

Kartun Sebagai Elemen Visual Pada Desain Kemasan Oleh-Oleh Makanan Khas Bali

Eldiana Tri Narulita¹, Ni Ketut Pande Sarjani²

Program Studi Desain Komunikasi Visual Fakultas Seni Rupa & Desain,
Institut Seni Indonesia Denpasar

¹eldianatrinarulita84@gmail.com

Desain kemasan oleh-oleh makanan khas Bali umumnya diwujudkan menggunakan ilustrasi fotografi agar wujud makanan yang dikemas dapat lebih tampak menggugah selera calon konsumen. Fenomena yang terjadi di lapangan, mulai muncul banyak desain kemasan oleh-oleh makanan khas Bali yang ilustrasinya menggunakan gambar kartun. Hal inilah yang menarik diteliti, mengapa kartun dipakai sebagai daya tarik pada kemasan oleh-oleh makanan khas Bali. Masalah yang menarik untuk dikaji adalah mengapa kartun dijadikan sebagai daya tarik pada desain kemasan oleh-oleh makanan khas Bali dan bagaimana aplikasi kartun sebagai elemen visual pada desain kemasan oleh-oleh makanan khas Bali?. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data diperoleh dengan cara observasi & wawancara, dokumentasi dan kepustakaan. Hasil yang dicapai yakni kartun digunakan sebagai ilustrasi dalam desain kemasan makanan khas Bali sebab perusahaan ingin sesuatu yang berbeda dalam membentuk *branding*, selain itu dengan desain kemasan bergaya kartun akan lebih menarik dan membantu penjualan sebab terlihat unik dan menonjol. Aplikasi kartun sebagai elemen visual kemasan terlihat jelas pada ilustrasi pada kacang disko original. Sedangkan pada kemasan pie susu cening ayu, kacang bomboe rempah tjap jago ngemil, kopi nini premium wild luwak coffee peaberry lebih mengarah pada ilustrasi yang bergaya kartun.

Kata kunci : kartun, elemen visual, desain kemasan, oleh-oleh khas Bali

The typical Balinese food souvenir packaging design is generally realized using photographic illustrations so that the form of packaged food can seem more intriguing to prospective consumers. Phenomena that occur in the field, began to emerge many designs of Balinese food souvenirs that illustrated using cartoon images. This is interesting to examine, why cartoons are used as an attraction in souvenirs of Balinese food. An interesting problem to study is why cartoons are used as an attraction for Balinese food souvenir packaging designs and how to use cartoon as a visual element in Balinese food souvenir packaging designs. The method used in this research is qualitative descriptive. Data collection techniques are obtained by observation & interview, documentation and literature. The results achieved are that cartoons are used as illustrations in typical Balinese food packaging designs because companies want something different in forming branding, in addition to the cartoon-style packaging design will be more attractive and help sales because it looks unique and prominent. The cartoon application as a visual packaging element is clearly visible on the illustrations on original disco beans. Whereas in the packaging of the cening ayu milk pie, the bean bomboe spice is good at snacking, the premium wild luwak coffee peaberry coffee is more like a cartoon-style illustration.

Keywords: cartoon, visual elements, packaging design, Balinese souvenirs

Proses review: 1 - 20 Februari 2019, Dinyatakan lolos 28 Februari 2019

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Bali yang telah dikenal sebagai daerah pariwisata membuka peluang yang cukup menjanjikan bagi usaha yang bergerak disektor kuliner, khususnya oleh-oleh khas Bali. Salah satu jenis oleh-oleh khas Bali yang cukup diminati yakni dari jenis makanan, baik berupa kue tradisional maupun modern, kacang-kacangan, kopi serta banyak jenis lainnya. Oleh-oleh khas Bali tersebut biasanya dikemas dengan aneka desain yang umumnya bercirikan budaya lokal Bali yang familiar ditampilkan terdiri dari tarian, kesenian, bangunan pura, dan panorama alam, obyek wisata dll.

Bila ditinjau dari elemen-elemen desain, dalam desain kemasan kaitannya dengan bidang desain komunikasi visual bahwasanya desain kemasan adalah bisnis kreatif yang mengkaitkan bentuk, struktur, material, warna, citra, tipografi dan elemen-elemen desain dengan informasi produk agar produk dapat dipasarkan dan pada akhirnya desain kemasan berfungsi sebagai pemasaran produk dengan mengkomunikasikan kepribadian atau fungsi produk konsumsi secara unik (Klimchuck, 2007:33). Gaya desain kemasan oleh-oleh makanan khas Bali umumnya diwujudkan dengan berbagai jenis ilustrasi baik dari ilustrasi fotografi, ilustrasi gambar tangan maupun ilustrasi gabungan. Fenomena yang terjadi di lapangan, mulai muncul banyak desain kemasan oleh-oleh makanan khas Bali yang ilustrasinya menggunakan gambar kartun. Padahal biasanya desain kemasan makanan menggunakan ilustrasi fotografi agar wujud makanan yang dikemas dapat lebih tampak menggugah selera calon konsumen, karena lebih realis. Daya tarik kartun dalam kemasan oleh-oleh makanan khas Bali nampak dari segi visualisasi tiap tokoh kartun yang dibuat lucu dan elemen ilustrasi lain, selain itu dalam segi warna yang digunakan terlihat lebih banyak (*full colour*). Hal inilah yang menarik diteliti, mengapa kartun dipakai sebagai daya tarik dalam kemasan oleh-oleh makanan khas Bali.

Sebagai langkah awal untuk mengetahui berbagai kemasan oleh-oleh khas Bali yang memakai ilustrasi kartun bertema budaya lokal yang telah ada, maka fokus penelitian ini dilakukan di toko oleh – oleh daerah Denpasar dan kabupaten Gianyar yang menjual oleh – oleh khas Bali. Melalui hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan rujukan bagi desainer

komunikasi visual, sektor IKM dan mahasiswa dalam merancang desain kemasan dengan kartun yang bertema budaya lokal Bali sebagai elemen visual yang memiliki ciri khas dan karakter yang berbeda serta mampu bersaing dengan produk lain.

Dari latar belakang yang telah diuraikan di atas, dapat ditarik masalah yang menarik untuk dikaji sebagai berikut :

1. Mengapa kartun dijadikan daya tarik visual pada desain kemasan oleh-oleh makanan khas Bali?
2. Bagaimana aplikasi kartun sebagai elemen visual dalam desain kemasan oleh-oleh makanan khas Bali?

METODE PENELITIAN

Tahap – Tahap Penelitian

Untuk mencapai tujuan dalam penelitian ini, beberapa tahapan – tahapan yang dilakukan adalah pertama, menentukan masalah penelitian dengan merumuskan masalah. Ke dua, teknik sampling. Teknik yang digunakan untuk penelitian diambil dengan menggunakan teknik *purposive* atau berarti sengaja. Jadi sampel tidak diambil secara acak tetapi ditentukan oleh peneliti sendiri. Penentuan sampel dilakukan untuk memfokuskan objek penelitian dalam hal ini kriteria yang digunakan adalah jenis kemasan oleh-oleh makanan khas Bali yang menggunakan ilustrasi kartun yaitu kemasan pie susu cening, kemasan kacang bumbu rempah tjap jago ngemil.com, kemasan kopi nini premium wild coffe (luwak coffe peaberry) dan kacang disko krisna original. Alasan Ke tiga sampel kemasan ini digunakan sebab penulis melihat diantara beberapa kemasan oleh-oleh makanan khas Bali yang ada, ketiga kemasan ini memiliki tampilan gambar kartun yang lebih menarik dan bagus dibanding kemasan yang lain. Menentukan jenis data sebagai tahapan penting dalam penelitian untuk mendapatkan jawaban dari rumusan masalah yang ditentukan. Jenis data yang digunakan terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer didapatkan melalui observasi dan wawancara , diantaranya dengan desainer yang merancang desain kemasan masing-masing produk oleh-oleh makanan khas Bali . Sedangkan data sekunder didapat melalui kepustakaan dengan mencari literatur yang berkaitan dengan masalah penelitian. Tahap ke empat menentukan alat pengambilan data yang dilakukan dengan metode observasi, wawancara dan dokumentasi serta kepustakaan. Alat pengambilan data diantaranya berupa kamera foto untuk dokumentasi, alat perekam,



Gambar 1. Beberapa contoh kemasan oleh-oleh makanan khas Bali dengan elemen visual kartun (Sumber: Eldiana,2018)

alat tulis, daftar wawancara dll. Tahapan kelima menentukan teknik analisis data.

Lokasi Penelitian

Untuk mendapatkan data, penelitian akan dilakukan di toko oleh-oleh Khas Bali yaitu Cening Ayu di Jl. Raya Celuk No. 6X, Kecamatan Sukawati, Kabupaten Gianyar, dan kantor desainer kemasan pie susu cening, Ida Bagus Ratu Antoni Putra di jl.Singasari Gg Belibis no.5, Peguyangan, Denpasar. Kantor Jago Ngemil.com Jl. Tukad Pancoran II Gang IID buntu no.12 Denpasar dan Putu Pageh (dados desain Jl. Raya Padang Luwih No.124, Dalung, Kuta Utara,Badung) dan toko oleh-oleh Krisna jl. Nusa Indah No. 77 Denpasar. Waktu penelitian dilakukan pada bulan Januari 2018 sampai dengan Desember 2018

Teknik Analisis Data

Teknik analisa data menggunakan metode deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif kualitatif bertujuan untuk menggambarkan berbagai fenomena sosial yang ada di masyarakat menjadi obyek penelitian dan berupaya menarik realitas itu kepermukaan sebagai suatu ciri, karakter,tanda atau gambaran tentang kondisi situasi maupun fenomena tertentu (Bungin,2007:68). Deskriptif dimaksudkan untuk menggambarkan alasan kartun dijadikan sebagai daya tarik pada desain kemasan serta bagaimana aplikasi elemen-elemen visual kartun pada desain kemasan oleh-oleh makanan khas Bali sebagai daya tarik visual,

HASIL YANG DICAPAI

Data Perusahaan Jago ngemil.com

Nama Perusahaan :jago ngemil.com
 Nama pemilik :Lixiang Tan (ayu)
 Alamat :Jl. Tukad Pancoran II Gang IID buntu no.12 Denpasar
www.jagooleholeh.com,www.tokopedia.com/jagongemil,www.instagram.com/jagongemil, shop-ee.co.id/jagongemil, www.bukalapak.com > Jago Ngemil, www.blibli.com/biskuit-snack--jago-ngemil



Gambar 2. Neon box jago ngemil.com dan produk di jago ngemil.com. (Sumber: Eldiana, 2018)

Perusahaan ini berdiri sejak tahun 2012, menjual aneka oleh-oleh khas Bali seperti aneka camilan (pie susu, pia, kacang, kerupuk babi, kerupuk ceker, dll),kopi Bali, serta barang-barang kerajinan seperti tas, kain pantai dll dan produk spa khas Bali. Selama ini penjualannya lebih banyak dilakukan melalui online shop seperti tokopedia, bukalapak, shopee, lazada,blibli.com,elevania juga melalui aplikasi waku liner dan jasa antar yakni go food gojek. Namun sejak Januari 2018 jago ngemil.com berganti nama menjadi jago oleh-oleh. Perubahan nama ini dikarenakan agar lebih spesifik dan memperluas pangsa pasar sebab usaha ini memang menyediakan berbagai jenis oleh-oleh terutama khas Bali. Desain label jago ngemil ini didesain oleh suami pemilik usaha ini yang bernama Franky Temaja Putra, yang juga seorang web desainer.

Data Perusahaan kopi Nini

Nama Perusahaan : kopi Nini (cv. Sari Alam Pegunungan)
 Nama pemilik : Ida bagus made Santosa
 Alamat : JL Br. Demulih, Susut, Sulahan, Kec. Bangli, Kabupaten Bangli, Bali Telp (0366) 92188

Kopi nini adalah salah satu perusahaan yang mengolah hasil perkebunan rakyat yang berada di kintamani. Kopi Nini berada di wilayah Kintamani Bali, dimana tempat pengolahan sangat berdekatan dengan pertanian kopi. Kopi yang diproduksi ada 3 jenis



Gambar 3. Logo kopi nini & kemasan kopi. (Sumber : www.dadosdesain.blogspot.com, 2018)

yaitu luwak coffee arabika Kintamani Bali, peaberry luwak coffee, luwak coffee Arabica robusta blend. Kopi ini tersedia dalam kemasan bubuk dan ada pula yang berbentuk biji.

Adapun yang mendesain kemasan, *branding* sekaligus merancang media promosi kopi nini adalah dados desain yang desainer grafisnya (art director) bernama Bapak Putu Pageh. Putu Pageh mendesain kemasan & branding kopi nini berawal ketika beliau masih kuliah di jurusan desain komunikasi visual ISI Yogyakarta, pemilik nini kopi (Bpk Ida bagus Santosa) mengadakan kompetisi membuat logo kopi nini bagi mahasiswa ISI Yogyakarta, karena beliau ingin meningkatkan branding perusahaannya diantara pesaing-pesaing perusahaan kopi sejenis. Dan dikarenakan beliau terinspirasi oleh Pelukis Nyoman Gunarsa yang sekaligus sebagai dosen di ISI Yogyakarta. Akhirnya Pageh Putu memenangkan kompetisi logo ini dan akhirnya dilanjutkan menjadi proyek branding & media promosi kopi nini pada tahun 2012 sampai sekarang.

Mengapa kartun dijadikan sebagai daya tarik pada desain kemasan oleh-oleh makanan khas Bali

Berdasarkan wawancara dengan narasumber yakni desainer kopi nini (Putu Pageh) awal ide penggunaan ilustrasi gambar tangan/kartun pada desain kemasan kopi nini adalah perusahaan kopi nini ingin sesuatu yang berbeda dalam membentuk branding perusahaan, ketika perusahaan kopi pesaingnya banyak menggunakan ilustrasi foto dalam desain kemasan maka desainer dan pihak pemilik perusahaan memutuskan memakai ilustrasi hand drawing dalam desain kemasan dan media promosinya. Salah satu inspirasi desainer dalam ide kemasan kopi (*premium wild luwak coffe peaberry*) berasal dari gaya lukisan mooi indie. Istilah **Mooi Indie** berasal dari bahasa Belanda. Ciri khas lukisan mooi indie dapat diketahui dari obyek lukisan. Obyek lukisan itu umumnya berupa landscape pemandangan alam seperti sungai, gunung, hutan, suasana pedesaan, sawah yang indah

di Hindia Belanda. Disini penerapan gaya mooi indie pada kemasan kopi terlihat ilustrasi daun-daunan, biji kopi yang masih dipohon, luwak dan pemandangan pegunungan Kintamani. Dengan warna dominan hijau tua dan kecoklatan. Meskipun ada pandangan bahwa gaya desain ilustrasi kartun identik dengan kemasan snack untuk anak-anak tapi gaya ilustrasi yang ditampilkan dikemasan ini lebih dewasa sehingga tampak elegan.

Sedangkan berdasarkan wawancara dengan pemilik toko oleh-oleh jago ngemil.com (Lixiang tan/Ayu), awalnya Beliau menyukai karakter gambar kartun dan suaminya (Franky Temaja Putra) yang berprofesi sebagai web desainer mewujudkannya dengan membuat desain label kemasan jago ngemil.com dengan tampilan ilustrasi kartun yang bertema penari Bali yang berkesan feminin serta didukung oleh pemilihan warna dominan yang mencerminkan warna yang banyak digemari wanita. Dan ternyata banyak pula konsumen jago ngemil yang juga menyukai label kemasan bergaya kartun ini.

Hasil wawancara dengan desainer kemasan pai susu cening ayu (Ida Bagus Ratu Antoni Putra/Monez) ide awal owner toko oleh-oleh Cening Ayu ingin membuat produk pai susu selain menonjolkan dengan rasa yang enak namun dengan kemasan yang bagus, enak dilihat dan nyaman dibawa sebagai oleh-oleh. Selain itu kemasan yang dibuat berbeda dengan kemasan pai susu pada umumnya. Dan karena target pasarnya sebagian besar adalah wisatawan domestik dan anak-anak sekolah maka dibuat desain kemasan yang ilustrasinya menampilkan kesan ceria & menyenangkan, tidak terlalu serius. Namun tetap menonjolkan ciri khas yang mewakili kebudayaan Bali berupa ilustrasi anak perempuan dan laki-laki berpakaian adat Bali yang ringan (Bali payas madya) dan ilustrasi alam yang mewakili Bali berupa gapura candi bentar, meru dan payung khas Bali (tedung).

Gapura candi bentar adalah sebutan bagi bangunan gapura berbentuk dua bangunan serupa dan seban-

gun tetapi merupakan simetri cermin yang membatasi sisi kiri dan kanan pintu masuk. Candi Bentar adalah simbol dari pecahnya Gunung Kailaca tempat Dewa Ciwa bertapa yang diluar candi bentar ini (halaman luar/jaba pura). Lebih lanjut Candi Bentar juga sebagai pembatas antara nista mandala dan Madya mandala. Selain itu, bentuk Candi Bentar dengan paduraksa yang dibelah dua melambangkan ardhacandra pada kedua bangunan tersebut yang sejiwa. Bagian (kiri dan kanan) bangunan itu sebagai simbol rwa bhineda dalam kehidupan, yakni sifat positif dan negatif dalam aksara dengan aksara Ang dan Ah. Dengan sebelah kiri dan kanan terdapat apit lawang terkadang berwujud palinggih (<http://sejarahharirayahindu.blogspot.com/2011/11/candi-bentar.html>/diakses 1/4/2019).

Sedangkan meru adalah salah satu jenis tempat pemujaan untuk Istadewata, bhatara- bhatari yang melambangkan gunung Mahameru. Landasan filosofis dan meru adalah berlatar belakang pada anggapan adanya gunung suci sebagai istana para dewa dan roh suci leluhur. Untuk kepentingan pemujaan akhirnya gunung suci itu dibuatkan berbentuk replika (tiruan) berbentuk bangunan yang dinamai candi, prasada dan meru. (<http://www.babadbali.com/canangsari/hkt-meru-fungsi.htm> diakses 1/4/2019)

Tedung atau payung khas Bali yang juga disertakan dalam ilustrasi kemasan oleh-oleh ini ternyata juga memiliki makna filosofis. Pemasangan Tedung dan atribut lainnya di tempat suci, menandakan akan ada upacara. Selain akan memperindah kawasan pura, Tedung menjadi simbolik penebih umat. Ada Tedung Agung dan Tedung Kerajaan. Tedung Agung itu yang digunakan pada tempat suci, yang berfungsi sebagai pelindung umat, dan sesuai dengan Ista Dewata. Karena Tedung Agung juga memiliki sifat yang universal, sehingga dapat dikatakan sebagai perlindungan dunia. Makna dari Tedung Kerajaan adalah melindungi rakyat, sehingga mampu merangkul semua rakyatnya. setiap kerangka Tedung memiliki makna. Bahkan mempunyai filosofinya yang berbeda juga. Sebuah iga-iga tedung, lanjutnya, bermakna sebagai pangider bhuana (lambang dunia) yang berfungsi sebagai penebih jagat (melindungi dunia), karena bentuknya yang bundar dan sesuai dengan arah mata angin (<https://baliexpress.jawapos.com/read/2017/12/11/32678/ini-makna-dan-fungsi-pemasangan-tedung-di-tempat-suci-hindu>/diakses 1/4/2019)

Umumnya produk makanan oleh-oleh Bali (dan juga pie susu) yang dijual di toko oleh-oleh dikemas rapat sehingga tidak bisa dicicip, sehingga dalam hal desain kemasan memegang peran penting ketika produk ada dipajang. Karena itulah dalam segi desain dibuat berbeda dengan kemasan pie pada umumnya agar tampil unik serta dalam segi warna, kemasan pie susu cening ayu juga dibuat mencolok agar ketika produk ada di display dengan produk lain akan terlihat menonjol.

Dalam toko oleh-oleh krisna, terdapat berbagai jenis kacang disko aneka merk yang rata-rata kemasannya menggunakan ilustrasi fotografi berupa foto produk disertai foto ciri khas Bali (tarian, obyek wisata, pemandangan alam, Pura,dll) , namun kemasan kacang disko original krisna di buat dengan desain kemasan yang berbeda dengan menggunakan ilustrasi kartun. Alasannya adalah agar kemasan produk ini terlihat berbeda dengan kemasan produk kacang disko lainnya. Selain itu dengan ilustrasi kartun yang digunakan ada unsur humornya, serta warna yang cukup mencolok diharapkan akan bisa menarik calon konsumen untuk membeli produk kacang disko merk ini.

Dari hasil observasi dan wawancara, didapati pula fakta bahwa dalam industri oleh-oleh makanan khas Bali saat ini secara umum pengusaha toko oleh-oleh khas Bali dan pemilik produk tidak terlalu memikirkan desain kemasan produk. Kebanyakan masih tidak mau membayar mahal untuk membuat desain kemasan yang menarik. Sebab saat ini strategi bisnis terutama toko oleh-oleh salah satunya memanfaatkan jasa pemadu wisata dengan memberi fee/uang jasa untuk menggiring wisatawan (terutama wisatawan rombongan) agar membeli di tokonya. Sehingga mau tidak mau wisatawan akan membeli produknya. Jika produk makanan, meskipun kemasannya tidak menarik dan rasanya belum tentu enak, akan tetap dibeli sebagai oleh-oleh karena tidak ada pilihan lain bagi mereka. Lain halnya dengan persaingan industri makanan yang skalanya sudah beredar secara nasional, mereka sangat memikirkan kemasan, sebab kemasan memegang peranan penting untuk bersaing dengan lebih banyak produk dan akhirnya dibeli konsumen.

Bagaimana aplikasi kartun pada elemen visual pada desain kemasan oleh-oleh makanan khas Bali ?
Label Kemasan Kacang Bomboe rempah Jago

Ngemil.com

Jika ditinjau berdasar tujuan dibuatnya, kartun yang ada pada label kemasan kacang bamboe rempah ini adalah kartun yang bertujuan menyampaikan pesan kepada para penikmatnya, dalam hal ini pesan seni budaya. Berupa karakter penari Bali yang menggambarkan kegembiraan, keramahan pada wajahnya. Berdasarkan pengertian kartun secara teori, bahwasanya bisa dikategorikan menjadi kartun, salah satunya jika gambar tersebut mempunyai pesan dan ada unsur humornya. Namun dalam ilustrasi ini belum terlihat unsur humor sehingga belum bisa dikategorikan sebagai kartun secara murni. Jadi bisa dikatakan bahwa ilustrasi ini lebih mengarah pada ilustrasi dengan gaya kartun.

Kemasan ini berdasarkan frekwensi pemakaian tergolong kemasan sekali pakai (*disposable*), yaitu kemasan yang langsung dibuang setelah dipakai. Sedangkan jika ditinjau dari struktur sistem kemas, kemasan kacang bomboe rempah jago ngemil termasuk kemasan primer, yaitu kemasan yang langsung bersentuhan dengan produk yang di bungkusnya berupa kacang. Kemasan ini juga termasuk kemasan fleksibel (bahan kemasan yang mudah dilenturkan tanpa adanya retak atau patah).

Dalam panel display utama label kemasan ini terdapat nama merk yakni "tjap jago ngemil.com, merk ini sekaligus menjadi logo berjenis logotype (logo berupa huruf/tipografi) dengan tambahan bintang di bawahnya berjumlah 5. Selain itu pada PDU terdapat nama produk yaitu kacang bomboe rempah dan berat bersih 300 gram. Selanjutnya elemen visual label kemasan ini akan dijelaskan sebagai berikut :

a. ukuran : Diameter 10 cm

b. bahan : Stiker bontax

c. Ilustrasi : Dalam pembuatan ilustrasinya menggunakan jenis gambar vektor dengan digital drawing tablet/pen tablet dengan program desain dikomputer. Ada beberapa ilustrasi yang terdapat dalam label kemasan ini, berupa penari Bali dengan wajah tersenyum dan posisi tangan terbuka (agem), ilustrasi bentuk lingkaran di belakang penari, ilustrasi bentuk ornamen di kiri dan kanan penari serta ilustrasi gambar bintang berjumlah 5 di bawah teks tjap jago ngemil. Gambar bintang berjumlah 5 tersebut menandakan kualitas seperti bintang 5 yang artinya bagus, terjamin. Jika ditinjau dari ilustrasi sebenarnya tidak ada korelasi antara isi produk kemasan (kacang) dengan ilustrasi penari Bali. Namun, karena ini adalah produk oleh-oleh makanan khas Bali,



Gambar 4. Label Kemasan depan. (Sumber : Eldiana, 2018)

maka untuk memberikan citra yang merepresentasikan Bali dipakailah ilustrasi penari Bali ini dan eksekusi ilustrasi ini cukup menarik.

d. Teks : Kacang bomboe rempah, lezat & gurih, kwaliteit no.1, tjap jago ngemil.com, netto 300 gram, oleh-oleh khas Bali, produksi Denpasar-Bali, P-IRT No.215517104384. Untuk readability ada teks yang sudah cukup mudah dibaca (jago ngemil.com, produksi Denpasar-Bali, P-IRT No.215517104384, netto 300 gram) namun untuk teks "Kacang Bomboe Rempah, lezat & gurih, kwaliteit no.1, tjap, oleh-oleh khas Bali" agak kurang nyaman untuk dibaca sebab spasi antar huruf terlalu rapat.

e. Tipografi : Ada 3 jenis huruf yang digunakan yaitu, huruf tidak berkait (produksi Denpasar-Bali, P-IRT No.215517104384, netto 300 gram), huruf berkait (Kacang Bomboe Rempah, lezat & gurih, kwaliteit no.1, tjap, oleh-oleh khas Bali) dan huruf scrip (jago ngemil.com). Untuk tipografi jika ditinjau secara *Legibility* pemilihan jenis huruf terutama pada huruf dalam teks "Kacang Bomboe Rempah, lezat & gurih, kwaliteit no.1, tjap, oleh-oleh khas Bali" sebenarnya kurang tepat, sebab pada jenis huruf ini jarak antar huruf terlalu rapat dan kait pada masing-masing huruf agak terlalu panjang sehingga terkesan menempel dengan huruf disebelahnya sehingga membuat kurang nyaman untuk dibaca.

f. Warna : Dominan warna oranye muda dan merah muda ke oranye (disebut pula warna salmon) pada lingkaran, kuning keemasan, hitam, warna coklat muda, dan hijau muda pada ilustrasi penari. Warna putih pada teks. Warna dominan yang digunakan ini juga tergolong warna panas yang memberi kesan semangat, dan warna merah muda mengarah ke oranye ini memberi kesan feminim, warna yang melambangkan kesan wanita. Dalam penggunaan warna kemasan yang menggunakan warna-cerah akan membantu produk terlihat stand out ketika dipajang bersaing dengan produk lain.

Kemasan kopi nini premium wild luwak coffee peaberry

Jika ditinjau berdasar tujuan dibuatnya, kartun atau lebih mengarah pada ilustrasi gambar tangan yang



Gambar 5. Kemasan kopi nini premium wild luwak coffee peaberry. (Sumber : Eldiana, 2018)

ada pada label kemasan ini adalah kartun yang bertujuan menyampaikan pesan kepada para penikmatnya, dalam hal ini pesan berupa gambaran kehidupan alam (proses luwak yang memakan biji kopi yang telah matang berwarna merah di antara daun-daunan yang dimbun di tengah pegunungan Kintamani). Seperti yang telah disebutkan sebelumnya bahwa gambar bisa dikategorikan sebagai kartun salah satunya jika ada unsur humornya. Jadi ilustrasi dalam kemasan kopi ini belum bisa dikategorikan sebagai kartun, tapi gambar ilustrasi yang bergaya lukisan.

Kemasan ini adalah kemasan kopi luwak peaberry (kopi dengan biji tunggal/kopi jantan/kopi lanang, karena tingkat penyortirannya lebih sulit dan jumlahnya sedikit sehingga harganya lebih mahal dari biji kopi biasanya yang mempunyai 2 biji dalam 1 buah) kopi ini yang dikemas dalam bentuk kopi bubuk sachet namun dalam kemasan kantong seperti teh celup namun terbuka dibagian kantong atasnya. Cara mengkonsumsinya dengan cara membuka kemasan filternya lalu dijepit/digantung di bagian kiri dan kanan cangkir dan baru diseduh perlahan dengan air panas dibagian kantong filter terbuka sehingga kopinya akan menetes perlahan lahan (*drip filter*). Kopi dikemas dengan kertas filter & drip filter sehingga lebih praktis dalam penyajiannya dan ada sensasi tersendiri bagi penikmatnya ketika kopi perlahan-lahan menetes ke bawah. Dalam kemasan isi berisi 4 sachet kopi celup.

Dalam panel display utama (PDU) bagian depan terdapat logo di kemasan paling atas berupa ilustrasi menyerupai cili dan nama merknya kopi nini. Lalu nama produknya adalah luwak kopi peaberry. Serta netto(berat bersih) 4 cups (untuk 4 cangkir). Selanjutnya PDU pada kemasan bagian belakang berupa arahan penggunaan yang menjelaskan cara membuka kemasan dan menyeduh kopi, komposisi bahan (kintamani arabica luwak coffe) dan tanggal kadaluarsa.

Kemasan kopi nini premium wild luwak coffee peaberry ini berdasarkan frekwensi pemakaian tergolong kemasan sekali pakai (*disposable*), yaitu kemasan yang langsung dibuang setelah dipakai. Sedangkan jika ditinjau dari struktur sistem kemas, kemasan kotak kopi ini termasuk kemasan sekunder. Dan kemasan primernya yang langsung bersentuhan dengan produk berupa kertas filter untuk membungkus kopi per sachet. Kemasan ini juga termasuk kemasan fleksibel (bahan kemasan yang mudah dilenturkan tanpa adanya retak atau patah).

Elemen visual pada kemasan kopi nini premium wild luwak coffee peaberry akan dijelaskan sebagai berikut :

a. Ukuran : Panjang 18 cm, Lebar 8,5 cm, tinggi 1,5 cm

b. Bahan : Art paper

c. ilustrasi :Jenis ilustrasi yang digunakan adalah ilustrasi gambar tangan dalam pembuatan sketsa, lalu selanjutnya di padukan dengan program editing komputer dalam proses pewarnaan dan penyempurnaan ilustrasinya menggunakan bantuan digital drawing tablet (pen tablet) . Ilustrasi yang tampak pada kemasan berupa logo kopi nini yang berbentuk wajah perempuan yang menyerupai cili (cili adalah simbol kekuatan keindahan dan kesuburan yang dilambangkan dengan figur perempuan dengan ciri khas bentuk segitiga).Logo ini termasuk jenis logogram (logo berupa gambar) Selain itu terdapat ilustrasi daun-daunan, biji kopi yang masih dipohon, luwak yang sedang makan biji kopi, pemandangan pegunungan Kintamani. Selain itu juga gambar biji kopi yang telah disangrai serta cangkir dengan kopi drip filter yang diseduh dengan air dan dibelakangnya terdapat ornamen daun dan biji kopi . Ilustrasi kemasan ini terinspirasi gaya lukisan moii indie (menurut desainernya), terlihat dari ciri khasnya obyek lukisan yang umumnya berupa landscape pemandangan alam. Secara keseluruhan ilustrasi kemasan sangat mewakili isi dari produk berupa kopi dan dari mana kopi ini berasal bisa dilihat dari ilustrasi hewan luwak dan perkebunan kopi.

d. Teks : kopi nini, premium wild luwak coffe, luwak coffee peaberry (dalam bahasa inggris, jepang,cina,korea), *Netto 4 cups, Drip filter , certified, Kintamani Bali, Special coffee from Bali, Wild luwak coffe is processed naturally from Wild luwak fermentation process at Kintamani farmer coffee farm. Reprocessed by experts with the right technology for the best taste and aroma of kopi luwak from Kintamani Bali, use and storage, 1. Tear along*

thr dotted line on the filter brewer, 2.using 150 cc (aprox) coffee cup,place hanger onto side and widen the filter opening,3. Pour filtered water just below boiling point 93 c very slowly over the coffe grounds, steep for 5 minutes,drink slowly enjoy, Ingredients : kintamani arabica luwak coffee, produced by: cv Sari alam Pegunungan, Bali-Indonesia, Dep. kes P-IRT No.2 2105106220038-20, product of kintamani Bali, LPPOM 08120008640616, best before. Secara *readability*, tingkat keterbacaan teks sudah cukup baik & nyaman untuk dibaca meskipun cukup padat teksnya.

e. Tipografi : Menggunakan dua jenis huruf yaitu huruf berkait dan tidak berkait. Secara umum *legibility*, pemilihan jenis huruf sudah cukup baik, huruf yang digunakan sederhana & mudah dikenali.

f. Warna : Dominan warna yang digunakan hijau kekuningan dan hijau tua kekuningan pada ilustrasi daun dan luwak, hitam dan merah pada logo serta buah kopi, coklat pada biji kopi, putih pada cangkir & kertas filter kopi, coklat muda dan hitam pada luwak, oranye, kuning, kuning emas, putih dan hitam pada teks. Warna yang dipakai dominan berupa warna dingin (hijau) menggambarkan kenyamanan suasana pegunungan kintamani. Warna yang berkesan alami seperti coklat, yang juga menggambarkan kopi, warna hitam yang melambangkan ketegangan, elegan. Pemilihan warna sangat sesuai dengan konsep ilustrasi kemasan yang terinspirasi gaya *moii indie* dan juga sudah cukup mewakili produk kopinya.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan uraian hasil yang dicapai pada penelitian ini, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Alasan kartun dijadikan sebagai daya tarik pada desain kemasan oleh-oleh makanan khas Bali adalah perusahaan ingin sesuatu yang berbeda dalam membentuk branding perusahaan, ketika produk pesaingnya banyak menggunakan ilustrasi foto dalam desain kemasan maka desainer dan pihak pemilik perusahaan memutuskan memakai ilustrasi *hand drawing*/ilustrasi kartun dalam desain kemasan dan media promosinya. Sebab kemasan dengan desain yang berbeda dengan kemasan umumnya dan unik akan terlihat menonjol diletakkan di display. Adapun pemilik usaha yang memakai ilustrasi kartun pada kemasan produk karena alasan pribadi yang menyukai karakter gambar kartun

2. Aplikasi kartun sebagai elemen visual kemasan oleh-oleh makanan khas Bali terlihat jelas terutama pada ilustrasi pada kemasan kacang disko original,

merujuk pengertian kartun sendiri harus memiliki pesan dan unsur humor. Sedangkan pada kemasan *pie susu cening ayu*, kacang *bombone rempah tjap jago ngemil*, dan kopi *nini premium wild luwak coffee peaberry* belum bisa dikatakan sepenuhnya kartun secara murni, tapi lebih mengarah pada ilustrasi yang bergaya kartun.

Saran

Saran penulis terutama bagi desainer komunikasi visual yang menggarap kemasan, hendaknya harus ikut mengedukasi para pemilik produk oleh-oleh Bali, agar dalam membuat produk tidak hanya memikirkan kualitas rasa, namun juga harus ditunjang dengan kemasan yang menarik dan unik seperti menggunakan ilustrasi kartun, sehingga akan menambah nilai produk oleh-oleh Bali.

DAFTAR RUJUKAN

Ebdi Sanyoto, Sajiman. (2009). *Nirmana: Elemen-Element Seni dan Desain*. Jalasutra : Yogyakarta.

Klimchuk, Rosner & Krasovec. A. Sandra. (2006), *Packaging Design Successful Product Branding From Concept to Shelf* atau *Desain Kemasan Perencanaan Merek Produk yang Berhasil Mulai dari Konsep Sampai Penjualan*, terjemahan Bob Sabran. (2007), Erlangga, Jakarta.

Kusrianto, Andi. (2007). *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Andi, Yogyakarta

Negara, I Nengah Sudika. (2009), *Buku Ajar Ilustrasi 1*. Denpasar: Fakultas Seni Rupa dan Desain Institut Seni Indonesia Denpasar

Rustan, Suriyanto (2008) *Hurufontipografi*, Jakarta: PT. Gramedia

Sarwono Jonathan & Lubis Harry. (2007), *Metode Riset Untuk Desain Komunikasi Visual*, Andi : Yogyakarta

Setiawan, Muhammad Nashir, (2002), *Menakar Panji Koming*, Penerbit Buku Kompas, Jakarta.

Cokorda Alit Artawan dan Ni Ketut Rini Astuti (2015), *Kartun Sebagai Elemen Visual Media Pembelajaran Lalu Lintas Ditlintas Polda Bali*, Jurnal Hasil Penelitian Segara Widya, Vol,3 No.1, LP2M ISI : Denpasar

Nina Nurviana, Priyanto Sunarto, Achmad Syarie
(2012) *Identitas Dan Karakter Budaya Lokal Pada
Kemasan Makanan Oleh-Oleh*, Jurnal Komunika-
si Visual & Multimedia Wimba, Vol.04 No.2.,ITB :
Bandung

Internet

<http://www.ceningayu.com/1/5/2018>

www.dadosdesain.blogspot.com

[http://sejarahharirayahindu.blogspot.com/2011/11/
candi-bentar.html](http://sejarahharirayahindu.blogspot.com/2011/11/candi-bentar.html)

[https://baliexpress.jawapos.com/
read/2017/12/11/32678/ini-makna-dan-fungsi-pe-
masangan-tedung-di-tempat-suci-hindu](https://baliexpress.jawapos.com/read/2017/12/11/32678/ini-makna-dan-fungsi-pe-masangan-tedung-di-tempat-suci-hindu)

[http://www.babadbali.com/canangsari/hkt-me-
ru-fungsi.htm](http://www.babadbali.com/canangsari/hkt-me-ru-fungsi.htm)