas dari daerah masing-masing. Produk harus dikembangkan lagi dari sisi mutu produk sekaligus kemasannya. Kota Surabaya, Kota Malang, Kota Batu merupakan sebagian daerah di Jawa Timur yang pengemasan oleh-olehnya sudah lebih modern.[3]

Pengembangan atau *upgrading* dalam meningkatkan posisi, performa, menjadi faktor penting sekaligus daya saing. Tidak hanya terpusat pada inovasi akan tetapi juga dengan bagaimana membuat sebuah kemasan yang baik, membuatnya secara lebih efisien, atau menempatkannya pada proses dengan keterampilan yang lebih tinggi, dan mampu memberikan nilai tambah pada produknya. Dalam hal ini desainer kemasan sangat dibutuhkan karena kemasan selalu melibatkan desain agar pesan produk tersampaikan kepada konsumen. Pengaruh peran desainer pada kemasan produk oleh-oleh khas di Jawa Timur dapat dilihat dari terbuktinya kemasan rancangan desainer muda lokal telah tampil sebagai produk yang dapat bersaing di pasar internasional dan berhasil meraih penghargaan dari kompetisi di wilayah Asia (*Asia Star Packaging Award 2018*) hingga ke tingkat dunia (*World Star Award*) disamping negara lain seperti Singapura, Bangladesh, Sri Lanka, Thailand, dan Turkey. Diantaranya kemasan dari Pudak khas Gresik, Ledre khas Bojonegoro, Madumongso khas Madiun yang juga merupakan oleh-oleh khas dari Provinsi Jawa Timur. Program Tata Rupapun berhasil menggait para desainer muda lokal untuk bergabung dalam proses redesain kemasan oleh-oleh produksi UKM di Kota Surabaya dan sekitarnya. Hasilnya, peningkatan desain kemasan pada produk tersebut telah membawanya ke pasar

[3] *Deep interview* dengan Bapak Agus selaku Kepala Seksi Desain di UPTI Mamin dan Kemasan, Sidoarjo

yang lebih luas. Contohnya Kacang Tree-G yang awalnya hanya dijual seribu rupiah dengan kemasan plastik biasa, bisa bekerjasama dengan Citilink untuk memasarkan produknya dengan harga yang lebih tinggi.

Banyaknya desainer kemasan muda yang bermunculan dengan berbagai macam karya yang menarik, bahkan merancang kemasan berciri khaskan budaya daerah, karya-karya tersebut berpotensi dapat dijadikan sebagai inspirasi untuk desainer-desainer kemasan lainnya dan memunculkan inspirasi tren kemasan baru bagi kemasan produk oleh-oleh daerah. Hasil desain kemasan dapat didokumentasikan dan diarsipkan agar dapat menjadi sumber rujukan informasi maupun bahan pertimbangan baru bagi para desainer kemasan dalam merancang desain kemasan. Sayangnya, seperti halnya pernyataan Ibu Julianti selaku ahli kemasan yang telah menerbitkan buku kemasan sebanyak tiga kali, bahwa salah satu alasannya menulis buku kemasan didorong oleh kondisi dimana adanya kelangkaan terhadap buku kemasan yang beredar.[4] Buku kemasan dari segi desainpun tidak banyak diadaptasi menjadi karya literatur. Beberapa buku yang diterbitkan sedikit yang membahas mengenai kemasan dari segi desain. Sebagian besar merupakan buku kemasan yang membahas tentang industri pengemasan, dimana konten didalamnya berupa pengawetan makanan dalam kemasan, teknologi kemasan, jenis material kemasan dan sebagainya. Seperti buku kemasan yang di terbitkan oleh *Indonesian Packaging Federation* dengan judul "*Indonesian Packaging Directory",* berisi seputar materi industri pengemasan mencakup perusahaan kemasan, teknologi yang digunakan, *supplier*, dan siklus pasar industri pengemasan di Indonesia. Konten yang dihadirkanpun difokuskan pada pembahasan materi yang lebih mendalam sehingga tulisan lebih banyak mendominasi isi buku dibandingkan gambar.

Oleh sebab itu, penulis terdorong untuk merancang sebuah buku visual kreasi desain kemasan oleh-oleh khas bagi desainer kemasan maupun profesi lainnya di industri kemasan mengingat belum ada media yang secara spesifik mendokumentasikan macam kreasi kemasan oleh-oleh daerah khususnya Provinsi Jawa Timur. Diharapkan dengan adanya media buku ini dapat dijadikan sebagai sumber inspirasi dan meningkatkan kreatifitas desainer-desainer muda lainnya

[4] *Deep interview* dengan Ibu Sri Julianti selaku penulis buku kemasan

untuk membuat kemasan produk yang layak dan berdaya saing. Harapan kedepannya, dengan bertambahnya wawasan para desainer dapat membawa produk-produk lokal hasil buah karya anak bangsa bisa mendapatkan perhatian rakyat dan di mata dunia.

1.2. Identifikasi Masalah

Dari latar belakang tersebut, terdapat beberapa masalah yang dapat diidentifikasi, diantaranya sebagai berikut:

1. Praktisi kemasan maupun pelaku UMKM membutuhkan sumber rujukan informasi mengenai tren desain kemasan saat ini khususnya untuk produk oleh-oleh khas daerah
2. Dari beberepa buku kemasan diterbitkan, hanya sebagian kecil saja yang membahas mengenai kemasan dari segi desain, selain itu merupakan buku kemasan yang terfokus pada industri pengemasan
3. Banyaknya desainer kemasan muda yang bermunculan dengan berbagai macam karya yang berpotensi tetapi belum banyak terungkap
4. Belum adanya karya literatur yang secara spesifik mendokumentasikan desain kemasan oleh-oleh Jawa Timur

1.3. Rumusan Masalah

Bagaimana merancang sebuah media buku visual yang secara spesifik menampilkan potensi ragam desain kemasan oleh-oleh khas di Jawa Timur sebagai sumber informasi dan media dokumentasi?

1.4. Batasan Masalah

Dalam perancangan ini terdapat batasan masalah yang difokuskan pada bidang keahlian peneliti di bidang Desain Komunikasi visual, diantaranya:

1. Perancangan ini difokuskan kepada perancangan buku dokumentasi visual mengenai kreasi kemasan produk oleh-oleh Jawa Timur
2. Media yang dimaksud pada perancangan ini adalah buku sebagai media dokumentasi

3. Ulasan buku hanya mengenai ragam kreasi desain kemasan oleh-oleh karya desainer lokal yang dalam ruang lingkup Provinsi Jawa Timur
4. Mengarsip desain kemasan oleh-oleh Jawa Timur diantaranya dari Kota Surabaya, Gresik, Sidoarjo, Madiun, Bojonegoro, dan Jajanan lokal lainnya yang banyak ditemui di Jawa Timur.

1.5. Tujuan Penelitian

Dalam perancangan ini, peneliti memiliki beberapa tujuan yang ingin dicapai, yakni:

1. Memperlihatkan berbagai macam oleh-oleh khas dari beberapa daerah yang ada di Provinsi Jawa Timur
2. Memudahkan praktisi kemasan maupun pelaku UMKM melihat, mengenal, memahami trend desain kemasan oleh-oleh khas daerah saat ini
3. Menyajikan konten informasi ragam desain kemasan oleh-oleh khas Jawa Timur dengan lebih menarik dari segi visual
4. Membantu perkembangan industri kemasan di Jawa Timur

1.6. Manfaat Penelitian

1.6.1. Manfaat Praktis

1. Sebagai media informatif umtuk melihat, mengenal, memahami tren desain kemasan oleh-oleh khas daerah saat ini
2. Membantu upaya pemerintah dalam meningkatkan desain kemasan oleh-oleh khas Jawa Timur

1.6.2. Manfaat Teoritis

Ilmu desain komunikasi visual merupakan ilmu yang mampu memecahkan masalah melalui sebuah media untuk megedukasi dan mempelajari jenis material kemasan dan teknologi kemasan produk

1.6.3. Manfaat bagi Masyarakat

Memberikan pengetahuan para pelaku usaha khususnya oleh-oleh daerah terkait trend desain kemasan terkini sebaga upaya untuk meningkatkan kualitas atau daya saing produk-produk hasil olahan negeri

1.7. Ruang Lingkup

1.7.1. Ruang Lingkup Studi

Studi yang dilakukan meliputi :

1. Studi mengenal desain kemasan produk oleh-oleh berdasarkan penggolongan macam jenis oleh-oleh olahan pangan di Jawa Timur
2. Studi wawancara terhadap pakar desainer kemasan, desainer kemasan, dan penulis buku kemasan
3. Studi tentang *layout*, warna, tipografi, gaya gambar ilustrasi, fotografi, hingga material yang akan digunakan untuk membuat buku visual yang informatif
4. Studi konten yang meliputi pengetahuan tentang desain kemasan secara umum dan referensi kreasi kemasan daearah maupun negara lain dari literature yang sudah ada
5. Studi karakteristik target audiens yaitu desainer kemasan muda

1.7.2. Luaran

Luaran dari perancangan ini berupa sebuah buku dokumentasi visual mengenai Kreasi Kemasan Produk Oleh-oleh Jajanan Jawa Timur dengan menggunakan teknik ilustrasi dan fotografi/

1.8. Metode Penelitian

1.8.1. Metode Pengumpulan Data

Data Primer:

- Melakukan *depth interview* dengan salah satu tokoh yang ahli di bidang desain kemasan produk
- Melakukan *depth interview* dengan desainer yang telah lama terjun di bidang desain kemasan produk
- Melakukan *depth interview* dengan kepala seksi desain kemasan UPTI Mamin dan Kemasan
- Melakukan *depth interview* dengan penulis buku kemasan

Data Sekunder

- Studi literatur: Jurnal, laporan Tugas Akhir yang sudah ada sebelumnya, buku tentang kemasan produk oleh-oleh, panduan membuat buku visual dll.

- Studi literature:
  Package Design Food Gifts in Japan
  Package Design in Japan Vol 1 dan 2
  Packaging Design: A Cultural Sign

1.8.2. Metode Analisi Konten

Analisis konten memiliki tujuan untuk menggambarkan karakteristik produk dan menarik kesimpulan penyebab dari suatu pesan. Metode ini dapat dipakai untuk menganalisa semua bentuk komunikasi, seperti pada surat kabar, buku, film dan sebagainya. Dengan menggunakan metode Analisis konten, maka akan diperoleh suatu pemahaman terhadap berbagai isi pesan komunikasi yang disamapaikan oleh media massa, atau dari sumber lain secara obyektif, sistematis, dan relevan. Tahapan metode analisis isi adalah:

1. Merumuskan pertanyaan penelitian atau hipotesis
2. Mendefenisikan populasi yang diteliti
3. Memilih sampel yang sesuai dari populasi
4. Memilih dan menentukan unit analisis
5. Menyusun kategori-kategori isi yang dianalisis
6. Menganalisis data yang telah dikumpulkan
7. Menarik kesimpulan-kesimpulan dan mencari indikasi

1.9. Sistematika Penelitian

Guna mempermudah pemahaman dalam penelitian ini, peneliti menyusun laporan hasil penelitian ini secara sistematis yang terbagi dalam Bab dan Sub Bab, dengan uraian sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab mengenai Pendahuluan membahas tentang latar belakang masalah, identifikasi permasalahan, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan yang ingin dicapai dari perancangan tugas akhir ini dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan bagaimana peneliti membawa topik peracangan buku visual kemasan produk sebagai penelitian tugas akhir.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan landasan teoretik yang mendasari proses penelitian dengan mengkaji beberapa sumber pustaka. Bab mengenai Tinjauan Pustaka berisi landasan teori, definisi dan tinjauan tentang deskripsi menyeluruh kemasan, perkembangannya, karakteristik, peranan kemasan produk, tinjauan tentang kemasan, fungsi kemasan, klasifikasi kemasan, *labeling*, struktur kemasan, material atau bahan kemasan, serta layout, font, warna, dan ilustrasi yang sesuai untuk buku visual yang digunakan sebagai acuan dalam memperkuat penelitian tugas akhir.

BAB III METODOLOGI DESAIN

Bab mengenai metodologi penelitian membahas tahapan dan kerangka berpikir proses perancangan. Protokol penelitian memaparkan metode penelitian yang digunakan beserta hal-hal yang diperlukan sesuai dengan narasumber dan target. Dalam perancangan ini peneliti menggunakan penelitian primer dan sekunder dan metode analisis isi/*content analysis*. Penelitian primer menggunakan metode wawancara dan analisis konten. Penelitian sekunder menggunakan studi eksisting komparator dan tinjauan pustaka. Sedangkan metode analisis konten menggunakan beberapa tahapan dimulai dari merumuskan masalah, mendefenisikan populasi yang diteliti, memilih sampel yang sesuai dari populasi, memilih dan menentukan unit analisis, menyusun kategori-kategori isi yang dianalisis, menganalisis data yang telah dikumpulkan, dan terkahir menarik kesimpulan-kesimpulan dan mencari indikasi. Setelahnya hasil luaran desain diujikan kepada responden untuk mendapat tolok ukur keberhasilan serta saran.

BAB IV HASIL DAN ANALISA DATA

Bab ini memperlihatkan poin-poin penting dari hasil akhir penelitian yang dilakukan. Berisi penjelasan mengenai metode penelitian yang dilakukan dan hasil data yang dikumpulkan untuk kemudian diambil kesimpulan guna menentukan konsep dan kriteria desain media yang dirancang.

BAB V KONSEP DAN IMPLEMENTASI DESAIN

Bab Penentuan konsep desain yang akan digunakan dalam perancangan buku visual desain kemasan produk, berdasarkan penelusuran masalah yang didapat dari hasil penelitian. Konsep desain dimulai dari perancangan awal, penentuan kriteria desain yang sesuai dengan target audiens, hingga pembuatan alternatif desain yang nantinya akan menuju tahap *user testing*. Implementasi Desain berisi pengaplikasian konsep desain akhir yang kedalam media yang dipilih sesuai dengan target audiens dan kesesuaian tujuan yang ingin dicapai pada tugas akhir media buku visual mengenai kemasan produk

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Bab mengenai Kesimpulan dan Saran berisi kesimpulan penulis mengenai penelitian yang telah dilakukan sebagai jawaban atas permasalah yang timbul dan juga saran yang dimiliki penulis sesuai ranah kerja bidang Desain Komunikasi Visual.

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

BAB II
TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori

Pada bab ini penulis akan membahas tentang landasan teori yang berhubungan dengan studi Perancangan Buku Visual Kreasi Kemasan Produk Sebagai Media Dokumentasi yang akan terfokuskan terhadap kemasan produk oleh-oleh daerah di Jawa Timur. Landasan teori ini berfungsi sebagai bahan acuan dalam proses peninjauan macam kreasi desain kemasan produk oleh-oleh daerah sebagai pengisi konten pada buku visual. Adapun dasar-dasar teori yang digunakan sebagai berikut

2.2. Tinjauan Tentang Kemasan Produk

2.2.1. Definisi Kemasan

Kemasan/ *packaging* berasal dari kata *package* yang artinya sepadan dengan kata kerja “membungkus” atau “mengemas” dalam bahasa Indonesia, sehingga secara harfiah pengertian *packaging* dapat diartikan sebagai pembungkus atau kemasan. Sedangkan secara sederhana kemasan dapat diartikan sebagai suatu benda yang berfungsi untuk melindungi, mengamankan produk tertentu yang berada di dalamnya serta dapat memberikan citra tertentu untuk membujuk penggunanya. Menurut Cenadi (2000) menyatakan kemasan dapat didefinisikan sebagai seluruh kegiatan merancang dan memproduksi wadah atau bungkus atau kemasan suatu produk. Kemasan meliputi tiga hal, yaitu merek, kemasan itu sendiri dan label. Dalam perkembangannya saat ini, pembicaraan mengenai kemasan adalah sesuatu yang mulai dianggap penting karena perannya yang mampu memberikan daya saing suatu produk terutama pada produk-produk yang dikonsumsi langsung oleh masyarakat seperti makanan dan minuman. Kemasan yang menarik dengan desain yang unik, ukuran yang pas, warna dan bentuk yang khas akan semakin mempengaruhi konsumen dalam menentukan pilihan produk.

Kemasan seringkali menjadi titik kontak pertama konsumen sebelum mereka melihat produk didalamnya. Unsur-unsur kemasan warna, bentuk,

kemudahan dalam membuka, kekuatan, jenis material yang dipakai, tipografi, memengaruhi pengalaman konsumen. Banyak pelanggan yang menyukai kemasan dan menyimpannya sebagai bagian dari kebanggaan terhadap brand. Kemasan yang buruk, mudah rusak, dan sukar dibuka (unboxing) tidak akan menjadi pilihan untuk dikoleksi pelanggan. Sangat penting merancang kemasan yang mencerminkan kepribadian merek produk lewat warna, jenis dan ukuran huruf, jenis material, bahkan teksturnya. Seorang desainer harus mampu mengeksplorasi berbagai unsur ini untuk menyampaikan 'kisah tentang merek dan produk kepada pelanggan.

Ada tiga alasan utama untuk melakukan pembungkusan atau pengemasan, yaitu:

1. Kemasan memenuhi syarat keamanan dan kemanfaatan. Kemasan melindungi produk dalam perjalanannya dari produsen ke konsumen. Produk-produk yang dikemas biasanya lebih bersih, menarik dan tahan terhadap kerusakan yang disebabkan oleh cuaca.
2. Kemasan dapat melaksanakan program pemasaran. Melalui kemasan identifikasi produk menjadi lebih efektif dan dengan sendirinya mencegah pertukaran oleh produk pesaing. Kemasan merupakan satu-satunya cara perusahaan membedakan produknya.
3. Kemasan merupakan suatu cara untuk meningkatkan laba perusahaan.Oleh karena itu perusahaan harus membuat kemasan semenarik mungkin. Dengan kemasan yang sangat menarik diharapkan dapat memikat dan menarik perhatian konsumen. Selain itu, kemasan juga dapat mangurangi kemungkinan kerusakan barang dan kemudahan dalam pengiriman.

2.2.2. Fungsi Kemasan

Menurut Kotler dan Amstrong (2001), fungsi utama pembungkus adalah untuk memuat dan melindungi produk. Saat ini, banyak faktor yang membuat kemasan menjadi alat pemasaran yang penting .Persaingan meningkat dan berlimpah ruahnya produk di rak toko eceran mengharuskan kemasan menampilkan berbagai tugas pemasaran yaitu, mulai dari menarik perhatian, menjelaskan produk, hingga membuat penjualan

Peranan pengemasan dalam pengawetan pangan adalah:

- Mempertahankan bahan dalam keadaan higienis
- Mengurangi terbuangnya bahan selama distribusi
- Mempertahankan gizi produk yang dikemas
- Sebagai alat penakar, media informasi dan sekaligus sebagai sarana promosi

Berdasarkan fungsinya, kemasan modern dibagi menjadi 6 yakni kategori:

1. Fungsi Proteksi

   Kemasan harus mampu memberikan perlindungan fisik terhadap isi produk. Perlindungan fisik tersebut mencakup ketahanan terhadap benturan, tekanan, temperatur dan lain-lain. Perlu diperhatikan juga materi yang hendak dikemas tahan terhadap oksigen, air, debu dan sebagainya. Mau tak mau desainer harus mengenal material teknologi pengemasan yang baik.

2. Fungsi Pengelompokan, Penempatan dan Penyimpanan

   Kemasan yang ideal sebaiknya harus menjawab bagaimana sebuah materi dikelompokan atau ditempatkan. Harus diperhitungkan juga, bagaimana kemasan tersebut ketika ditumpuk atau dibawa dalam jumlah yang banyak. Apakah efisien dan memungkinkan untuk ditumpuk.

3. Fungsi Keamanan

   Kemasan tersebut telah teruji dengan baik bagi keamanan konsumen. Apabila material yang digunakan untuk membungkus dapat mencemari isi produk didalamnya secara kimiawi. Pastikan juga agar material pembungkus tidak meracuni isi produk.

4. Fungsi Informasi

   Kemasan yang ideal sebaiknya memberikan informasi yang sesuai dan dibutuhkan kepada khalayak, baik secara verbal maupun visual. Intinya adalah apakah elemenelemen desain dalam kemasan sudah memberikan informasi secara cepat, mudah dan lengkap,

mulai dari batas kadaluarsa, komposisi makanan, halal atau haram dan lain sebagainya.

5. Fungsi Kemudahan Fisik

   Fungsi yang satu ini jangan sampai diabaikan, karena bentuk kemasan yang trimarta harus memudahkan baik saat pengepakan, distribusi, maupun penggunaan oleh end 10 user. Faktor ergonomik bisa dibilang sangat berperan didalam pengembangan desain kemasan.

6. Fungsi Marketing

   Fungsi yang harus juga dipenuhi, yaitu fungsi marketing, bagaimana kemasan mampu menjawab aspirasi konsumen. Untuk memenuhi fungsi marketing, otomatis diperlukan kepekaan desainer terhadap kebutuhan dan keinginan khalayak. Desain kemasan yang baik adalah yang bisa memvisualisasikan "brand" alias membantu branding sebuah produk (Utami dalam Dwi Arum, 2013).

2.2.3. Klasifikasi Pengemasan

Kemasan berdasarkan frekuensi pemakaian:

1. Kemasan sekali pakai (*Disposable*), yaitu kemasan yang langsung dibuang setelah satu kali pakai. Contohnya bungkus plastik, bungkus permen, bungkus daun, karton dus, makanan kaleng.
2. Kemasan yang dapat dipakai berulang kali (*Multi Trip*), seperti beberapa jenis botol minuman (limun, bir) dan botol kecap.Wadah-wadah tersebut umumnya tidak dibuang oleh konsumen, akan tetapi dikembalikan lagi pada agen penjual untuk kemudian dimanfaatkan ulang oleh pabrik.
3. Kemasan yang tidak dibuang (*Semi Disposable*). Wadah-wadah ini biasanya digunakan untuk kepentingan lain di rumah konsumen setelah dipakai, misalnya kaleng biskuit, kaleng susu, dan berbagai jenis botol. Wadah-wadah tersebut digunakan untuk penyimpanan bumbu, kopi, gula, dan sebagainya (Marlen, 2008).

Kemasan berdasarkan Struktur Sistem Kemas:

1. Kemasan Primer, yaitu bahan kemas langsung mewadahi bahan pangan (kaleng susu, botol minuman, bungkus tempe)
2. Kemasan Sekunder, yaitu kemasan yang fungsi utamanya melindungi kelompok kemasan lainnya, seperti misalnya kotak karton untuk wadah kaleng susu, kotak kayu untuk wadah buah-buahan yang dibungkus, keranjang tempe, dan sebagainya.
3. Kemasan Tersier dan Kuarter, yaitu apabila masih diperlukan lagi pengemasan setelah kemasan primer, sekunder dan tersier. Umumnya digunakan sebagai pelindung selama pengangkutan (Marlen, 2008).

Kemasan berdasarkan sifat kekakuan bahan kemasan:

1. Kemasan fleksibel, yaitu bila bahan kemas mudah dilenturkan, misalnya plastik, kertas, foil.
2. Kemasan kaku, yaitu bila bahan kemas bersifat keras, kaku, tidak tahan lenturan, patah bila dipaksa dibengkokkan. Misalnya kayu, gelas, dan logam.
3. Kemasan semi kaku/semi fleksibel, yaitu bahan kemas yang memiliki sifat-sifat antara kemasan fleksibel dan kemasan kaku, seperti botol plastic

2.2.4. Kemasan Produk Oleh-oleh Lokal

Strategi peningkatan daya saing produk melalui pengembangan desain kemasan sejalan dengan program *Indonesia Design Development Centre* (IDDC), yang diresmikan oleh Menteri Perdagangan Enggartiasto Lukita pada tanggal 29 September 2016 lalu. Dengan telah tersedianya fasilitas IDDC bagi para pelaku usaha, desainer, akademisi dan masyarakat secara umum, diharapkan Indonesia akan memiliki semakin banyak produk-produk ekspor baru berbasis desain kreatif dan inovatif. Khusus untuk produk makanan olahan, penerapan desain dapat dilakukan terhadap kemasan (*packaging*) dari produk pangan itu sendiri, yang dapat meningkatkan daya saing dan nilai tambah produk makanan olahan Indonesia di mata konsumen atau buyer mancanegara. Desain dapat dilakukan terhadap kemasan (*packaging*) dari produk pangan itu sendiri,

yang dapat meningkatkan daya saing dan nilai tambah produk makanan olahan Indonesia di mata konsumen atau pembeli.

Selain dari sisi estitika yang mencakup kreativitas dan inovasi, menurut *World Packaging Organization* (WPO), kemasan adalah media penting untuk menjaga kualitas makanan, meminimalkan pemborosan makanan dan mengurangi pengawet yang digunakan dalam makanan. Esensinya, kemasan memiliki fungsi terkait keamanan makanan itu sendiri, dalam hal melindungi dari kerusakan kimia yang disebabkan oleh kontaminasi mikro-organisme, hama atau kontaminan lainnya. Kemasan juga berperan melindungi makanan dari kerusakan fisik, misalnya menjaga bentuk dan tekstur makanan, serta mempertahankan aroma yang berpengaruh pada durasi masa kadaluarsa. Selain itu, kemasan juga membantu dalam pengaturan air atau kelembaban konten dari makanan untuk memastikan kesegaran makanan, agar tidak mempengaruhi kualitas gizi produk.

Faktanya, desain kemasan masih menjadi salah satu hambatan utama dalam industri makanan olahan di Indonesia, yang pada akhirnya menjadi kendala tersendiri dalam mendorong pertumbuhan kinerja ekspornya. Namun demikian, kinerja ekspor Indonesia ke dunia untuk produk makanan olahan mencapai peningkatan nilai yang cukup signifikan selama lima tahun terakhir, yaitu sebesar 7,4%. Hasil pengamatan menemukan fakta bahwa sejumlah produsen masih banyak menggunakan kemasan plastik transparan, sebagaimana laporan Euromonitor International. Penggunaan plastik sebagai sebagai material kemasan memberikan beberapa keuntungan, yaitu plastik bisa dibuat menjadi berbagai bentuk dan struktur, menawarkan fleksibilitas desain yang lebih leluasa, harga lebih murah, dan, ringan.

Pasar makanan olahan selama ini dikuasai oleh merek-merek asing. Ditambah lagi, besarnya alokasi anggaran di perusahaan perusahaan besar itu yang digunakan untuk promosi dan riset, juga mampu memperkuat *brand awareness* produk mereka di kalangan masyarakat Indonesia. Baru pada tahun 2015 lalu, mulai terlihat kehadiran merek lokal, yang semakin eksis berkat penetapan strategi harga yang lebih murah apabila dibandingkan dengan produk-produk merek asing. Kesuksesan merek lokal juga semakin didukung dengan

aktivitas promosi, pengembangan produk serta pengembangan desain kemasan. Beberapa produk makanan lokal mulai menunjukkan peningkatan daya saing melalui inovasi kemasan yang didesain secara kreatif. Hal ini tidak hanya dilakukan oleh pelaku-pelaku usaha skala besar, tetapi juga pelaku usaha yang berada di level menengah dan kecil. Laporan Euromonitor International 2014 bahkan menyebutkan bahwa produk makanan olahan Indonesia memiliki kemiripan yang sangat besar dengan kebutuhan/standar konsumen Eropa, yaitu dari segi cita rasa dan proses pengolahan. Oleh karena itu, peluang ekspor bagi produk makanan olahan Indonesia sangat besar. Kesempatan ini perlu dimanfaatkan secara optimal, yang salah satunya adalah melalui pengembangan desain makanan. Faktor lain yang harus dipahami oleh para produsen makanan Indonesia adalah standar keamanan pangan yang berlaku secara internasional, sebagaimana tertuang dalam Codex Alimentarius atau Food Code , yang diterbitkan Food and Agriculture Organization (FAO) dan World Health Organization (WHO) pada tahun 1963.

Meskipun memiliki kendala dalam hal desain kemasan produk olahan lokal, akan tetapi perkembangan desain kemasan hasil karya anak bangsa tidak bisa diremehkan. Indonesia patut bangga dengan salah satu prestasi dimana potensi desain kemasan Indonesia telah mencatat sejarah di Pameran Ambiente 2017. Pameran Ambiente 2017 menjadi salah satu momen penting bagi sektor desain produk nasional, dengan kehadiran produk “Raja Serayu” yang lolos seleksi pada kontens “Ambiente Talents 2017” untuk kategori *Ethical Style* . “Raja Serayu” adalah salah satu produk yang dihasilkan melalui program Fasilitasi Pendampingan Desain (*Designer Dispatch Service /DDS*), yang diimplementasikan oleh Kementerian Perdagangan, Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional pada tahun 2016. Produk ini merupakan hasil kolaborasi antara desainer Mufti Alem (Desainer Produk) dengan Batik Maos Rajasa asal Cilacap, Jawa Tengah.

Raja Serayu merupakan rangkaian produk berupa wadah (*storage series*), yang didesain dalam berbagai bentuk namun menggunakan bahan baku bambu. Masing-masing bentuk tersebut juga memiliki nama unik yang terdiri dari Seuseuhan (*laundry basket*), Pasagi (*square storage*) dan Lodong (*tube*

storage). Pemberian nama-nama unik terhadap seri produk Raja Serayu bertujuan untuk meningkatkan nilai tambah dan daya saing produk melalui cerita di balik proses pembuatan produk yang ditawarkan.

2.3. Oleh-oleh

Oleh-oleh merupakan barang yang diperoleh wisatawan sebagai cara mengingat dan mengunjungi tempat yang menyimpan sebuah pengalaman (Horodyski, Manosso, & Gândara, 2012). Souvenir dikategorikan dalam beberapa produk diantaranya (Gordon, 1986)[5]:

a. Produk bergambar, yang menyajikan gambar dari turis itu sendiri
b. Model dari ikon atau monument dari sebuah tempat
c. Produk dengan mencantumkan branding dari tempat tersebut, seperti mug dan gantungan kunci
d. Objek batu-batuan seperti kerang, batu, dan pasir
e. Produk lokal yang meliputi seni memahat, kerajinan tangan, seni rakyat, produk makanan dan pakaian.

Berdasarkan hal di atas, souvenir makanan bisa diklasifikasikan sebagai produk souvenir. Aspek ini diperkuat oleh meningkatnya minat wisatawan pada barang-barang yang berkaitan dengan warisan makanan, yang bahkan bisa menjadi perbedaan kompetitif destinasi (Gimenes-Minasse, 2015). Oleh-oleh dapat menjadi objek yang dapat dikumpulkan atau dibawa oleh seorang pelancong sebagai kenang-kenangan saat berkunjung ke suatu tempat. Objek itu sendiri mungkin memiliki nilai intrinsik atau menjadi simbol pengalaman.[6] Macam oleh-oleh diantaranya berupa aksesoris, ornamen atau model, gantungan kunci, magnet, baju, *postcard*, dan oleh-oleh pangan.

2.3.1. Oleh-oleh Pangan/ *food souvenirs*

Salah satu jalan potensial dalam meningkatkan pendapatan dari pariwisata daerah adalah dengan pengembangan makanan lokal sebagai produk oleh-oleh. Makanan dipandang sebagai budaya yang efektif dan merupakan produk yang berhubungan langsung dengan indera seseorang. Saat

[5] 5 Gordon, Bevely., The Souvenir: Messenger of the Extraordinary, 1986
[6] https://en.wikipedia.org/wiki/Souvenir, diakses 20 Februari 2019 03.30 WIB

dipromosikan sebagai produk khusus, yang mencerminkan budaya lokal yang unik, makanan menjadi salah satu cara cepat untuk menghidupkan kembali pengalaman yang pernah dirasakan. *Food souvenirs* adalah bagian penting dari pengalaman sebuah perjalanan. Tidak hanya untuk memuaskan rasa lapar seseorang, tetapi juga menjembatani keingintahuan akan budaya lain. Banyaknya berbagai macam makanan dapat menyatukan orang-orang dari latar belakang yang berbeda dan menciptakan koneksi satu sama lain. Makanan berfungsi sebagai saluran pembelajaran alami dimana kita bisa mendapatkan pemahaman yang lebih dalam tentang tempat dan orang-orangnya berasal atau memahami cirikhas budaya di suatu tempat.

Oleh-oleh pangan juga merupakan cara yang menyenangkan dan inovatif untuk berbagi perjalanan dan pengalaman dengan teman dan keluarga. Dengan menampilkan hidangan dan bercerita mengenai perjalanan yang telah dilakukan, dimana dan kapan oleh-oleh tersebut didapatkan, atau mengapa cita rasa makanan tersebut dapat mewakili daerahnya, dan sebagainya. Interaksi semacam ini memberikan lebih banyak konteks dan warna tersendiri dalam sebuah perjalanan. Karolina Buczkowska (2014) mengusulkan oleh-oleh pangan dibagi menjadi empat kategori yaitu makanan dan minuman lokal, alat-alat dapur, resep atau panduan makanan, pasar maupun restoran lokal. Dan Horodyski et Al. (2014, hal.85) secara khusus membahas dan mendefinisikan kategori pertama sebagai arti sesungguhnya dari suvenir makanan.

2.3.2. Desain Kemasan Oleh-oleh

Desain kemasan adalah cara untuk meningkatkan nilai produk, termasuk souvenir. Dibutuhkan tidaknya desain kemasan pada *souvenir* tergantung pada sifat produk dan kemungkinan kemasan yang dirancang dengan baik apakah akan mempromosikan penjualan (Calver, 2004). Banyak suvenir dengan kemasan menarik termasuk dalam produk yang *consumbale*, karena barang-barang ini hampir selalu harus dalam suatu wadah dan sangat sesuai dijadikan sebagai hadiah. Dibandingkan dengan produk yang menggunakan kemasan hanya untuk mengidentifikasi, melindungi, mengubah mereka atau membuatnya menarik, produk yang dapat dimakan perlu dipisahkan dari lingkungan agar tetap bersih dan tersanitasi (Olalere, 2017)

Banyak negara di seluruh dunia menampilkan *souvenir* unik mereka sendiri, dan desain kemasan bertujuan untuk membantu menciptakan lebih banyak nilai, menarik perhatian, dan meningkatkan hasrat keinginan konsumen terhadapnya dengan menggunakan jenis, gambar, bahan, bentuk, dan struktur, seorang desainer dapat mengembangkan paket yang secara efektif mempromosikan karakteristik budaya suatu negara (Klimchuk dan Krasovec, 2012). Beberapa *souvenir* juga dipisahkan dari platform produksi massal sehingga menonjol diantara produk lainnya. Banyaknya pesaing di pasar global dan berbagai budaya di dalam dan di antara negara-negara dapat membuat paket suvenir unik dan berharga.

2.4. Buku Visual

Buku yang sifatnya bervisual adalah kertas yang dijilid yang memiliki elemen visual atau gambar yang dapat dinikmati mata. Di dalam media visual terdapat beberapa elemen penyusun utama dan tambahan. Elemen-elemen tersebut memiliki karakteristik serta fungsinya tersendiri. Namun secara pemahaman, media visual dalam hal ini adalah buku visual tersusun atas beberapa komponen seperti gambar atau foto, sketsa, dan diagram.

2.4.1. Format Buku

Menurut Dr. K. Satya Murthy dalam bukunya "*How to write a book*", bagian dari buku adalah judul, kata pengantar, prakata, daftar isi, bab, appendix, glossary, bibliography dan index. Putra (2007:45) menyatakan bahwa buku yang lengkap terdiri atas empat bagian, yaitu sampul (cover), pendahulu (preliminaries), isi (text matter) dan penyudah (postliminaries).

A. *Cover/* Sampul

Cover atau sampul buku merupakan bagian pelindung paling luar buku yang berguna untuk penyajian judul halaman publikasi, nama penulis, penerbit yang disertai gambar grafis untuk mendukung daya tarik pembaca. Berdasarkan peletakan atau posisinya maka cover atau sampul buku terdiri dari:

- Cover depan, merupakan tampilan depan atau muka buku yang terletak di bagian awal buku

- Cover belakang, merupakan cover yang terletak pada bagian akhir atau belakang buku yang menjadi penutup buku
- Punggung buku, biasanya ada pada buku-buku yang tebal dimana terletak pada samping atau antara cover depan dan belakang sebagai pelindung ketebalan buku
- *Endorsement,* merupakan kalimat dukungan yang diberikan oleh pembaca awal yang ditulis pada cover buku bagian belakang sebagai bentuk penguatan dan daya pikat sebuah karya cetak
- Lidah cover, dibuat untuk kepentingan estetika terbitan atau juga menunjukkan keeksklusifan dan sesuatu yang berbeda dari buku. Lidah cover biasa berisi foto beserta riwayat hidup penulis atau ringkasan buku yang biasa juga disebut dengan telinga buku atau jaket buku.

B. Premilinaries

- *Halaman judul*: Halaman ini beradai di halaman awal, setelah kita membuka Kover Buku, antara lain berisi judul, subjudul, nama penulis, nama penerjemah, nama penerbit, dan logo. Akan tetapi, sebagian buku terbitan memiliki halaman prancis, yang terletak sebelum halaman judul, dan

  hanya berisi judul buku.
- *Hak cipta* (copyright): Halaman hak cipta berisi judul, identitas penerbit, penulis, termasuk tim yang terlibat selama proses publikasi, misalnya editor, penata letak, desainer sampul, ilustrator, dan lain-lain. Halaman hak cipta ini biasanya juga disertai pernyataan larangan atau izin untuk memperbanyak (menggandakan) buku tersebut. Akan tetapi, kami pernah menemukan buku yang seakan-akan menolak hak cipta dengan menyebutkan bahwa buku tersebut boleh difotokopi. Secara umum memang aneh, tapi begitulah adanya perbedaan pendapat.
- *Halaman tambahan*: Halaman ini biasanya berisi motto dan atau ucapan terima kasih dari penulis.
- *Sambutan*: Halaman ini berisi semacam sambutan yang disampaikan oleh lembaga atau pese¬orang-an yang berkompeten. Ada pula yang menyebutnya

sebagai Sekapur Sirih dan lain sebagainya.

- *Kata pengantar*: Kata pengantar berisi sedikit ulasan atas buku atau ulasan atas penulis, yang ditulis penerbit atau siapa pun yang berkompeten dan berkaitan
  dengan isi buku.
- *Prakata*: Prakata ditulis sendiri oleh penulis sebagai pemandu sebelum pembaca memasuki materi atau isi buku. Prakata biasanya berisi uraian tentang
  tujuan serta metode penulisan.
- *Daftar isi*: Memudahkan pembaca mencari halaman isi yang berkaitan dengan
  tema tertentu dari materi buku.
- Selain itu ada juga beberapa hal yang termasuk dalam Halaman Preliminaries, tetapi tergantung kebutuhan atau sesuai dengan materi (isi) buku (tidak selalu ada), yaitu: Daftar tabel, Daftar singaktan dan akronim, Halaman daftar lambang, Halaman daftar ilustrasi, Halaman pendahuluan.

C. Bagian Utama/ Isi

Bagian isi ini tentu saja bagian yang memuat dan membahas informasi atau materi inti dari buku tersebut. Beberapa bagian yang menyusun Bagian Inti atau isi ini antara lain:

- *Judul bab*: Biasanya, jenis beserta ukuran font (font size, lebih besar) judul bab dibuat berbeda dengan judul subbab apalagi dengan isinya).
- *Penomoran bab*: Penomoran ini berbeda-beda pada beberapa buku. Pada buku yang berisi ilmu pengetahuan teoritis biasanya penomoran bab menggunakan angka Romawi atau angka Arab. Akan tetapi, pada buku-buku sastra atau buku-buku ilmu pengetahuan populer, biasanya lebih banyak menggunakan simbol-simbol atau berupa tulisan, satu, dua, tiga, dan seterusnya.
- *Alinea*: Setiap paragraf baru akan ditandai dengan adanya alenia.

- *Penomoran teks*: Dalam penomoran teks, kita harus selalu konsisten dan sesuai aturan penomoran teks. Misalnya dengan huruf (A, 1, a, (1), (a)) dan dengan angka (1.1, 1.2., 1.2.3), atau dengan teknik lain.
- *Perincian*: Dalam melalkukan perincian hampir sama dengan sistem penomoran teks. Perincian banyak dijumpai pada soal-soal ujian. Perincian dapat berupa penjabaran, dapat pula berupa pilihan, dapat menggunakan nomor, dan dapat pula menggunakan angka.
- *Kutipan*: Setiap kutipan harus mencantumkan sumber. Jika kutipan agak banyak maka harus dibuat dengan font yang berbeda, baik ukuran, dan jenis font-nya, atau bisa juga dengan cara diberi background.
- *Ilustrasi*: Ilustrasi harus memiliki keterkaitan dengan materi. Sebab, pemberian ilustrasi bertujuan membantu menjelaskan materi melalui gambar.
- *Tabel*: Penempatan tabel harus berdekatan dengan materi yang berkaitan. Jika tidak memungkinkan karena menyesuaikan lay out, sebaiknya diberi nomor.
- *Judul lelar*: Judul lelar biasanya ditempatkan di atas atau di bawah teks, kadang diletakkan bersebelahan dengan nomor halaman buku. Judul lelar biasanya berisi judul buku (pada setiap halaman genap) dan judul bab atau nama pengarang (pada setiap halaman ganjil).
- *Inisial*: Inisial adalah huruf pertama dalam di awal paragraf setelah judul bab yang dibuat sangat besar melebihi ukuran huruf yang lain.
- *Catatan samping*: Biasanya berada di akhir kalimat kutipan tidak langsung.
- *Catatan kaki*: Biasanya berada di baris paling bawan halaman, sebelum Judul lelar.

D. Postliminaries

Bagian Postliminary ini merupakan bagian akhir untuk menutup isi buku. Diletakan antara bagian utama dengan cover belakang buku. Bagian postliminary ini terdiri atas:

- *Catatan penutup*: Semacam catatan kaki yang berada di akhir materi atau setelah bab terakhir.
- *Daftar istilah*: Biasanya berisi istilah-istilah asing dan penjelasannya yang dipakai dalam materi buku.
- *Lampiran*: Penjelasan-penjelasan atau data yang berfungsi sebagai pendukung atau penguat materi buku.
- *Indeks*: Daftar kata atau istilah penting yang dilengkapi dengan nomor halaman. Indeks disusun secara alfabetis dan tereletak pada bagian akhir buku. Kita dapat mencari informasi dari istilah yang terdapat dalam indeks dengan membuka halaman yang tertera di belakang istilah. Namun, tidak semua buku menggunakan indeks sebagaimana tidak semua buku memerlukan indeks.
- *Daftar pustaka*: Berisi daftar buku-buku yang dijadikan referensi dalam menulis materi buku.
- *Biografi penulis*: Penjelasan tentang latar belakang penulis yang melahirkan buku.

2.5. Konten Buku

2.5.1. Anatomi Konten Buku

Konten buku yag bersifat editorial memiliki struktur-struktur dasar sebuah konten buku agar buku tersebut memiliki fungsi yang sesuai dengan kebutuhan dan tujuan utama. Dalam mengkomunikasikan konen buku, diperlukan sebuah tinjauan struktur dasar konten media cetak. Berikut merupakan isi struktu dasar konten media cetak. Berikut merupakan isi struktur naatomi dari sbeuah buku atau majalah[7]

A. *Cover*

Cover merupkan halaman depan yang dilihat pertama kali oleh audiens. *Cober* berisi mengenai nama brand dari sebuah media publikasi. Cover harus menarik dibaca oleh audiens.

[7] Cath Caldwell & Yolanda Zappaterra. Editorial Design: Digital and Print. (London: Laurence King Publishing, 2014), 78-86

B. *Content Page*

Content page merupakan halaman daftar isi yang selalu ada pada setipa bentuk *publication,* baik buku ataupun majalah. Dalam mendesain sebuah *content page* harus jelas dibaca oleh target auddiens dan mengandung informasi yang beresensi.

C. *Front Section*

Front Section dalam sebuah buku dapat berupa kata sambutan penulis. Selain itu, *front section* pada majalah mencantumkan nama-nama kontributor dalam majalah tersebut. *Front section* ditempatkan sebeum audiens memasuki halaman konten utama

D. *Back Section*

Dalam susunan majalah, biasanya berbentuk surat pembaca atau contributor dan sebagainya. Sedangkan dalam buku, *back section* dapat berguna untuk *glossariu, index,* atau *photo credit*

E. *Section Opener*

Section Opener merupakan bagian pembuka dalam tiap bab pada buku. Dalam merancang *section opener*, harus mengandung suatu elemen yang membuat audiens tertarik dan bersifat *eye-catching* dan sedikit menggunakan elemen tipografi.

2.5.2. Elemen Penyusun Layout

Penyusunan sebuha layout buku membutuhkan beberapa elemen penting secara visual. Elemen ini digunakan dalam menyusun sebuah layout buku yang nyaman unuk mengkomunikasikan isi sebuah buku kepada target audiens. Elemen-elmen ini tidak hanya untuk kenyamanan terhadap tergaet audiens, tetapi juga memiliki fungsi dari navigais dan estetika. Dalam sebuah penyusunan desain editorial, terdapat beberapa elemen yag menyusun sebuah layout untuk media publikasi:

A. *Headline and Heading*

Headline dan *Heading* merupakan sebuah judul dari suatu subyek yang disampaikan pada sebuah bagian dari buku. Penulisan judul biasanya menggunakan ukuran tipografi yang paling besar dibandingkan elemen lain

yang ada pada *layout* tersebut. Pemilihan kata yang digunakan pada judul juga berpengaruh dalam menarik minat audiens.

Gambar 2. 1 Gambar Contoh Heading
(sumber: pinterest.com)

B. *Sub-heading*

Sub-heading yaitu judul yang digunakan untuk membagi dan menjelaskan segmen-segmen yang berada dalam konten buku. Biasanya subjudul digunakan untuk membagi konten yang dinilai terlalu panjang atau untuk membedakan tema/ isi konten

Gambar 2. 2 Contoh Sub-heading
(sumber: pinterest.com)

C. *Standfirst*

Standfirst adalah gambaran singkat mengenai topik yang dibahas dalam bagian tersebut. *Standfirst* juga biasa disebut dengan intro atau deck. Elemen in sangat berhubungan dengan *headline* dan ditulis sbanyak 40 hingga 50 kata. Selain itu, berguna untuk memberikan informasi kepada audiens mengenai topic yang akan dibahas dan sebagai jempabatan, baik secara visual atau tekstual, sebelum membaca *body copy*.

Gambar 2. 3 Contoh Standfirst
(sumber: hallamg.wordpress.com)

D. *Body Copy*

Body Copy merupakan teks utaman yang berisi mengenai pembahasan dari topic yang disampaikan. Penulisan *body copy* perlu dipertimbangkan karena adanya *body copy* merupakan hal yang sagat penting dalam membangun hubungan membaca dengan target audiens (*readerhip*). Pemilihan bahasa, penggunaan kolom, dan pemilihan huruf yang digunakan adalah aspek-aspek yang akan mempengaruhi *readership*.

Gambar 2. 4 Contoh BodyCopy

(sumber: pinterset.com)

E. *Quote* atau *pull quote*

Gambar 2. 5 Contoh Quote

(sumber: pinterset.com)

Quote dan *pull quotes* merupakan cara lain seorang desainer dalam mengarahkan pembaca dalam memahami suatu artikel. *Quotes* merupakan kata dari seseorang yang berhubungan dengantopik bahasan yang diangkat. Sedangkan konten untuk *pull quotes* dimabil langsung dari *body copy* yang merupakan informasi penting atau berupan rangkuman dari artikel tersebut.

F. *Caption*

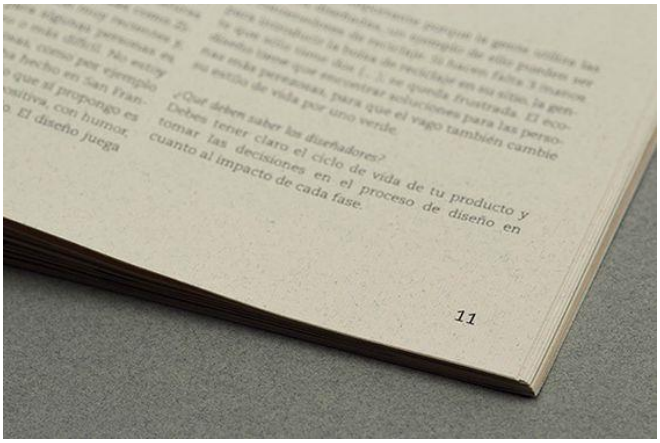
Caption adalah keterangan yang berfungsi sebagai jembatan dari elemen visual terhadap *body copy*. *Caption* berisi penjelasan

terkait dengan elemen visual sepeti foto atau ilustrasi dan diletakkan dekat dengan gambar. Biasanya *caption* menggunakan ukuran huru yang lebih kecil dibandingkan dengan *body copy*, hal ini mencegah pembaca kehilangan focus terhadap informasi yang disampaikan.

Gambar 2. 6 Contoh Caption
(sumber: pinterset.com)

G. *Folios*

Folios adalah bagian yang terdiri atas nomor halaman, judul buku, dan terkadang menampilkan judul bab. *Folios* membantu audiens dalam navigasi sebuah media publikasi dalam mencari informasi yang dibutuhkan. Penulisan *folios* biasanya menggunakan huruf lebih kecil dari konten dalam sebuah halaman.



Gambar 2. 7 Contoh Folios/Page Number
(sumber: pinterset.com)

H. *Images* (gambar)

Gambar merupakan elemen visual pendukung dalam sebuah layout editorial. Gambar yang ada dalam sebuah layout harus berkaitan erat dengan topik pembahasan yang disampaikan. Gambar dapat berupa ilustrasi ataupun fotografi. Dengan adanya gambar yang berkualitas dan menarik, akan menarik perhatian pembaca lebih dalam terhadap topic yang akan disampiakan.

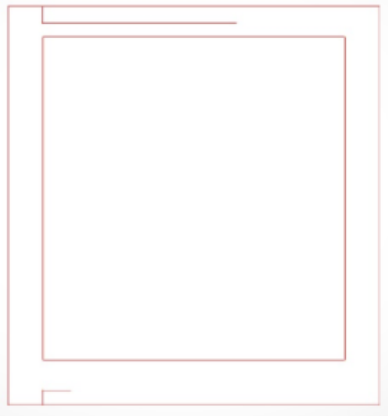
Gambar 2. 8 Contoh Gambar
(sumber: pinterset.com)

2.6. Elemen Visual

2.6.1. Grid

Grid adalah alat dasar desain yang digunakan sebagai panduan untuk posisi berbagai elemen dalam desain. Gavin Ambrose (2015 : 84) Sebuah grid diciptakan sebagai solusi terhadap permasalahan penataan elemen-elemen visual dalam sebuah ruang. Sistem grid digunakan sebagai perangkat untuk mempermudah menciptakan sebuah komposisi visual. Melalui grid akan mempermudah membuat sebuah sistematika guna menjaga konsistensi dalam melakukan repetisi dari sebuah kompisisi yang sudah diciptakan. Tujuan utama dari penggunaan grid dalam desain grafis adalah untuk menciptakan suatu rancangan yang komunikatif dan memuaskan secara estetik.

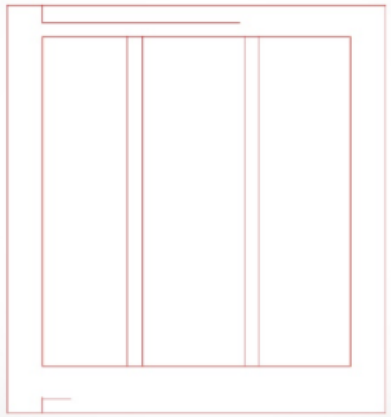
A. Manuscript Grid



Gambar 2. 9 Manuscript Grid
(sumber: www.academia.edu)

Manuscript grid adalah tipe grid yang paling tua yang digunakan di print media. Ini biasanya hadir sebagai persegi panjang yang berisi konten pada halaman atau layar.

B. Column Grid

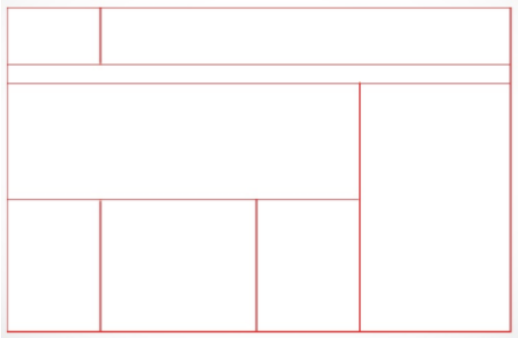


Gambar 2. 10 Column Grid
(sumber: www.academia.edu)

Column grid sejauh ini adalah grid paling banyak digunakan dalam desain web karena lebar layar terbatas, tidak seperti tinggi, yang dapat berlangsung selamanya jika pengguna memiliki kemampuan untuk menggulir (scroll). Kebanyakan grid kolom yang digunakan di web adalah 12 kolom, tapi yang seharusnya tidak

menghentikan desainer dan pengembang untuk menjelajahi alternatif lain.

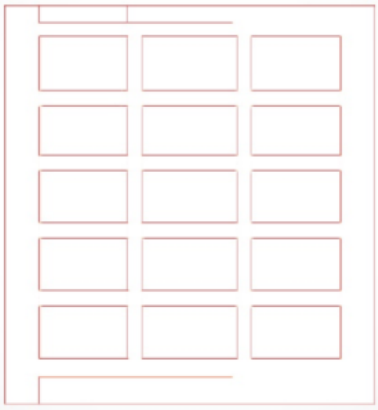
C. Hierarchical Grid



Gambar 2. 11 Hierarchical Grid
(sumber: www.academia.edu)

Hirarkis grid adalah grid intuitif dibangun untuk berfokus pada proporsi unsur-unsur dalam desain. Jenis grid sering digunakan untuk konten yang tidak standar dan berulang-ulang.

D. Modular Grid



Gambar 2. 12 Modular Grid
(sumber: www.academia.edu)

Modular grid dirancang oleh baris dan kolom yang membentuk modul tumpang tindih. Modular grid adalah jenis grid yang paling kompleks. Ini harus digunakan bila ruang vertikal dan horizontal berada pada concern yang sama. Jenis grid ini menjadi lebih populer di media digital dengan timbulnya perangkat yang dapat dipakai yang mengandalkan ‘kartu’ untuk berkomunikasi.

E. Eksplorasi Grid

Gambar 2. 13 Eksplorasi Grid
(sumber: www.academia.edu)

2.6.2. Tipografi

Tipografi adalah ilmu yang mempelajari tentang huruf, *type family* (huruf dalam suatu keluarga) yang digunakan, dan alternatif huruf yang digunakan dalam berbagai media. Tipografi berkaitan dengan penataan dan penyusunan dalam bahasa visual. Tipe desain *font* yang dipilih berkaitan dengan konsep yang akan dirancang dan digunakan untuk menyampaikan sebuah pesan. Dalam buku pengantar Desain Komunikasi Visual (Adi Kusrianto, 191) Lazlo Maholy berpendapat bahwa tipografi adalah alat komunikasi.

Berikut merupakan klasifikasi huruf yang berdasarkan latar belakang sejarah tipografi dan sesuai dengan waktu urutan pembuatan:

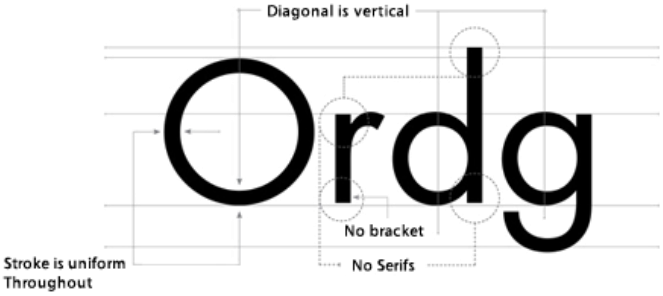
A. *Serif*

Font Serif adalah huruf yang mempunyai garis kecil yang berdiri horizontal pada bagian badan huruf. Garis-garis kecil tersebut umumnya dinamakan dengan *counter stroke* atau *serif bracketed*. *Counter stroke* inilah yang membuat *font serif* tampak lebih jelas dan mudah dibaca, karena garis tersebut sanggup menuntun mata si pembaca.*Font* jenis ini sangat direkomendasikan utuk menulis konten artiel atau isi karena nilai *readability* yang cukup baik.

Gambar 2. 14 Huruf Serif
(sumber: http://www.gonzoblog.nl/?s=serif)

- *Contemporary/Sans serif* (Helvetica, 1975)

  Jenis huruf ini mulai muncul tahun 1816 sebagai *display type* dan sangat tidak populer di masyarakat karena pada saat itu dianggap tidak trendi sehingga dinamakan *Grotesque*, yang artinya lucu atau aneh. *Sans Serif* dibagi lagi menjadi tiga kelompok, yaitu *Grotesque Sans Serif, Geometric Sans Serif, Humanist Sans Serif.*



Gambar 2. 15 Huruf Contemporary
(sumber: http://www.gonzoblog.nl/?s=serif)

Grotesque	*Geometric*	*Humanist*
Sans Serif yang muncul sebelum abad 20 masuk dalam kelompok *typeface* ini	Huruf kelompok ini memiliki bentuk yang geometris mendekati *basic shapes*. Mengekspresikan masyarakat industry dan mekanis.	*Humanist Sans Serif* terkesan lebih organic dibandingkan *Grotesque* dan *Geometric*

- *Script-Cursive*

  Jenis huruf ini dapat dikategorikan dalam beberapa kelompok. Dibandingkan dengan jenis huruf yang lain yang lebih dikenal dengan pengelompokan *Serif* dan *Sans Serif*, *Script* memiliki standarisasi yang berbeda. Huruf ini biasanya digunakan duntuk judul bab dan digunakan untuk *tittle* pada *cover*. Berikut kategorinya :

  - Formal
  - Calligraphic
  - Brush
  - Marker Pen
  - Handwritting
  - Child's handwriting

Gambar 2. 16 Huruf Script

Sumber: http://www.gonzoblog.nl/?s=serif

- *Display-Decorative*

  Jenis ini merupakan kategori terbesar dari *typefaces*.Huruf dekoratif atau biasa disebut dengan Miscellaneous, merupakan pengembangan dari bentuk-bentuk yang sudah ada, muncul sekitar abad 19, untuk menjawab kebutuhan di dunia periklanan. Cirinya adalah ukurannya yang besar ditambah hiasan dan ornament, atau garis-garis dekoratif. Kesan yang dimiliki adalah dekoratif dan ornamental.

Gambar 2. 17 Huruf Decorative

(sumber: https://www.ffonts.net/Decorative.font)

2.6.3. Ilustrasi

Ilustrasi merupakan gambar yang bersifat sekaligus berfungsi untuk menjelaskan atau menerangkan suatu peristiwa. Secara umum, ilustrasi memiliki beberapa fungsi. Adapun fungsi ilustrasi, diantaranya:

- Fungsi Deskriptif

  Berfungsi untuk menggantikan uraian tentang sesuatu secara verbal dan

  naratif yang menggunakan kalimat panjang dengan menggunakan sebuah

  gambaran agar lebih mudah dipahami.
- Fungsi Ekspresif

  Berfungsi memperlihatkan suatu gagasan, perasaan, maksud, situasi maupun konsep yang abstrak menjadi nyata sehingga mudah dipahami.
- Fungsi Analitis atau Struktural

  Berfungsi menunjukkan rincian bagian demi bagian dari suatu benda ataupun sistem atau proses secara detail, agar lebih mudah dipahami.

  Fungsi Kualitatif berfungsi untuk menyampaikan data atau informasi dalam bentuk daftar, tabel, grafik, kartun, foto, gambar, sketsa,

  maupun simbol.

Ilutrasi merupakan elemen yang dirasakan penting sebagai daya tarik dalam perancangan buku. Ilustrasi dalam perkembangan secara lebih lanjut ternyata tidak hanya berguna sebagai sarana pendukung cerita, tetapi dapat juga menghiasi ruang kosong pada buku. Ilustrasi bisa berbentuk macam-macam sepertu karya seni sketsa, lukis, grafis, karikatural, dan akhir-akhir ini bahkan banyak dipakai *image bitmap* hingga karya foto (Soedarso, 2014:566). I;ustrasi dapat juga menghemat penyajian sebab degan ilustrasi dapat menyajikan suatu konsep yang rumit dan uas dalam ruang atau tempat yang terbatas. Pada buku dokumentasi visual seperti ragam kreasi kemasan ini nantinya menggunakan gambar ilustrasi dekoratif yait berfungsi untuk menghiasi sesuatu dengan bentuk yang disederhanakan atau dilebih-lebihkan (dibuat gaya tertentu sebagai *style*).

2.7. Landasan Teori Fotografi

Secara garis besar, ada beberapa macam jenis-jenis fotografi diantaranya fotografi manusia, fotografi *nature*, fotografi arsitektur, fotografi *still life*, fotografi jurnalistik, fotografi aerial, fotografi bawah air, fotografi seni rupa, fotografi makro, dan fotografi mikro (Karyadi:2010, 18). Akan tetapi dalam mendokumentasikan sebuah produk pada umumnya jenis fotografi yang sering digunakan adalah *still life* dan fotografi makro.

2.7.1. Fotografi *Still Life*

Fotografi *sill life* yaitu fotografi yang menggunakan bantuan cahaya buatan untuk menciptakan suasana tertentu. Sebagian besar teknik still life ini dilakukan secara indoor atau di dalam ruangan tertutup.

Gambar 2. 18 Contoh fotografi still life
(sumber: pinterest.com)

2.7.2. Fotografi Makro

Adalah jenis fotografi dengan pengambilan gambar jarak dekat. Tampilan foto yang dihasilkan membuat subjek berukuran kecil terlihat sangat dekat dan menampilkan detail yang tinggi.

Gambar 2. 19 Contoh fotografi makro

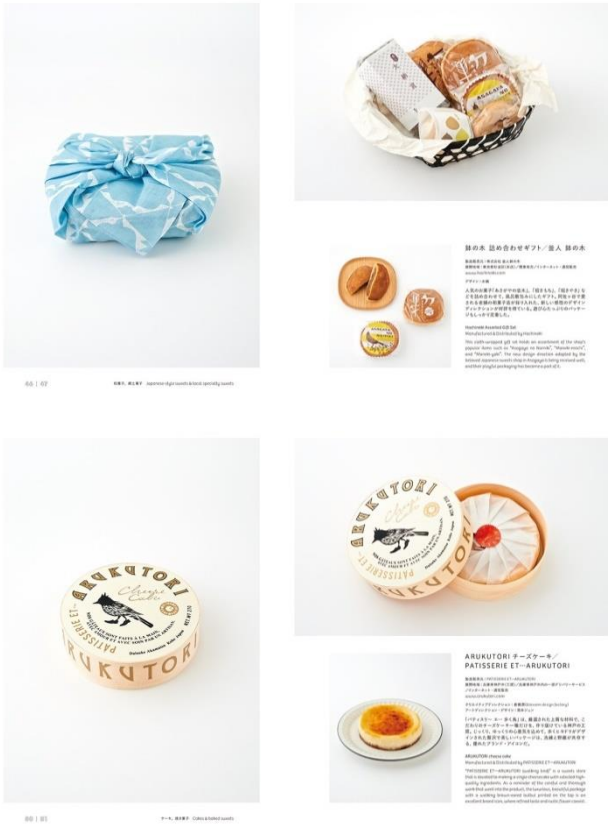
(sumber: https://www.pexels.com/photo/macro-photography-of-pile-of-3-cookie)

2.8. Studi Eksisting

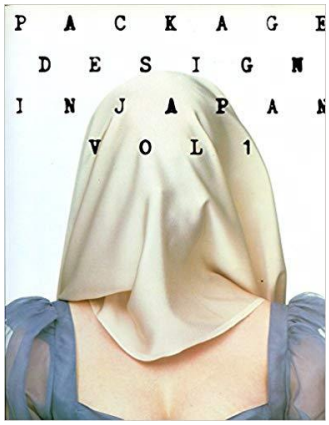
2.8.1. Package Design for Food Gift In Japan

Tabel 2. 1 Tabel studi eksisting buku *Packaging Design for Food Gift in Japan*

Spesifikasi	ISBN	: 978-4-86100-934-1
	Judul Buku	: Package Design fo Food Gift in Japan
	Edisi	: 001
	Penulis	: Chuck Groth
	Penerbit	: Bnn (August, 26 2014)
	Cover	: Soft cover with jacket
	Isi	: 160 halaman
Sinopsis	Buku ini membahas tentang berbagai macam makanan ringan di Jepang yang dikemas semenarik	

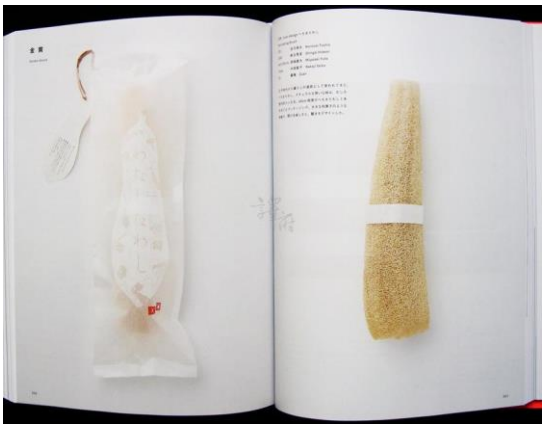
	mungkin akan tetapi masih memiliki ciri khas dari *style* Jepang itu sendiri
Konten	Konten yang disajikan dari buku ini bisa dijadikan referensi bagi desainer kemasan untuk mempelajari berbagai macam desain kemasan berciri khas kebudayaan Jepang. Terbagi menjadi 5 bab yang masing-masingnya dikelompokkan dalam jenis produk yang berbeda. Mulai dari produk souvenir, makanan ringan, manisan tradisional Jepang, hingga kemasan untuk pemesanan khusus. Setiap bagian disertai dengan deskripsi mengenai produk dan kemasannya
Layout	

2.8.2. Package Design in Japan

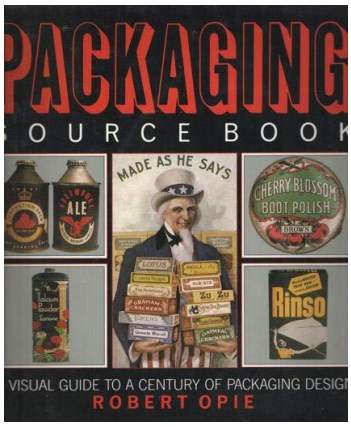


Tabel 2. 2 Tabel studi eksisting buku *Package Design in Japan*

Spesifikasi	ISBN	: 978-4-86100-934-1
	Judul Buku	: Package Design in Japan
	Edisi	: 001
	Penulis	: Japan Package Design Association
	Penerbit	: Kodansha USA Inc; First Edition edition, 1986
	Cover	: Hard Cover
	Isi	: 350 halaman
Sinopsis	Buku ini menampilkan berbagai macam kemasan hasil karya desainer Jepang dan memiliki gambaran singkat tentang ekonomi pasar untuk setiap kategori produk, dan bagaimana ini mempengaruhi desain	

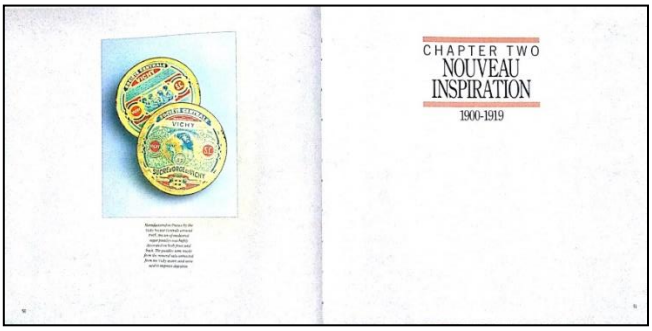
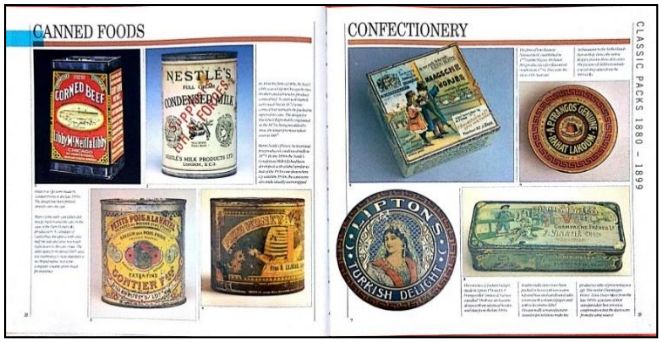
	mereka. Sebagian besar dirancang untuk produk makanan tetapi juga mencakup
Konten	Buku ini berisi desain yang diklasifikasikan ke dalam kelompok-kelompok unik seperti kemasan untuk paket dengan penjualan strategi, kemasan sesuai dengan fungsinya, kemasan untuk desain atau display, dan kemasan eksperimental.
Layout	

2.8.3. Packaging Source Book



Tabel 2. 3 Tabel studi eksisiting buku Packaging Source Book

Spesifikasi	ISBN	: 978-4-86100-934-1
	Judul Buku	: Packaging Source Book "A Visual Guide To A Century of Packaging Design"
	Edisi	: 001
	Penulis	: Robert Opie
	Penerbit	: Chartwell Books A Divisionof Book Sales, Inc 110 Enterprise Avenue Secauces, Ney Jersey
	Dimensi	: -
	Cover	: Hard Cover
	Isi	: 192 halaman
Sinopsis	Buku ini berisi tentang ribuan produk yang telah dikemas dengan penambahan komentar pada masing-masing produk dan pengenalan singkat mengenai kemasan yang digunakan	

Konten	Menampilkan bentuk kemasan yang digunakan berbagai produk pasar pada tahun 80-an hingga 90-an beserta penjelasannya
Layout	 *Halaman pembuka* 

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

BAB III
METODOLOGI DESAIN

3.1. Definisi Judul

Pada perancangan ini judul yang diangkat adalah "Perancangan Buku Dokumentasi Vivual Kreasi Kemasan Produk Oleh-oleh Khas Jawa Timur sebagai media dokumentasi dan sumber inspirasi bagi desainer kemasan". Bagian yang akan menjadi obyek penelitian adalah segala aspek yang berkaitan dengan desain kemasan oleh-oleh khas karya desainer muda lokal, dan pengetahuan mengenai olahan pangan sebagai oleh-oleh serta peran penting kemasan terhadap oleh-oleh tersebut.

Media yang akan digunakan dalam mempresentasikan berbagai informasi mengenai kemasan produk nantinya berupa buku visual yang informatif. Buku merupakan media yang mengandalkan elemen visual untuk mendukung dan memperkuat informasi-informasi yang ada sehingga akan lebih tersampaikan kepada pembaca

3.2. Pendekatan

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Menurut Gogdan dan Guba, pendekatan kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data diskriptif (data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka. Metode penelitian kualitatif lebih suka menggunakan teknik analisis yang mendalam (*in-depth analysis*), yaitu mengkaji suatu masalah secara satu persatu, dari kasus perkasus. Terdapat aspek yang menjadi fokus penelitian dalam proses perancangan ini yaitu penelitian dalam proses perancangan buku kreasi kemasan oleh-oleh Jawa Timur.

3.3. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan disini adalah metode analisis konten (*content analysis*). Fraenkel dan Wallen (2007:483) menyatakan analisis konten merupakan teknik yang dapat digunakan peneliti untuk mengkaji perilaku manusia secara tidak langsung melalui analisis terhadap komunikasi mereka seperti buku

teks, esay, koran, novel, artikel majalah, lagu, gambar iklan dan semua jenis komunikasi yang dapat dianalisis. Analisis konten memiliki tujuan untuk menggambarkan karakteristik produk dan menarik kesimpulan penyebab dari suatu pesan. Analisis isi media lebih banyak dipakai untuk meneliti dokumen yang dapat berupa teks, gambar, simbol dan sebagainya untuk memahami budaya dari suatu konteks sosial tertentu. Dalam analisis isi media semua jenis data atau dokumen yang dianalisis lebih cenderung disebut dengan istilah "text" apapun bentuknya gambar, tanda, simbol, gambar bergerak, dan sebagainya. Atau dengan kata lain yang disebut dokumen dalam analisis isi ini adalah wujud dari representasi simbolik yang dapat direkam/ didokumentasikan atau disimpan untuk dianalisis

Metode ini dapat dipakai untuk menganalisa semua bentuk komunikasi, seperti pada surat kabar, buku, film dan sebagainya. Dengan menggunakan metode Analisis konten, maka akan diperoleh suatu pemahaman terhadap berbagai isi pesan komunikasi yang disamapaikan oleh media massa, atau dari sumber lain secara obyektif, sistematis, dan relevan. Selain konten, metode analisis memeriksa bentuk, atau struktur komunikasi misalnya, skala dan lokasi gambar atau font dan jenis teks pada halaman atau layar dalam dokumen, dan hubungan antara teks dan gambar. Untuk set sampel yang lebih kecil, analisis konten dapat dilakukan secara manual.

Terdapat langkah-langkah atau prosedur analisis konten yang dapat dilakukan, sebagai berikut:

a. Pernyataan penelitian atau Perumusan Masalah

   Pertanyaan penelitian dapat disebut sebagai kunci pembuka kegiatan penelitian sehingga memungkinkan peneliti secara leluasa melihat permasalahan yang terjadi. Setidaknya ada tiga komponen yang perlu ditampakkan, yaitu suatu hal yang dikaji dan terdokumentasi, pada media tertentu, dan berada pada periode tertentu.

b. Pemilihan Media (Sumber Data)

   Peneliti harus menentukan sumber data yang relevan dengan masalah penelitian. Suatu observasi yang mendalam terhadap perpustakaan dan berbagai media massa seringkali akan membantu penentuan sumber data yang relevan. Penentuan periode waktu dan jumlah media diteliti (Sampel), bila jumlahnya berlebihan juga penting untuk ditentukan pada tahap ini.

c. Definisi Operasional

   Definisi operasional ini berkaitan dengan unit analisis. Penentuan unit analisis dilakukan berdasarkan topik atau masalah riset yang telah ditentukan sebelumnya

d. Penyusunan Kode atau Mengecek Reabilitas

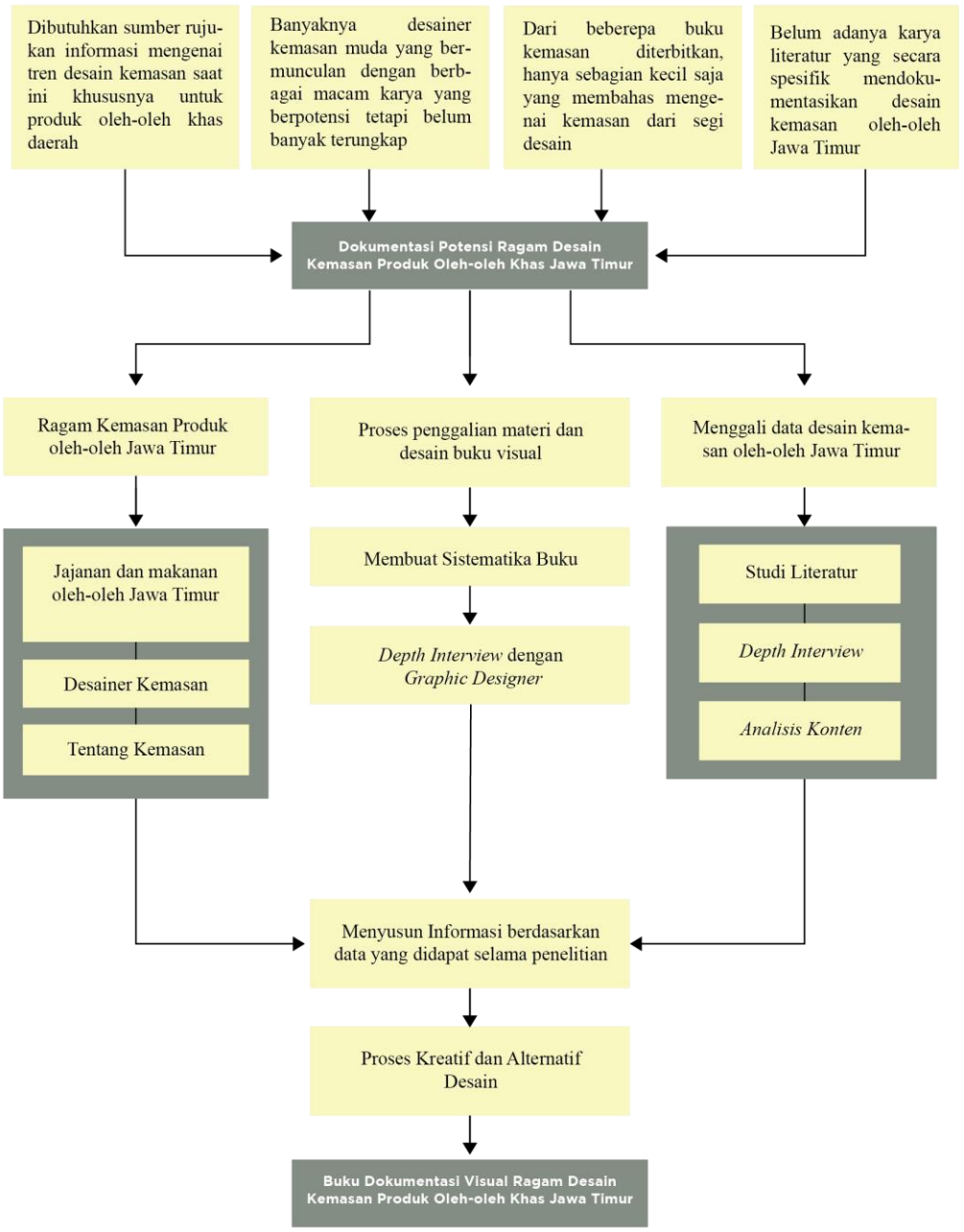
   Kode dilakukan untuk mengenali ciri-ciri utama kategori. Idalnya dua atau lebih kode sebaiknya meneliti secara terpisah dan reabilitasnya dicek dengan cara membandingkan satu demi satu kategori

e. Analisis Data dan Penyusunan Laporan

   Data yang diperoleh kemudian dianalisis dan disusun lapora penelitian dengan menggunakan format sesuai kaidah akademis

3.4. Bagan Alur Penelitian

Pada penelitian ini, penulis akan menggunakan metode yang digunakan untuk mendapatkan data primer seperti wawancara, dokumentasi, dan untuk mendapatkan data sekunder yaitu dengan studi literatur dan studi eksisting. Proses penelitian yang dilakukan akan dijelaskan secara lebih detail melalui diagram alur penelitian sebagai berikut :



Bagan 3. 1 Bagan Alur Penelitian

(sumber: Saniya, 2018)

3.5. Metode Pengumpulan Data

3.5.1. Jenis Data

A. Data Primer

Data primer adalah sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber aslinya yang berupa wawancara, jajak pendapat dari individu atau kelompok (orang) maupun hasil observasi dari suatu obyek, kejadian atau hasil pengujian. Dengan kata lain, peneliti membutuhkan pengumpulan data dengan cara menjawab pertanyaan riset (metode survei) atau observasi. Dalam perancangan ini, peneliti akan melakukan metode penelitian, yaitu:

- Observasi langsung ke lapangan, yaitu di UPTI Makanan, Minuman, dan Kemasan Provinsi Jawa Timur
- *Depth Interview* dengan pakar desain kemasan yang sudah ahli dibidangnya
- Pengambilan survei konsumen terhadap buku kemasan produk di Indonesia dengan menggunakan metode kuisioner
- Dokumentasi kegiatan observasi yang dilakukan

B. Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data penelitian yang diperoleh melalui media perantara atau secara tidak langsung yang berupa buku, catatan, bukti yang telah ada, atau arsip baik yang dipublikasikan maupun yang tidak dipublikasikan secara umum. Penulis akan mengumpulkan data sekunder dengan metode penelitian sebagai berikut:

- Studi literature buku-buku tentang *packaging design,* dan artikel perkembangan kemasan produk makanan di Jawa Timur
- Studi laporan penelitian yang sudah ada
- Studi eksisting buku visual kemasan dengan topik yang serupa yaitu macam bentuk struktur kemasan

3.5.2. Identifikasi Permasalahan

Identifikasi permasalahan disini berdasarkan pada survei langsung yang dilakukan di beberapa tempat seperti kampus desain komunikasi visual, UPTI Kemasan, dan wawancara langsung target audiens.

3.5.3. Analisis Permasalahan

Berbagai permasalahan yang didapat dari hasil survei, kemudian dianalisis lebih mendalam untuk menemukan solusi yang tepat. Pada tahap ini, juga dilakukan analisis terhadap media-media yang berkaitan dengan perancangan untuk mendukung analisis dan permasalahan dalam perancangan ini.

3.5.4. Pengambilan Keputusan

Merupakan langkah akhir untuk menentukan hasil dari perancangan yaitu berupa solusi desain yang tepat baik dalam segi pemilihan konsep maupun konten.

3.6. Target Audiens

3.6.1. Segmentasi Demografis

F. Usia : 18 - 25 tahun

Peneliti menentukan rentang usia 18-25 tahun karena usia tersebut merupakan saat dimana mahasiswa desain komunikasi visual mulai memasuki masa perkuliahan dan usia dewasa muda memiliki kecenderungan untuk mulai bekerja atau memulai sebuah bisnis sendiri.

G. Jenis Kelamin : Laki-laki dan Perempuan

Belajar mengenai kemasan produk dapat dipelajari oleh semua orang dan tidak membedakan jenis kelamin atau gender. Laki-laki dan perempuan dapat membaca buku visual ini.

H. Pemasukan : ≥ 4.000.000 per bulan

Karena menargetkan desainer kemasan muda atau yang pada umumnya masih berstatus mahasiswa, untuk membaca buku ini, peneliti memperkirakan kira-kira berapa jumlah pemasukan seorang mahasiswa tiap bulannya ditambahkan uang pemasukan lainnya karena beberapa mahasiswa melakukan pekerjaan *freelance* untuk menambah biaya pemasukan. Target audiens dengan pemasukan kurang lebih empat juta rupiah tiap bulan dapat membeli buku yang cukup mahal

I. Pekerjaan : Desainer Kemasan

Seperti yan dijelaskan bahwa desainer kemasan merupakan target utama dari buku ini. Karena saat ini kebutuhan akan ahli kemasan meningkat dan pendidikan mengenai kemasan kurang cenderung menargetkan pengusaha makanan minuman dibandingkan mahasiswa atau desainer kemasan.

3.6.2. Segmentasi Geografis

Perancangan ini menyasar dewasa muda di beberapa kota yang sudah sadar akan pentingnya perkembangan kemasan produk, terdapat universitas atau institut yang salah satu jurusannya merupakan desain komunikasi visual, dan di daerah yang memiliki fasilitas teknologi kemasan yang mumpuni. Seperti Jakarta, Surabaya, Bandung, Malang, Yogyakarta, dan tiap-tiap ibukota di seluruh provinsi di Indonesia.

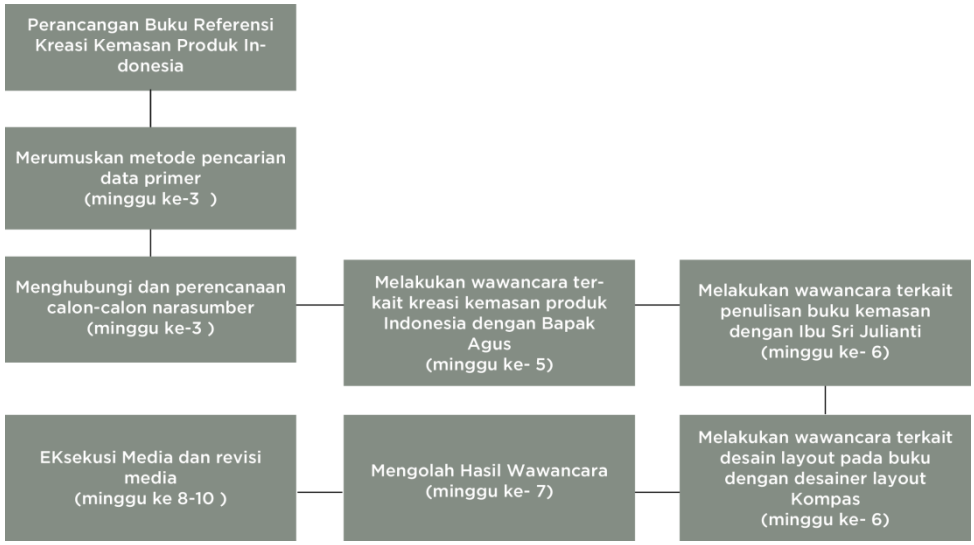
3.6.3. Segmentasi Psikografis

- Memiliki ketertarikan untuk mendesain kemasan
- Memiliki rasa ingin tahu yang tinggi
- Berkecimbung didalam industri desain kemasan
- Suka membaca buku

3.7. Riset Data

Data digali menggunakan berbagai metode untuk mendapat data yang objektif. Metode-metode yang dipakai meliputi wawancara, review literatur, dan user testing. Setelah itu data diolah dan masuk ke proses penyusunan dan prototyping untuk menerima feedback dari responden.

3.7.1. Bagan Alur Riset



Bagan 3. 2 Bagan Alur Penelitian

Sumber: Saniya, 2018

3.7.2. Protokol Penelitian

3.7.2.1. Kajian Literatur

Tujuan: menggali informasi kredibel yang dapat menunjang penelitian

Sumber kajian:

1. *The Package Design Book* oleh Julius Wiedemann
2. *The Big Book of Packaging* oleh Will Burke, Lisa Baer, James Pietrudzynski
3. Arsip penelitian Identitas dan Karakter Budaya Lokal pada Kemasan Makanan Oleh-oleh oleh Nina Nurviana, Priyanto Sunarto, Achmad Syarief
4. *Packaging Design as a Cultural Sign* oleh Edwin Visser
5. *Package Design Workbook :The Art and Science of Succesfull Packaging*
6. Arsip penelitian Desain Kemasan Makanan Tradisional Jawa Barat oleh Viony Agustine

3.7.2.2. Sistematika Buku

Tujuan: menyusun sistematika dari susunan isi buku

Sistematika konten buku:

1. Sampul depan

2. Sampul belakang
3. Punggung buku
4. Halaman judul
5. Catatan Hak Cipta
6. Halaman kata pengantar
7. Daftar Isi
8. Judul Bab
    - Prolog
    - Olahan pangan khas daerah
    - Peran penting kemasan terhadap oleh-oleh
    - Ragam kreasi kemasan produk oleh-oleh di Jawa Timur
9. Penutup

3.7.2.3.*Depth Interview*

Tujuan: menggali informasi langsung dari narasumber

Narasumber:

1. Pakar kemasan
2. Desainer kemasan
3. Penulis buku kemasan
4. Desainer di salah satu rumah kemasan di Jawa Timur

3.7.2.4. Perizinan

Tujuan : menggali data terkait kemasan-kemasan hasil karya desainer

Langkah:

1. Mencari kontak desiner kemasan yang terkait
2. Menghubungi desainer terkait untuk mendapatkan izin resmi menggunakan informasi dan mendokumentasikan kemasan yang dirancang untuk dimasukkan ke dalam buku rancangan

3.7.2.5. User Testing

Tujuan: menguji hasil jadi luaran desain kepada responden

Indikator kajian:

1. Kesan pertama responden terhadap hasil jadi luaran desian
2. Pemahaman responden akan konsep sampul dan isi buku

3. Pemahaman responden akan informasi buku
4. Kenyamanan responden ketika membaca hasil jadi luaran desain
5. Umpan balik responden terhadap hasil jadi luaran desain

3.7.3. Protokol Metode Analisis Konten

Dalam proses pemilihan kreasi kemasan oleh-oleh di beberapa kota di Jawa Timur untuk dijadikan sebagai konten dalam perancangan buku visual, terdapat beberapa skema tahapan yang akan dilakukan dalam proses analisis konten seperti berikut:

1. Merumuskan pertanyaan penelitian atau hipotesis
2. Mendefenisikan populasi yang diteliti
3. Memilih sampel yang sesuai dari populasi
4. Memilih dan menentukan unit analisis
5. Menyusun kategori-kategori isi yang dianalisis
6. Menganalisis data yang telah dikumpulkan
7. Menarik kesimpulan-kesimpulan dan mencari indikasi

3.8. Detail Pelaksanaan Riset Data

Penjabaran mengenai metode penelitian yang akan dilakukan oleh penulis untuk mengumpulkan data yang dibutuhkan, adalah sebagai berikut:

3.8.1. *Depth Interview*

Wawancara adalah suatu teknik pengambilan data menggunakan format pertanyaan yang terencana dan diajukan secara lisan kepada responden dengan tujuan-tujuan tertentu. Wawancara bisa dilakukan secara tatap muka di antara peneliti dengan responden dan bisa juga melalui telepon jika keduanya tidak mendapatkan waktu bertemu. Wawancara dilakukan dengan pihak-pihak *stakeholder* seperti desainer, ketua seksi desain UPTI Mamin Jawa Timur, pemerhati perkembangan kemasan produk Indonesia, dan pakar yang ahli dibidang industri kemasan.

a. *Depth interview* dengan salah seorang *Packaging Consultant and Trainer*

   Wawancara ini dilakukan dengan seseorang yang merupakan pakar di dalam bidang kemasan produk. Beliau adalah Ibu Sri Julianti yang

merupakan *Packaging Consultant* bertempat di Surabaya. Setiap tahunnya Ibu Juli sering mengadakan *training* mengenai kemasan yang pesertanya tidak hanya para penggiat industri makanan minuman tetapi dosen dan mahasiswa desain juga menghadirinya. Ibu Juli juga ingin membagi ilmunya dengan cara membuat tiga buku tentang kemasan berbahasa Indonesia yang salah satunya berjudul *A Practical Guide to Flexible Packaging* dan *The Art of Packaging*

b. *Depth interview* dengan kepala seksi desain UPTI Makanan, Minuman, dan Kemasan Provinsi Jawa Timur

Wawancara ini dilakukan dengan seorang desianer yang pernah menempuh jenjang pendidikan sarjana program studi desain komunikasi visual di Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya. Saat ini beliau bekerja sebagai kepala seksi desain kemasan di UPTI Makanan, Minuman, dan Kemasan Provinsi Jawa Timur. UPTI Mamin ini merupakan salah satu unit pelaksana teknis dibawah Dinas Perindustrian dan Perdagangan Jawa Timur yang tugasnya adalah melayani industri kencil dan menengah di bidang pengolahan makanan, minuman, dan kemasan di sekitar Jawa Timur.

Wawancara dilakukan dengan tujuan unuk mengetahui lebih jauh pekerjaan seorang desainer kemasan, apa yang harus diperhatikan jika menjadi seorang desainer kemasan, dan melihat langsung bagaimana seorang desainer kemasan jika terjun langsung ke lapangan

3.8.2. Dokumentasi

Menurut Hamidi (2004:72), Metode dokumentasi adalah informasi yang berasal dari catatan penting baik dari lembaga atau organisasi maupun dari perorangan. Dokumentasi penelitian ini merupakan pengambilan gambar oleh peneliti untuk memperkuat hasil penelitian. Hasil foto dokumentasi yang telah diambil nantinya akan dijadikan sebagai sumber informasi ragam kreasi kemasan oleh-oleh khas daerah yang biasa digunakan untuk produk makanan

dan minuman, yang nantinya dijadikan sebagai acuan untuk membuat kemasan yang layak, menarik, dan inovatif.

3.8.3. Studi Eksisiting

Metode ini digunakan oleh penulis sebagai acuan atau tolak ukur bagi tugas akhir. Acuan tersebut berupa buku desain kemasan, jenis cetak hingga kualitas cetaknya.

3.8.4. Analisis Konten

Analisis isi adalah deskripsi sistematis tentang bentuk dan isi bahan tertulis, lisan, atau visual yang diungkapkan dalam tema, pola, dan jumlah kata, frasa, gambar, atau konsep yang dihitung. Analisis konten menyediakan teknik yang mapan dan sistematis untuk menangani data kualitatif, baik menganalisis catatan yang ada dan dokumen yang diarsipkan, atau materi baru yang dihasilkan oleh peserta penelitian melalui wawancara, kuesioner, atau metode kreatif seperti menggambar atau kolase. Berikut adalah tahap yang dilakukan dalam riset desain partisipatif perancangan ini:

Tabel 3. 1 Tabel tahapan riset analisis konten

No.	Tahapan	Hasil riset yang akan diperoleh
1.	Merumuskan pertanyaan penelitian atau hipotesis	Mengetahui dengan tepat apa yang ingin diteliti dan semua tindakan harus didasarkan pada tujuan tersebut
2.	Mendefenisikan populasi yang diteliti	Informasi mengenai kemasan oleh-oleh daerah di Provinsi Jawa Timur
3.	Memilih sampel yang sesuai dari populasi	Kemasan oleh-oleh dari wilayah/Kota di Jawa Timur yang sudah mengalami peningkatan pada desain kemasan oleh-oleh khas daerahnya
4.	Memilih dan menentukan unit analisis	Hal-hal apa yang tepatnya perlu diteliti mengenai kemasan oleh-oleh tersebut untuk mendapatkan informasi yang diinginkan

5.	Menyusun kategori-kategori isi yang dianalisis	Dapat melihat sejauh mana satuan makna berhubungan dengan tujuan penelitian. Klasifikasi ini dimaksudkan untuk mendapatkan kemasan yang layak untuk dijadikan sebagai referensi
6.	Menganalisis data yang telah dikumpulkan	Menemukan kemasan seperti apa yang layak untuk dijadikan sebagai inspirasi
7.	Menarik kesimpulan-kesimpulan dan mencari indikasi	Mendapatkan informasi seputar macam kemasan oleh-oleh yang akan didokumentaikan untuk dibahas lebih detail dalam buku visual

3.8.5. Pengambilan Keputusan

Pada tahap ini penulis mengambil keputusan dalam menentukan keseluruhan konsep yang akan menjadi acuan dalam perancangan tugas akhir yaitu buku visual kemasan produk makanan dan minuman bagi pemula. Dan pada tahap ini juga, akan dilakukan *prototype testing* atau percobaan desain model awal yang ditujukan kepada *user*. Peneliti akan melakukan revisi desain berdasarkan masukan tambahan dari partispan *prototype testin.*Peneliti mengambil keputusan untuk penetapan media, koneten, dan desain yang digunakan untuk membuat buku visual kreasi kemasan oleh-oleh Jawa Timur.

3.9. Metode Desain

Setelah melakukan penelitan, langkah selanjutnya adalah dengan menggali data riset dilakukan untuk menemukan permasalahan-permasalahan yang ada seputar kemasan makanan di Indonesia. Hasil penggalian permasalahan kemudian di urutkan lalu dikaji ulang untuk menentukan opsi-opsi pemecahan masalah yang memungkinkan. Pengkajian dan penentuan opsi pemecahan masalah dilakukan dengan metode diagram kebutuhan yang memudahkan dalam penentuan kebutuhan *user*. Opsi-opsi pemecahan masalah kemudian dikaji kembali untuk menentukan solusi yang mungkin dilakukan yang berkaitan dengan bidang desain komunikasi visual. Selain pengkajian ulang solusi ini dilakukan untuk menentukan opsi yang

paling tepat dan efektif. Penentuan strategi dan eksplorasi setelah penentuan solusi kemudian ditentukan strategi untuk merancang solusi dan media yang telah ditentukan. Konsep media dan konsep perancangan ditentukan berdasarkan hasil riset kebutuhan *user* atau *user testing*. Kriteria desain ditentukan berdasarkan hasil studi eksisting dan komparator. Proses eksplorasi dengan membuat draft isi konten buku serta dengan membuat sketsa-sketsa alternatif cover, layout, ilustrasi, fotografi, serta elemen-elemen visual lain yang akan digunakan.

BAB IV
HASIL DAN ANALISA DATA

4.1. Target Audiens

A. Segmentasi Demografis

Dalam perancangan ini target audiens yang disasar dalam pembuatan buku visual benuk-bentuk desain kemasan produk jajanan Indonesia ini adalah sebagai berikut:

- Jenis Kelamin : laki-laki dan perempuan
- Usia : 18 - 25 tahun
- Pekerjaan : desainer kemasan
- Pemasukan : ≥ Rp 4.000.000

B. Segmentasi Geografis

Perancangan ini menyasar dewasa muda di beberapa kota yang sudah sadar akan pentingnya perkembangan kemasan produk, terdapat universitas atau institut yang salah satu jurusannya merupakan desain komunikasi visual, dan di daerah yang memiliki fasilitas teknologi kemasan yang mumpuni. Seperti Jakarta, Surabaya, Bandung, Malang, Yogyakarta, dan tiap-tiap ibukota di seluruh provinsi di Indonesia.

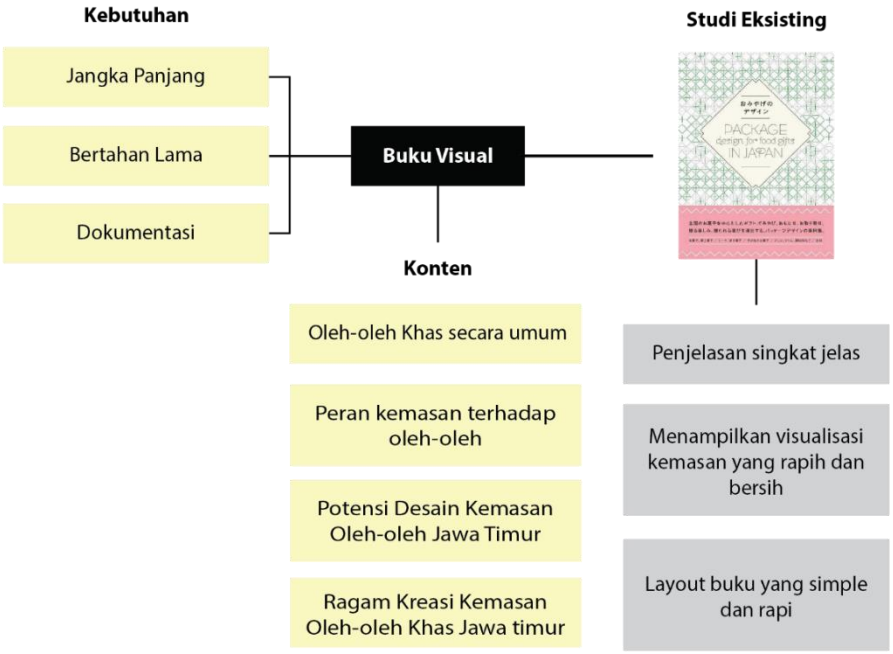
C. Segmentasi Psikografis

- Memiliki ketertarikan untuk mendesain kemasan
- Memiliki rasa ingin tahu yang tinggi
- Memiliki ketertarikan untuk memperluas pengetahuan tentang ragam bentuk kemasan produk
- Berkecimbung didalam industri desain kemasan
- Suka membaca buku

4.2. Hasil Penggalian Data

Penggalian data yang dilakukan peneliti bertujuan untuk menentukan kebutuhan media untuk user serta menentukan konten buku dan bagaimana merancang buku visual struktur kemasan produk yang komprehensif dan mampu menjawab permasalahan dan memenuhi kebutuhan user.

4.2.1. Diagram Kebutuhan



Bagan 4. 1 Diagram Kebutuhan

(sumber: Saniya, 2018)

4.3. Kajian Pustaka

Kajian pustaka sering disebut *literature review*. Kajian pustaka merupakan ringkasan tertulis dari artikel jurnal, buku dan dokumen lain yang menggambarkan keadaan masa lalu dan informasi saat ini, mengatur literatur menjadi topik, dan mendokumentasikan kebutuhan untuk penelitian yang diusulkan (Creswell, 2008), kemudian sebagai upaya yang dilakukan oleh peneliti untuk memperoleh dan menghimpun segala infomasi tertulis yang relevan dengan masalah yang diteliti (Ibnu, dkk, 2013)[8]. Dalam melakukan penelitian analisis data sekunder dapat dilakukan dengan dua pendekatan. Pertama, dimulai dengan pertanyaan penelitian (rumusan masalah) kemudian dilanjutkan dengan mengumpulkan data sekunder yang relevan. Kedua, dimulai dengan mengumpulkan data sekunder, kemudian menelaahnya untuk mencermati variabel-variabel (aspek-aspek) apa saja yang ada

[8] Muh. Fitrah dan Luthfiyah, *Metodologi Penelitian: penelitian kualitatif, tindakan kelas, dan studi kasus,* Jejak Publisher, Sukabumi, 2017, hlm 138

dalam data tersebut untuk kemudian dimunculkan pertanyaan penelitian (rumusan masalahnya) dengan menghubung-hubungkan berbagai aspek (variable) tersebut. Hal yang dianalisa dari kajian pustaka ini antara lain adalah sistematika pembabakan, konten informasi, konten visual, tata letak konten, dan gaya bahasa.

4.3.1. Buku *Package Design for Food Gift in Japan*

Tabel 4. 1 Tabel kajian buku *Package Design for Food in Japan*

No.	Kriteria	Keterangan
1	Sistematika pembabakan	Pembabakan diurutkan dan diatur ke dalam kategori berikut : permen khas Jepang dan makanan khas lokal / kue dan kue panggang / permen lainnya seperti jelly, selai, bumbu, dan minuman.
2	Konten Informasi	Konten informasi berisi tentang jenis produk khas yang dimaksud dan di daerah mana (di Jepang) dapat didapatkan. Juga terdapat informasi singkat mengenai grafis dari kemasan dan desainer/studi yang merancang kemasan tersebut. Sedangkan penjelasan terkait kemasan keseluruhan seperti jenis material kemasan yang digunakan tidak banyak dicantumkan.
3	Konten visual	Dokumentasi foto dari kemasan produk dapat dilihat dari setiap kategori kemasan dan memiliki kualitas bagus. Disetiap pembahasan kemasan, terdapat tiga foto yang dibubuhkan yaitu foto kemasan, foto kemasan yang terbuka, dan foto produk. Pengambilan foto sebagian besar menggunakan

		background berwarna putih sehingga tampak *clean.*
4	Tata letak konten	Secara keseluruhan halaman buku menggunakan 2 *grid.*
5	Gaya bahasa	Menggunakan gaya bahasa eksposisi dan sedikit deskripsi

4.3.2. Buku *Package Design in Japan* Vol. 1

Tabel 4. 2 Tabel kajian buku *Package Design in Japan Vol. 1*

No.	Kriteria	Keterangan
1	Sistematika pembabakan	Pembabakan diurutkan dan diatur ke dalam kategori berikut : A: Kemasan dengan strategi penjualan, B: Kemasan sesuai dengan fungsi, C: Kemasan untuk *display*, D: Kemasan eksperimental. Diilustrasikan dalam 690 reproduksi foto berwarna.
2	Konten Informasi	Buku ini menunjukkan informasi (dalam bahasa Inggris dan Jepang) dari setiap desain terkait merek, perusahaan , ukuran produk, harga produk dan perancang kemasan itu sendiri. Setiap penjelasan memberikan gambaran singkat tentang keadaan pasar untuk setiap kategori produk, dan bagaimana itu dapat mempengaruhi desain mereka. Sebagian besar desain kemasan dalam buku dirancang untuk dimakan dan diminum, tetapi buku ini juga mencakup segala sesuatu tentang kemasan alkohol hingga *make up.*

3	Konten visual	Kualitas foto kemasan bagus. Akan tetapi semua foto pada buku hanya menampilkan tampak depan dari kemasan dan beberapa diantaranya tidak memperlihatkan produk yang dikemas.
4	Tata letak konten	Secara keseluruhan halaman buku menggunakan 2 *grid.* Beberapa halaman menggunakan 3 *grid.*
5	Gaya bahasa	Menggunakan gaya bahasa deskripsi

4.3.3. Buku *Packaging Source Book "A Visual Guide To A Century of Packaging Design"*

Tabel 4. 3 Tabel kajian buku *Packaging Source Book "A Visual Guide To A Century of Packaging Design"*

No.	Kriteria	Keterangan
1	Sistematika pembabakan	Pembabakan diurutkan dan diatur ke dalam kategori berikut : berdasarkan *style* desain sesuai era dari mulai desain pra-modern hingga modern design
2	Konten Informasi	Menampilkan bentuk kemasan yang digunakan berbagai produk pasar pada tahun 80-an hingga 90-an beserta penjelasan singkatnya
3	Konten visual	Kaya akan konten visual tetapi hasil cetakan beberapa foto tidak maksimal dikarenakan pengambilan foto yang sudah dilakukan di waktu lampau
4	Tata letak konten	Secara keseluruhan halaman buku menggunakan 5 *grid*
5	Gaya bahasa	Menggunakan gaya bahasa deskripsi

4.4. *Depth Interview*

4.4.1. *Depth Interview* dengan desainer kemasan di UPTI Makanan, Minuman, dan Kemasan Jawa Timur

Metode observasi dipilih dengan tujuan untuk mengumpulkan informasi pendukung sebagai pertimbangan terkait masalah yang diangkat dalam perancangan buku visual struktur desain kemasan produk.

Gambar 4. 1 UPTI Makanan, Minuman, dan Kemasan Prov. Jawa Timur
(sumber: Saniya, 2018)

UPTI Mamin Provinsi Jawa Timur merupakan salah satu unit pelaksana teknis dibawah Dinas Perindustrian dan Perdagangan Jawa Timur yang tugasnya adalah melayani industri kencil dan menengah di bidang pengolahan makanan, minuman, dan kemasan di sekitar Jawa Timur. UPTI Mamin didirikan dengan tujuan:

- Meningkatkan pelayanan publik
- Meningkatkan pembinaan dibidang industri makanan, minuman, dan kemasan
- Meningkatkan pengembangan teknologi di bidang industry makanan, minuman, dan kemasan
- Meningkatkan kegiatan pelayanan teknis dibidang industri makanan, minuman, dan kemasan
- Meningkatkan bimbinganteknologi industri makanan, minuman, dan desain kemasan.

Selain menjadi tempat tujuan bagi para pengusaha industri makanan dan minuman, UPTI Mamin juga menjadi tempat bagi para desainer maupun

pengusaha untuk belajar membuat desain kemasan yang menarik dan layak digunakan. Tiap bulannya UPTI Mamin memiliki berbagai agenda kegiatan seperti seminar atau *workshop* yang ditujukan untuk mengedukasi pengusaha dan desainer kemasan. Sedangkan Tiap minggunya diadakan lomba mendesain kemasan yang dapat diikuti oleh umum, siswa SMA, dan Mahasiswa. Pekerjaan di UPTI Mamin dibagi menjadi 3 seksi yaitu, seksi desain, seksi pembinaan dan pengembangan, dan seksi tata usaha. Seksi desain dipecah kembali menjadi 3 bagian yaitu, desain, kemasan fleksibel, dan kemasan karton.

Gambar 4. 2 Depth Inerview dengan Pak Agus kepala seksi desain
di UPTI Makanana, Minuman, dan Kemasan Jawa Timur
(sumber: Saniya, 2018)

Narasumber	: Agus Santoso, Kepala seksi desain di UPTI Makanan, Minuman, dan Kemasan di Jawa Timur
Tanggal	: Senin, 16 Juli 2018
Waktu	: 09.00-13.00 WIB
Pewawancara	: Vivi Saniya Saniya
Perangkat	: *recorder*, buku catatan, kamera

Hasil Wawancara 1:

Untuk menguatkan konten buku yang akan disajikan dan menguatkan hipotesa awal permasalahan, peneliti melakukan *depth interview* di UPTI Makanan, Minuman, dan Kemasan Jawa Timur yang tepatnya berada di Kabupaten Sidoarjo Jalan Raya Trosobo, Tj Anom, Taman. Agus sendiri sudah bekerja di UPTI Mamin selama 8 tahun.

Menurut Agus, tugas dari UPTI Mamin adalah melayani industri kecil dan menengah di bidang pengolahan makanan, minuman, dan kemasan. Dalam proses pengerjaan suatu desain kemasan, ada beberapa tahap yang harus dilewati. Tahap pertama adalah bertemu secara langsung dengan *client* untuk mendiskusikan apakah produk tersebut memerlukan redesain ulang kemasan atau masih layak digunaan sehingga tidak membuang-buang waktu. Selama melakukan konsultasi dengan *client*, desainer juga bertugas memberikan edukasi tidak hanya mengenai desain saja, tetapi bagaimana kemasan tersebut berpengaruh ke harga jual dan pasar produk. Oleh sebab itu, menurut Agus pengetahuan umum tentang kemasan tidak hanya dipelajari oleh praktisi kemasan tetapi juga bagi desainer.

Gambar 4. 3 (a) Kemasan hasil desain UPTI Mamin
(b) Kemasan produk luar negeri
(sumber: Saniya, 2018)

Produk yang ingin dikembangkan kemasannya akan dilihat terlabih dahulu termasuk di dalam kategori apa. Apakah termasuk makanan kering, makanan *frozen*, makanan berminyak, dan lain sebagainya. Pemahaman tentang karakter produk sangat penting untuk memilih kemasan yang layak digunakan nantinya. Menurutnya ada tiga faktor penentu kemasan yang layak yaitu, dari segi desain, bahan atau material kemasan, dan proses produksi kemasan. Ketiga tiganya harus bisa menyesuaikan karakter produk dan segmentasi pasar yang ditargetkan. Jika dalam pengerjaannya di sisi desain sudah baik, proses cetak sudah benar tetapi pemilihan material kemasannya salah, akan mempengaruhi penggunaan kemasan tersebut pada produk. Kemudian harus dipikirkan

juga dimana dan di lingkungan seperti apa produk tersebut akan dipasarkan. Seperti halnya *frozen food,* makanan tersebut akan langsung dibawa kerumah untuk disimpan terlebih dahulu di dalam kulkas. Maka dari itu, bahan material yang digunakan seharusnya memiliki karakteristik yang elastis, tidak mudah sobek, dan tebal. Sedangkan untuk makanan ringan yang akan dibawa di ruangan terbuka dan langsung dimakan seharusnya menggunakan material kemasan yang mudah disobek tetapi tetap terjaga keheginisannya

Gambar 4. 4 Teknik sablon pada kemasan

Sumber: Saniya, 2018

Gambar 4. 5 Teknologi Kemasan

(sumber: Saniya, 2018)

Terdapat berbagai jenis material kertas yang dapat digunakan sebagai kemasan:

a. Kertas Glasin dan Kertas Tahan Minyak (*grease proff*)

   Kedua jenis kertas ini mempunyai permukaan seperti gelas dan transparan, mempunyai daya tahan yang tinggi terhadap lemak, oli dan minyak, tidak tahan terhadap air walaupun permukaan dilapisi dengan bahan tahan air seperti lak dan lilin. Kertas glasin digunakan sebagai bahan dasar laminat. Kertas ini memiliki kelemahan yaitu baunya yang menyengat. Biasanya kertas jenis glasin digunakan untuk kemasan

b. Kertas Perkamen

   Kertas jenis ini memiliki ketahanan lemak yang sangat baik. Oleh karena itu, jenis kertas ini biasa digunakan sebagai kemasan produk margarin, menteg, keju, daging, dan kopi. Kertas perkamen juga kedap terhadap air dan baunya tidak menyengat.

c. Kertas Lilin

   Kertas lilin adalah kertas yang dilapisi dengan lilin yang bahan dasarnya adalah lilin paraffin. Kertas ini dapat menghambat air, tahan terhadap minyak/oli dan daya rekat panasnya baik. Kertas lilin digunakan untuk mengemas bahan pangan, seperti roti, donat, margarin dan mentega.

d. Daluang (*container board*)

   Kertas daluang banyak digunakan dalam pembuatan kartun beralur. Ada dua jenis kertas daluang, yaitu :

   - *line board* disebut juga kertas kraft yang berasal dari kayu cemara (kayu lunak)
   - *corrugated medium* yang berasal dari kayu keras dengan proses sulfat.

e. Kertas Tyvek

   Kertas tyvek adalah kertas yang terikat dengan HDPE (high density polyethylene). Kertas tyvek mempunyai permukaan

yang licin dengan derajat keputihan yang baik dan kuat, dan sering digunakan untuk kertas foto. Kertas ini bersifat :

- *no grain* yaitu tidak menyusut atau mengembang bila terjadi perubahan kelembaban
- tahan terhadap kotoran, bahan kimia
- bebas dari kontaminasi kapang
- mempunyai kemampuan untuk menghambat bakteri ke dalam kemasan.

f. Kertas Soluble

Kertas soluble adalah kertas yang dapat larut dalam air. Digunakan untuk tulisan dan oleh FDA (Food and Drug Administration) tidak boleh digunakan untuk pangan. Sifat-sifat kertas soluble adalah kuat, tidak terpengaruh kelembaban tetapi cepat larut di dalam air.

g. Kertas Plastik

Kertas ini disebut juga kertas sintetis yang mempunyai sifat-sifat sebagai berikut :

- daya sobek dan ketahanan lipat yang baik
- daya kaku lebih kecil daripada kertas selulosa, sehingga menimbulkan maslaah dalam pencetakan label.
- tidak mengalami perubahan bila terjadi perubahan kelembaban (RH)
- tahan terhadap lemak, air dan tidak dapat ditumbuhi kapang.
- dapat dicetak dengan suhu pencetakan yang tidak terlalu tinggi

Berdasarkan pertanyaan mengenai dibutuhkannya buku kemasan saat ini, menurut Mas Agus, akan sangat lebih membantu apabila di Indonesia sendiri diproduksi buku mengenai kemasan untuk mengedukasi para desainer kemasan. Pasalnya menurut beliau, buku kemasan sangat sulit dicari di Indonesia dan sebagian besar bisa didapatkan dengan

cara menginpor dari luar negeri. Ada beberapa materi mengenai buku kemasan yang menurutnya sangat dibutuhkan oleh desainer kemasan Indonesia berdasarkan pengalamannya sebagai desainer kemasan produk UKM. Jika melirik permintaan para pengusaha terkait pembuatan sebuah kemasan, ada dua hal yang sangat mereka perhatikan yaitu tampilan kemasan yang tidak biasa dan berapa banyak biaya yang harus dikeluarkan untuk memproduksi kemasan tersebut. Biaya yang dikeluarkan memang menjadi prioritas bagi pengusaha, akan tetapi pemilihan warna dan bentuk kemasan yang berbeda dari yang lain juga tidak kalah diperhatikan. Jika berdasarkan warna, warna yang mencolok akan menjadi pilihan konsumen karena dengan mudah akan dilirik oleh konsumen. Sedangkan berdasarkan bentuk, permintaan *client* akan sangat bermacam-macam. Menurut mereka bentuk kemasan yang berbeda dapat membedakan produk mereka dengan produk sejenis lainnya apabila diletakkan di rak toko atau tempat yang sama.

Kemasan memiliki bentuk atau struktur yang berbeda beda tergantung untuk apa kemasan tersebut dibutuhkan. Bentuk kemasan dapat dibedakan menjadi dua. Kemasan berbentuk unik yang dibuat dengan alasan sebagai pemikat konsumen atau *display* dan bentuk kemasan yang dibuat dengan alasan supaya dimudahkan dalam proses pengiriman. Berikut merupakan perbedaan dari kedua kemasan tersebut.

Gambar 4. 6 (a) Kemasan dari segi transportasi
(b) Kemasan dari segi display
(sumber: Saniya, 2018)

Pada kemasan (a) menunjukkan bahwa kemasan tersebut memiliki bentuk yang apabila diletakkan di dalam kardus tidak menyisakan ruang kosong yang sia-sia tetapi terbilang sebagai bentuk kemasan yang biasa. Sedangkan kemasan (b) merupakan bentuk kemasan yang apabila diletakkan disebuah rak berdampingan dengan produk lainnya dapat mencuri perhatian mata konsumen tetapi tidak diuntungkan dari sisi *delivery* atau pengiriman. Terlepas dari sifat kemasan itu sendiri, banyaknya produk baru yang bermunculan dan memiliki kesamaan, mengakibatkan meningkatnya permintaan bentuk kemasan yang berbeda dari *client*.

Buku yang membahas mengenai kemasan berciri khas budaya Indonesia menjadi salah satu buku yang bagus untuk dikembangkan. Apalagi semakin maraknya UMKM yang semakin banyak dan sebagian besar mengambil jalan untuk untuk memproduksi oleh-oleh khas suatu daerah. Kemasan untuk oleh-oleh suatu daerah sebaiknya juga mnecerminkan daerah itu sendiir. Tidak hanya sebagai pembukti bahwa produk tersebut merupakan hasil olahan negeri tetapi juga sebagai salah satu usaha mempromosikan suatu daerah. Jika hanya menyajikan buku dengan konten macam bentuk kemasan seharusnya tidak terlalu banyak penjelasan yang

dicantumkan. Cukup singkat, jelas, dan mampu mempresentasikan kemasan produk tersebut. Karena pada dasarnya tujuan awal dari buku tersebut adalah untuk memberikan gambaran kemasan seperti apa yang dapat mencirikhaskan budaya Indonesia. Akan lebih baik juga jika diperlihatkan produk yang ada didalamnya.

Gambar 4. 7 Wawancara sesi kedua dengan Mas Agus
(sumber: Saniya, 2018)

Hasil Wawancara 2:

Gambar 4. 8 Wawancara sesi ketiga dengan Mas Agus
(sumber: Saniya, 2018)

Oleh-oleh di Indonesia sangat beragam. Pengemasan adalah hal yang perlu diperhatikan dalam sebuah bisnis oleh-oleh. Untuk kemasan oleh-oleh di Jawa Timur sudah mengalami peningkatan. Surabaya, Malang, Batu merupakan sebagian daerah di Jawa Timur yang pengemasan oleh-olehnya sudah lebih modern. Kemasan daerah sendiri

memiliki karakteristik yang mengandung identitas budaya lokal. Jepang menjadi negara yang memiliki karakteristik kemasan yang sangat melekat. Desainnya yang unik dan rapi banyak digunakan sebagai referensi bagi para desainer kemasan. Misalnya kemasan untuk *gift* di Jepang, mereka mengemasnya dalam sebuah kotak yang dibalut menggunakan kertas bermotif sakura atau kain bermotif sebagai pemanis.

Untuk buku visual yang membahas mengenai kemasan suatu produk, fotografi adalah konten pada buku yang perlu diperhatikan. Lebih baik pengambilan gambar dilakukan sendiri dibandingkan menggunakan gambar yang sudah ada. Selain untuk mendapatkan kualitas gambar yang lebih baik, tema foto bisa disesuaikan dengan konsep rancangan buku. Pembahasan untuk setiap kemasan harus menunjukkan gambaran dari kemasan dan produk yang dikemas. Dari foto produk yang ditunjukkan, nantinya pembaca dapat mengetahui detail karakter produk sehingga dengan mudah menyesuaikan kemasan seperti apa yang sesuai bagi produk-produk tertentu. Fotografi dengan menggunakan warna latar belakang yang cerah atau warna putih lebih banyak digunakan pada buku kemasan karena memberikan kesan ringan bagi pembaca dan untuk menunjukkan sisi-sisi kemasan yang lebih detail.

Buku-buku kemasan serupa umumnya hanya memberikan deskripsi singkat mengenai kemasan produknya. Sebagai tambahan, setiap kemasan bisa diberikan pembahasan berupa:

a. Karakter produk
b. Gaya Desain
c. Struktur kemasan dan kunci
d. Material kemasan

Tambahan materi diatas sesuai dengan tujuan dibuatnya buku sebagai buku referensi yang bermanfaat. Tidak hanya

menikmati macam kreasi bentuk kemasan produk saja, tetapi pembaca juga diberikan wawasan yang lebih mengenai detail pada kemasan dan produk.

4.4.2. Wawancara dengan salah seorang *Packaging Consultant and Trainer*, sekaligus penulis buku tentang kemasan.

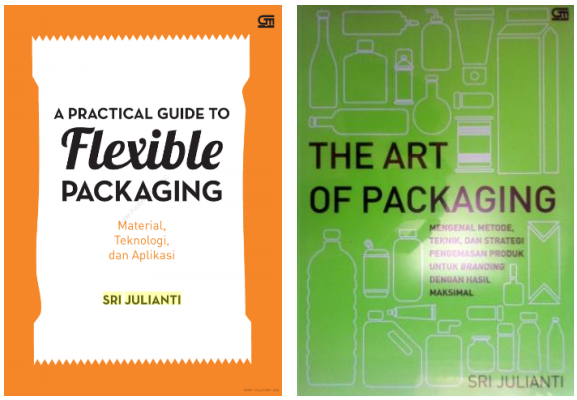
Gambar 4. 9 Depth Interview Ibu Sri Julianti
(sumber: Saniya, 2018)

Narasumber : Ibu Sri Julianti, *Packaging Consultant and Trainer*
Tanggal : Rabu, 10 Juli 2018
Waktu : 09.00-11.30 WIB
Tempat : Jl. Taman Kendangsari no. 38, Surabaya
Pewawancara: Vivi Saniya Saniya
Perangkat : *recorder*, buku catatan, kamera
Hasil Wawancara 1:

Peneliti melakukan wawancara dengan Ibu Juli untuk mendapatkan informasi terkait pentingnya pengetahuan umum tentang kemasan bagi mahasiswa desain jika sudah bekerja di industri makanan dan minuman. Pengalaman beliau sebagai pakar kemasan yang bekerja di PT. Unilever, memberikan berbagai gambaran pekerjaan seorang desainer kemasan saat ini sangat dibutuhkan, akan tetapi sebagian besar dari mereka belum banyak mengenal kemasan produk lebih jauh.

Menurut Ibu Juli, beliau telah mengadakan lebih dari 10 seminar mengenai kemasan produk dan hampir di tiap pertemuannya terdapat mahasiswa desain yang berpartisipasi. Ibu Juli juga melakukan seminar

di beberapa universitas di Surabaya seperti Universitas Kristen Petra dan Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya. Dari pengamatannya mahasiswa desain lebih tertarik ketika membahas mengenai inovasi kemasan produk. Materi yang akan diajarkan ditiap seminar akan berbeda. Jika seminar dilakukan di universitas yang sudah pasti pesertanya berasal dari kalangan mahasiswa, konten yang dipilih akan membahas tentang teknikal aspek kemasan, inovasi kemasan, teknikal aspek terhadap grafis, dekorasi kemasan, ukuran (area mana yang bisa dicetak dan tidak bisa dicetak), dan tentang *project network* yaitu proses dari desain sampai proses produksi kemasan. Pemahaman material produk atau karakter produk yang akan dikemas juga merupakan hal utama yang harus dipahami oleh desainer kemasan. Karena jika terjadi kesalahan pemilihan bahan kemasan nantinya akan berdampak buruk terhadap produk di dalam kemasan. Bisa jadi produk akan terkontaminasi, mudah kadaluarsa, dan basi. Contohnya kacang yang tidak bisa dibawa mengudara karena jika mendapatkan tekanan kacang tersebut akan meletus atau makanan gorengan harus dikemasan di dalam kemasan yang didalamnya terdapat bahan yang menghalangi kemasan diluarnya rusak terkena minyak dari gorengan. Ibu Juli mengatakan, sebuah desain kemasan yang baik adalah yang mampu mengkomunikasikan antara kemasan dengan konsumen, bisa membedakan produk dengan kompetitor-kompetitor sejenis, dan kemasan yang menarik perhatian konsumen/*eye catching*.



Gambar 4. 10 Buku karya Ibu Sri Julianti

(sumber: Saniya, 2018)

Selain bekerja sebagai *Packaging Consultant,* Ibu Juli aktif sebagai penulis buku. Buku yang diterbitkannya membahas mengenai kemasan produk yang ditulis berdasarkan pengalamannya terdahulu. Menurutnya, banyak Institusi yang mengajarkan ilmu Desain Konumikasi Visual atau yang terkait dengan desain grafis, tetapi untuk mendapatkan kemasan yang baik desain grafis saja tidak cukup. Banyak hal teknis dan cara praktis yang sayangnya hanya diperoleh oleh praktisi kemasan. Dan beberapa hal penting seperti kesederhanaan, psikologi warna, dan bentuk kemasan sering tidak diperhatikan oleh seorang desainer. Oleh karena itu, Ibu Juli menulis buku supaya nantinya dapat membantu menambah ilmu pengetahuan para desainer kemasan terutama di Indonesia.

Ibu Juli mengatakan perkembangan minat terhadap kemasan saat ini semakin besar. Para desainer muda juga berlomba lomba menciptakan sebuah kemasan yang menarik dan tidak biasa. Dalam beberapa sesi seminar yang diadakan oleh Ibu Juli, banyak dari mahasiswa maupun desainer muda tertarik untuk belajar lebih jauh mengenai kemasan. Karena belajar dari pengalaman Ibu Juli yang melihat sebuah kemasan dari segi industri pengemasan yang lebih besar, selain memberikan ilmu terkait teknologi kemasan, beliau berharap para desainer muda dapat belajar sesuai porsinya. Yang artinya sebagai seorang desainer, sudah seharusnya mempelajari mengenai cara mendesain sebuah kemasan. Akan tetapi menurut beliau, buku dan literatur tentang kemasan yang banyak beredar di Indonesia sebagian besar hanya membahas industri pengemasan yang diperuntukkan bagi praktisi kemasan.

Ibu Juli memiliki gaya tersendiri dalam merancang sebuah buku kemasan. Konten buku akan dibuat secara runtun berdasarkan materi yang disajikan sehingga pembaca bisa dengan mudah mengikuti tahapan yang seharusnya. Seperti pada bab cara mendesain kemasan pada buku *"A Practical Guide to Flexible Packaging"*, pertama-tama materi yang dibahas akan seputar pemahaman produk, dilanjutkan dengan memelajari target konsumen, pemahaman material, dan diakhiri dengan materi pengecekan keamanan kenyaman kemasan. Di akhir bab juga

dibubuhkan sebuah tes atau studi kasus yang fungsinya mengajak pembaca ikut berfikir menyelesaikan masalah sesuai dengan keadaan di lapangan. Pembagian materi bab pada buku juga dibuat berurutan sesuai dengan konsep awal buku. Akan tetapi menurut beliau ada beberapa kekurangan pada buku yang dirancangnya, yaitu foto-foto yang disajikan memiliki kualitas yang kurang bagus dikarenakan keterbatasan teknologi yang digunakan. Akan lebih baik apabila sebuah buku dapat menyajikan gambar maupun foto berkualitas sehingga pembaca bisa merasa nyaman membacanya. Dari kedua buku karya Ibu Juli, bisa dilihat bahwa keduanya memiliki sampul yang terkesan mencolok. Ibu Juli memilih sampul dengan warna yang tidak biasa. Satu buku berwarna oranye dan satu lagi berwarna hijau terang. Menurutnya, ada dua pilihan sebuah buku dapat dilirik oleh konsumen apalagi jika diletakkan pada sebuah rak yang penuh dengan buku sejenis. Buku tersebut memiliki sampul yang *eye catching* atau materi yang disajikan buku tersebut tidak biasa.

Hasil Wawancara 2:

Perkembangan kemasan bagi usaha-usaha kecil sampai menengah seperti kemasan oleh-oleh khas daerah mendapat perhatian yang besar saat ini. Di Jawa Timur sendiri, sudah mulai mengalami peningkatan. Yang pada awalnya banyak dari produknya hanya menggunakan kemasan plastik pada umumnya, sejauh yang Ibu Juli lihat mengenai bentuk maupun materialnya sudah dipertimbangkan dengan baik. Alasannya, para pelaku usaha mencoba meraih target kalangan menengah keatas yang notabene menyukai produk bernilai premium dan tampak rapi serta higienis. Semakin sadarnya akan pentingnya sebuah kemasan semakin bermunculan juga inovasi-inovasi kemasan baru saat ini.

Definisi sebuah inovasi itu tidak harus unik melainkan harus sesuai dengan kebutuhan. Dilihat dari segi bentuk, keergonomisan kemasan perlu dipertimbangkan sehingga dapat memberikan kenyamanan pada konsumen, mudah disusun, dan dapat didistribusikan dalam jumlah

banyak. Dari segi material, bisa menggunakan material yang ramah lingkungan maupun material berdaya tahan tinggi akan tetapi dapat didaur ulang dan tidak menimbulkan kerusakan lingkungan. Dan dari segi grafis mampu menyesuaikan dengan produk yaitu mampu menjadi promosi yang baik bagi produk.

Gambar 4. 11 Kemasan lama produk sinom Ombe
(sumber: Santoso, 2016)

Gambar 4. 12 Kemasan baru produk sinom Ombe
(sumber: Santoso, 2016)

Gambar 4. 13 Kemasan lama produk sambel pecel Glodak
(sumber: Wisaksono, 2017)

Gambar 4. 14 Kemasan baru produk sambel pecel Glodak
(sumber: Wisaksono, 2017)

Penilaian sebuah kemasan apakah sudah bisa dikatakan baik/berinovasi tidak hanya dilihat dari segi display kemasan saja, banyak hal-hal yang perlu dipertimbangkan :

a. Apakah sudah sesuai dengan target konsumen?
b. Apakah bentuknya saja yang beda dari sebelumnya?
c. Produk memiliki berapa varian?
d. Berapa ukuran atau volume kemasan yang sesuai untuk produk tersebut?
e. Konten apa saja yang ditunjukkan pada permukaan kemasan? Sudahkah lengkap?

Sebagai contoh pada kemasan minuman ombe diatas. Sebagian besar kemasan sinom yang dijual dipasaran menggunakan botol plastik yang terlihat rapuh dan seperti hasil daur ulang dari produk minuman lainnya. Sedangkan target yang ingin disasar adalah masyarakat muda-mudi kalangan menengan keatas. Adanya peningkatan pada kemasan memang sangat dibutuhkan. Khususnya bagi anak muda, kemasan tersebut mampu mengubah *mindset* anak muda jikalau minuman jamu kesehatan juga bisa terlihat modern dan memenuhi kebutuhan saat ini, dimana bentuk kemasan yang lebih sederhana serta ukuran volume yang disesuaikan cukup untuk sekali minum saja.

Mengenai detail pembahasan kemasan pada buku, selain pembahasan produk dan kemasan secara singkat, mungkin perlu ditambahkan misalkan mengenai alasan pemekaian material transparan atau tidak transparan, jenis material sticker yang digunakan, mengapa warna tiap kemasan dibedakan tidak disama ratakan, alasan pemilihan wara pada kemasan, dan juga dimana produk dapa dijumpai oleh konsumen.

4.4.3. Studi Literatur

Peneliti mendapatkan berbagai informasi mengenai pengetahuan-pengetahuan kemasan produk yang akan diolah dan dijadikan sebagai konten buku visual

4.4.4. Studi Eksisting

Peneliti mempelajari elemen visual, konten, dan konsep yang digunakan oleh buku serupa sebagai pertimbangan dan acuan untuk merancang buku visual kemasan produk makanan dan minuman

4.4.5. Studi Komparator

Peneliti mempelajari layout, elemen visual, konten yang digunakan oleh competitor

4.5. Metode Analisis Konten

Analisis konten menyediakan teknik yang mapan dan sistematis untuk menangani data kualitatif, baik menganalisis catatan yang ada dan dokumen yang

diarsipkan, atau materi baru yang dihasilkan oleh peserta penelitian melalui wawancara, kuesioner, atau metode kreatif seperti menggambar atau kolase. Selain konten, metode analisis memeriksa bentuk, atau struktur komunikasi; misalnya, skala dan lokasi gambar atau font dan jenis teks pada halaman atau layar dalam dokumen, dan hubungan antara teks dan gambar.

Dalam hal ini peneliti akan menggunakan metode analisis isi untuk mempelejari lebih lanjut mengenai kemasan oleh-oleh daerah yang ada di Jawa Timur. Kemasan akan dikategorikan dalam beberapa unit yang kemudian hasil akhirnya dianalisis kembali untuk melihat seperti apa kemasan yang patut dijadikan referensi. Metode analisis isi ini dilakukan dalam beberapa tahap:

4.5.1. Merumuskan hipotesis

Pada tahap ini, peneliti menentukan tujuan spesifik yang ingin dicapai. Tujuannya adalah sebagai langkah untuk menfokuskan masalah, mengidentifikasikan data-data yang relevan untuk dikumpulkan, menunjukkan bentuk desain penelitian, termasuk teknik analisis yang akan digunakan, mendapatkan kerangka penyimpulan, merangsang penelitian lebih lanjut. Ini juga merupakan salah satu cara ntuk merumuskan ide-ide utama yang biasanya muncul saat atau setelah pengembangan proses.

Peneliti berhipotesis mengenai perkembangan kemasan produk-produk lokal di Indonesia saat ini mengalami peningkatan yang cukup baik. Pemerintah, asosiasi, maupun pekerja kreatif bahkan ikut andil dalam proses pengembangkan kemasan-kemasan tersebut sehingga produk dalam negeri memiliki nilai jual dan daya saing yang tinggi. Yang tidak kalah diperhatikannya adalah kemasan pada oleh-oleh daerah. Jawa Timur sebagai provinsi dengan jumlah pelaku usaha atau UKM terbanyak, telah mampu menunjukkan kecakapannya dalam menangani masalah kemasan oleh-oleh di beberapa daerahnya. Mengingat adanya rumah kemasan dan berbagai program redesain kemasan yang diselenggarakan membuat produk-produk lokal semakin mendapatkan perhatian di benak masyarakat. Beberapa produk dari UKM telah menjadi produk-produk premium dengan tampilan kemasan yang berkualitas. Banyaknya desainer kemasan muda yang bermunculan dengan berbagai macam karya yang menarik, bahkan merancang kemasan berciri khaskan Indonesia,

diharapkan karya-karya tersebut dapat dijadikan sebagai referensi untuk desainer-desainer kemasan lainnya dan memunculkan inspirasi tren kemasan baru bagi kemasan produk oleh-oleh daerah. Dari fenomena tersebut peneliti merumuskan untuk merancang sebuah media berisikan kreasi kemasn oleh-oleh di Jawa Timur sebagai referensi yang unik.

4.5.2. Mendefinisiskan populasi yang diteliti

Populasi merupakan kelompok yang menjadi tujuan generalisasi dari hasil penelitian. Orang-orang, lembaga, organisasi, maupun benda-benda yang menjadi sasaran penelitian merupakan anggota populasi. Produk oleh-oleh khas daerah sangat erat kaitannya dengan bidang pariwisata. Oleh-oleh seperti makanan atau jajanan khas diakui sebagai alat promosi dan *positioning* destinasi yang efektif karena makanan memiliki kekhasan suatu daerah yang mampu membedakan satu daerah dengan daerah lainnya. Demikian pula, dengan meningkatnya minat dalam masakan lokal, beberapa negara pada akhirnya menetapkan fokus pada makanan sebagai produk oleh-oleh wisata inti mereka. Sebagai contoh, Perancis, Italia, dan Thailand, terkenal dengan masakannya. Pentingnya hubungan antara makanan dan pariwisata tidak dapat diabaikan. Dengan demikian, tempat-tempat destinasi wisata dapat menggunakan oleh-oleh khas untuk mewakili pengalaman budaya, status, identitas budaya, dan mengkomunikasikannya. Menteri Pariwisata Arief Yahya mengatakan Indonesia sedang menuju destinasi wisata olahan pangan khas terfavorit di dunia yang berdaya saing. Untuk itu, promosi ke luar negeri dan di dalam negeri terus dilakukan sebagai cara meningkatkan rasa cinta dan minat masyarakat terhadap olahan pangan tradisional nusantara. Begitu pentingnya peran oleh-oleh khas daerah terhadap dunia pariwisata Indonesia, meyakinkan peneliti bahwa beberapa daerah dengan jumlah kunjungan wisatawan yang tinggi tentunya akan sangat memperhatikan kualitas oleh-oleh daerahnya yang sudah jelas berpengaruh juga terhadap tampilan kemasannya.

Populasi dalam penelitian adalah keseluruhan kemasan produk oleh-oleh khas di 10 wilayah kota/kabupaten yang ada di Jawa Timur. 10 Kota/Kabupaten di Jawa Timur ini dipilih berdasarkan adanya upaya pengembangan desain kemasan produk oleh-oleh UKM di daerahnya Tentunya setiap daerah tersebut

memiliki berbagai oleh-oleh khas yang mewakili. Berikut adalah berbagai macam oleh-oleh khas dari setiap Kota/Kabupaten:

Tabel 4. 4 Tabel oleh-oleh khas d tiap Kota/Kabupaten di Jawa Timur

No.	Kota/Kabupaten	Oleh-oleh khas
1.	Kota Surabaya	Kua lapis Surabaya, rujak cingur, semanggi, sambel pecel
2.	Kabupaten Malang/Kota Malang/ Batu	Pia cap mangkok, keripik tempe, ledre, kopi dampit, keripik apel
3.	Kota Tuban	Buah siwalan, sego becek, kare rajungan
4.	Kabupaten Banyuwangi	Sego tempong, rujak soto, pecel rawon
5.	Kabupaten Gresik	Otak-otak bandeng, bonggolan, pudak, jubung
6.	Kabupaten Pacitan	Kripik sale, rengginan manis, olahan tuna
7.	Kabupaten Kediri	Tahu takwa, tahu pong, getuk pisang
8.	Kabupaten Lamongan	Wingko babat, nasi boranan
9.	Kota Blitar	Madumongso, opak gambir
10.	Kabupaten Sidoarjo	Kerupuk udang, terasi, dan petis, bandeng

4.5.3. Memilih sampel yang sesuai dari populasi

Pengambilan sampel bertujuan untuk mengerucutkan/memperkecil kembali wilayah riset atau kemasan produk yang akan dianalisis. Pada tahap ini, teknik penarikan sampel yang digunakan adalah sampel purposif. Kata purposive sendiri memeiliki arti ‘disengaja’ yang berarti peneliti menentukan sendiri sampel yang diambil karena pertimbangan tertentu dan sesuai dengan tujuan awal.

Berdasarkan penjelasan tersebut, dalam penelitian ini ditarik sampel yang memenuhi kriteria yaitu kemasan produk oleh-oleh khas 10 Kota/Kabupaten di Jawa Timur yang diprediksi sebagai kemasan dengan kualitas dengan nilai jual tinggi dan produk olahannya merupakan oleh-oleh khas wilayah tersebut. Peneliti mengumpulkan sejumlah 35 kemasan untuk nantinya dianalisis lebih jauh.

4.5.4. Memilih dan menentukan unit analisis

Unit sampel adalah unit yang dipilih (diseleksi) oleh peneliti untuk didalami. Unit sampel memberikan batasan secara tegas, isi mana yang akan diteliti dan tidak akan diteliti sesuai dengan tujuan penelitian (Eriyanto, 2011: 63). Unit analisis didefinisikan sebagai saegala hal yang diobservasi, dicatat dan dianggap sebagai data, memisahkan menurut batas-batasnya dan mengidentifikasi untuk analisis berikutnya.

Unit analisis pada penelitian ini adalah 120 kemasan oleh-oleh khas Kota/Kabupaten di Jawa Timur. Sedangkan untuk satuan ukur dalam penelitian ini adalah:

a. Pengaruh terhadap penjualan produk
b. Sudah sesuai dengan target konsumen
c. Bentuk kemasan :
    - Kemasan mudah dibuka
    - Praktis untuk dibawa bepergian
    - Mudah digenggam dengan satu tangan
    - Mudah disimpan
d. Ukuran volume kemasan:
    - Sesuai dengan kebutuhan konsumen
    - Mendorong pembelian
    - Mudah disimpan
    - Mudah dibawa bepergian
e. Fungsi Kemasan :
    - Memberikan daya tarik pada produk
    - Memberikan informasi isi kemasan
    - Salah satu cara pembeda dengan produk sejenis

- Menyampaikan produk yang premium

f. Material kemasan :
   - Material ramah lingkungan
   - Material baru
   - Daya tahan tinggi
   - Dapat didaur ulang

g. Warna :
   - Kombinasi warna menarik perhatian
   - Memudahkan mengenali kemasan
   - Warna tulisan mudah untuk dibaca
   - Warna menonjol apabila diletakkan bersama produk sejenis

h. Gambar :
   - Gambar logo mudah dikenali ketika berbelanja
   - Gambar logo menonjolkan merk produk
   - Menambahkan informasi yang jelas dan tegas

4.5.5. Menyusun kategori-kategori isi yang dianalisis

Setelah menentukan setepat mungkin aspek apa dari konten yang akan diselidiki, kemudian perlu dirumuskan kategori-kaegori yang relevan dengan penyelidikan. Pada tahap ini peneliti melakukan riset terkait data kreasi desain kemasan oleh-oleh khas dari Kota/Kabupaten di Jawa Timur yang telah dikumpulkan. Riset dilakukan dengan menggunakan tabel yang dikategorikan berdasarkan satuan unit analisis. Satuan unit analisis digunakan sebagai tolok ukur penilaian setiap kemasan. Tentunya setiap kemasan memiki kekurangan, kelebihan, dan keunikan masing-masing. Nantinya peneliti juga bisa melihat seperti apa target konsumen sasaran dari sebagian besar para pelaku usaha oleh-oleh khas daerah. Berikut merupakan pengkategorian berdasarkan unit analisis yang telah ditentukan:

Tabel 4. 5 Tabel penyusunan kategori-kategori pada kemasan oleh-oleh pilihan

Produk	Merk	Penjualan produk meningkat	Sesuai degan target konsumen	Bentuk Kemasan				Ukuran Volume Kemasan				Fungsi Kemasan				Material Kemasan				Warna				Gambar		
				Mudah dibuka	Praktis	Mudah digenggam dengan satu tangan	Mudah disimpan	Sesuai Kebutuhan	Mendorong Pembelian	Mudah disimpan	Mudah dibawa	Memberikan daya tarik	Memberikan informasi kemasan	Pembeda dengan produk lain	Menyampaikan produk yang premium	Material ramah lingkungan	Material Baru	Daya Tahan tinggi	Dapat didaur ulang	Kombinasi warna menarik perhatian	Mudah mengenali kemasan	Warna tulisan mudah dibaca	Warna menonjol di rak	Gambar logo mudah dikenali	Gambar logo menonjolkan merk	Menambahkan informasi yang jelas
	Samba DD1			√		√		√		√	√		√					√	√							
	Kacang Tree-G	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√						√	√		√	√	√
	Lapis Surabaya	√	√	√				√	√			√	√	√	√					√	√	√	√	√	√	
	Herbaroota		√		√	√	√			√	√		√					√	√	√		√				√
	O'sellama	√	√	√	√	√	√	√		√	√		√		√			√	√	√	√	√		√	√	√
	Elan Cokelat		√	√	√	√	√	√	√	√	√	√		√	√					√	√		√			√
	Sinom Ombe	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√		√			√	√	√	√	√	√	√	√	
	Bakso Hitam			√	√	√				√								√	√	√		√	√			
	Rujak Cingur	√	√	√		√	√	√	√	√	√	√	√	√	√			√	√	√	√	√	√	√	√	√
	Fish-Q	√	√		√		√	√	√	√	√	√	√	√	√			√		√	√	√	√	√	√	√

Produk	Merk	Penjualan produk meningkat	Sesuai degan target konsumen	Bentuk Kemasan				Ukuran Volume Kemasan				Fungsi Kemasan				Material Kemasan				Warna				Gambar		
				Mudah dibuka	Praktis	Mudah digenggam dengan satu tangan	Mudah disimpan	Sesuai Kebutuhan	Mendorong Pembelian	Mudah disimpan	Mudah dibawa	Memberikan daya tarik	Memberikan informasi isi kemasan	Pembeda dengan produk lain	Menyampaikan produk yang premium	Material ramah lingkungan	Material Baru	Daya Tahan tinggi	Dapat didaur ulang	Kombinasi warna menarik perhatian	Mudah mengenali kemasan	Warna tulisan mudah dibaca	Warna menonjol di rak	Gambar logo mudah dikenali	Gambar logo menonjolkan merk	Menambahkan informasi yang jelas
	Enfina Pia Kacang		√	√			√			√			√									√				
	Sambal Glodak	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√			√		√	√	√	√	√	√	√
	Rempeyek Semanggi	√		√			√		√	√		√	√		√			√			√		√	√	√	√
	Karang	√	√	√	√	√	√			√	√					√										
	Kayana	√	√			√	√	√	√			√		√	√			√			√	√	√			
	Sambal Ijo Ebi		√		√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√			√	√				√	√	√	√
	Kerupuk Samiler Samijali					√	√			√	√		√			√						√				
	Sari Delight		√	√	√	√	√	√	√	√	√							√	√			√				
	Smakelijk Putu Belanda	√	√	√			√	√	√	√		√	√	√	√	√					√		√	√	√	√
	Spicana	√	√	√			√	√	√	√		√	√	√	√	√					√		√	√	√	√

Produk	Merk	Penjualan produk meningkat	Sesuai degan target konsumen	Bentuk Kemasan				Ukuran Volume Kemasan				Fungsi Kemasan				Material Kemasan				Warna				Gambar		
				Mudah dibuka	Praktis	Mudah digenggam dengan satu tangan	Mudah disimpan	Sesuai Kebutuhan	Mendorong Pembelian	Mudah disimpan	Mudah dibawa	Memberikan daya tarik	Memberikan informasi isi kemasan	Pembeda dengan produk lain	Menyampaikan produk yang premium	Material ramah lingkungan	Material Baru	Daya Tahan tinggi	Dapat didaur ulang	Kombinasi warna menarik perhatian	Mudah mengenali kemasan	Warna tulisan mudah dibaca	Warna menonjol di rak	Gambar logo mudah dikenali	Gambar logo menonjolkan merk	Menambahkan informasi yang jelas
	Sendok Kayu (Kripik)	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√				√	√	√		√	√	√
	Pitik Lodho Tulungagung		√				√	√		√		√	√	√	√			√	√			√				
	Minuman rempah BOKA	√	√	√	√	√	√	√		√	√		√		√			√	√							
	Wingko Tjap jadul		√	√		√	√	√		√		√			√	√							√			√
	Noduri (Bandeng)	√	√	√			√	√	√	√		√	√	√	√	√				√	√	√	√	√	√	√
	Holycrack	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√				√	√	√	√	√	√	√
	Cassaka Gethuk Pelangi	√	√	√	√	√	√	√	√	√		√		√	√	√					√	√	√			
	Suwirpro Serundeng	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√		√	√	√	√					√	√				√
	Kue Lapis Eden		√	√			√	√	√	√	√			√	√	√						√				√
	Kue Belinjo	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√				√	√	√	√	√		√

Produk	Merk	Penjualan produk meningkat	Sesuai degan target konsumen	Bentuk Kemasan				Ukuran Volume Kemasan				Fungsi Kemasan				Material Kemasan				Warna				Gambar		
				Mudah dibuka	Praktis	Mudah digenggam dengan satu tangan	Mudah disimpan	Sesuai Kebutuhan	Mendorong Pembelian	Mudah disimpan	Mudah dibawa	Memberikan daya tarik	Memberikan informasi isi kemasan	Pembeda dengan produk lain	Menyampaikan produk yang premium	Material ramah lingkungan	Material Baru	Daya Tahan tinggi	Dapat didaur ulang	Kombinasi warna menarik perhatian	Mudah mengenali kemasan	Warna tulisan mudah dibaca	Warna menonjol di rak	Gambar logo mudah dikenali	Gambar logo menonjolkan merk	Menambahkan informasi yang jelas
	Kue Jubung		√		√	√	√	√		√	√		√	√	√	√						√		√	√	√
	Madumongso Wahyu Tumurun	√	√		√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√				√	√	√	√	√	√	√
	Pudak Putri Japung		√			√	√	√		√	√		√		√	√						√		√	√	√
	Pia Ireng	√	√	√	√		√	√	√	√	√	√	√	√	√	√				√	√	√	√	√	√	√
	Sambel Pecel Mirasa	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√					√	√				√

4.5.6. Menganalisis data yang telah dikumpulkan

Dalam penelitian kualitatif, penggunaan analisis isi lebih banyak ditekankan pada bagaimana simbol-simbol, bentuk, ukuran, gambar serta atribut lainnya yang ada pada kemasan itu terbaca atau tersampaikan pada konsumen, dan bagaimana simbol-simbol itu dianalisis oleh peneliti. Pada tahapan ini hasil dari tabel kategori yang telah dilakukan akan dinanalisis sedemikian rupa untuk kemudian disimpulkan.

Ada beberapa alasan bagaimana sebuah kemasan telah didesain dengan baik diantaranya, dapat mengkomunikasikan strategi pemasaran/merek secara efektif, mengilustrasikan informasi produk secara jelas, menekankan informasi dengan hierarki dan tidak berserakan serta mudah dibaca, menyarankan fungsi, penggunaan, dan tujuan produk secara visual, menjelasakan penggunaan dan cara pemakaian secara efektif, dapat membedakan produk dari competitor, dapat membedakan produk apabila diletakkan dalam rak. Desain tidak dapat berfungsi dengan baik apabila produk tidak dapat keluar dari kemasan atau kemasan mudah sobek. Pengaplikasian tipograi yang sukar dibaca dan nama produk yang sulit dieja mmenyebabkan kemasan tidak dapat mengkomunikasikan produk dengan baik. Darii berbagai alasan tersebut, pada akhirnya kemasan produk oleh-oleh ini dikategorikan berdasarkan bentuk kemasan, ukuran kemasan, fungsi kemasan, warna kemasan, gambar kemasa, target konsumen kemasan, dan tingkat penjualan yang diakibatkan oleh kemasan.

Bentuk dan ukuran kemasan sangat mempengaruhi seberapa besar kemasan tersebut berfungsi terhadap produk. Seperti yang dijelaskan sebelumnya, bahwa sebuah kemasan sebaiknya dapat dengan mudah dibuka oleh konsumen tanpa menyulitkannya. Jika dilihat, produk oleh-oleh khas daerah umumnya dapat mempersulit wisatawan yang membawanya, karena wisatawan dapat mengunjungi berbagai destinasi wisata dalam satu waktu. Hal ini menyebabkan wisatawan lebih memilih membeli oleh-oleh yang praktis untuk dibawa bepergian, sehingga kemasan dengan bentuk dan ukuran yang tidak sesuai dapat dikategorikan sebagai desain yang tidak berfungsi dengan baik. Begitu pula warna dan gambar pada kemasan. Apalagi jika keberadaan sentra oleh-oleh maupun sentra UKM dapat memberikan penawaran produk yang

begitu beragam. Sebuah kemasan dengan warna yang mencolok atau mudah dikenali akan langsung menarik perhatian para wisatawan. Sama halnya pada kemasan yang memiliki gambar atau ilustrasi berkarakter, minat wisatawan akan semakin tinggi untuk membelinya diakibatkan rasa penasaran yang tinggi. Tentunya kemasan yang baik juga mampu mendongkrak tingkat penjualan produk dan pemilihan material kemasan dapat mempengaruhinya. Dari segi material, bisa menggunakan material yang ramah lingkungan akan tetapi juga memiliki daya tahan yang tinggi, namun juga dapat didaur ulang kembali dan tidak menimbulkan kerusakan lingkungan.

Tahap analisis memudahkan peneliti melihat gambaran dari kemasan yang baik untuk produk oleh-oleh khas daerah. Terdapat 25 unit analisis yang digunakan dalam pengkategorian ini. Kemasan dengan jumlah tercapainya indikator penilaian yang tinggi menjadikannya sebagai contoh kemasan yang baik. Sedangkan kemasan dengan indikator penilaian rendah belum tentu dikatakan sebagai kemasan yang buruk, akan tetapi nantinya perlu dilakukan perbaikan lanjutan.

4.5.7. Menarik kesimpulan-kesimpulan dan mencari indikasi

Berikut kesimpulan yang didapat dari hasil riset menggunakan metode analisis isi pada kemasan oleh-oleh produk khas Kota/Kabupaten di Jawa Timur:

a. Tingkat Penjualan

   Meningkatnya kualitas kemasan produk oleh-oleh memberikan dampak yang baik pada perkembangan tingkat penjualan produk. Pada tabel diatas menjelaskan bahwa berbagai macam produk oleh-oleh yang tingkat penjualnnya meningkat mendapatkan indikator penilaian yang tinggi. Misalnya pada bentuk kemasan yang berbeda dari kompetitor, ukuran volume kemasan yang sesuai dengan kebutuhan konsumen, dan gambar atau desain permukaan kemasan yang mampu menonjolkan produk sehingga mudah dikenali. Salah satu contoh kemasan yang mampu mencetak penjualan yang tinggi adalah Kacang Tree-G.

Gambar 4. 15 Kacang Tree-G
(sumber: Saniya, 2019)

Kacang Tree-G merupakan contoh salah satu produk yang bisa menembus pasar kalangan menengah keatas. Distribusinya telah sampai pada ruang lingkup supermarket hingga menjadi salah satu produk oleh-oleh yang bekerjasama dengan Citilink. Pada awalnya material kemasan yang digunakan adalah plastik biasa berukuran kecil yang dijual dengan harga seribu rupiah tiap bungkusnya. Akan tetapi saat ini harga dari produk tersebut meningkat menjadi 15.000 rupiah setelah menggunakan kemasan yang baru.

b. Target Konsumen

Melihat dari perkembangan desain kemasan produk oleh-oleh khas Jawa Timur yang kian membaik, ternyata dapat dipengaruhi oleh adanya pergeseran target konsumen oleh para pelaku usaha. Pada tabel diatas disebutkan bahwa beberapa kemasan memiliki ukuran volume kemasan yang terbilang kecil-medium atau tidak terlalu besar. Desain kemasan-kemasan tersebut juga berhasil mengubah tampilan produk oleh-oleh yang notabene terlihat tradisinonal atau dianggap kuno menjadi lebih modern dan memenuhi kebutuhan saat ini. Dimana letak inovasinya berupa kemasan yang lebih sederhana dan dengan ukuran yang pas untuk sekali makan atau minum. Contohnya adalah kemasan produk Sinom Ombe.

Gambar 4. 16 Produk Ombe
(sumber: Santoso, 2019)

Dari hasil pengamatan tersebut didapati bahwa target konsumen sebagian besar para pelaku usaha oleh-oleh saat ini adalah anak muda. Anak muda lebih menyukai produk dengan ukuran sekali pakai dan desain kemasan lebih modern. Bahkan saat ini Ketua Ikatan Cendikiawan Pariwisata Indonesia (ICPI) Azril Azahar mengatakan saat ini kaum milenial Indonesia baru menyumbang sekitar 25% kunjungan wisatawan Nusantara (wisnus) atau domestik. Jika terus dipantau dan digarap dengan baik, pemerintah memprediksi porsinya meningkat menjadi 75% dari milenial.

c. Bentuk Kemasan

Kemasan yang memiliki keunikan mampu meberikan daya tarik tersendiri di benak konsumen. Salah satu wujud keunikan dari sebuah kemasan adalah terletak pada bentuk kemasan yang tidak biasa. Pada tabel disebutkan bahwa kemasan yang memili bentuk unik atau berbeda cenderung mendapatkan tingkat pejualan yang tinggi pula. Seperti contoh kemasan pada produk Sambal Pecel Glodak.

Gambar 4. 17 Kemasan sambal pecel Glodak
(sumber: Saniya, 2019)

Terdapat dua jenis kemasan Glodak yang disajikan. Kemasan bentuk segitiga akan langsung mncuri perhatian konsumen yang meihatnya, kara umumnya kemasan sambal pecel hanya berbentuk persegi. Ilustrasi pada permukaan kemasan juga menambahkan kelengkapan informasi terkait produk didalamnya.

d. Ukuran Kemasan

Karena menargetkan anak muda sebagai sasaran, beberapa produk memiliki volume ukuran kemasan yang tidak terlalu besar sehingga praktis untuk dibawa dan dikonsumsi secara langsung. Pada tabel disebutkan rata-rata penggunaan kemasan pada minuman memakai kemasan berukuran 150ml. Sedangkan pada jajanan maupun makanan rata-rata menggunakan ukuran kemasan ±250gr. Seperti pada kemasan produk Onin.

Gambar 4. 18 Kemasan Keripik Onin

(sumber: Saniya,2019)

e. Fungsi Kemasan

Kemasan memiliki fungsi sebagai salah satu cara pembeda dengan produk sejienis, memberikan daya traik pada produk, memberikan informasi isi kemasan, dan menyampaikan produk yang premium. Pada tabel disebut terdapat kiranya 28 produk oleh-oleh yang memenuhi fungsi kemasan yaitu menyampaikan produk yang premium. Penilaian diambil dari pengkategorian pada tabel yang menyebutkan bahwa produk oleh-oleh premium juga memenuhi kriteria lainnya yaitu bentuk, warna, ukuran, dan gambar. Salah satu contoh produknya adalah Lapis Surabaya De Lapis.

Gambar 4. 19 Kemasan Lapis Surabaya De Lapis

(sumber: saniya, 2019)

Kemasan salah satu produk lapis Surabaya ini memiliki keunikan pada ilustrasi permukaan kemasan yang berwarna gold dan memunculkan gaya desain *victorian style*. Menurut desainer yang merancangnya, ilustrasi pada permukaan kemasan diambil dari motif batik yang sangat mencerminkan Indonesia. Perpaduan antara warna emas dan putih juga memberikannya kesan mewah dan elegan.

f. Material Kemasan

Tabel diatas menunjukkan bahwa material kemasan yang sering digunakan untuk kemasan oleh-oleh diantaranya kertas, botol plastik, dan kaca. Seperti data yang terdapat pada tabel, kertas lebih mendominasi dibandingkan kemasan lainnya. Sedangkan kemasan plastik mulai berkurang.

g. Warna Kemasan

Warna juga menjadi salah satu elemen yang sangat berpengaruh terhadap kemasan. Kombinasi warna yang menarik dapat memudahkan konsumen untuk mengenali produk hanya dengan sekali lihat. Menggunakan tone warna yang berbeda dibandingkan produk sejenis lainnya juga memberikan keuntungan bagi produk sehingga tampak menonjol diantara banyaknya produk jika diletakkan di rak. Salah satu produk yang memanfaatkan pemilihan warna mnecolok adalah produk Holycrack.

Gambar 4. 20 Kemasan produk Holycrack
(sumber: Saniya, 2019)

Holycrack merupakan produk olahan kripik tempe yang kemasannya menggunakan tone warna *fun* dan cerah seperti warna merah, biru, hijau, dan orange. Selain sebagai alasan meningkatkan daya tarik konsumen, penggunaan warna cerah dipilih karena menyasar kalangan anak muda dan ingin menunjukkannya sebagai produk oleh-oleh yang menyenangkan untuk dinikmati. Pada tabel unit analisis disebutkan terdapat 13 produk menggunakan warna yang dapat menonjolkan produk.

h. Gambar Kemasan

Terdapat kriteria penting dari gambar atau ilustrasi yang terdapat pada permukaan kemasan produk diantaranya gambar logo mudah dikenali saat berbelanja atau dijual, logo menonjolkan merk produk, ilustrasi dapat menambahkan informasi tambahan dengan jelas, ilutrasi dapat menambahkan informasi yang tegas mengenai produk. Pada tabel unit analisis menunjukkan bahwa beberapa kemasan menggunakan gambar atau ilustrasi sebagai upaya untuk menunjukkan detail produk yang terdapat di dalam kemasan dan sebagai pendukung promosi produk dengan menggunakan ilustrasi berkarakter. Produk Noduri menjadi salah satu contoh produk yang kemasannya mengandung ilustrasi.

Gambar 4. 21 Kemasan produk Noduri
(sumber: Saniya, 2019)

Pada kemasan Noduri terdapat ilustrasi ikan bandeng yang memperjelas detail produk yang ada didalamnya. Juga pattern yang ditambahkan memberikannya kesan ikan bandeng hasil laut yang siap untuk disantap. Dengan *style* ilustrasi vector yang terlihat modern membuatnya juga terlihat sebagai produk premium.

i. Tahun produksi kemasan

Dengan adanya pengembangan terkait desain kemasan pada oleh-oleh daerah yang pada dasarnya merupakan produksi dari UMKM, jagka waktu produksi kemasan terbagi menjadi dua yaitu bertahan lama dan tidak bertahan lama. Satu diantara alasannya dikarenakan biaya produksi kemasan yang belum tentu bisa ditanggung oleh pelaku usaha.

Tabel 4. 6 Tabel tahun produksi kemasan baru oleh-oleh Jawa TImur

Produk	Tahun Produksi
Keripik Fish-Q	2016-2020
Keripik Bawang Onin	2017-2020
Keripik Holycrack	2018-2020
Rempeyek Kelor	2018-2020
Kerupuk Rengginaz	2018-2020
Madumongso Wahyu Tumurun	(Kompetisi) 2017
Kue Lapis Spicana	2017-2020
Kue Lapis Dapur Flamboyan	2016-2020
Kue Jubung Cap Kuda	(Kompetisi) 2015
Ledre Ny. Retno	(Kompetisi) 2017
Kue Belinjo Anda	(Kompetisi) 2016
Smakelijk Putu Belanda	2017-2020
Kue Kering Kayana	2017-2020

Sambel Pecel Glodak	2016-2020
Sambel pecel Mirasa	(Kompetisi) 2016
Otak-otak Bandeng Noduri	2018-2020
Pecel Semanggi	2015-2020
Rujak Cingur (Rucing)	2016-2018
Herbaroota	2016-2020
Kacang Tree-G	2015-2020

4.6. Hasil Pengujian Pada Target Audiens

Purwarupa diujikan kepada 3 target audiens dengan latar belakang sebagai desainer kemasan. Mereka adalah Project Manager Tatarupa, Kepala Seksi Desain Kemasan UPTI Mamin dan Kemasan, serta *Freelancer*. Pengujian ini bertujuan untuk mengumpulkan respon terhadap purwarupa yang telah dibuat dan mendapatkan saran yang berguna sebagai bahan evaluasi untuk dikembangkan lagi agar tepat guna.

Pengujian dilakukan dengan menunjukkan buku dalam bentuk *soft copy* dikarenakan terkait adanya kendala pandemic covid-19 sehingga tidak bisa bertemu secara langsung. Aspek-aspek yang direspon dalam tahap pengujian ini secara garis besar terbagi menjadi dua yaitu konten dan visual. Aspek konten merupakan poin yang menguji isi buku secara keseluruhan dari segi pengetahuan akan desain kemasan, kualitas dan kuantitas konten, tata Bahasa, serta keselarasan narasi dengan visual yang disajikan. Sedangkan aspek visual, merupakan penilaian terhadap desain buku meliputi tata letak, elemen fotografi dan ilustrasi, keterbacaan konten, serta relevansi terhadap materi yang disampaikan.

Sampel pertama adalan Vincentius Surya Putra selaku *Project Manager Tatarupa* atau program yang menaungi desianer muda lokal untuk ikut andil meredesain kembali kemasan produk UKM di Surabaya dan sekitarya. Pertama-tama Vincent mengapresiasi visual buku secara keseluruhan sangat menarik, dengan *style layout* yang *clean*, *fresh* dan juga modern sehingga ringan untuk dibaca. Pemilihan kata-kata seperti selayang pandang, Ragam kemasan, dll cukup menarik dan perlu sepertinya untuk diperbanyak sehingga memiliki kesan ciri khas budaya daerah. Layout secara keseluruhan sudah sangat baik, *grid* rapi, dan penggunaan font yang pas sehingga mudah untuk dibaca. Untuk halaman dengan text yang terlalu mendominasi sehingga memunculkan kesan sedikit jenuh untuk dibaca perlu adanya penambahan sedikit visual ilustrasi atau penambahan *white space*. Warna dan ilustrasi sangat mendukung secara visual terkesan *casual*, akan tetapi perlu diperhatikan lagi antara ilustrasi halaman satu dengan lainnya harus memiliki satu kesatuan (*unity)* dengan menilik warnanya. Untuk visual fotografi sangat menarik, tone warna sesuai dengan tema buku, mungkin perlu ditambahkan sedikit *caption* pada foto kemasan untuk mempermudah pembaca memahami produk yang sedang dilihat. Secara garis besar buku ini sudah sangat menarik untuk dibaca oleh berbagai kalangan khususnya anak muda dan pelaku UMKM yang membutuhkan referensi dan informasi terkait kemasan produk beserta detail-detailnya.

Sampel kedua adalah Muchammad Hidayat atau Dayat seorang *graphic designer freelancer* yang juga aktif sebagai desainer kemasan. Sebelumnya, Dayat berpendapat bahwa karena konten buku lebih banyak dokumentasinya dan pembahasan kemasan tidak terlalu mendalam buku ini dapat diperuntukkan untuk masyarakat umum dan bisa didistribusikan di koperasi UMKM atau perpustakaan kampus. Pertama kali membacanya, Dayat terkesan dengan layout dan elemen visual lainnya terutama pada ilustrasinya. Menurutnya pembahasa pada bab awal tentang olahan pangan lokal perlu lebih ditekankan lagi alasan mengapa olahan pagan penting sehingga berkesinambungan dengan pembahasan pada bab selanjutnya. Pada bagian bab pembahasan ragam kemasan memang perlu ada pembagian jenis oleh-oleh khas untuk mempermudah pembaca memahami, mungkin bisa dibedakan berdasarkan warna atau dibuat tematik. Selanjutnya, apakah nantinya contoh kemasan bisa diterapkan oleh orang lain sehingga perlu ditambahkan ukuran perbandingannya. Untuk narasi pada masing-masing kemasan sudah bagus apalagi membahas dari segi produk oleh-olehnya dan desain kemasan yang diterapkan, bisa ditambahkan sedikit narasi tentang kemasan yang bisa masuk ke industri untuk memberikan kesan bahwa dengan peningkatan kemasan ternyata bisa level up market dari toko kelontong sampai ke pasar yang lebih luas.

Sampel ketiga adalah Bapak Agus Kepala Seksi Desain UPTI Mamin Provinsi Jawa Timur juga aktif sebagai desainer kemasan. Bapak Agus berpendapat bahwa buku secara keseluruhan buku sudah baik secara konten maupun visualnya, namun melihat potensi bahwa konten bias lebih diperdalam untuk meningkatkan *value* buku. Juga perlu diperkaya kembali jumlah kemasan yang didokumentasikan. Perlu diteliti lagi untuk meminimalisir kesalahan-kesalahn kecil seperti kesalahan menulis dan konsistensi layout dan elemen visual.

4.7. Distribusi Buku

A. Distribusi ke UPTI Makanan, Minuman, dan Kemasan dan Kampus

Buku ini akan didistribusikan ke UPTI Mamin atau Rumah Kemasan di beberapa daerah dan di perpustakaan kampus yang terdapat jurusan Desain Komunikasi Visual sebagai media pembelajaran tentang kemasan produk.

B. *Self Publishing*

Buku ini juga akan diterbitkan dengan cara *seld publishing*. *Self publishing* adalah salah satu cara menerbitkan buku oleh penulis tanpa bantuan penerbit konvensional atau penerbit besar (major publisher). Melalui sistem penerbit mandiri ini, seorang penulis secara pribadi dapat mengambil keputusan langsung atas naskahnya untuk dibukukan tanpa memerlukan waktu yang lama. Penulis berfungsi sekaligus sebagai penerbit karena ia menerbitkan buku atas upaya dan biaya pribadi.

BAB V
KONSEP DAN IMPLEMENTASI DESAIN

5.1. Deskripsi Perancangan

Perancangan buku visual tentang kemasan produk ini merupakan salah satu upaya untuk menindaklanjuti fenomena kelangkaan buku kemasan sebagai referensi yang diterbitkan di Indonesia dan sebagai sebuah bentuk pendokumentasian macam kreasi kemasan produk oleh-oleh khas Kota/Kabupaten di Jawa Timur. Selain itu kurangnya informasi yang didapat oleh para pelaku usaha dan desainer kemasan terhadap trend desain kemasan masa kini, diharapkan adanya media buku visual kemasan produk oleh-oleh ini dapat dijadikan sebagai sumber rujukan informasi dan meningkatkan kreatifitas desainer-desainer muda Indonesia untuk membuat kemasan produk yang layak dan berdaya saing. Harapan kedepannya, dengan bertambahnya wawasan para desainer dapat membawa produk-produk lokal Indonesia hasil buah karya anak bangsa bisa mendapatkan perhatian rakyat Indonesia dan di mata dunia.

Konsep dari perancangan buku visual ini ditentukan berdasarkan hasil fenomena yang peneliti temukan dan riset yang dilakukan melalui metode analisis konten, *depth interview* dengan pakar di bidang kemasan seperti Ibu Sri Julianti dan Ibu Ariana Susanti serta pihak *Stakeholder* yang diwakili oleh Mas Agus Kepala Seksi Desain UPTI Mamin Provinsi Jawa Timur, melalui studi literatur buku-buku terkait dengan pembahasan kemasan produk.

5.2. Konsep Desain

5.2.1. Konsep Dasar Buku

Konsep dari buku ini adalah buku dokumentasi bagi desainer kemasan untuk mempermudah mereka mendapatkan informasi macam kreasi kemasan oleh-oleh olahan pangan di Jawa Timur. Buku ini tidaklah menyasar suatu kelompok tertentu. Namun terdapat beberapa target utama, yaitu praktisi ahli di bidang kemasan, pelau UMKM, desainer kemasan muda, dan masyarakat umum, Karena menargetkan desainer kemasan yang tentunya sudah ahli dalam bidang desain grafis, buku ini tidak menyajikan dasar desain kemasan secara

runtut tetapi hanya sebagai pelengkap saja. Setiap bab akan dibagi menjadi beberapa sub bab yang tiap sub bab disesuaikan dengan materi pembahasan mengenai olahan pangan khas, peran kemasan terhadap oleh-oleh dan lain-lain. Konsep dengan pembagian seperti ini akan memudahkan bagi pembaca untuk mempelajarinya dan dapat disesuaikan dengan kebutuhan.

5.2.2. Tujuan Perancangan Buku

Indonesia adalah negara yang mempunyai kekayaan kuliner yang sangat luar biasa baik ragam maupun cita rasanya. Hampir semua daerah di Indonesia memiliki makanan khasnya masing-masing. Dari yang tradisional hingga berbagai varian baru hasil eksperimen dan modifikasi. Beberapa daerah bahkan memiliki lebih dari satu makanan khas. Contohnya adalah Provinsi Jawa Timur, yang memiliki jajanan khasnya seperti pudak, jubung, brem, gethuk, kue lapis atau spiku, semanggi, ledre, dan masih banyak lagi. Banyak masyarakat yang tinggal di daerah lain yang ingin mencicipi cita rasa khas tersebut. Hal inilah yang mendorong beberapa pelaku usaha oleh-oleh di Jawa Timur ini mulai mengembangkan inovasi yang baru untuk mempromosikan produknya dengan salah satunya meningkatkan kualitas kemasan produk itu sendiri. Tidak hanya berdasar kesadaran dari para pelaku usahanya saja, tetapi pemerintah daerah di Jawa Timur sangat mendorong dan membantu melalui berbagai program. Program tersebut diantaranya penyediaan alat produksi kemasan, dibangunnya rumah kemasan, program redesain kemasan, membantu promosi produk lokal dengan mengikutsertakan di berbagai acara bergengsi.

Seiring meningkatnya perkembangan desain kemasan di Jawa Timur ini, diharapkan bisa menjadi suatu bentuk pembelajaran bagi desainer kemasan lainnya untuk berpartisipasi dalam mengembangkan produk dalam negeri sekaligus membantu perkembangan industri kemasan oleh-oleh. Akan tetapi saat ini belum ada media yang mendokumentasikan kreasi kemasan oleh-oleh Jawa Timur ini untuk diadaptasi menjadi karya literatur sebagai bahan materi. Buku merupakan media yang dari dulu hingga kini masih selalu dipakai. Walau intensitasnya kini tergerus oleh perkembangan teknologi, buku tetap menjadi media yang efektif untuk menyimpan ilmu di masa depan.

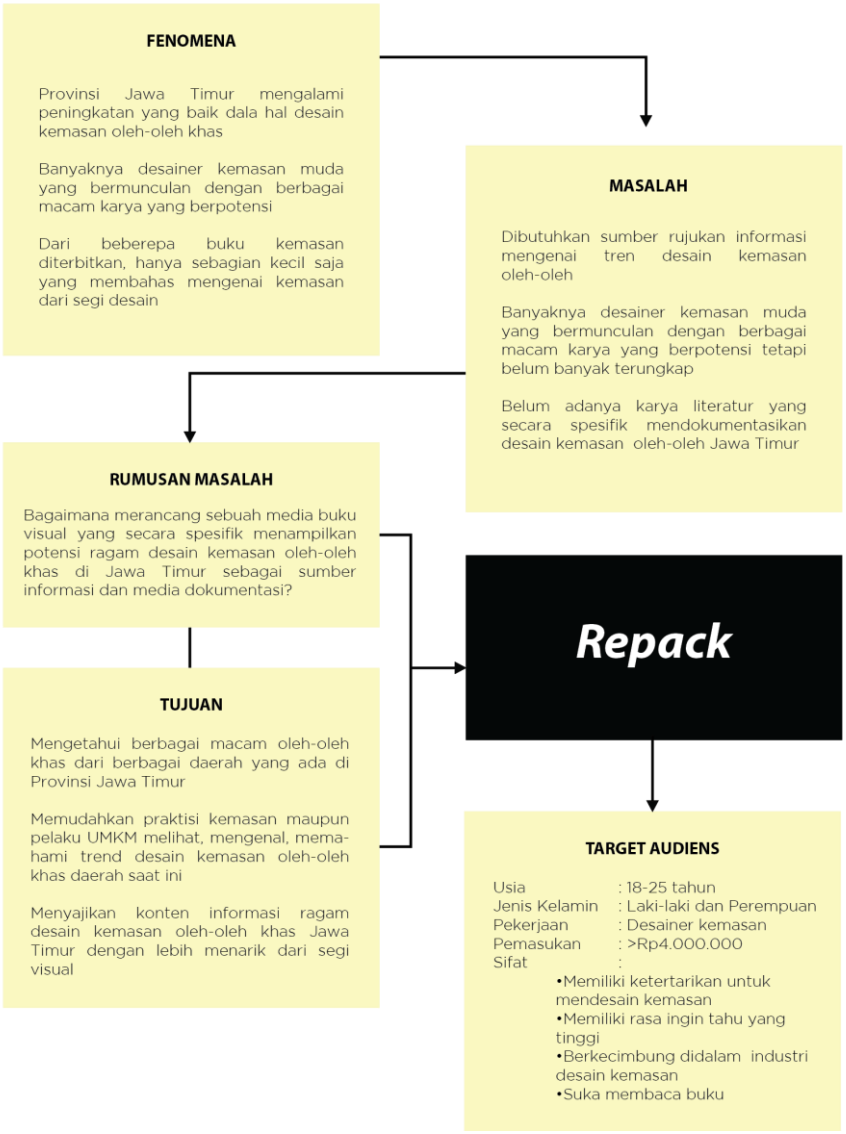
Tujuan utamanya adalah selain dijadikan sebagai bentuk inspirasi macam kreasi desain kemasan oleh-oleh, buku ini juga merupakan sebuah media untuk memperkenalkan oleh-oleh khas Jawa Timur melalui pembahasan kemasan.

5.2.3. Big Idea

Konsep visual untuk perancangan ini ditentukan melalui hasil analisis yang telah ditentukan berdasarkan data-data yang diperoleh seperti analisis *depth interview* narasumber, analisis karakteristik target audiens, studi eksisting, dan studi komparator buku-buku yang berkaitan dengan perancangan ini. Dari hasil analisis tersebut dapat ditarik big idea yang menjadi dasar dalam perancangan ini yang sesuai dengan kebutuhan.

Big Idea dari perancangan in iadalah "*Repack"*. *Repack* yang berarti mewadahi kembali atau mengemas ulang. Sejalan dengan focus pembahasan buku merujuk pada pembahasan redesain kemasan oleh-oleh atau pengembangan kemasan oleh-oleh yang bermaksud untuk membawa produk jajanan lawas dengan kemasan lama supaya terlihat lebih modern/mengikuti tren saat ini. Mengemas ulang yang dimaksud adalah pengembangan kemasan terhadap oleh-oleh khas Jawa Timur dengan berbagai pembahasan mulai dari pembahasa umum tentang oleh-oleh, peran penting kemasan terhadap oleh-oleh dan kemasan di Jawa Timur yang memiliki potensi.

Diharapkan dengan adanya buku ini dapat menghadirkan tren baru dalam ruang lingkup desain kemasan oleh-oleh khas daerah di Jawa Timur. Perancangan buku dokumentasi visual kreasi kemasan ini juga bertujuan untuk membuktikan bahwa oleh-oleh khas daerah yang dianggap terlalu kuno atau tradisional dapat dikemas dengan tampilan yang lebih modern sehingga dapat menjangkau kalangan anak muda. Selain itu sebagai salah satu cara pelestarian warisan budaya, lewat media ini oleh-oleh khas daerah Jawa Timur dapat diperkenalkan dan dipromosikan.



Bagan 5. 1 Bagan konsep desain

(sumber: Saniya, 2018)

5.2.4. Konsep Media

Konsep media pada buku visual kemasan bentuk kemasan ini menggabungkan beberapa konsep yaitu buku visual yang informative dan tutorial. Di dalam buku terdapat ilustrasi yang dimaksudkan untuk menggambarkan makna dari informasi yang disajikan oleh buku. Dan terdapat

fotografi yang dipilih untuk memperlihatkan bagaimana pengaplikasian bentuk kemasan tersebut terhadap produk-produk tertentu. Terdapat beberapa konsep media yang didalamnya termasuk konsep desain, yaitu perancangan media untuk memperlihatkan beberapa inspirasi dan tutorial kepada desainer, yaitu:

a. Collectible Book

Berdasarkan analisis yang dilakukan, audiens memiliki ketertarikan pada buku yang menarik, menarik dalam hal ini merupakan buku yang memiliki banyak gambar dan dapat menyampaikan informasi dengan baik. Maka dari itu, buku ini dirancang dengan konsep buku yang *eye catching* dari segi material, pengemasan, dan visualisasinya

b. Informatif

Dari analisis hasil pengumpulan data yang telah dilakukan, buku yang informative dan terstruktur juga menjadi aspek yang penting agar informasi yang ingin disampaikan dapat tersampaikan dengan baik. Informatif yang dimaksud adalah menggunakna bahasa semi formal yang mudah dipahami.

5.2.5. Luaran Perancagan

Luaran dari perancangan ini adalah sebuah buku yang berisi macam-macam kreasi kemasan oleh-oleh khas Kota/Kabupaten di Jawa Timur yang telah mengalami peningkatan. Buku ini akan membahas seputar kemasan secara umum sebagai materi pembuka dan mengulas setiap kemasan oleh-oleh mulai dari penjelasan produk, ukuran kemasan, bentuk kemasan, desain kemasan, serta desainer perancang kemasan tersebut. Konten buku yang akan dibahas didasarkan pada hasil riset dan hasil analisa metode analisis. Berikut adalah aspek-aspek yang akan dikerjakan dan dikembangkan berkaitan dengan perancangan ini, antara lain:

a. Struktur konten dan *layout* buku
b. Teknik fotografi
c. Penggunaan warna
d. Desain sampul

5.3. Kriteria Desain

Dalam merancang buku visual kreasi kemasan oleh-oleh Jawa Timur, peneliti membuat beberapa variabel penelitian yang akan dijadikan sebagai konten buku dan membaginya ke dalam beberapa sub bab serta sebagai panduan untuk membuat buku.

5.3.1. Konsep Visual

Dari hasil riset yang telah dilakukan oleh peneliti dengan mewawancari narasumber, umumnya terdapat dua macam buku kemasan yang saat ini sudah banyak beredar. Yang pertama buku kemasan yang lebih terfokuskan kepada visual atau wujud kemasan dengan sedikit teks tambahan. Sedangkan yang kedua adalah buku kemasan dengan banyak teks didalamnya karena disesuaikan dengan fungsinya yaitu sebagai buku materi pembelajaran. Dalam hal buku desain kemasan ini, biasanya banyak ditunjukkan contoh gambaran kemasan dan sedikit penjelasan mengenai produk Konsep visual ini akan menggunakan unsur visual fotografi sebagai gambaran pembaca terhadap wujud asli kemasan dan dapat digunakan pada karakter produk seperti apa saja.

5.3.2. Gaya Bahasa

Buku visual desain kemasan ini akan menggunakan gaya bahasa yang semi-formal dan informatif. Konten utama dalam setiap bab akan dijelaskan dengan teks deskriptif. Teks deskriptif dipilih karena mampu menjabarkan maksud dari tulisan dengan sangat detail. Sifatnya yang menjelaskan mampu memberikan informasi dengan mudah dapat ditangkap oleh pembaca.

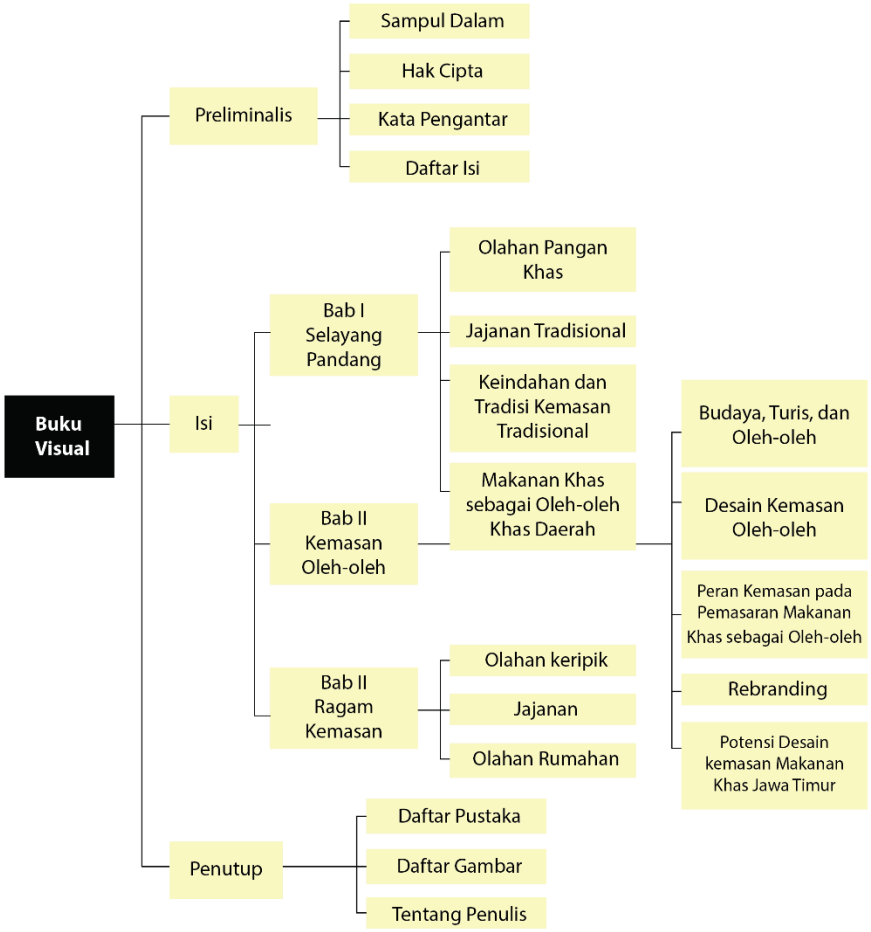
5.3.3. Struktur Konten

Konten dari buku visual ini ditentukan berdasarkan hasil riset yang telah dilakukan oleh peneliti dengan datang ke UPTI Makanan, Minuman, dan Kemasan Jawa Timur, *depth interview* dengan beberapa pakar di bidang kemasan produk, serta studi literatur buku-buku yang membahas tentang kemasan terutama pada oleh-oleh dan makanan. Struktur pada buku ini dibagi menjadi tiga bagian yaitu pendahuluan, isi, dan penutup. Pada pendahuluan terdapat kata pengantar, dan *table of content.* Isi buku dibagi menjadi 3 bagian diantaranya penjelasan awal tentang olahan panga khas, peran penting kemasan

tehadap oleh-oleh khas daerah, dan ragam kreasi kemasan oleh-oleh Jawa Timur yang berjumlah 20 kemasan.

Tabel 5. 1 Tabel struktur konten buku dokumentasi visual

	BAB	Sub Bab	Halaman
	Preliminaries	Sampul dalam	i
		Hak cipta	ii-iii
		Kata pengantar	iv
		Daftar isi	vi-vii
	Bab I Selayang Pandang	Olahan Pangan Khas	12-13
		Jajanan	14-15
		Keindahan dan Tradisi Kemasan Tradisional	16-19
		Olahan Pangan sebagai Oleh-oleh Khas Daerah	20-21
	Bab II Kemasan Oleh-oleh	Desain Kemasan Oleh-oleh	24-27
		Budaya, Turis, dan Oleh-oleh	28-29
		Peran dan Fungsi Kemasan pada Pemasaran Makanan Khas sebagai Oleh-oleh	30-31
		Rebranding	32-35
		Potensi Desain kemasan Makanan Khas Jawa Timur	36-37
	Bab III Kreasi Kemasan Oleh-oleh Khas Daerah	Keripik	40-69
		Jajanan Lawas	70-117
		Olahan Rumahan	118-159
	Penutup	Daftar pustaka	161
		Penulis	162
		Sampul dalam	



Bagan 5. 2 Bagan konten buku visual

(sumber: Saniya, 2019)

5.3.3.1. Preliminaries (halaman i-vii)

1. Informasi Buku

   Berisikan informasi umum tentang penulis, penyusun, dan hak cipta buku

2. Prakata

   Tulisan pengantar dari penulis berisi ulasan tentang maksud dan meode yang digunakan penulis dalam menulis buku tersebut.

3. Daftar isi

   Rangkuman isi buku berdasarkan kata kunci tiap bab dan sub bab agar memudahkan pembaca mencari bagian buku

5.3.3.2. Bab I Pendahuluan

1. Sub-bab Olahan Pangan Khas
2. Sub-bab Jajanan daerah
3. Sub-bab Keindahan dan Tradisi Kemasan Tradisional
4. Sub-bab Makanan Khas sebagai Oleh-oleh Khas Daerah

5.3.3.3. Bab II Kemasan Oleh-oleh

1. Sub-bab Budaya, Turis, dan Oleh-oleh
2. Sub-bab Desain Kemasan Oleh-oleh
3. Sub-bab Peran Kemasan pada Pemasaran Makanan Khas sebagai Oleh-oleh Daerah
4. Sub-bab Rebranding
5. Sub-bab Poensi Desain Kemasan Oleh-oleh Khas Jawa Timur

5.3.3.4. Bab III Kreasi Kemasan Oleh-oleh Khas Jawa Timur

1. Sub-bab Keripik
2. Sub-bab Jajanan
3. Sub-bab Olahan Rumahan

5.3.3.5.Penutup

1. Daftar Pustaka

   Sumber-sumber rujukan penulisan buku sebagai dasar ilmu sebelumnya yang telah terverifikasi valid
2. Daftar Gambar

   Sumber-sumber elemen visual dan fotografi yang bukan merupakan karya penyusun
3. Tantang penulis

   Profil penulis dituliskan secara singkat. Mengapa penulis ingin membuat buku ini dan apa harapan penulis setelah terciptanya buku kreasi kemasan oleh-oleh Jawa Timur.

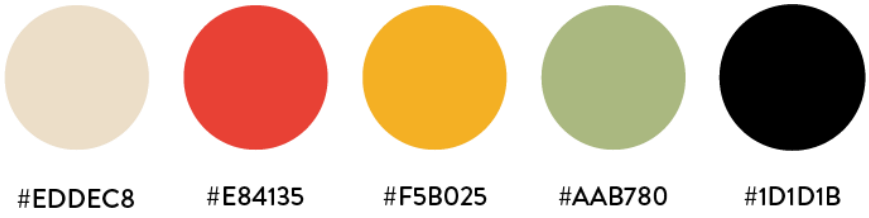
5.3.4. Judul Buku

Judul merupakan elemen penting dalam pembuatan sebuah buku. Terutama karna letaknya di sampul buku bagian depan, sehingga judul buku merupakan impresi paling awal yang dilihat oleh pembaca dari sebuah buku. Judul Buku harus mampu merepresentasikan seluruh konten yang dimuat pada

sebuah buku. Buku dokumentasi visual ini berjudul “Repack”. Judul ini dipilih karena mampu merepresentasika isi buku dengan singkat dan tepat. Selain itu terdapat sub judul “*Successful Packaging Design of East Java Souvenirs”* yang memperjelas bahwa buku ini secara spesifik membahas ragam desain kemasan oleh-oleh di Jawa Timur yang telah mengalami peningkatan berhasil membawanya bersanding sebagai juara di kompetisi internasional dan berhasil membawa produk itu sendiri memasuki pasar yang lebih luas yaitu dengan segmen menengah keatas.

5.3.5. Warna

Pemilihan elemen warna pada buku mempertimbangkan berbagai kemungkinan seperti jenis kelamin pembaca yang tidak hanya perempuan, netral, sesuai dengan pembahasan yaitu kemasan produk, serta kesan yang dihasilkan adalah modern. Kesan warna yang modern diharapkan dapat memberikan gambaran pada pembaca yang rata-rata berusia dewasa muda untuk lebih mengenal dan memahami tren warna saat ini. Elemen warna yang dipilih memberikan kesan warna lawas yang tone warnanya dinaikkan sedikit sehingga tampak lebih terang. Perpaduan warna ini ingin membawa kesan *fun* dan modern dari kemasan-kemasan yang telah mengikuti tren masa kini akan tetap tetapi tidak meninggalkan warna-warna budaya yang diangkat. Penggunaan palet warna digunakan sebagai dasar pemilihan *tone* warna untuk ilustrasi, fotografi dan *layout* buku.



Gambar 5. 1 Colour Palette

(sumber: Saniya, 2020)

5.3.6. Tipografi

Perancangan buku visual desain kemasan produk makanan ini, menggunakan jenis tipografi yang memberikan kesan tegas dan mampu

menggambarkan sebuah kegiatan kreatif. Tegas disini bukan hanya untuk memberikan kesan modern, tetapi juga diartikan sebagai keinginan atau tekad seorang pembaca yang berusaha belajar membuat desain kemasannya sendiri. Dan untuk menggambarkan kegiatannya sendiri, peneliti memilih tipografi jenis serif yang lebih ringan. Ada tiga macam tipografi yang digunakan dalam perancangan buku visual ini.

Berikut merupakan jenis-jenis typeface yang digunakan, diantaranya:

ABCDEFGHIJKLMN

OPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmn

opqrstuvwxyz

1234567890

Gambar 5. 2 Typeface King Caslon Bold
(sumber: Saniya, 2019)

Untuk bagian *heading,* typeface yang dipilih adalah Rufina Bold. Ini merupakan jenis tipografi sans serif yang memiliki karakter tegas, *vintage* dan *bold*. Jenis ini dipilih karena dapat memberikan kesan sesuatu yang harus dilakukan atau perlu dipelajari oleh pembaca sehingga diharapkan dapat mengarahkan pembaca dengan baik.

ABCDEFGHIJKLMN

OPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmn

opqrstuvwxyz

1234567890

Gambar 5. 3 Typeface King Caslon Regular
(sumber: Saniya, 2019)

Typeface Brandon Grotesque Medium dipilih untuk mewakili *sub-heading* pada buku.

ABCDEFGHIJKLMN

OPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmn

opqrstuvwxyz

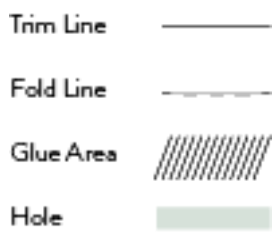
1234567890

Gambar 5. 4 Typeface Brandon Grotesque Medium
(sumber: Saniya, 2019)

Sedangkan untuk bagian *body text*, typeface yang digunakan adalah Brandon Grotesque Light. Brandon Grotesque dipilih karena font jenis sans serif memiliki keterbacaan yang jelas. Font ini memiliki karakter yang modern, clean dan ringan, disesuaikan dengan konsep buku yang santai sehingga dapat dibaca dengan nyaman.

5.3.7. Piktogram

Piktogram adalah suatu ideogram yang menyampaikan suatu makna melalui penampakan gambar yang menyerupai/meniru keadaan fisik objek yang sebenarnya. Tanda atau gambar yang termasuk piktogram disebut piktograf.



Gambar 5. 5 Pengaplikasian pictogram
(sumber: Saniya, 2020)

Dalam buku ini, piktogram digunakan sebagai salah satu cara menyampaikan informasi detail jaring-jaring kemasan yang diberikan. Piktogram akan digambarkan menggunakan *simple flat icon*.

5.3.8. Teknis Buku

Spesifikasi buku adalah sebagai berikut:

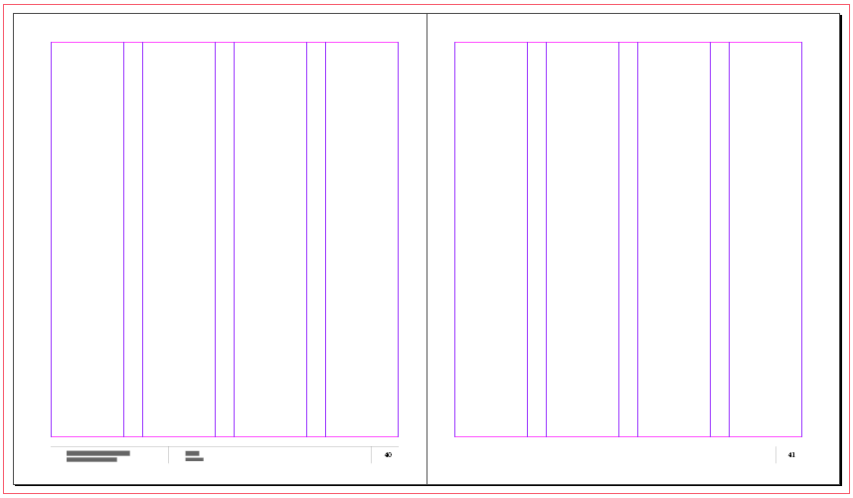
1. Ukuran buku 22cm x 25cm
2. Jumlah halaman 163 halaman
3. Penggunaan warna *full colour*
4. Isi buku menggunakan kertas Mattepaper 120gsm
5. Sampul buku *hard cover*

5.3.9. Penjilidan dan Finishing Buku

Buku dijilid dengan teknik *case binding* dengan benang atau *hard cover*. Material yang digunakan adalah kertas karton tebal.

5.3.10. Layout

Buku visual ini akan menerapkan system modular grid yang berjumlah 2 kolom dan 4 kolom. Semakin banyak jumlah kolom dan baris pada grid yang diterapkan, konten buku dapat ditata secara leluasa dan opsi penempatannya bisa bervariasi. Grid ini juga lebih fleksibel digunakan untuk penempatan foto dan ilustrasi.



Gambar 5. 6 Layout grid buku

(sumber: Saniya, 2020)

Berikut krteria *layout* dengan system *column* 3 grid yang akan digunakan :

Margin atas : 1,5 cm
Magin bawah : 2,5 cm
Margin luar : 1,5 cm
Margin dalam : 1,5 cm
Kolom : 2 kolom dan 4 kolom
Gutter : 0,5 cm

5.3.11. Fotografi

Pada perancangan buku visual ini terdapat materi yang berisi tentang berbagai macam bentuk kemasan dan jenis materialnya. Peniliti menggunakan fotografi sebagai media untuk menampilkan keaslian bentuk kemasan beserta ukuran dari kemasan tersebut sehingga dapat memberikan gambaran asli kepada pembaca. Jenis style fotografi yang digunakan adalah *Still Life Photography* yaitu dengan menampilkan objek kemasan dengan komposisi yang tepat.

Gambar 5. 7 Fotografi detail kemasan
(sumber: Saniya, 2020)

Gambar 5. 8 Fotografi kemasan dan produk
(sumber: Saniya, 2020)

5.3.12. Ilustrasi

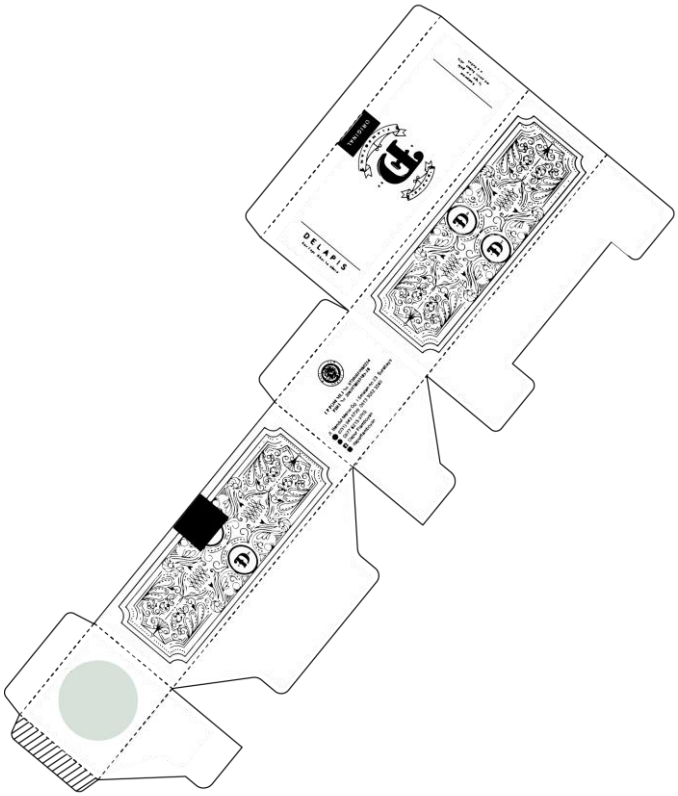
Elemen visual dari buku ini tidak hanya teknik fotografi, ilustrasi merupakan salah satu elemen visual lain yang ada di dalam buku ini. Ilustrasi digunakan sebagai elemen pendukung teks yang memberikan visualisasi dan keterangan untuk mempermudah pembaca memahami teks. Ada beberapa jenis ilustrasi yang akan digunakan dalam buku ini yang akan disesuaikan dengan kebutuhan konten. Yang pertama adalah ilustrasi dengan gaya *flat vector* yang digunakan pada bab tiga, yaitu ilustrasi tambahan tentang detail bahan atau detail produk yang dikemas seperti ilustrasi udang untuk menggambarkan bahan dasar dari keripik Udang Fish-Q.

Gambar 5. 9 Ilustrasi Udang
(sumber: Saniya, 2019)

Yang kedua adalah ilustrasi dengan gaya manual sketsa *outline* semi realis yang kemudian digitalisasi dan digunakan untuk menunjang konten mengenai kemasan tradisional yang berbahan dasar alam.

Gambar 5. 10 Ilustrasi Kemasan Tradisional
(sumber: Saniya, 2019)

Yang ketiga adalah ilustrasi denga gaya sketsa *outline flat vector* guna menggambarkan jarring-jaring kemasan produk secara detail dengan bubuhan pictogram sebagai penjelas. Terdapat tiga versi ilustrasi jaring-jaring kemasan yaitu berwarna, hitam putih, dan 3D.

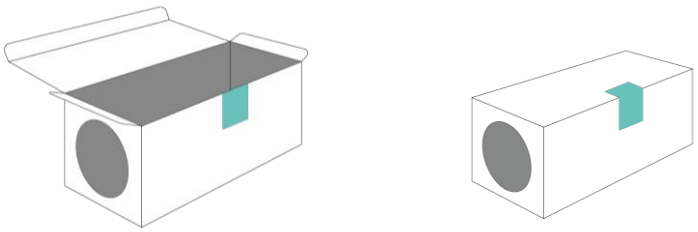


Gambar 5. 11 Ilustrasi jaring-jaring kemasan hitam putih

(sumber: Saniya, 2020)

Gambar 5. 12 Ilustrasi jaring-jaring kemasan berwarna

(sumber: Saniya, 2020)

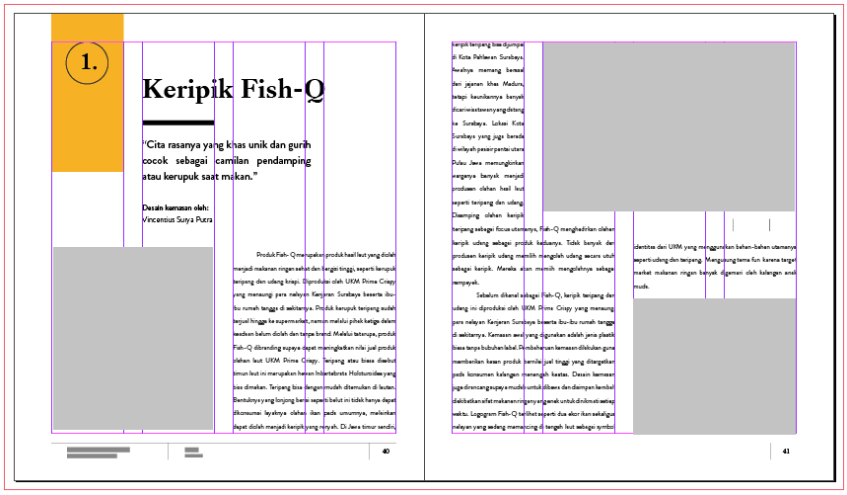


Gambar 5. 13 Ilustrasi jaring-jaring kemasan 3D
(sumber: Saniya, 2020)

5.4. Proses Desain

5.4.9. Desain *Layout* Buku

Pembuatan alternative *layout* menggunakan system *coloum grid* dengan 2 kolom untuk meletakkan elemen visual dan elemen teks. Jumlah kolom yang digunakan untuk meletakkan elemen visual bervariasi sesuai dengan kebutuhan penyampaian konten. Elemen teks sebagian besar menggunakan 2 hingga 4 kolom. Selain elemen-elemen yang disebutkan, *white space* juga merupakan elemen yang memiliki peranan penting dalam *layout*. Selain untuk menampilkan kesan modern, penggunaan *white space* dapat embantu pembaca untuk lebih fous pada konten yang disajikan.



Gambar 5. 14 Implementasi grid pada layout buku
(sumber: Saniya, 2020)

Gambar 5. 15 Desain layout pembatas bab alternative 1
(sumber: Saniya, 2020)

Gambar 5. 16 Desain layout pembatas bab alternative 2
(sumber: Saniya, 2020)

Dalam proses pembuatan desain laout, penulis membuat beberapa alternatif *layout* sebagai pertimbangan untuk memilah tatanan mana yang sesuai dengan konsep buku yang rapih. Desain tidak terpaku pada satu atau dua jenis tatanan karena konsep *layout* yang cukup bebas tetapi masih mengikuti kolom grid yang dibuat. Hal ini berlaku pada elemen tulisan maupun gambar

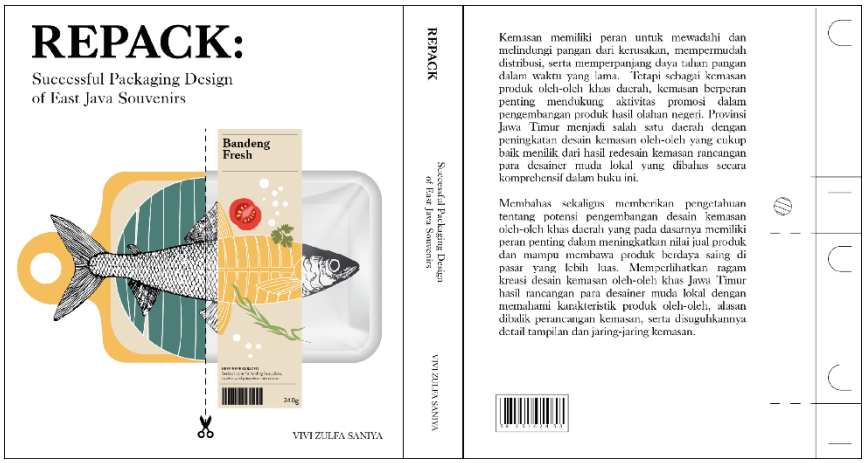
Gambar 5. 17 Desain tata letak alternatif 1

(sumber: Saniya, 2020)

Gambar 5. 18 Desain tata letak alternatif 2

(sumber: Saniya, 2020)

5.4.10. Desain Cover



Gambar 5. 19 Desain cover buku

(sumber: Saniya, 2020)

Cover menggambar arti kata "*Repack*" yang berarti mengemas ulang dengan menampilkan ilustrasi ikan bandeng yang juga salah satu oleh-oleh khas dari Jawa Timur berasal dari Gresik dengan pembagian sisi kanan dan sisi kiri. Sisi kiri menggambarkan kemasan ikan bandeng yang masih menggunakan daun pisang sebagai pembungkus, sedangkan pada sisi kanan menggambarka ikan bandeng yang telah dikemas rapih dalam sterofoam serta dibubuhkan stiker terlihat informasi produk. Ini menggambarkan perbandingan antar kemasan lama dan kemasan yang telah mengalami peningkatan.

5.4.11. Fotografi

Fotografi merupakan elemen visual utama buku ini karena sebagian besar konten merupakan hasil dokumentasi. Karena objek yang difoto adalah produk kemasan dan makanan, jenis fotografi yang digunakan adala *still life* dan *macro shoot photography*. Foto yang telah diambil pada saat proses dokumentasi tidak mentah-mentah langsung dimasukkan pada layout buku melainkan melewati proses editing untuk menyesuaikan warna sehingga didapatkan keselarasan *tone* warna pada keseluruhan buku. Sebagian besar foto produk menggunakan *background* berwarna putih dengan alasan pembaca dapat melihat keseluruhan detail bentuk dan warna kemasan dari berbagai sisi.

Gambar 5. 20 Fotografi Kemasan 1
(sumber: Saniya, 2020)

Gambar 5. 21 Fotografi Kemasan 2
(sumber: Saniya, 2020)

Gambar 5. 22 Fotografi Produk 1

(sumber: Saniya, 2020)

Gambar 5. 23 Fotografi Produk 2

(sumber: Saniya, 2020)

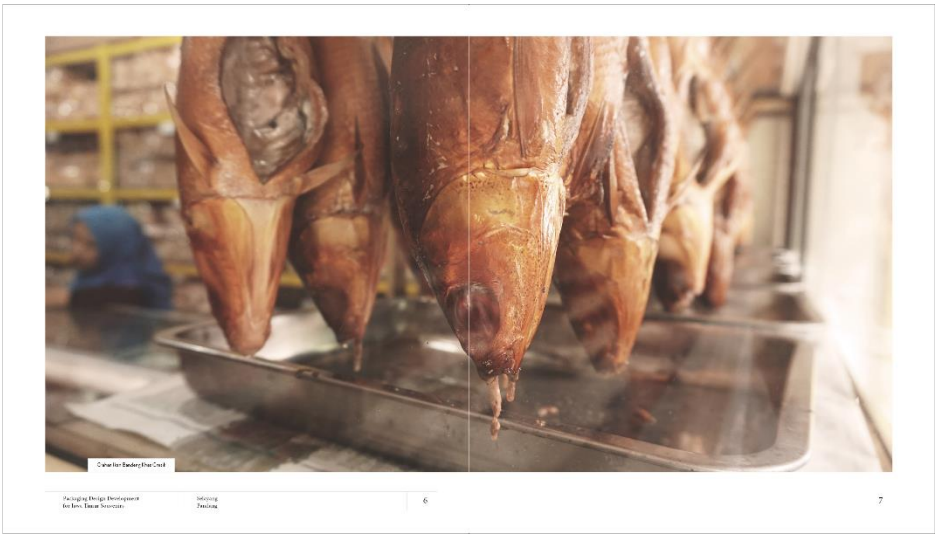
Gambar 5. 24 Fotografi Kemasan dan Produk

(sumber: Saniya, 2020)

5.4.12. Implementasi Desain

5.4.12.1. Fotografi

Berikut merupakan implementasi visual yang menggunakan elemen fotografi pada layout buku dokumentasi visual kemasan oleh-oleh Jawa Timur



Gambar 5. 25 Implementasi Fotografi 1

(sumber: Saniya, 2020)

Gambar 5. 26 Implmentasi Fotografi 1

(sumber: Saniya, 2020)

Gambar 5. 27 Implementasi Fotografi 2

(sumber: Saniya, 2020)

5.4.12.2. Tipografi

- Judul Bab

  Judul bab menggunakan typeface King Caslon Bold dengan ukuran 60 pt dan tebal untuk menegaskan inti keseluruhan bab.

Gambar 5. 28 King Caslon Bold pada judul bab

(sumber: Saniya, 2020)

- Sub Judul

  Sub judul pada bab menggunakan typeface King Caslon Bold dengan ukuran 37 pt tidak terlalu besar dan tidak terlalu kecil dengan tujuan menjadi focus utama namun tidak berlebihan.

Gambar 5. 29 King Caslon Bold pada sub judul

(sumber: Saniya, 2020)

- Body text

  Body text pada buku ini menggunakan typeface Brandon Grotesque dengan pengaplikasiannya yang disesuaikan kebutuhan buku. Brandon Grotesque Medium digunakan

sebagai penegasan isi dan Brandon Grotesque light sebagai typeface primer body text.

Gambar 5. 30 Brandon Grotesque pada body text
(sumber: Saniya, 2020)

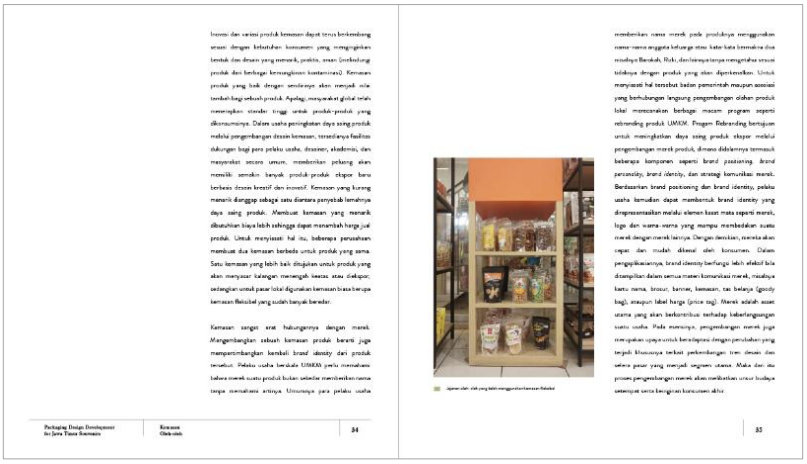
- Footer

  Pada footer terdapat dua elemen yaitu nomor halaman dan running text. Keduanya menggunakan font yang sama tetapi dengan ukuran yang berbeda. *Running text* menggunakan King Caslon Regular 7,5 pt dan nomor halaman berukuran 10pt.

Gambar 5. 31 King Caslon pada footer
(sumber: Saniya, 2019)

- Caption

  Caption adalah keterangan pada gambar atau foto. Caption pada buku ini menggunakan typeface Brandon Grotesque berukuran 7pt.

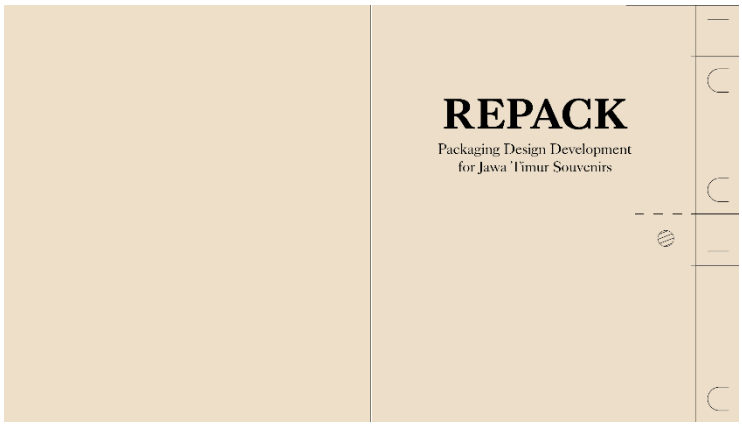


Gambar 5. 32 Brandon Grotesque pada caption

(sumber: Saniya, 2020)

5.4.12.3. Konten

- Masthead



Gambar 5. 33 Implementasi desain pada Masthead
(sumber: Saniya, 2020)

- Pembabakan Buku

  Pembabakan buku merupakan halaman pemisah antara bab satu dengan bab lainnya. Pembabakan bab memiliki peran yang cukup penting untuk memberikan jeda pada alur pembacaan buku. Pembabakan bab terdiri dari dua halaman spread dengan warna *full solid* dan ditambahkan ilustrasi sebagai penegas.

Gambar 5. 34 Implementasi desain pada pembabakan buku

(sumber: Saniya, 2020)

- Desain Tata Letak Bab 1

  Bab pertama pada buku merupakan pembukaan pertama untuk memberikan informasi seputar olahan pangan tradisional maupun yang telah dimodifikasi di Jawa Timur yang dapat dijadikan sebagai oleh-oleh khas provinsi tersebut. Pembahasan bab berkisar antara olahan pangan, kemasan olahan pangan terdahulu, dan fungsinya yang bisa dijadikan sebagai oleh-oleh daerah. Penjelasan bab dilengkapi dengan fotografi produk jajanan dan ilustrasi untuk memudahkan pembaca memahaminya.

Gambar 5. 35 Desain tata letak bab 1

(sumber: Saniya, 2020)

- Desain Tata Letak Bab 2

  Bab kedua pada buku mulai mengajak pembaca untuk lebih memahami seputar kemasan oleh-oleh daerah. Diberikan informasi mengenai peran penting kemasan pada oleh-oleh, hubungannya dengan konsumen (turis) serta budaya sekitar, dan potensi desain kemasan di Jawa Timur yang dapat dijadikan sebagai referensi. Narasi dilengkapi dengan fotografi yang telah diedit dan ilustrasi sebagai penjelas.

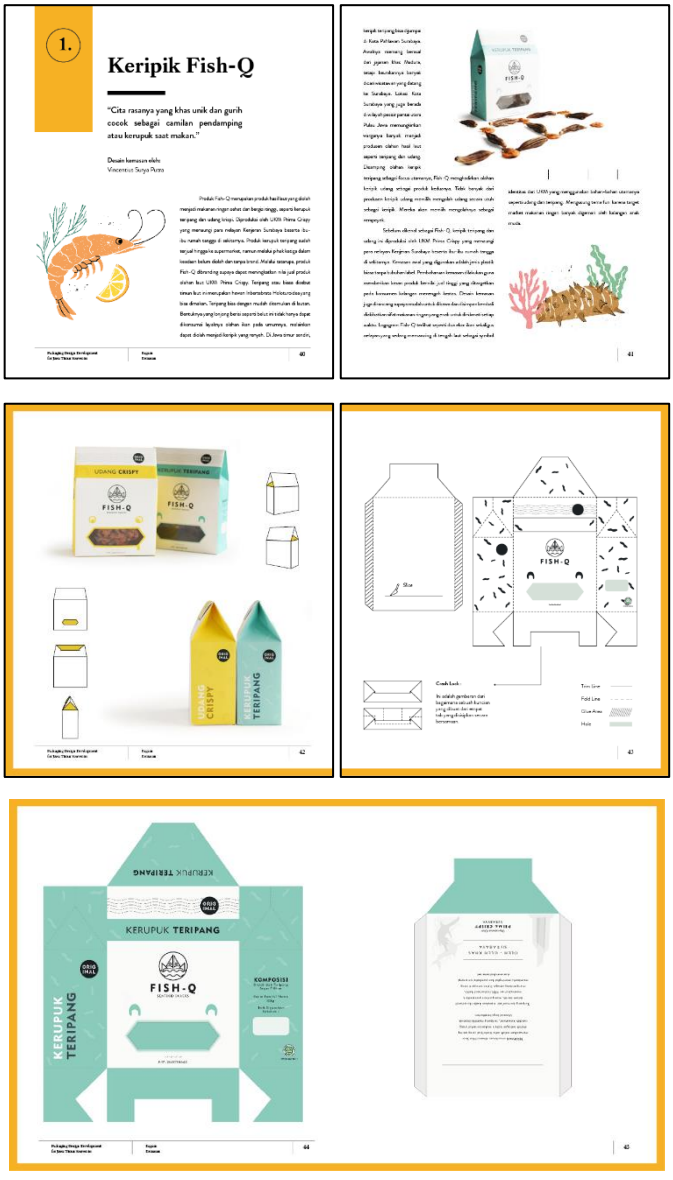
Gambar 5. 36 Desain tata letak bab 2

(sumber: Saniya, 2020)

- Desain Tata Letak Bab 3

  Bab ketiga dengan judul ‘Ragam kemasan’ merupakan bab terakhir dari buku dokumentasi visual ini sekaligus bab yang mengarahkan pembaca melihat perkembangan kemasan oleh-oleh di Jawa Timur saat ini. Bab ini berisi 20 macam kemasan oleh-oleh yang tiap pembahasannya dibagi menjadi 3 bagian. Bagian pertama dibuka dengan penjelasan singkat produk oleh-oleh dan ide kemasan yang diringkas dari hasil wawancara desainer kemasan tersebut. Bagian kedua memperlihatka detail

kemasan dari segi fotografi dan ilustrasi yaitu foto produk dari sisi lainnya, ilustrasi 3D kemasan, dan jaring-jaring kemasan lengkap dengan pictogram. Dan bagian tiga diperlihatkannya jaring-jaring kemasan mulai dari template, warna, dan elemen kemasan keseluruhan.



Gambar 5. 37 Desain tata letak bab 3

(sumber: Saniya, 2020)

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

BAB VI
KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

Perancangan media buku dokumentasi visual kemasan oleh-oleh khas Jawa Timur merupakan buku yang mengangkat tentang pengembangan desain kemasan olahan pangan di Jawa Timur yang dijadikan sebagai oleh-oleh. Dalam proses penelitian dan perancangan konsep buku visual kemasan oleh-oleh Jawa Timur dengan mengunakan metode *depth interview* dan analisis konten, telah mendapat banyak dukungan dari UPTI Mamin dan Kemasan, Penggerak TATARUPA, pelaku UMKM, dan para desainer kemasan yang ikut andil membagikan hasil karyanya untuk didokumentasikan ke dalam buku. Dalam perancangan buku dokumentasi visual ini telah didapatkan hasil-hasil yang dapat disimpulkan sebagai berikut:

- Perancangan buku dokumentasi visual kemasan oleh-oleh Jawa Timur ini merupakan kontribusi dalam pendokumentasian pengembangan desain kemasan hasil karya desainer lokal serta ajang promosi kebudayaan lokal melalui olahan pangannya, yang mampu menampilkan dokumentasi foto-foto, ilustrasi, juga pembahasan mengenai peran penting kemasan dalam peningkatan mutu oleh-oleh daerah khususnya di Jawa Timur
- Target audiens yaitu desainer kemasan juga praktisi kemasan setuju bahwa buku ini bermanfaat dan mampu menjadi sumber inspirasi untuk desain kemasan oleh-oleh khas daerah
- Gaya Bahasa semi-formal serta jenis narasi teks deskriptif yang digunakan dalam buku dengan mudah dipahami oleh target audiens
- Teknik Fotografi *Still Life* dan fotografi makro mampu membantu audiens dalam memahami isi buku khususnya mengenai detail visual bentuk tiap kemasan oleh-oleh
- Elemen Visual pendukung berupa ilustrasi dapat membantu audiens dalam memahami beberapa narasi seperti pada pembahasan macam kemasan tradisional dan detail jaring-jaring kemasan yang dilengkapi pictogram.

6.2. Saran

Perancangan buku dokumentasi visual ragam desain kemasan oleh-oleh Jawa Timur ini masih bisa dikembangkan lagi, baik dalam segi konsep perancangan, konten, hingga aspek elemen visual. Dalam segi visual, diharapkan penyusun bisa memberikan visual yang lebih eksploratif sehingga lebih tematik teruatama pada bab ragam kemasan. Konten kemasan olahan pangan berpotensi untuk dikembangkan, dan digali lebih dalam lagi terutama pada pembahasan tiap kemasan oleh-oleh yang disajikan. Juga perlu memperkaya jumlah contoh kemasan lagi. Selain itu pada segi fotografi penyusun bisa lebih mengeksplorasi *style* fotografi, pengambilan angle foto untuk menampilkan keseluruhan sisi kemasan produk dengan baik. Dengan konten visual yang mendominasi dan konten kemasan yang tidak begitu mendalam, buku *Packaging Design Development for Jawa Timur Souvenir* ini lebih tepat bila dikategorikan sebagai buku dokumentasi visual dibandingkan buku referensi dan dapat diperuntukkan untuk masyarakat umum khususnya pelaku usaha UKM untuk mengembangkan pengetahuan mereka akan desain kemasan produk olahan pangan. Buku nanti bisa didistribusikan ke kantor koperasi UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

Rolle, Rosa dan Olivia Enriquez. 2017. *Souvenir Food Packaging-A Training Resource for Small Food Processos and Artisans*, Rome, FAO.

Fatmayanti. 2016. *Kemasan Sebagai Daya Saing Produk*. Warta Ekspor. Edisi Mei .

Roesfitawati. 2017. *Desain Kemasan Produk Makanan Olahan*. Warta Ekspor. Edisi Februari.

Sekar, Niya. "Tatarupa, Megubah Positioning UKM Dengan Desain", 2016, https://www.ziliun.com/tatarupa-mengubah-positioning-ukm-dengan-desain/, diakses pada 29 Desember 2019.

Nugraheni, Mutiara. 2018. Kemasan Pangan, Yogyakarta: Plantaxia.

Natadjaja, Listia dan Elisabeth Christine Yuwono. 2017. Kearifan Lokal Kemasan Penganan Tradisional, Yogyakarta: ANDI.

Suhandana, Dadan. *"Ciri Khas Masakan 3 Daerah di Pulau Jawa"*, 2017, https://www.infobudaya.net/2017/09/ciri-khas-masakan-3-daerah-pulau-jawa/, diakses pada 15 Maret 2020.

Alamsyah, Yuyun. 2008. *Bangkitnya Bisnis Kuliner Tradisional: Meraih Untung dari Bisnis Masakan Tradisional Kaki Lima sampai Restauran*, Jakarta: PT Elex Media Komputindo

Kresnawati, Vey. "*Pembungkus Kemasan Tradisional yang Ramah Lingkungan*", 2019,https://today.line.me/id/pc/article/Pembungkus+Makanan+Tradisional+yang+Ramah+Lingkungan-r9rMl8, diakses pada 15 Maret 2020

I Wayan Mudra. 2010. *Desain Kemasan Produk*. Disajikan pada Pelatihan Pembuatan Kemasan pada Kegiatan Pembinaan Kemampuan Teknologi Industri di Kota Denpasar tanggal 19 s/d 23 April.

Sekarlaranti, Ariesta dan Shellyana Junaedi. 2013. Persepsi Konsumen Terhadap Warna, Tipografi, Bentuk Grafis dan Gambar pada Kemasan Produk Dengan Pendekatan Multidimensional Scaling. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.* tahun 6 No.1.

Putu Arya, I, R. Agus Baktiono, dan I Gede Arimbawa. 2019. *Peningkatan Daya Tarik Produk Melalui Perbaikan Label dan kemasan.*Surabaya: Universitas Narotama, Fakultas Ekonomi dan Bisnis.

Mukhtar, Syukrianti, Muchammmad Nurif. 2015. Peranan Packaging dalam Meningkatkan Hasil Produksi Terhadap Konsumen. *Jurnal Sosial Humaniora*. Vol 8 No. 2.

Questibrilia, Bivisyani. 2019. *Kemasan: Pengertian, Fungsi, dan Jenis-jenisnya*. https://www.jojonomic.com/blog/fungsi-kemasan/, diakses pada 21 Juni 2020.

Riadi, Muchlisin. 2016. *Pengertian, Fungsi, Tujuan, dan Jenis-jenis Kemasan*. https://www.kajianpustaka.com/2016/10/pengertian-fungsi-tujuan-dan-jenis-kemasan.html, diakses pada 21 Juni 2020.

Gordon, Beverly. 2004. The Souvenir: Messenger of the Extraordinary. *Journal of Popular Culture*. 20:3 hlm. 135-146

Calver. 2004. *What is Packaging Design.* Switzerland: RotoVision

Enoch, Olalere Folasayo. 2017. Importance of Product Attributes for Souvenir Purchase Preferences: A Viewpoint of Foreign Tourist in South Africa. *Journal of Hospitality Tourism and Leisure*.

Imran, Syaiful. 2014. *Strutur dan Bagian-bagian Penyusun Buku Secara Umum.* https://ilmu-pendidikan.net/pustaka/buku/bagian-penyusun-buku, diakses pada 20 Februari 2019.

Caldwell, Cath, dan Yolanda Zappaterra. 2014. *Editorial Design: Digital and Print*. London: Laurence King Publishing.

Rustan, Surianto. 2009. *Layout: Dasar dan Penerapannya*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama

BIOGRAFI PENULIS

Vivi Zulfa Saniya dikenal dengan nama Vivi, adalah seorang perancang grafis yang dilahirkan di Blitar pada tanggal 28 Juni 1996. Penulis adalah anak kedua dari dua bersaudara. Sebelum berkuliah di jurusan Desain Komunikasi Visual, Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya, penulis pernah mengenyam pendidikan di SD Islam Kota Blitar, SMP Negeri 1 Kota Blitar, dan SMA Negeri 1 Kota Blitar.

Ketertarikan Vivi akan desain kemasan dimulai dengan keikutsertaanya dalam sebuah program redesain kemasan produk yang berkolaborasi bersama para pelaku usaha kecil menengah di daerahnya. Hal tersebut yang kemudian mendorong penulis untuk menyusun buku "*Repack: Successful Packaging Design of East Java Souvenirs*". Penulis memiliki harapan untuk mengembangkan usahanya sendiri dengan pengetahuan mengenai kemasan yang didapatkan dan sangat terbuka untuk segala kolaborasi di masa mendatang

Email : vivizulfa066@gmail.com

Telepon : +6285 855 600 948

LinkedIn : Vivi Zulfa

(Halaman ini sengaja dikosongkan)