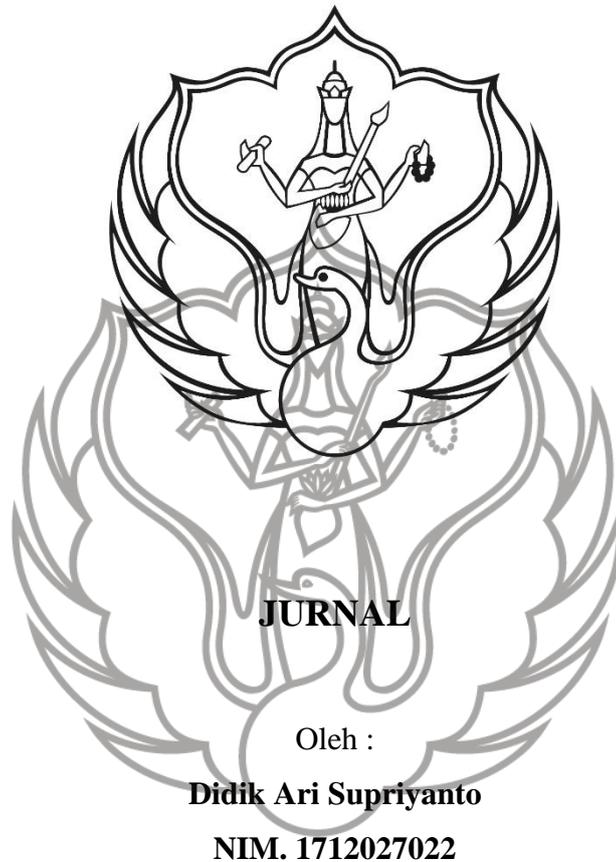


**TRANSFORMASI DESAIN KEMASAN PRODUK
INDOMIE TAHUN 1972 – 1991 DALAM KEMEJA
BATIK KASUAL**



JURNAL

Oleh :

Didik Ari Supriyanto

NIM. 1712027022

**PROGRAM STUDI S-1 KRIYA
JURUSAN KRIYA FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2022**

Publikasi Karya Ilmiah Berjudul :

TRANSFORMASI DESAIN KEMASAN PRODUK INDOMIE TAHUN 1972 – 1991 DALAM KEMEJA BATIK KASUAL diajukan oleh Didik Ari Supriyanto, NIM 1712027022, Program Studi S-1 Kriya, Jurusan Kriya, Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta (Kode Prodi: 90211), telah dipertanggung jawabkan di depan Tim Penguji Tugas Akhir pada tanggal 14 Januari 2022 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Pembimbing I



Dra. Dwita Anja Asmara, M.Sn.
NIP 19640720 199303 2 001 /NIDN 0020076404

Pembimbing II



Dr. Suryo Tri Widodo, S.Sn., M.Hum.
NIP 19730422 199903 1 005 /NIDN 0022047304

Mengetahui,
Ketua Jurusan/Program Studi Kriya
Institut Seni Indonesia Yogyakarta



Dr. Alvi Lufiani, S.Sn., M.F.A.
NIP 19740430 199802 2 001 /NIDN 0030047406

TRANSFORMASI DESAIN KEMASAN PRODUK INDOMIE TAHUN 1972 – 1991 DALAM KEMEJA BATIK KASUAL

Didik Ari Supriyanto, Mahasiswa S-1 Kriya, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta; **Dwita Anja Asmara**, Dosen Jurusan Kriya, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta; **Suryo Tri Widodo**, Dosen Jurusan Kriya, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta.

INTISARI

Inspirasi untuk menciptakan karya seni bisa datang dari mana saja dan dengan media apapun. Lewat mengapresiasi desain kemasan Indomie ditemukan inspirasi untuk berkarya. Bentuk visual yang unik dan menarik menjadikan penulis tertarik mengeksplorasi lebih lanjut tentang transformasi bentuk kemasan Indomie pada tahun 1972 sampai tahun 1991 yang telah menemani masyarakat Indonesia, eksistensi Indomie yang panjang dan stabil menjadikan sangat dikenal dibandingkan produk lainnya serta tersebar di Indonesia maupun luar negeri. Penulis menjadikan sebuah konsep dalam kemeja batik casual. Hal ini lahir dari adanya keinginan meningkatkan kesadaran masyarakat khususnya anak muda untuk mencintai produk dalam negeri, seni batik serta menghargai proses.

Penulis menerapkan pendekatan estetika dan ergonomis. Metode yang dipakai dalam penciptaan oleh SP. Gustami yaitu eksplorasi, perancangan, dan perwujudan. Penciptaan karya ini dimulai dari menyelidiki data desain kemasan Indomie, menuangkan goresan, pengolahan ide ke dalam sketsa rancangan, hingga tahap perwujudan yang dilakukan yaitu proses batik dan jahit.

Karya yang dihasilkan dari penciptaan karya Tugas Akhir ini berjumlah empat berjudul : Indomie Melengkapi #1, Indomie Melengkapi #2, Selalu Ada Indomie #1, dan POP MIE Dimana Saja #1. Berbentuk kemeja yang dapat digunakan pria atau wanita yang merupakan hasil dari pengolahan ide serta konsep yang telah dipadukan dengan tema serta ekspresi yang penulis tuangkan. Diharapkan mendapatkan kepuasan batin, media berekspresi, mengenalkan kesadaran desain produk, memperluas kearifan seni kriya, dan sebagai salah satu wujud kriya retro.

Kata Kunci : *Transformasi, Desain Kemasan, Produk Indomie, Kemeja Casual, Batik Tulis*

ABSTRACT

Indomie's long and stable existence makes it very well known compared to other instant noodle brands. Nowadays, Indomie has been sold all over Indonesia and abroad. The author found inspiration through appreciating the unique visual of Indomie packaging design. The author is interested in exploring more about the transformation of Indomie packaging from 1972 to 1991 and applied this subject as a concept for casual batik shirts. This idea came from the desire to increase public awareness, especially for the young adults to love domestic products, batik art, and appreciate the process.

The author applied an aesthetic and ergonomic approach. Methods used in creation by SP. Gustami is exploration, design, and embodiment. The creation

process of this work starts from investigating Indomie packaging design data, making rough sketches, processing ideas into design sketches, and executing practical work, including the batik and sewing process.

The outcome of this creation is four set of casual batik shirt: Indomie Melengkapi #1, Indomie Melengkapi #2, Selalu Ada Indomie #1, dan POP MIE Dimana Saja #1. The designs are unisex. It is the result of processing idea and concept that have been combined with the theme and expression of the author. Through outpouring creativity, the author gains inner satisfaction, introduce product design awareness, expand the wisdom of arts and craft, and created a form of retro craft.

Keywords: *Transformation, Packaging Design, Indomie Products, Casual Shirt, Batik*

A. PENDAHULUAN

1. Latar Belakang Penciptaan

Seiring dengan maraknya permintaan konsumen akan produk makanan dan minuman yang terus meningkat, muncullah persaingan ketat dalam bisnis kuliner. Setiap kompetitor saling bersaing dalam meraih kualitas produk, seperti bentuk, ukuran, rasa, kemasan, dan harga. Tidak hanya kualitas produk saja yang berpengaruh besar dalam penjualan, aspek kemasan juga mempunyai peran yang sangat penting dalam pemasaran sebuah produk. Setiap bentuk barang yang membungkus suatu benda di dalamnya dapat disebut dengan *packaging* atau kemasan, sejauh ini memang melindungi isinya. Menampilkan *image* dan pandangan terhadap suatu isi produk, maka kemasan biasanya dibentuk atau didesain sedemikian rupa, sehingga pesan yang akan disampaikan akan dapat ditangkap oleh pemakai produk dengan baik serta berperan kuat menarik konsumen untuk membeli suatu produk.

Era globalisasi membuat banyak sekali produk asing yang beredar di Indonesia. Sebagai warga negara Indonesia, kita harus mencintai produk dalam negeri alasannya agar pengusaha lokal bisa maju sejajar dengan pengusaha asing, sehingga produk dalam negeri mampu bersaing dengan berbagai merek produk luar negeri. Cinta produk Indonesia atau produk dalam negeri, pastinya akan melahirkan dampak positif bagi Negara Indonesia sendiri.

Pandangan penulis, orang cenderung lebih percaya bila produk yang berasal dari luar negeri mempunyai kualitas yang lebih bagus jika dibandingkan produk Indonesia yang belum semuanya berkualitas internasional. Akan tetapi ada sejumlah produk Indonesia yang telah mendunia karena kualitasnya. Diharapkan adanya kesadaran untuk memperhatikan desain produk yang akan menambah nilai guna, apa bila hal tersebut dilakukan maka akan banyak produk-produk Indonesia yang dapat menjangkau pasar yang lebih besar lagi.

Bermula dari pengalaman penulis dalam menempuh sekolah kejuruan desain dan pengalaman dalam mengerjakan proyek desain kemasan membuat penulis memiliki ketertarikan dan pengapresiasian terhadap desain kemasan berbagai produk yang menarik untuk diamati. Desain dari suatu kemasan mengaitkan semua bentuk, struktur, material, warna, citra, tipografi, dan sejumlah elemen desain dengan informasi produk. Sangat penting bagi sebuah perusahaan dapat melakukan pengelolaan terhadap mereknya agar dapat menjadi merek yang kuat mengurangi kerentanan tindakan pesaing.

Ada banyak sekali produk dari perusahaan besar di Indonesia yang telah dikenal masyarakat luas, salah satunya yaitu Indomie. Dipilihnya Indomie karena lekat dengan keseharian masyarakat Indonesia, serta eksistensi produk Indomie yang panjang dan cenderung stabil menjadikan produk ini sangat dikenal masyarakat luas dibandingkan produk mie lainnya. Produk ini sudah banyak tersebar di Indonesia maupun luar negeri.

Sebagai produk yang berhasil bertahan sampai saat ini, Indomie melakukan berbagai upaya untuk menjaga kestabilan penjualannya. Salah satu upaya yang dilakukan perusahaan Indofood ini yaitu melakukan transformasi kemasannya. Bentuk visual yang unik membuat penulis mencoba menuangkan imaji dalam bentuk lain, yaitu ke dalam kemeja batik casual (Kemeja Hawaii) karena pada umumnya kemeja batik bersifat formal dan sebagai salah satu upaya untuk mengenalkan batik kepada kaum muda. Nantinya karya seni batik ini menampilkan *image* dan pandangan terhadap transformasi kemasan Indomie. Dari sisi visual, dalam semua karya kemeja yang penulis ciptakan ini mengekspresikan keunikan kemasan Indomie.

Indonesia saat ini mengalami bonus demografi ditandai dengan banyaknya jumlah penduduk usia produktif, yaitu Gen Z dan Milenial yang beberapa tahun belakangan ini menyita banyak perhatian, memiliki karakter yang unik dan berbeda dari generasi-generasi sebelumnya, di mana hal ini jelas akan sangat mempengaruhi perilaku sehari-hari. Dari fenomena-fenomena itulah penulis tertarik mengkombinasikan bentuk masa lalu dengan fungsi masa kini tentang transformasi desain kemasan produk Indomie yang akan diciptakan diharapkan dapat memberikan pengalaman estetika dan juga meningkatkan kesadaran masyarakat khususnya anak muda untuk mencintai produk dalam negeri dengan media pakaian ini digemari kaum pria ataupun wanita.

2. Rumusan Penciptaan

- a. Bagaimana konsep transformasi desain kemasan produk Indomie tahun 1972 - 1991 dalam kemeja batik casual ?
- b. Bagaimana proses dan hasil penciptaan karya kemeja batik casual dengan tema transformasi desain visual kemasan produk Indomie tahun 1972 – 1991 ?

3. Metode Pendekatan dan Metode Penciptaan

a. Metode Pendekatan

1. Pendekatan Estetika

Dilakukan guna mencari titik keindahan pada objek estetis dan kemudian apa yang dapat dilakukan oleh subjek estetis untuk menemukan nilai estetika. Penulis mempelajari setiap garis, warna dan bentuk dari desain kemasan produk Indomie dan batik yang diamati guna menciptakan karya dengan nilai estetika. Dari hasil pengamatan, penulis memahami bahwasanya keindahan suatu karya batik juga dapat terbentuk dari kesatuan warna, detail kerumitan garis canting, makna motif, dan kualitas batik. Pendekatan menggunakan teori penciptaan estetika dipilih sebagai pendekatan dalam penciptaan karya kemeja batik casual untuk memberikan pedoman bagaimana suatu karya seni dibuat dalam teori penciptaan estetis dapat dicapai.

2. Pendekatan Ergonomis

Ergonomis berhubungan dengan berbagai hal yang bersifat fisiologis beserta jabarannya, meliputi berbagai hal yang ada hubungannya dengan tubuh manusia, ergonomi, kemampuan, ketrampilan, kekuatan, keterbatasan, dan sebagainya. Serta berkaitan erat dengan kenyamanan benda saat digunakan dan bagaimana suatu produk akan digunakan. Pendekatan ergonomis ini digunakan dalam penciptaan karya berupa kemeja batik kasual, karena harus mempertimbangkan proporsi tubuh, kenyamanan, hingga bahan yang digunakan dalam pembuatan karya.

b. Metode Penciptaan

Metode yang dipakai dalam penciptaan karya ini menuju pada metode penciptaan oleh SP. Gustami (2004:31) dari aspek sebagai berikut :

1. Eksplorasi

Digunakan untuk menyelidiki data desain kemasan Indomie, berupa gambar visual, pengertian, sejarah dan perkembangannya. Data digunakan untuk mencari bentuk dalam proses penciptaan karya. Penulis mencari berbagai acuan dari segi teori maupun visual dan tempat yang dituju untuk menemukan buku yang membahas batik dan desain kemasan. Acuan gambar, penulis mencari dari internet dan aplikasi sosial media untuk tambahan pengumpulan data agar lebih lengkap. Hal ini dilakukan sebagai sumber ide inspirasi dan kreativitas dalam penciptaan karya, sehingga cara proses eksplorasi tidak terbatas dan mengacu pada satu pengumpulan data saja.

2. Perancangan

Perancangan karya dilaksanakan setelah sumber ide dan data acuan didapatkan. Tahap awal mengerjakan desain busana yaitu bentuk baju kemeja kasual. Tahap kedua yaitu membuat beberapa desain alternatif hingga didapatkan desain yang telah ditentukan dan dipilih paling baik dan tepat lalu diterapkan dalam media perwujudan.

3. Perwujudan

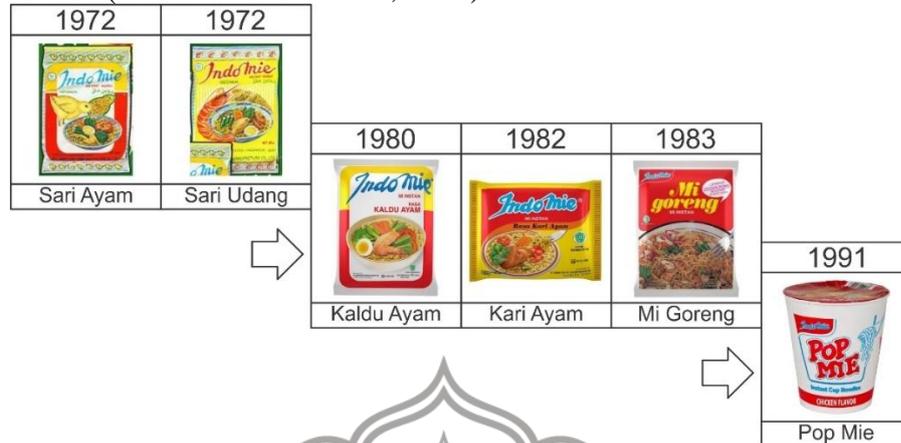
Dalam perwujudan karya dilakukan dengan tahapan yang runtut, yaitu mulai dari pengumpulan data, analisis, pembuatan desain, persiapan alat dan bahan, proses pengerjaan atau perwujudan karya serta *finishing*. Dalam metode ini lebih menuju pada teknis proses penciptaan karya berupa pengolahan data acuan, yang diawali dari proses membuat pola, memindahkan pola pada kain, dilanjutkan dengan proses *nglowong* dan pemberian *isen-isen*, tahap pertama pewarnaan, kemudian *pelorodan*. Setelah kain selesai dibatik, proses selanjutnya adalah menjahit busana. Dalam proses ini, diawali dengan pembuatan pola dasar busana, pecah pola, pemindahan pola ke kain, penjahitan dan *finishing*.

B. Pembahasan dan Hasil

Indomie merupakan satu dari merek mi instan yang berasal dan populer di Indonesia. Indomie saat ini merupakan pemimpin pasar untuk berbagai produk mi instan di Indonesia. Ketika mi instan pertama kali diperkenalkan kepada masyarakat Indonesia di tahun 1969, banyak yang meragukan bahwa mi instan

dapat dijadikan sebagai salah satu bahan pangan pokok. Akan tetapi, karena mi instan sendiri harganya relatif terjangkau, mudah disajikan dan awet, Indomie berkembang pesat seiring dengan diterimanya mi instan di Indonesia.

“Merek mi instan populer ini sudah diproduksi sejak 9 September 1970. Namun pemasarannya ke konsumen baru bermula tahun 1972. Adalah PT. Sanmaru Food Manufacturing Co. Ltd., yang pertama kali memproduksi Indomie” (www.food.detik.com, 2017).



Transformasi Desain Indomie (Foto : Didik Ari S, 2021)

Kesuksesan Indomie salah satunya dikarenakan desain kemasannya. Maka pada penciptaan karya ini, penulis memfokuskan pembuatan karya dengan menonjolkan desain visual kemasan Indomie tersebut dimula dari inspirasi dengan mengamati serta mendalami pembahasan tentang perubahan-perubahan desain kemasan Indomie dari tahun 1972 sampai tahun 1991.

Karya yang diciptakan sebagai salah satu cara mengapresiasi produk Indomie yang masih eksis dan mampu bersaing di mancanegara yang diharapkan dapat menambah kesadaran masyarakat luas pentingnya sebuah desain dan mencintai produk lokal, sebagai bentuk kepedulian penulis memilih membuat kemeja batik casual.

Kemeja adalah salah satu jenis pakaian ini digemari kaum pria ataupun wanita, meskipun pada kenyataannya lebih identik sebagai pakaian pria. Kemeja *unisex* ini menembus batasan adanya klasifikasi gender sehingga bisa digunakan oleh siapapun. Pakaian atas yang menutupi bagian lengan, dada, bahu, berkerah dan menutupi tubuh sampai bagian perut. Jenis kemeja ini memiliki karakteristik tersendiri. Seringkali pemakaiannya tidak dikancingkan sampai atas dan tidak cocok untuk dipakaikan dasi. Walau tidak semua orang mengerti fashion, namun setidaknya orang awam akan mengetahui baju atau kemeja Hawaii adalah kemeja berkerah longgar dengan potongan busana dengan warna-warni cerah, motif-motif susana pantai, pemandangan langit senja, bunga, laut, hingga pohon palem. Penulis tertarik bentuk kemeja casual karena selama beberapa dekade, kemeja Hawaii menghiasi kultur budaya pop dunia hingga saat ini.

Ide bentuk dari transformasi desain visual kemasan produk indomie ini akan penulis wujudkan dalam bentuk kemeja batik casual untuk kalangan anak muda dengan konsep *unisex* dengan memperhatikan warna-warna khas kemasan Indomie berlengan pendek. Menggunakan teknik pewarnaan colet pada kain

yang dibuat secara manual rintang dengan menggunakan lilin batik sebagai bahan perintang warna.

Batik masih dipandang dengan sesuatu yang formal dan tradisi, didominasi dengan motif terkait relief, legenda dan kondisi alam, hal itu menjauhkan batik dari kaum muda, karya ini berupaya untuk melestarikan batik disesuaikan dengan perkembangan pasar. Pada umumnya batik diaplikasikan pada kemeja formal, kemeja jenis ini sering dipakai untuk acara formal atau resmi.

Indomie pernah diluncurkan produk *limited edition* “Indomie Tempoe Doeloe” dalam rangka merayakan hari ulang tahun Indomie yang ke 45 di bulan Agustus 2017. Edisi ini terdiri dari tiga varian rasa dalam kemasan zaman lawas, yakni Kaldu Ayam tahun 1972, Kari Ayam tahun 1982, dan Indomie Goreng tahun 1983. Menariknya pembeli mendapat sebuah *goodie bag* bergambar Indomie “Tempoe Doeloe” karena banyak penggemar, *goodie bag* ini banyak diburu oleh para penggemarnya. Penulis merasa yakin bila karya yang akan dibuat dapat menarik penggemar Indomie atau biasa disebut masyarakat konsumen postmodern.

Selain dari bersumber ide kemasan, penulis juga mencari ide penunjang dari melihat ketertarikan masyarakat pada brand Indomie, seperti desain photoshop oleh Arif Wahyudi yang kemudian direspon Jonathan Gustama di sepatu Nike Air Jordan 1 *custom* yang membuat viral di internet pada bulan juni tahun 2019 yang akhirnya banyak permintaan dan diproduksi secara terbatas.

Penulis belum menemukan karya kemeja batik yang mengangkat ide Indomie, yang pada umumnya bentuk kemasan Indomie hanya diaplikasikan pada media tanpa adanya pengembangan, contohnya seperti pakaian kolaborasi Goods Dept, Indomie dan Tokopedia menghadirkan kemeja dengan motif yang menampilkan motif kemasan Indomie, cabai, telur, dan mi.

1. Landasan Teori

a. Estetika

“Keindahan pada dasarnya adalah sejumlah kwalita pokok tertentu yang terdapat pada suatu hal. Kwalitas yang paling sering disebut adalah kesatuan (*unity*), keselarasan (*harmony*), kesetangkupan (*symmetry*), keseimbangan (*balance*), dan perlawanan (*contras*)” (Gie, 1976: 35).

b. Transformasi

Transformasi merupakan perubahan suatu keadaan menuju keadaan yang baru. Adapun pengertian berbeda dari arti transformasi yang dijelaskan oleh Sony (2004: 43) yang mengartikan transformasi adalah penggambaran bentuk yang menekankan pencapaian karakter dengan cara memindahkan wujud bagian figur dari objek ke objek yang lain yang digambar. Dalam penciptaan karya tugas akhir ini penulis mengambil perubahan-perubahan desain yang terjadi pada kemasan produk Indomie dari tahun 1972 - 1991.

c. Desain

Desain adalah kerangka konstruksi gambar di mana desainer atau seniman mendasarkan keseluruhan bentuk akhir dari sebuah karya berdasarkan prinsip-prinsip tertentu oleh Richard Morris (2009: 90). Eames mendefinisikan desain sebagai suatu rencana untuk menyusun berbagai elemen dengan sedemikian rupa untuk menyelesaikan tujuan tertentu. Menurut Norton mendesain adalah merencanakan sebuah objek agar memenuhi fungsinya dengan baik agar indah atau tepat bagi yang

melihatnya atau sesuai dengan lingkungannya. Norton juga berpendapat bahwa pengetahuan akan prinsip-prinsip desain memudahkan seniman untuk lebih cepat mencapai susunan berbagai elemen dengan lebih cepat, memberikan kesempurnaan pada karya dan memberikan individualitas karya yang lebih besar.

Terdapat tiga atribut dasar yang dapat digunakan untuk mengembangkan desain dalam karya menurut F. H. Norton yaitu *unity*, *order*, dan *variety*. *unity* atau kesatuan bentuk adalah keutuhan antara berbagai elemen yang mempengaruhi terwujudnya suatu karya. *Order* atau keteraturan dalam desain berarti adanya hubungan yang sistematis antara berbagai elemen visual yang terdapat pada sebuah karya seperti keseimbangan, simetri, proporsi, dan harmoni. *Variety* atau keberagaman dicapai dengan cara mengubah bentuk, garis, dan ruang dan latar tetapi tetap memiliki kesan yang utuh. Norton menjelaskan lebih lanjut untuk mencapai atribut dasar ini terdapat beberapa karakteristik yang perlu dicapai untuk mendapatkan desain yang baik, antara lain proporsi, keseimbangan (tentang yang simetris dan tidak simetris), ritme atau repetisi elemen-elemen visual, harmoni, keselarasan elemen, kejelasan desain, dan aksentasi pada desain.

d. Ornamen

Ornamen berasal dari kata *ornare* (Bahasa Latin) yang berarti menghiasi. Sunaryo (2009) menjelaskan, ornamen adalah komponen produk seni yang ditambahkan / sengaja dibuat untuk tujuan sebagai hiasan. Selain tugasnya menghiasi yang implisit menyangkut segi keindahan, misalnya untuk menambah indahnya sesuatu barang sehingga lebih bagus dan menarik, akibatnya mempengaruhi dalam segi penghargaannya, baik dari segi spiritual maupun segi material/finansialnya. Sering temukan pula nilai-nilai simbolik atau maksud-maksud tertentu yang ada hubungannya dengan pandangan hidup (filsafat hidup) dari manusia atau masyarakat penciptanya, sehingga suatu benda yang dikenai seni ornamen itu akan mempunyai arti yang lebih bermakna, disertai harapan-harapan yang tertentu.

e. Repetisi

Repetisi dalam penciptaan karya seni dapat diwujudkan seniman sebagai bentuk penekanan terhadap objek, maupun untuk menciptakan kesan irama dalam karyanya. Pendapat Mikke Susanto (2012: 332) repetisi merupakan pengulangan bentuk-bentuk, teknik atau objek dalam karya seni. Dharsono Sony Kartika (2004: 57) berpendapat mengenai repetisi, sebagai sebuah pengulangan unsur-unsur pendukung karya seni.

Dari beberapa pendapat di atas, maka dapat diambil kesimpulan bahwa repetisi merupakan pengulangan unsur-unsur pendukung karya seni, seperti pengulangan bentuk, teknik atau objek yang ada dalam sebuah karya seni. Dalam hal ini penulis banyak menampilkan pengulangan bentuk, teknik, dan warna dari desain kemasan produk Indomie untuk menciptakan irama.

f. Kemasan Produk

Kemasan berasal dari kata *package* yang artinya sepadan dengan kata kerja 'membungkus' atau 'mengemas' dalam bahasa Indonesia. Secara sederhana kemasan dapat diartikan sebagai suatu benda yang berfungsi untuk melindungi, mengamankan produk yang berada di dalamnya, serta dapat memberikan citra tertentu untuk membujuk penggunaannya. Secara

fungsi wujudnya harus merupakan kemasan yang mudah dimengerti sebagai sesuatu yang dapat dibawa, melindungi dan mudah dibuka untuk benda atau produk apapun. Terpenting harus berhasil dalam uji kelayakan sebagai fungsi pengemas, menjaga produknya secara keseluruhan, menjaga untuk mengkondisikan produk tersebut dalam jangka waktu tertentu dan karena perpindahan tempat (A.A Gde Rai Remawa, 2009).

g. Ergonomis

Setiap penciptaan busana fungsional haruslah memenuhi pakemnya sebagai benda yang dapat dikenakan dengan nyaman dan aman. Pheasant (2001) berpendapat, bahwa “ergonomi adalah aplikasi informasi ilmiah mengenai manusia terhadap desain objek, sistem, lingkungan untuk penggunaan manusia”.

2. Data Acuan



Iklan Indomie pada Tahun 1972 (Sumber : food.detik.com, diunduh 20 Februari 2020)
 Kemasan Tahun 1980 - 1983 (Sumber : Instagram.com/damonhakim, diunduh 24 Oktober 2021)
 Varian Indomie Pop Mie (Sumber : tokopedia.com, diunduh 20 Februari 2020)
 Kemeja Gucci (Sumber : gucci.com, diunduh 27 Oktober 2021)

3. Analisis

Dari beberapa gambar yang menjadi acuan data penulis yaitu ransformasi desain visual kemasan produk Indomie tahun 1972 – 1991 dilihat dari bentuk, struktur, material, warna, citra, typografi dan sejumlah elemen desain dengan informasi produk yang akan dituangkan kedalam kemeja batik kasual. Kemudian kemeja ini memiliki bagian atas berkerah serta berlungan pendek dengan deretan kancing sebagai bukaan depan dan lipatan bawah berbentuk lurus. Koleksi ini menginspirasi penulis untuk menerapkan susunan motif yang berulang-ulang serta kemeja dibuat memiliki ukuran dan bentuk yang sama. Akan tetapi, penulis menambahkan elemen saku yang memiliki kegunaan untuk membawa atau menyimpan sesuatu benda yang kecil juga memiliki nilai estetika sebagai hiasan pakaian.

4. Rancangan

Berdasarkan pengamatan terhadap berbagai desain kemasan Indomie, maka penulis membuat beberapa bentuk dasar desain kemasan yang akan dijadikan sebagai elemen pembuatan motif batik. Penulis melakukan pengamatan terhadap kemasn Indomie dari warna, bentuk, merek, ilustrasi, typografi dan tata letak. Hasil perancangan sebagai berikut:



Desain “Indomie Melengkapi #1” dan Desain “Indomie Melengkapi #2”



Desain “Selalu Ada Indomie #1” dan Desain “POP MIE Dimana Saja #1”

5. Proses Perwujudan

a. Bahan dan Alat

Kain, malam, pewarna remasol, *waterglass*, benang, manutek, kancing, label pakaian taffeta, kertas, alat tulis (pensil, bolpoin, dan penghapus), spidol warna, penggaris, wajan batik, kompor batik, canting, spanram, kuas bulu, kuas spons, cup / gelas plastik, solder, kursi kecil, ember plastik, sarung tangan, panci, gunting kain, gunting kertas, penggaris panggul, penggaris segitiga siku-siku, penggaris skala, pita ukur, kertas karbon, setrika, viselin, rider, jarum pentul, kapur jahit, pendedel, mata nenek, kertas karton, jarum tangan, mesin jahit, mesin obras, mesin jahit multi fungsi.

b. Teknik Pengerjaan

Proses mengerjakan motif serta menjadikan karya kemeja. Untuk karya tugas akhir ini, Teknik yang digunakan yaitu teknik membatik, teknik kuas atau *colet* untuk pewarnaan dan teknik menjahit.

c. Tahap Perwujudan

Berikut beberapa urutan dalam tahap perwujudan karya yaitu tahap pertama dengan membuat sketsa menjadi motif, desain kemeja, membuat pola, pemindahan motif, lalu mencanting, mencolet, mengunci warna, pelorodan, dan tahap terakhir berupa memotong kain, menjahit, finishing.

6. Hasil

Indomie merupakan satu dari merek mi instan yang berasal dan populer di Indonesia. Dipilihnya Indomie karena lekat dengan keseharian masyarakat Indonesia serta eksistensi produk Indomie yang panjang dan cenderung stabil menjadikan produk ini sangat dikenal masyarakat luas dibandingkan produk mi lainnya. Produk ini sudah banyak tersebar di Indonesia maupun luar negeri. Sebagai produk yang berhasil bertahan sampai saat ini, Indomie melakukan berbagai upaya untuk menjaga kestabilan penjualannya. Salah satu upaya yang dilakukan perusahaan Indofood ini yaitu melakukan transformasi kemasannya. Karya ini menampilkan image dan pandangan terhadap transformasi kemasan Indomie yang begitu panjang dan banyak perubahan-perubahan untuk menjaga eksistensi di fokuskan pada tahun 1972 sampai tahun 1991. Kemeja yang dihasilkan sebagai salah satu wujud kriya retro, retro menjelaskan bagaimana masa lampau dan masa sekarang saling berkaitan sehingga diharapkan dapat membangkitkan memori masa lalu ketika melihat karya.

Bahan utama yang digunakan untuk pembuatan karya, dengan menggunakan kain *primissima* dan remasol. Aspek bahan yang digunakan dalam media pembuatan karya ini adalah kain *primissima* kualitas baik dipilih dengan maksud membuat nyaman pemakainya, kain ini juga dapat menyerap keringat, sehingga jika dipakai di daerah tropis seperti di Indonesia ini sangatlah cocok. Sisi visual, semua karya kemeja yang penulis ciptakan ini

mengekspresikan keunikan kemasan Indomie yang telah menemani masyarakat Indonesia serta mengaitkan semua bentuk, struktur, material, warna, citra, tipografi, dan elemen desain dengan informasi produk dituangkan dalam bentuk busana kemeja batik casual (Kemeja Hawaii) berjumlah empat pakaian dengan ukuran dan bentuk sama dan *unisex*. Mengkombinasikan bentuk masa lalu dengan fungsi masa kini tentang transformasi desain kemasan produk Indomie yang diharapkan dapat memberikan pengalaman estetis dan juga meningkatkan kesadaran masyarakat khususnya anak muda untuk mencintai produk dalam negeri, seni batik serta menghargai proses.



Indomie Melengkapi #1 dan Indomie Melengkapi #2
Kain Primissima, L, Batik Tulis dan Remasol, 2021

Deskripsi Karya Berjudul “Indomie Melengkapi #1”

Memvisualisasikan desain kemasan Indomie di awal kehadirannya dengan menawarkan dua rasa yaitu sari ayam dan sari udang. Ketika mi instan pertama kali diperkenalkan kepada masyarakat Indonesia banyak yang meragukan bahwa mi instan dapat dijadikan sebagai salah satu bahan pangan pokok. Akan tetapi, karena mi instan sendiri harganya relatif terjangkau, mudah disajikan dan awet, Indomie berkembang pesat seiring dengan diterimanya mi instan di Indonesia sehingga melengkapi kebutuhan konsumsi masyarakat.

Warna pada karya ini memang terlihat mencolok, optimis, dan cerah, pemilihan warna yang dipakai guna memunculkan kesan kebaruan dan membuat menarik untuk dilihat. Kemeja didominasi orange, kuning dan merah. Terlihat motif yang berukuran relative besar serta mencolok saling mengisi satu sama lain dengan susunan ilustrasi anak ayam berwarna kuning, udang besar warna orange, dan semangkok mi. Bagian lengan terdapat motif mi serta motif bagain bawah lengan memiliki perbedaan anatara kanan dan kiri sebagai gambaran dua varian yang disatukan, gambar ayam kuning berbaris horizontal pada lengan kanan dan jajaran udang pada lengan kiri. Susunan motif pada bagian atas kemeja terlihat lebih rapi dan sejajar, sedangkan bagain bawah dibuat dinamis, saling mengisi dan saling bergandengan satu sama lain. Penambahan simbol garpu, sendok, dan sumpit sebagai gambaran alat makan mi dimasyarakat.

Deskripsi Karya Berjudul Indomie Melengkapi #2

Memiliki konsep yang sama dengan karya pertama, memvisualisasikan desain kemasan indomie di awal kehadirannya tahun 1972. Dilihat dari segi bentuk pada karya ini yaitu menggabungkan visual yang didapat pada kemasan indomie rasa sari ayam dan sari udang. Kemeja didominasi warna orange didapat dari kombinasi dari dua warna merah dan kuning pada kemasan diharapkan

memancarkan kenyamanan dan hangat. Orange sebagai warna sekunder menggambarkan panasnya warna merah dengan keceriaan dan kegembiraan warna kuning sehingga karya akan menarik antusias dan perhatian.

Motif samping dan bagian lengan disusun semakin keatas semakin kecil dengan ilustrasi hewan anak ayam berwarna kuning, udang besar warna orange dengan mangkuk mi. Pada bagian lengan bawah dan bawah kemeja terdapat gambar berseling, antara ayam dan udang berbaris horizontal sebagai simbol berdampingan dan menyatu. Terdapat motif pada punggung dengan gambaran semangkuk mi, ayam, udang, garpu, sendok dan sumpit sebagai wujud mi instant Indomie menjadi bagian dari pola konsumsi masyarakat serta sebagai salah satu bahan pangan pokok, serta tulisan “Indomie” tepat di tengah kemeja menambah penegasan.



Selalu Ada Indomie #1 dan POP MIE Dimana Saja #1
Kain Primissima, L, Batik Tulis dan Remasol, 2021

Deskripsi Karya Berjudul “Selalu Ada Indomie #1”

Memadukan tiga desain kemasan Indomie rasa kaldu ayam, varian Indomie Mi Goreng dan Indomie kuah rasa kari ayam. Perubahan gaya hidup mempengaruhi pola konsumsi masyarakat, salah satunya digemarinya mi instan sebagai pengganti nasi. Kian hari Indomie kian menjadi makanan pilihan konsumen, karena selain praktis dan harganya terjangkau Indomie juga mengenyangkan perut sehingga selalu sedia Indomie. Komposisi yang enak dilihat dengan warna gelap ke terang, yaitu dominan warna coklat kehitaman, merah, dan orange menampilkan suasana hangat dan cenderung meningkatkan agresivitas, jujur dan ramah. Mengusung masing-masing bentuk *layout* kemasan, bentuk mangkuk dan mi pada setiap kemasan.

Kemasan pertama berlayout dengan desain vertikal pada produk Indomie rasa kaldu ayam serta logo Indomie berwarna biru, memiliki *frame* pada pinggir kemasan pada bagian atas berwarna kuning dan merah pada bagian bawah. Kemasan kedua yaitu varian Indomie Mi Goreng dengan warna merah cukup mendominasi desain kemasannya dengan layout vertikal. Ilustrasi menampilkan mi goreng dan garpu. Interest dari kemasan ini ada di nama produk mi goreng berukuran besar dengan warna kuning. Kemasan ketiga varian Indomie kuah rasa kari ayam memiliki warna merah dan orange berposisi layout desain horizontal dengan logo Indomie berwarna biru dengan *outline* putih. Bagian kiri bawah terdapat lustrasi menggunakan yang menampilkan hidangan mi dan garpu yang sedang mengambil mi. Motif pada karya ini berjajar berulang secara harmonis dengan susunan zig-zag naik dan turun. Objek bulan, matahari, dan manusia sebagai representasi waktu malam dan siang yang dapat dinikmati pada waktu kapan saja oleh siapa saja.

Deskripsi Karya Berjudul “POP MIE Dimana Saja #1”

Menampilkan kemasan pertama Pop Mie dikeluarkan tahun 1991. Indomie berinovasi pada kemasan dengan memudahkan konsumen dalam menikmati produk. Peluncuran ini bisa dibilang cukup sukses dan berkesan, sampai-sampai kebanyakan orang Indonesia menamai semua produk mi dalam cup dengan sebutan Pop Mie. Produk Pop Mie terbukti bisa mengikuti zaman dan selalu disukai semua kalangan, tak heran jika produk ini selalu menemani semua lapisan masyarakat dimanapun berada karena praktis dalam cara membuat ataupun menikmatinya. Karena bentuk kemasan yang praktis penulis membuat gambar tangan sedang memegang cup Pop Mie karena bisa dibawa kemana saja dan dalam situasi apapun.

Ilustrasi menampilkan garpu dengan mi yang terlilit, tipografi Indomie berada di posisi kiri atas berwarna biru. *Interest* dari kemasan ini ada di nama produk yaitu Pop Mie berukuran besar dengan warna merah dan untuk bagian penutup cup berwarna merah. Secara keseluruhan warna putih cukup mendominasi desain kemasannya cup dengan tulisan maupun gambar menggunakan warna biru dan merah. Kemeja memiliki dominasi warna putih membuat kesan bersih, modern, netral, kesederhanaan dan warna biru kerap diasosiasikan dengan warna langit atau lautan yang memberikan efek menenangkan, perasaan damai dan santai. Tepi kemeja terdapat pembatas berwarna merah sebagai energi dan panas, serta warna kuning sebagai optimis serta titik-titik putih menggambarkan hujan dan gelombang naik turun seperti kehidupan. Halangan atau rintangan bukan menjadi kendala, tetapi justru bisa menjadikan pemicu untuk mencapai hasil yang jauh lebih baik.

c. Simpulan

Karya tugas akhir dengan judul “Transformasi Desain Kemasan Produk Indomie Tahun 1972 – 1991 dalam Kemeja Batik Kasual”, telah terwujud dengan melewati proses yang panjang, pengolahan ide, pengolahan bahan, hingga pembentukan sampai menjadi karya jadi. Karya seni diciptakan untuk mendapatkan kepuasan batin dan sebagai media untuk berekspresi. Karya-karya ini merupakan media hasil dari proses pengolahan ide dalam konsep yang telah dipadukan dengan tema serta ekspresi yang penulis tuangkan. Konsep transformasi desain kemasan produk Indomie diwujudkan dengan pemahaman mendalam dari beberapa literatur guna mencari perubahan-perubahan desain kemasan yang terjadi tahun 1972 hingga 1991.

Proses perwujudan dilakukan dengan proses pengolahan ide dari beberapa acuan data teori dan visual lalu penuangan ide tersebut kedalam sebuah sketsa dan memilih beberapa sketsa terbaik yang lalu dipindahkan dalam kain dengan teknik memola kain pada gambaran sketsa terpilih, barulah masuk tahap pencantingan, pewarnaan, dan kemudian proses menjahit. Penempatan kandungan estetika dan ergonomi dalam setiap karya yang penulis ciptakan diharapkan mampu untuk menjelaskan bagaimana konsep yang dipakai dalam karya.

Secara keseluruhan karya yang penulis ciptakan pada karya ini mengekspresikan keunikan kemasan Indomie yang telah menemani masyarakat Indonesia serta mengaitkan semua bentuk, struktur, material, warna, citra, tipografi, dan elemen-elemen desain dengan informasi produk kemeja batik kasual (Kemeja Hawaii) berjumlah empat pakaian dengan ukuran dan bentuk yang sama serta dapat digunakan untuk pria ataupun wanita.

DAFTAR PUSTAKA

- A.A Gde Rai Remawa, Puslitdes ISI Denpasar/Ddo Bali, Makalah berjudul “Desain Kemasan Produk Makanan”. yang disampaikan pada Pelatihan Desain Kemasan Makanan di Desa Dangin Puri Kaja, Denpasar, 4 Desember 2009
- Gie, The Liang. 1976. *Garis Besar Estetik (Filsafat Keindahan)*. Yogyakarta: UGM.
- Gustami, S.P. 1992, “*Filosofi Seni Kriya Tradisional Indonesia*” dalam *Seni, Jurnal Pengetahuan dan Penciptaan Seni*, Th. II/01, BP ISI, Yogyakarta.
- , 2004, *Proses Penciptaan Karya Seni Kriya: Untaian Metodologis*, Program Penciptaan Seni Paskasarjana, Institut Seni Indonesia Yogyakarta, Yogyakarta.
- , SP. 2007, *Butir-butir Mutiara Estetika Timur*, Prasista, Yogyakarta.
- Marianne Rosner Klimchuk, & Sandra A. Krasovec. 2007. *Desain Kemasan*. Jakarta: Erlangga.
- Morris, Richard. 2009, *The Fundamentals of Product Design*, Lausanne: the AVA Publishing SA.
- Natadjaja, Listia. 2007. *Analisa Elemen Grafis Dalam Kemasan Indomi Goreng Pasar Lokal dan Ekspor*. Surabaya : Universitas Kristen Putra.
- Norton, F. H. 1956, *Ceramics for the Artist Potter*, Reading: Addison-Wesley Publishing Company Inc.
- Pheasant, Stephen. 1991, *Ergonomics, Work, and Health*. Gaithersburg, USA: Aspen Publishers, Inc.
- Sony, Dharsono Kartika. 2004, *Seni Rupa Modern*, Penerbit Rekayasa Sains, Bandung.
- Sunaryo, Aryo. 2009, *Ornamen Nusantara : Kajian Khusus Tentang Ornamen Indonesia*, Semarang, Dahara Prize.
- Susanto, Mikke. 2012. *Diksi Rupa Kumpulan Istilah dan Gerakan Seni Rupa*. Yogyakarta dan Bali: DictiArt Lab dan Djagad Art House.

DAFTAR LAMAN

- <https://www.gucci.com>. Diakses pada tanggal 27 Oktober 2021.
- <https://www.indomie.com>. Diakses pada tanggal 5 mei 2020.
- <http://www.indomie.co.id>. Diakses pada tanggal 24 oktober 2021.
- <https://www.Instagram.com/damonhakim>. Diakses pada tanggal 24 Oktober 2021.
- <https://www.tokopedia.com>. Diakses pada tanggal 20 Februari 2020.
- Rahmawati, Andi Annisa Dwi. 2017, <https://www.food.detik.com/info-kuliner/d-3556290/begini-kemasan-dan-iklan-jadul-indomie-tahun-1970an-penasaran>. Diakses pada tanggal 30 Januari 2020.