

p-ISSN 2745-5807

e-ISSN 2747-0288

WARNARUPA

Journal of Visual Communication Design

WARNARUPA

| Vol. 4

| No. 1

| Page 1 - 78

| April 2024



Published By
PARINKRAF

Universitas Muhammadiyah Tangerang

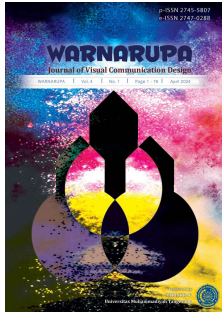


WARNARUPA

(Journal of Visual Communication Design)

Daftar Isi (Table Of Content)

Rebranding Desain Kemasan Kuy Ice Cream Di Kawasan Pinang Indah Kota Tangerang Heri Wijayanto dan Ahmad Adam Junior	1 - 17
Perancangan Desain Majalah B'scout Creative Pada Kepramukaan Hizbul Wathan Banten Dewi Intan Kurnia dan Naufal Adwithiya Alhasni	18 - 40
Analisis Data Interaktif Desain Kemasan Produk Frisian Flag Kental Manis Aliyah	41 - 49
injauan Kualitas Citra dalam Fotografi Digital: Analisis Pengaruh Teknik Pengolahan dan Perangkat Kamera Terhadap Hasil Fotografi Moh. Ali Wisudawan Prakarsa	50 - 60
Perubahan Elemen-Element Visual Kemasan Produk Industri Studi Kasus Lux Sabun Mandi Cair Di Indonesia Widya Oktary Setiawardhani	61 - 78



WARNARUPA

Journal of Visual Communication Design
Fakultas Pariwisata dan Industri Kreatif

Analisis Data Interaktif Desain Kemasan Produk Frisian Flag Kental Manis

Aliyah, S.I.Kom., M.I.Kom

Program Studi Desain Komunikasi Visual
Fakultas pariwisata dan Industri Kreatif
Universitas Muhammadiyah Tangerang

Alya.aliyah80@gmail.com

Abstrak

Packaging is one of the important things in the food and beverage product industry, Frisian Flag sweetened condensed condensed milk, the product was chosen because this product is well known by consumers of sweetened condensed milk, with qualitative research methods and interactive data analysis Miles and Huberman results of research on the new packaging of Standing Pouch Frisian Flag Standing Flag sweetened condensed standing pouch which is more ergonomic with an oval surface shape, It makes it easier for packaging to stand upright when placed, with a zipper lock that is easy to close and reopen, with a variety of sizes, and the price is more affordable.

Keywords:

Frisian Flag Kental Manis, Analisis data interaktif Miles and Huberman, Ergonomis

Abstrak

Kemasan menjadi satu hal yang penting dalam industry produk makanan dan minuman, susu kental manis Frisian Flag kental manis, dipilihnya produk tersebut karena produk ini sudah cukup dikenal oleh konsumen susu kental manis, dengan metode penelitian kualitatif dan analisis data interaktif *Miles and Huberman* hasil penelitian kemasan baru Standing Pouch Frisian Flag kental manis Standing Pouch yang lebih ergonomis dengan bentuk permukaan oval, memudahkan kemasan berdiri tegak saat diletakkan, dengan zipper lock yang mudah ditutup dan buka kembali, dengan ukuran yang bervariasi, dan harga pun lebih terjangkau.

Kata Kunci :

Frisian Flag Kental Manis, Analisis data interaktif *Miles and Huberman*, Ergonomis

PENDAHULUAN

Memasuki era persaingan yang kompetitif menuntut pelaku bisnis untuk menciptakan strategi yang inovatif dan kreatif dalam mendesain produknya agar lebih menarik dari para pesaing. Salah satu daya tarik yang dapat ditonjolkan dari sebuah produk adalah kemasan dan harga produknya. Kekuatan desain kemasan dan harga produk mempunyai pengaruh yang kuat terhadap keputusan pembelian karena desain kemasan yang unik memiliki daya tarik (Adhitya 2017).

Ada anggapan umum bahwa Kesuksesan dalam bisnis penjualan barang bukan hanya kualitasnya melainkan ditentukan keunikan Desain Kemasan Produk dari barang yang bersangkutan. Kemasan tidak dapat dipisahkan dari daya tarik produk barang karena konsumen secara nyata memperhatikan kesan yang ditimbulkan melalui kemasan karena itu desain kemasan harus menarik konsumen (Sudjana 2020).

Desain wadah dapat menjadi pesona dari suatu produk (*the product charm*), sebab kemasan memang pada dasarnya berada di tingkat akhir dari suatu proses produksi. Berhubung wadah berada di tingkat akhir dari suatu produksi, maka bentuknya juga harus memikat mata (*eye-catching*) sekaligus memikat pemakaian (*usage attractiveness*) (Nandy, n.d.).

Perusahaan dapat melakukan berbagai macam cara agar konsumen tertarik dengan produk salah satunya adalah dengan memuaskan kebutuhan dan memenuhi ekspektasi dari konsumen tersebut. Terdapat beberapa hal yang dapat diperhatikan oleh perusahaan seperti Kualitas Produk, Desain Kemasan dan Variasi Produk (Ramadhina and Mugiono 2022).

Salah satu media yang paling efektif untuk mempromosikan suatu produk pada zaman ini khususnya produk makanan adalah melalui gambar-gambar visual yang terdapat pada produk tersebut, karena didalam media kemasan tersebut terdapat unsur gambar-gambar yang menjadikan produk tersebut mudah diingat (Pratama, Aditywan, and Fathurrizky 2023).

Kemasan adalah salah satu kunci dalam menjaga kualitas produk, *Kotler dan Armstrong (2012) "packaging involves designing and producing the container or wrapper for a product"* yang berarti, kemasan melibatkan kegiatan mendesain dan memproduksi, untuk melindungi produk. Kemasan selalu melibatkan design agar pesan produk tersampaikan kepada konsumen, fungsi kemasan sendiri saat

Kemasan atau pembungkus sebenarnya pengemasan berbeda walaupun dengan sering diartikan sama. Pengemasan mencakup semua konsep termasuk kemasan langsung, bagian luar, pembungkus dan lain – lain. Kemasan adalah alat atau media yang digunakan dalam penegasan itu sendiri (Avianto, Lukitasari, and Yulianto 2022).

Daya saing produk di pasaran dapat ditingkatkan dengan penggunaan kemasan yang inovatif dan komunikatif. Jadi fungsi kemasan pada saat ini tidak terbatas sebagai pelindung produk, tetapi juga sebagai sarana komunikasi produsen kepada konsumen seperti informasi rasa berat, waktu kadaluarsa dan lainnya (Istianah 2022).

TINJAUAN PUSTAKA

Desain Kemasan

Desain kemasan adalah bisnis kreatif yang mengkaitkan bentuk, struktur, material, citra, warna dan elemen-elemen desain dengan informasi pada produk yang bertujuan agar produk dapat dipasarkan. Desain kemasan yang baik adalah desain kemasan yang dirancang dengan memperhatikan prinsip desain, tujuan pemasaran yang jelas (Ramayanti 2022).

Kemasan seringkali disebut sebagai "the silent sales-man/girl" karena mewakili ketidakhadiran pelayan dalam menunjukkan kualitas produk. Untuk itu, kemasan harus mampu menyampaikan pesan lewat komunikasi informatif, seperti halnya komunikasi antara penjual dengan pembeli (Pinandita 2020).

Unsur Desain

Menurut Klimchuk dan Krasovec (2013) unsur desain dalam kemasan adalah suatu elemen desain yang membantu proses distribusi sebuah produk dengan menggunakan salah satu atau semua opsi dari tipografi, warna, citra (seperti foto, ilustrasi, simbol, perangkat grafis dan ikon), ukuran, bentuk dan struktur (Inzaghi and Patria 2021).

Ada empat penarik perhatian yang utama dalam sebuah kemasan menurut Kimchuk dan Krasovec (2007), antara lain:

1. Warna
2. Struktur bentuk
3. Simbol
4. Tipografi

Warna

Warna adalah salah satu aspek yang paling berpengaruh dari desain kemasan. Konsumen lebih mengidentifikasi warna atau produk sebelum fitur visual lainnya. Warna membedakan kepribadian, menarik perhatian ke atribut-atribut lainnya dan memungkinkan untuk membuat perbedaan dari kompetitor dalam lingkungan ritel yang ramai. Keputusan pembelian sering dibuat berdasarkan hal tersebut.

Bentuk Kemasan

Bentuk kemasan menggambarkan ukuran produk yang dikemas di dalamnya. Konsumen menggunakan bentuk sebagai persepsi dalam menentukan isi atau ukuran berat produk di dalamnya. Beberapa kemasan dibuat lebih besar yang biasanya terdapat pada makanan kering, kemasan tersebut dibuat agar lebih menarik persepsi calon pembeli untuk dibandingkan produk kompetitor (Dusauw, Mangantar, and Pandowo 2023).

Simbol

Simbol merupakan suatu sarana yang digunakan dalam berkomunikasi dengan cara non verbal yang meliputi sebuah tanda-tanda dengan makna tertentu. Definisi sebuah tanda menurut pandangan *Charles Sanders Peirce* adalah sebuah konsep yang dijadikan sebagai sarana atau bahan untuk analisis di mana pada sebuah tanda tersebut terdapat berbagai makna sebagai hasil interpretasi pesan yang dari suatu tanda tersebut (Aryani and Yuwita 2023).

Tipografi

Tipografi adalah cara utama guna menyampaikan nama, fungsi, dan informasi produk kepada konsumen melalui desain kemasan. Ini adalah elemen penting dari ekspresi visual suatu produk dan memainkan peran sentral dalam komunikasi (Taqiy et al. 2023).

Stand Pouch

Stand Pouch adalah jenis kemasan yang fleksibel dalam berbagai ukuran yang sangat cocok bagi usaha kecil karena bisa di cetak secara custom dalam skala jumlah yang sedikit sesuai kantong anggaran. Pengertian stand pouch sesuai dengan namanya yakni jenis kemasakan ini berbentuk kantong (Pouch) dan bisa berdiri (Stand) (Mawardikajati 2023).

METODE

Dalam tinjauan ini peneliti menggunakan metode kualitatif, “Metode penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah”. Alasan pemilihan pendekatan kualitatif ini dikarenakan:

1. Metode kualitatif ini menyajikan secara langsung hakekat hubungan antara peneliti dengan responden.
2. Metode kualitatif ini lebih peka dan lebih dapat menyesuaikan diri dengan banyak penajaman- penajaman, pengaruh bersama dan terhadap pola-pola nilai yang dihadapi.
3. Metode kualitatif lebih mudah menyesuaikan apabila nantinya berhadapan dengan kenyataan ganda (Wanto 2018).

Analisis Data

Noeng Muhadjir (1998: 104) mengemukakan pengertian analisis data sebagai “upaya mencari dan menata secara sistematis catatan hasil observasi, wawancara, dan lainnya untuk meningkatkan pemahaman peneliti tentang kasus yang diteliti dan menyajikannya sebagai temuan bagi orang lain. Sedangkan untuk meningkatkan pemahaman tersebut analisis perlu dilanjutkan dengan berupaya mencari makna.” (Rijali 2018).

Menurut *Miles and Huberman* analisis data model interaktif ini memiliki 3 komponen yaitu (1) reduksi data, (2) penyajian data, dan (3) penarikan kesimpulan/verifikasi. Ketiga komponen utama yang terdapat dalam analisis data kualitatif itu harus ada dalam analisis data kualitatif. Sebab hubungan keterkaitan anantara ketiga tersebut harus terus dikomparasikan untuk menentukan arahan isi kesimpulan sebagai hasil akhir penelitian (Agama, Di, and Medan 2022).

PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN

Kemasan Lama



Kemasan Baru



Berdasarkan analisis data menggunakan metode kualitatif dengan cara *Miles and Huberman* analisis data model interaktif ini memiliki 3 komponen yaitu :

- a) Reduksi data
- b) Penyajian data
- c) Penarikan kesimpulan/verifikasi

Ketiga komponen utama yang terdapat dalam analisis data kualitatif itu harus ada dalam analisis data kualitatif. Sebagai pedoman saat akan menentukan hasil akhir dari tinjauan visual desain packaging.

Berdasarkan pengamatan dan analisis yang dilakukan peneliti dengan model interaktif, dan melakukan pengumpulan data informasi yang memberikan gambaran kepada peneliti untuk mengambil kesimpulan yang mendeskripsikan hasil temuan peneliti dalam reduksi data, dengan di intepretasikan dalam penulisan secara sistematis, sehingga mudah untuk di pahami, dan sehingga temuan – temuan di lapangan hasil observasi dan analisis dapat menghasilkan data deskripsi tinjauan visual desain packaging produk Frisian Flag Pouch, sebagai berikut :

Reduksi Data

Dengan reduksi data, peneliti menyederhanakan, mencatat dalam proses penelitian, data – data yang terkait akan produk, berdasarkan semua hasil temuan yang didapat, baik observasi dan analisis pada produk kemasan lama dan kemasan baru Frisian Flag Kental Manis

Dengan reduksi data, mengarahkan peneliti kepada tahapan dalam analisis kualitatif untuk mengerucutkan data, dengan menggolongkan, lebih jelas dan terfokus pada temuan – temuan yang mendukung penelitian, sehingga hasil deskripsi data yang disajikan valid dan dapat dipertanggung jawabkan

Penyajian Data

Proses pengambilan keputusan untuk tahapan selanjutnya yang akan dilakukan oleh peneliti, yang berupa uraian singkat, data dokumentasi, untuk menelaah permasalahan yang terjadi. Penyajian data akan memudahkan dalam pemahaman pada masalah yang dihadapi, sehingga dapat segera mengambil Tindakan lanjut sesuai dengan solusi yang terbaik.

Penarikan Kesimpulan/Validasi

Dan untuk tahapan terakhir adalah menarik kesimpulan berdasarkan Analisa yang sudah dilakukan, serta data – data yang didapatkan dalam pelaksanaan penelitian deskriptif kualitatif dari observasi, pengamatan dan dokumentasi dengan bukti nyata produk,

Hasil Pembahasan

Untuk kemasan lama dan kemasan baru dari Frisian Flag Kental manis, mempunyai kekurangan dan kelebihan tersendiri seperti :

Kemasan Lama :

- Tidak ada penutup setelah dibuka
- Tidak fleksibel
- Packaging yang kurang menarik

Membutuhkan penopang setelah dibuka
Mudah diolah ke berbagai makanan dan minuman

Kemasan Baru :

Mudah saat dituang
Mudah saat digunakan
Mudah dibuka dan ditutup Kembali
Tidak mudah tumpah
Lebih praktis
Mudah diolah ke berbagai makanan dan minuman

Berdasarkan temuan – temuan tersebut dapat disimpulkan bahwa kemasan baru dari produk Frisian Flag kental manis bersifat kebaruan dan pengembangan konsep desain untuk menjawab semua masalah – masalah yang terjadi sebelumnya di kemasan lama yang terdapat banyak kekurangan saat digunakan oleh pengguna.

Untuk menjawab semua masalah yang dialami konsumen produk Frisian Flag kental manis, maka di ciptakannya desain packaging Standing Pouch yang lebih ergonomis dengan bentuk permukaan oval, memudahkan kemasan berdiri tegak saat diletakkan, dengan zipper lock yang mudah ditutup dan buka kembali, dengan ukuran yang bervariasi, dan harga pun lebih terjangkau.

KESIMPULAN

Dengan temuan – temuan yang didapatkan peneliti dapat ditarik kesimpulan :

1. Kemasan Frisian Flag kental manis kaleng tidak mempunyai penutup jika sudah dibuka, sehingga apabila terjatuh akan tumpah, dan mudah dimasuki serangga.
2. Kemasan Frisian Flag kental manis sudah dapat menjadi solusi masalah – masalah konsumen pengonsumsi susu kental manis, yang banyak mengeluhkan, mudah tumpah, tidak dapat disimpan secara baik, perlunya wadah lain sebagai penopang susu kental manis kaleng jika sudah dibuka.
3. Kemasan Standing Pouch dengan desain yang elegant dan harga yang terjangkau memberikan ergonomis kepada konsumen Frisian Flag kental manis, mudah dibawa kemanapun dan kapanpun.
4. Kemasan baru Frisian Flag kental manis, dengan desain dan kemasan baru, tetap mempertahankan warna yang di dominasi oleh warna biru dan putih, perubahan bentuk kemasan yang lebih ergonomis dengan handle yang mudah digenggam menjadi satu terobosan baru

DAFTAR PUSTAKA

- Adhitya, Fajar. 2017. "Pengaruh Desain Kemasan (Packaging) Dan Harga Produk Sebagai Stimulus Impulsive Buying." *Stie Semarang* 9 (2): 39–53.
- Agama, Pendidikan, Islam Di, and M A N Medan. 2022. "Implementasi Metode Outdoor Learning Dalam Peningkatan Hasil Belajar Siswa Pada Mata Pelajaran Agama Islam Di MAN 1 Medan." *Jurnal Penelitian, Pendidikan Dan Pengajaran: JPPP* 3 (2): 147–53. <https://doi.org/10.30596/jppp.v3i2.11758>.
- Aryani, Saleha, and Mia Rahmawati Yuwita. 2023. "Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce Pada Simbol Rambu Lalu Lintas Dead End." *Mahadaya: Jurnal Bahasa, Sastra, Dan Budaya* 3 (1): 65–72. <https://doi.org/10.34010/mhd.v3i1.7886>.
- Avianto, Afrizal Raka, Evelyne Henny Lukitasari, and Arif Yulianto. 2022. "Desain Kemasan 'Nyamil' Klaten." *Jurnal Kemadha* 11 (2): 176–94.
- Dusauw, Estefan, Maryam Mangantar, and Merinda H.C. Pandowo. 2023. "The Impact of Sensory Marketing on Consumer Behavior At Starbucks Manado." *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 11 (1): 138–46. <https://doi.org/10.35794/emba.v11i1.45579>.
- Inzaghi, Ariq Attirmidzi Ainun, and Asidigisianti Surya Patria. 2021. "Analisis Elemen Visual Pada Kemasan Permen Kopiko 'Cofee Candy.'" *Jurnal BARIK* 3 (2): 1–13. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/article/view/42322>.
- Istianah, Raray. 2022. "Pengembangan Desain Kemasan Produk Makanan Merek Krispy Yammy Babeh." *Jurnal Seni Dan Desain Serta Pembelajarannya* 4 (1): 33–44. <https://ejournal.upi.edu/index.php/irama/article/download/49133/19959>.
- Mawardikajati, Syaiful Arif. 2023. "Perancangan Desain Kemasan Kletax Sebagai Media Pendukung Komunikasi Visual." *Jurnal Kemadha* 13 (2): 240–65.
- Nandy. n.d. "Kemasan : Sejarah Perkembangan, Fungsi, Dan Klasifikasinya." <https://www.gramedia.com/literasi/kemasan/>.
- Pinandita, Arsita. 2020. "Tinjauan Desain Kemasan Boxset Musik Sebagai Strategi Penjualan Rilis Fisik Di Yogyakarta." *Aksa: Jurnal Desain Komunikasi Visual* 2 (2): 297–310. <https://doi.org/10.37505/aksa.v2i2.22>.
- Pratama, Sandi, Oki Aditywan, and Ahmad Fathurrizky. 2023. "Perancangan Desain Kemasan Sebagai Media Promosi Produk Kuliner Tradisional." *Jurnal Kajian Pariwisata* 5 (1): 11–19. <https://doi.org/10.51977/jiip.v5i1.1086>.
- Ramadhina, A, and M Mugiono. 2022. "Pengaruh Desain Kemasan, Variasi Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen." *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan ...* 01 (1): 59–67. <https://jmppk.ub.ac.id/index.php/jmppk/article/view/21>.
- Ramayanti, Dwi. 2022. "Tinjauan Desain Kemasan Produk Olahan Belimbing 'Rasa Dewa.'" *Jurnal Narada* 9 (September): 183–92. <https://doi.org/10.2241/narada.2022.v9.i2.005>.
- Rijali, Ahmad. 2018. "Analisis Data Kualitatif Ahmad Rijali UIN Antasari Banjarmasin" 17 (33): 81–95.
- Sudjana. 2020. "Desain Kemasan Produk (Analisis Perbandingan : Efektivitas Perlindungan Desain Industri Atau Merek)." *Puslit Seni Kreasi Baru LP2M ISI Denpasar* 4 (1): 37–39.
- Taqiy, Radithya Naufal, Dwi Sudjanarti, Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Malang, and Emotional Appeal. 2023. "PENGEMBANGAN DESAIN KEMASAN PRODUK SEBAGAI MEDIA PROMOSI MEMANFAATKAN PROGRAM CORELDRAW PADA UKM BATIK TULIS AMPRIKAH TULUNGAGUNG." *Jurnal Aplikasi Bisnis* 9 (2): 13–19.
- Wanto, Alfi Haris. 2018. "Strategi Pemerintah Kota Malang Dalam Meningkatkan Kualitas

Pelayanan Publik Berbasis Konsep Smart City.” *JPSI (Journal of Public Sector Innovations)* 2 (1): 39. <https://doi.org/10.26740/jpsi.v2n1.p39-43>.