

**DESAIN KEMASAN WINGKO BABAT:
STUDI PERUBAHAN DESAIN KEMASAN
SEJAK AWAL KEMUNCULANNYA HINGGA KINI
DI SEMARANG (1958-2010)**



SKRIPSI

Natalia Afnita

**TUGAS AKHIR PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN DESAIN
FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2010**

**DESAIN KEMASAN WINGKO BABAT:
STUDI PERUBAHAN DESAIN KEMASAN
SEJAK AWAL KEMUNCULANNYA HINGGA KINI
DI SEMARANG (1958-2010)**



SKRIPSI

Natalia Afnita

**TUGAS AKHIR PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN DESAIN
FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2010**

**DESAIN KEMASAN WINGKO BABAT:
STUDI PERUBAHAN DESAIN KEMASAN
SEJAK AWAL KEMUNCULANNYA HINGGA KINI
DI SEMARANG (1958-2010)**

UPT P.		
INV.	3359/H/S/2010	
REAS		
TERIMA	7-8-2010	T.T.D.



SKRIPSI

**Natalia Afnita
NIM 0411434024**



Tugas Akhir ini diajukan kepada Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta sebagai
salah satu syarat untuk memperoleh
gelar sarjana S-1 dalam bidang
Desain Komunikasi Visual
2010

Skripsi berjudul:

“Desain Kemasan Wingko Babat: Studi Perubahan Desain Kemasan Sejak Awal Kemunculannya hingga Kini di Semarang (1958-2010)” diajukan oleh Natalia Afnita, NIM 0411434023, Program Studi Desain Komunikasi Visual, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta, telah disetujui Tim Pembina Tugas Akhir pada tanggal 31 Juli 2010 dan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Pembimbing I

Drs. H.M.Umar Hadi, MS.
NIP 19580824 198503 1 001

Pembimbing II

Drs. Arief Agung Swasono, M.Sn
NIP 19671116 199303 1 001

Cognate

Hesti Rahayu, S.Sn, M.A
NIP. 19740730 199802 2 001

Ketua Program Studi
Desain Komunikasi Visual

Drs. Hartono Karnadi, M.Sn
NIP 19650209 199512 1 001

Ketua Jurusan Desain

Drs. Lasiman, M.Sn
NIP 19570513 1988031 001

Dekan Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta

Drs. M. Agus Burhan, M.Hum
NIP. 19600408198601 1 001

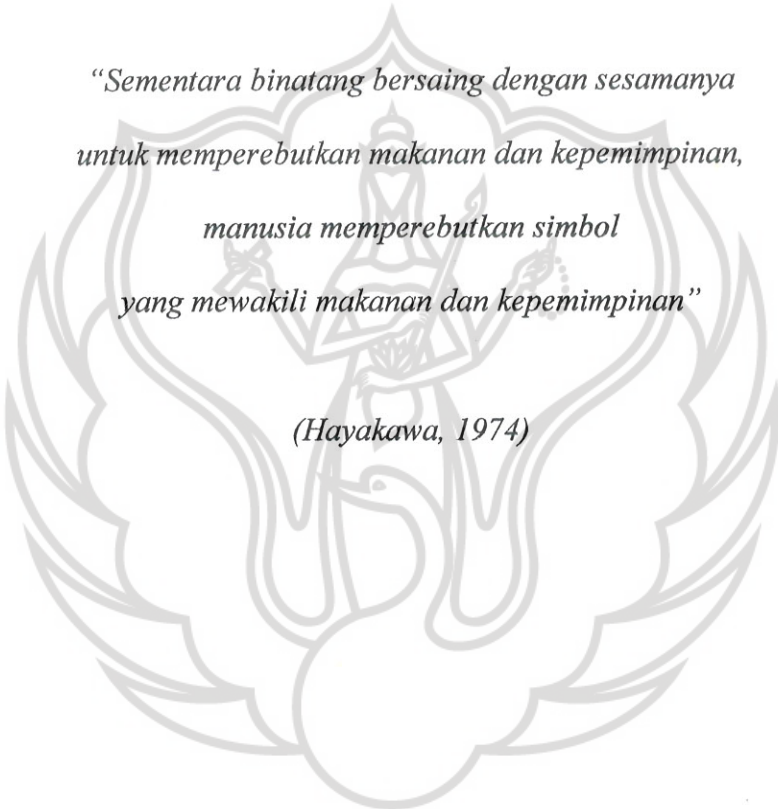


*Dunia bukan kata yang pasti nyata,
dan dunia pikir bukan kata yang mesti
tersampaikan telinga,
Juga bukan otak-otak kepala mereka
yang mesti berpikir untuk kita,
Tidak sepenuhnya.*

*Dunia bukan kesimpulan mutlak dalam kata,
Juga bukan kesimpulan yang habis
dalam masa perjalanan..*



Karya ini dipersembahkan untuk,
Ronald Tio Hong Siang & Kadarwati
Semarang-Bojonegoro



*“Sementara binatang bersaing dengan sesamanya
untuk memperebutkan makanan dan kepemimpinan,
manusia memperebutkan simbol
yang mewakili makanan dan kepemimpinan”*

(Hayakawa, 1974)

Kata Pengantar

Puji syukur pada Yang Maha Mempertemukan, karena segala proses yang telah penulis lalui sampai pada tahap Tugas Akhir, telah mempertemukan banyak kisah dan hikmah yang menjadi objek belajar bagi penulis. Ucapan terimakasih teriring untuk pihak-pihak yang telah dipertemukan kepada penulis dalam melalui proses ini ;

1. Bapak Drs. H.M.Umar Hadi, MS dan Bapak Drs. Arief Agung Swasono, M.Sn selaku pembimbing I dan II Tugas Akhir Skripsi atas arahan dan masukan untuk mendalami tahapan-tahapan penelitian,
2. Bapak Drs. Lasiman, M.Sn selaku Ketua Jurusan Desain dan Bpk. Drs. Hartono Karnadi, M.Sn, selaku Ketua Program Desain DKV Fakultas Seni Rupa, atas kritik, saran dan arahan penelitian,
3. Ibu Dra. Th. Suwarni selaku dosen wali, yang senantiasa cermat dalam mengoreksi transkrip nilai mahasiswanya per semester,
4. Pa (Alm.) dan Ma, Ronald Tio Hong Siang (Agus Prasetyo) dan Kadarwati, atas kepercayaan, doa dan dukungan yang senantiasa diberikan.
5. Pak Koskow Widyatmoko, atas tantangannya untuk menekuni penelitian, serta referensi yang sangat membantu data dan proses penelitian ini,
6. Ibu Hesti Rahayu, S.Sn, M.A , selaku cognate, dan seluruh dosen yang mendedikasikan diri untuk pengetahuan dan praktik desain komunikasi visual, serta karyawan dan karyawan Prodi Desain Komunikasi Visual atas dedikasinya mengurus keperluan dosen dan mahasiswa,
7. Syaifudin, mahasiswa DKV angkatan 1990, yang berdedikasi untuk mendokumentasi dan meneliti kemasan wingko bergambar kereta api sehingga karyanya sangat membantu dalam pengembangan penelitian ini,
8. Ratna Norhayati, kawan *'nggembel'* dan *ngubek* jalanan puanass di Semarang, yang telah tulus menemani survey, wawancara, dan ikut berdiskusi untuk penelitian ini.
9. Febrian *'Bun'* Satriawan, atas kasih, doa, dukungan dan pembelajaran spirit-nya
10. Narasumber; pedagang asong : Bpk. Ahmad Diamsyah, Bpk. Warsono, Ibu Eni, Pak Darmin. Produsen wingko: Ny. Sinata, Ibu. Hj. Wiwiek, Ibu Idha Marcuti, Bpk. Sumardi,

Pak Lis, Ny. Lioe, Pak Eko, Pak Joyo Legiono, Pak Fendi, Klg. Bpk. Sugito, Bpk. Chandra, dr. Daniel, yang telah meluangkan waktu untuk wawancara langsung maupun membalas surat wawancara disela kesibukan.

11. (Alm) M. Lukman Afandi yang memberi kenangan manis dan pelajaran hidup, yang ikut menularkan kegemaran membaca, juga keluarga yang ada di Pacitan yang senantiasa menyambung silaturahmi,
12. Kawan-kawan Origami DKV 2004; Arilia, Arwin, Aurora, Ayu', Badar, Danang, David, Dhimas, Dito, Erni, Fajar, Frandy, Freni, Godham, Hari, Herpriyanto, Intan, Irawan 'Mek', Itsna "miew", Julaycha, Nina, Nunu, Oka, Peni, Pungkas, Rahmat 'Gepeng', Reni, Wilsa, dan Yuliana, untuk masa mengenal, berkawan, dan bersama menimba 'sumur' diskom di ISI Jogja.
13. Teman-teman seperjuangan TA Juli 2010, a.1; Wilsa, Herpri, Peni, Yuliana, Angel, Tya, Upit, Yustin, Singgih, Cimenk, Puguh, Adam, Priyanto, Tegar, Indra, Radian, Sompret
14. Nunu Numan dan Sunardi, kawan *sharing* dan nonton film dikala senggang,
15. Kawan-kawan OSPEK 2004 kelompok "Angkat Gusi", dan kawan-kawan KKN 2008 Desa Makam, Kecamatan Rembang, Purbalingga, atas pengalaman dan kisah menyenangkan di desa,
16. Tante dan (Alm) Oom Ariel Ahat di Palangkaraya yang senantiasa tulus mendukung materi dan *spirit* dari jauh,
17. Serta semua kerabat, leluhur, guru, saudara, tetangga, teman-teman, para penulis, seniman, simbah di kost pink, sopir bus Jogja-Semarang, pengamen, pedagang pasar, juga kakak dan adik angkatan di Diskomvis yang tidak bisa disebut namanya satu-persatu, yang telah menyumbang inspirasi dan semangat berproses dalam berkarya, baik secara langsung maupun tak langsung.

**DESAIN KEMASAN WINGKO BABAT:
STUDI PERUBAHAN DESAIN KEMASAN SEJAK AWAL KEMUNCULANNYA
HINGGA KINI DI SEMARANG (1958-2010)**

Natalia Afnita

Abstrak

Penelitian “*Studi Perubahan Desain Kemasan Wingko Babat dari Awal Kemunculannya Hingga Kini di Semarang*” ini, berusaha memaparkan kesamaan dan perbedaan visual yang mendasar dari kemasan-kemasan tersebut. Ada semacam ‘stereotip visual’ yang dikonvensikan para produsen dalam rancangan kemasan baik kemasan wingko periode awal maupun lanjut.

Melalui stereotip visual dalam kemasan wingko yang telah diamati, penelitian ini mengajukan modernitas sebagai kajian dalam menganalisa kemasan dari fungsi simbolis dan pragmatis. Modernitas tidak hanya dipandang dari segi material-empirisnya saja, melainkan terutama dari segi mentalitas atau fundamen pemikiran modern. Dari fundamen tersebut, barulah segi material dan teknis desain yang menyangkut fungsi pragmatis kemasan ikut terpengaruh.

Bab I, merupakan acuan dalam melakukan penelitian. Diantaranya yaitu; mengetahui asal muasal wingko babat dan melihat gejala ataupun fakta perubahan yang diungkapkan secara langsung oleh beberapa produsen yang terkait. Kedua, menganalisa bagaimana relevansi modern menjadi representasi produk dan faktor perubahan yang terjadi. Ketiga, pengaruh atas kajian modernitas yang telah dianalisa tersebut bagi produsen wingko di Semarang, terutama dalam rancangan desain kemasannya.

Bab II, merangkum landasan teori menjadi dua garis besar: aspek-aspek dalam desain kemasan, serta sejarah modernitas sebagai pemikiran dan wujud konkrit yang dihasilkan. Untuk mengidentifikasi adanya perubahan digunakan teori pendamping, yaitu analisa tanda (semiotika) sebagai alat untuk membuktikan adanya representasi modern dalam gambar cap dagang; mazhab desain modern seperti *form follows function* untuk mengidentifikasi material dan desain kemasan wingko berdasar fungsi pragmatiknya; teori konstruksi sosial digunakan untuk membuat skema perubahan, dimana subjektivitas berperan besar dalam konstruksi perubahan desain kemasan

wingko babat di Semarang. Teori dan pendekatan tersebut dipakai sebagai metode analisis di Bab IV.

Kiranya melalui studi perubahan desain kemasan wingko babat ini, bahwasanya peran simbolik seringkali menawar bentuk dan fungsionalitas desain. Pada kemasan wingko di Semarang, modal simbolik pada gambar, telah menjadi alat kompetisi dagang para produsen, baik oleh produsen kecil ataupun menengah. Tidak semuanya demikian, namun kiranya bisa dipilah, mana yang menggunakan modernitas sebagai esensi berfikir (subjektif, kritis, dan maju) atau mana yang hanya meneguhkan objek-objek modern sebagai simbol untuk modal berdagang. Keduanya sangat mempengaruhi bagaimana desain kemasan wingko di kota ini diciptakan.

Kata kunci: Kemasan, perubahan, modern.



DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	ii
Halaman Pengesahan.....	iii
Halaman Persembahan & Motto.....	iv
Kata Pengantar.....	vi
Abstrak.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I . PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	4
C. Batas dan Lingkup Penelitian.....	5
D. Rumusan Masalah.....	6
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	7
F. Definisi Operasional.....	8
BAB II. KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....	10
A. Tinjauan Desain Kemasan.....	10
I. Tinjauan Kemasan.....	10
1. Pengertian.....	10
2. Sejarah Kemasan.....	11
3. Fungsi Kemasan.....	12

4. Bentuk dan Jenis Kemasan.....	15
5. Uji Kemasan.....	16
6. Label Kemasan.....	17
II. Tinjauan Elemen Grafis pada Kemasan.....	18
1. Tipografi.....	19
2. Ilustrasi.....	22
3. Warna.....	23
4. Tata Letak.....	25
B. Tinjauan Produk.....	27
I. Identifikasi Produk.....	27
1. Wingko Babat.....	27
2. Sejarah Wingko Babat.....	27
II. Identifikasi Penelitian Desain Kemasan Wingko Babat.....	30
III. Identifikasi Kota Semarang.....	31
C. Tinjauan Permasalahan.....	33
I. Kemasan Sebagai Produk Budaya.....	33
1. Pengertian dan Wujud Kebudayaan.....	33
2. Perkembangan Kebudayaan.....	36
II. Modernitas Sebagai Kajian.....	38
1. Pengertian.....	38
2. Sejarah Awal Pemikiran Modern.....	40
3. Perkembangan Modernitas.....	41
4. Modernitas Dalam Desain.....	41
5. Modernitas awal di Indonesia.....	43
III. Semiotika.....	47
IV. Konstruksi sosial.....	50
V. Kerangka Pemikiran.....	52
 BAB III. METODOLOGI DAN DESKRIPSI HASIL PENELITIAN.....	 53
I. Metodologi Penelitian.....	53
A. Bentuk Penelitian.....	53

B. Populasi dan Sampel.....	53
C. Metode Pengambilan Data.....	56
D. Instrumen.....	57
E. Analisa Data.....	58
F. Prosedur Penelitian.....	59
II. Deskripsi Hasil Penelitian.....	59
A. Variabel Penelitian.....	59
B. Perolehan Data Populasi.....	59
C. Data Visual.....	65
1. Kemasan Wingko Babat Lawas.....	65
2. Kemasan Wingko Babat Terkini.....	66
BAB IV. ANALISIS DATA.....	68
A. Identifikasi Kemasan.....	68
a) Kemasan Wingko Babat Lawas.....	68
b) Kemasan Wingko Babat Terkini.....	71
B. Analisis Data.....	75
I. Analisa Lisan dan Visual Pada Kemasan.....	75
A. Kemasan Wingko Babat Lawas.....	75
1. Wingko Babat Cap Kereta Api.....	76
2. Wingko Babat Cap Kereta Api Diesel & Jet.....	93
3. Wingko Babat Cap Gaya Baru Malam.....	97
4. Wingko Babat Cap Kereta Api Eksekutif dan Cap Setoom Mini.....	99
5. Beberapa Cap Dagang Wingko Babat Selanjutnya.....	101
B. Kemasan Wingko Babat Terkini.....	104
1. Wingko Babat Cap Kereta Api.....	104
2. Wingko Babat Cap Pesawat Terbang.....	108
3. Wingko Babat Cap Bus Gaya Baru.....	110
4. Wingko Babat Cap Stoom Mini.....	112

5. Wingko Babat Cap Stasiun Lokomotif.....	114
6. Wingko Babat Semarang Tempo Doeloe.....	118
7. Wingko Babat Cap Cakra.....	122
8. Wingko Babat Lainnya yang Beragam.....	124
II. Analisa Perubahan Dalam Kajian Modernitas.....	133
A. Fakta-Fakta Terjadinya Perubahan.....	133
B. Modernitas dalam Perubahan Kemasan.....	137
I. Modernitas dari Fungsi Simbolis Kemasan.....	137
1. Kategori Pertama.....	138
2. Kategori Kedua.....	143
3. Kategori Ketiga.....	146
4. Konstruksi perubahan.....	149
II. Modernitas dari Fungsi Pragmatis Kemasan.....	153
1. Bentuk dan Bahan Kemasan.....	153
2. Ilustrasi	155
3. Warna dan Teknik Cetak.....	160
4. Tipografi dan Tata Letak.....	161
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	164
DAFTAR PUSTAKA.....	175
LAMPIRAN.....	180

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Klasifikasi jenis huruf

Tabel 2 Data Kemasan Wingko Babat Lawas di Semarang

Tabel 3 Data Kemasan Wingko Babat Terkini di Semarang

Tabel 4 Perubahan merek wingko babat di Semarang yang lahir
di periode awal sampai dekade 1990an

Tabel 5 Pembagian jenis representasi menurut gambar cap dagang yang digunakan

Tabel 6 Jenis pengalaman produsen sebagai representasi

Tabel 7 Ilustrasi pada sampel kemasan lawas

Tabel 8 Ilustrasi pada beberapa sampel kemasan terkini



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Beberapa contoh kemasan wingko babat lawas.....	2
Gambar 2 Beberapa contoh kemasan wingko babat terkini, 2008-2010.....	2
Gambar 3 Wingko Babat.....	22
Gambar 4 Kemasan Wingko Babat Cap Kereta Api buatan D. Muljono.....	24
Gambar 5 Kerangka Pemikiran studi perubahan desain kemasan wingko babat di Semarang	41
Gambar 6 Suasana Jalan Pandanaran yang dipenuhi Pedagang Kaki Lima.....	51
Gambar 7 Ahmad Diamsyah, pedagang senior wingko babat di kaki lima Jl. Pandanaran....	52
Gambar 8 Susunan Teks dalam Wingko Babat Cap Kereta Api.....	63
Gambar 9 Peta jalur Semarang – Babat.....	66
Gambar 10 Bentuk kemasan wingko dilihat dari belakang dan jaring-jaring (area lipat) yang membentuknya.....	68
Gambar 11 Contoh penggunaan bungkus kertas untuk makanan/minuman yang diproduksi oleh produsen Tionghoa.....	69
Gambar 12 Contoh-contoh bentuk cap dagang lawas yang bertahan hingga kini.....	72
Gambar 13 Lengkungan gelombang yang ritmis pada latar belakang gambar dan huruf.....	73
Gambar 14 Contoh Penggunaan latar dengan tekstur bergaris.....	74
Gambar 15 Tiga warna utama dalam kemasan Cap Kereta Api.....	74
Gambar 16 Contoh penerapan tata letak simetris pada sebuah <i>bloecnoot</i> dan sampul “Boekoe Peladjaran Bahasa Melajoe” tahun 1932.....	76
Gambar 17 Wingko Babat Cap Kereta Api Diesel & Jet.....	77
Gambar 18 Wingko Babat Cap Gaya Baru Malam.....	80
Gambar 19 Wingko Babat Cap Kereta Api Eksekutif dan Wingko Babat Cap Setoom Mini yang diproduksi oleh N.N. Meniko.....	82
Gambar 20 Merek-merek bernuansa kereta api.....	84
Gambar 21 Kemasan Wingko Babat Cap Kereta Api terkini (2010).....	86
Gambar 22 Kemasan Wingko Babat Cap Pesawat Jet, perubahan dari Cap Kereta Api Diesel & Jet.....	89
Gambar 23 Kemasan Wingko Babat Cap Bus Gaya Baru perubahan dari	

Cap Gaya Baru Malam.....	90
Gambar 24 Wingko Babat Cap Stoom Mini, perubahan dari Cap Kereta Api Eksekutif dan Cap Setoom Mini.....	92
Gambar 25 Pondok Oleh-oleh N.N.Meniko di Kp. Pandean Tamanharjo.....	93
Gambar 26 Wingko Babat Cap Stasiun Lokomotif (kanan), perubahan dari Wingko Babat Lokomotif (kiri).....	93
Gambar 27 Teks “Lokomotif” sebagai latar belakang kemasan wingko Cap Stasiun Lokomotif.....	95
Gambar 28 Wingko Babat Semarang Tempo Doeloe (kanan), melanjutkan usaha dari Wingko Babat Cap Kereta Api Expres milik Ny. Lies (kiri).....	96
Gambar 29 Gerbang dan teras rumah Is Willianto dan Hj. Wiwiek yang pernah digunakan sebagai lokasi pembuatan wingko Ny. Lies.....	97
Gambar 30 Wingko Babat Cap Cakra (tahun 2008) dan Cap Cakra Berkah (tahun 2010)....	99
Gambar 31 Contoh Wingko Babat Cap Bus Mahkota Mas.....	102
Gambar 32 Contoh kemasan Wingko Babat Cap Bus Bisnis.....	103
Gambar 33 Wingko Babat Cap Kapal Laut dan Wingko Babat KM Mutiara.....	103
Gambar 34 Wingko Babat Supersonic.....	104
Gambar 35 Wingko Babat Cap Tiga Kelapa Muda dan Wingko Babat Cap Mangga Dua...	105
Gambar 36 Kemasan Wingko Babat Dyriana yang tampil beda.....	106
Gambar 37 Kemasan Wingko Babat Dyriana yang <i>dipacking</i> dengan mesin modern.....	108
Gambar 38 Piagam Penghargaan MURI untuk pembuatan wingko terbesar tahun 2003.....	111
Gambar 39 Foto para produsen wingko yang berpartisipasi dalam rekor MURI bersama wingko terbesar berdiameter 2,07 meter.....	112
Gambar 40 Mesin-mesin giling jalan dari Dinas Pekerjaan Umum Kolonial.....	118
Gambar 41 Bagan Konstruksi yang terbentuk karena idiom visual Cap Kereta Api, membentuk tiga kategori subjectum yang saling menafsirkan.....	123
Gambar 42 Contoh penggunaan jenis ilustrasi latar kemasan wingko babat terkini.....	159

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Wingko Babat merupakan penganan tradisional Indonesia yang populer di Kota Semarang, Jawa Tengah. Kue ini terbuat dari kelapa, ketan dan bahan lainnya. Namun tak banyak yang tahu, keberadaan kue wingko di Semarang ternyata diawali di sebuah kota kecil di Jawa Timur bernama Babat, yang merupakan sebuah kecamatan di Kabupaten Lamongan, Jawa Timur. Pusat kota Babat terletak di persimpangan jalur Surabaya - Cepu - Jombang - Tuban.¹

Kini, usaha penganan ini lebih populer diingat sebagai oleh-oleh khas Semarang dibanding kota asalnya, Babat. Ternyata membawa Babat ke Semarang pun membawa pengalihan ingatan konsumen dari asal-usul tempat menjadi nama yang majemuk. Selain namanya yang menjadi majemuk tersebut, konsumen akan selalu teringat pada cap dagang dan ilustrasi kemasannya yang hingga kini masih membuat terkecoh karena selintas kemiripannya. Baik bentuk, cap dagang, grafis kemasan dan tata letak yang didesain hampir serupa dari awal hingga kini.

Dari penelusuran sejarah, perintis awal wingko babat di Semarang ialah wingko babat Cap Kereta Api, yang diproduksi oleh D.Mulyono. D. Mulyano menikahi seorang wanita asal Babat bernama Loe Lan Hwa, yang merupakan putri seorang pembuat wingko yang cukup terkenal di kotanya, Loe Soe Siang. Di masa huru hara Kota Babat karena dampak Perang Dunia II, pasangan ini mengungsi ke Semarang sekitar 1944. Di Semarang, D.Mulyono menjajakan wingko buatan

¹ [http://wikipedia.org/wingko babat](http://wikipedia.org/wingko_babat)

istrinya di gerbong restorasi kereta api tempat ia bekerja. Sebagai kenang-kenangan terhadap kota asalnya, Loe Lan Hwa menamakan kue ini Wingko Babat, dan karena ketertarikannya dengan gambar kereta pada sampul buku yang dibawa suaminya, iapun memberi nama Cap Kereta Api sebagai merek dagangnya. Setelah wingko ini, bermunculanlah produsen lain yang memarakan industri kecil wingko babat di Semarang.



Gambar 1

Beberapa contoh kemasan wingko babat lawas

Sumber: artikel Seno Gumira Ajidarma "Riwayat Persaingan Wingko Babat" Blank Magazine, Edisi 6-2003 dan skripsi Desain Komunikasi Visual tahun 1996 oleh Syaifudin berjudul "Studi Aspek Desain Grafis Kemasan Wingko Babat Cap Kereta Api yang diproduksi di Semarang."



Gambar 2

Beberapa contoh kemasan wingko babat terkini, diperoleh antara 2008-2010

Sumber: dok. penulis

Dari contoh kemasan wingko babat yang didapat sementara di atas, menunjukkan adanya karakter visual yang khas diantara kemasan lawas maupun baru. Dalam kemasan lawas sekilas terkesan sama karena beberapa unsur visual tampak identik, seperti cap dagang, ilustrasi, tipografi, tata letak serta ukuran dan bentuk kemasan. Sedang dalam kemasan baru (yang didapat penulis pada tahun 2008), ada variasi dalam merek dan ilustrasi, selebihnya masih mengadopsi tata letak, bentuk, dan ukuran yang sama dengan kemasan lawas.

Sebuah ciri umum yang ditandai oleh penulis dalam kekhasan kemasan wingko babat di atas ialah mengenai bentuk modernitas yang dijadikan ekspresi visual oleh sejumlah produsen wingko tersebut. Ada dua fase yang menandai perubahan, pertama produksi wingko lawas yang marak menggunakan gambar kereta, dan kedua, wingko produksi kini yang menampilkan beragam gambar selain kereta api.

Yang pertama, mode transportasi mendominasi dalam pilihan visual kemasan, manakala gambar-gambar kereta dengan berbagai macam jenis bersaing di pasaran wingko lawas.² Adanya suatu wacana modernitas juga pernah dipaparkan oleh Seno Gumira ketika menganalisis simbol kereta api, dalam tulisannya mengenai "Riwajat Persaingan Wingko Babat".³ Kereta api menjadi simbol representasi suatu paradigma baru bernama modernisasi, yakni kesempurnaan secara total, rasional, dan solid dalam mengarahkan pertumbuhan dan perkembangan segala sesuatunya. Kecepatan menempuh jarak dan waktu merupakan ciri utama kereta api sebagai simbol artefak modern di akhir abad ke 20. Ia menambahkan, bahwa representasi kecepatan itu pula yang merujuk atau

² Wingko lawas disini merupakan dokumentasi dari sampel penelitian Syaifudin tahun 1996 mengenai desain grafis wingko kereta api yang kemungkinan didapat pada era 1990an.

³ Seno Gumira Ajidarma, "Riwajat Persaingan Wingko Babat" Blank Magazine, Edisi 6, Juli-Agustus 2003, h.68-75

menghubungkannya dengan cita rasa wingko babat yang sempurna: yakni yang paling enak.

Sedang yang kedua, pada contoh kemasan wingko yang diperoleh penulis saat penelitian berlangsung, varian kereta api sulit ditemui lagi di pasaran wingko di Semarang (kecuali wingko dengan Cap Kereta Api yang merupakan perintis awal usaha wingko di Semarang). Pilihannya meluas menjadi transportasi darat, air, maupun udara yang dipilih oleh beberapa produsen wingko terkini. Ekspresi visual tersebut seolah menjadi gagasan kolektif dalam mencitrakan wingko babat yang bercirikan kekinian atau kebaruan sehingga secara tak langsung juga merepresentasi modernitas. Demikian pula makna modern dalam mengemas identitas visual tersebut tidak hanya berkembang di seputar varian transportasi, namun kini juga melalui bentuk visual lain yang berbeda sama sekali dari gagasan modernitas transportasi.

Dari ciri ataupun karakter visual kemasan wingko tersebut, kecenderungan akan gagasan modernitas tampak menonjol sebagai kekhasan desain kemasan wingko babat. Perkembangan gagasan modernitas dalam aspek visual kemasan wingko babat ini menjadi kajian yang akan diteliti penulis, sebagai salah satu bentuk bagaimana budaya kemasan wingko babat diberlangsungkan (secara tidak langsung) oleh berbagai kalangan (produsen perintis, kompetitor, pedagang, maupun konsumen) melalui kacamata modernitas sebagai mediumnya.

B. Identifikasi Masalah

Kemasan berfungsi praktis karena perannya sebagai wadah, pembungkus dan pelindung isi atau barang hasil produksi. Ia juga memiliki fungsi simbolis manakala dirancang sebagai bentuk komunikasi visual, dimana ia berperan

sebagai penyampai pesan, alat pemasaran yang juga menunjang daya jual produk didalamnya. Bentuk dan tata rupa sebagai aspek komunikasi visual yang tersaji dalam kemasan, merupakan refleksi dari kehidupan manusia. Bagaimana semua aspek didalamnya digunakan, dipilih dan ditata sesuai kondisi yang melatarbelakangi, membuka pemahaman bagaimana kebudayaan berlangsung, bukan semata terpajang sebagai benda-benda dengan berbagai penilaian estetik tertentu.

Ciri khas umum kemasan wingko yang telah diuraikan sebelumnya, mempunyai kesamaan juga perbedaan visual secara fisik juga non fisik (non material). Untuk menguraikan adanya faktor modernitas sebagai gagasan non fisik, diperlukan sebuah pengamatan dan pengetahuan terhadap atribut fisik dalam kemasan. Teori modernitas diterapkan untuk membantu pembacaan terhadap perkembangan desain kemasan wingko di Semarang hingga saat ini. Penelitian ini merupakan usaha untuk menemukan kaitan tersebut, dimana desain dalam kemasan wingko babat merefleksikan tidak hanya produk didalamnya saja, namun juga modernitas dari fungsi praktis dan simbolisnya.

C. Batas dan Lingkup Penelitian

1. Obyek masalah

Obyek kemasan wingko babat yang diteliti merupakan wingko yang diproduksi dan dipasarkan di Kota Semarang. Kemasan wingko tersebut dibagi menjadi dua periode waktu, yakni kemasan wingko lawas dan terkini. Yang termasuk lawas ialah kemasan wingko bergambar kereta api yang mayoritas sudah tidak diproduksi lagi. Sedang yang dimaksud

terkini, ialah kemasan wingko yang didapat penulis saat penelitian berlangsung.

Aspek yang dikaji merupakan bentuk visual seperti cap dagang, tipografi, ilustrasi, warna, material dan bentuk, yang secara umum mendasari perkembangan bentuk visual kemasan wingko yang diteliti hingga saat penelitian berlangsung. Dari sini ditarik gagasan yang mendasar, terutama yang berkaitan dengan modernitas yang melatarbelakangi.

2. Substansi masalah

Menguraikan gagasan modernitas sebagai latar belakang yang secara tidak langsung “diberlangsungkan” oleh para produsen pada perubahan maupun perkembangan visual kemasan wingko hingga saat ini.

3. Wilayah geografis penelitian

Wilayah pengambilan sampel dan data ialah Kotamadya Semarang.

4. Waktu penelitian

Waktu penelitian diadakan pada Desember 2009 sampai dengan April 2010 .

D. Rumusan Masalah

Penelitian ini ditujukan untuk mencari jawaban dari pertanyaan dasar yakni, bagaimana modernitas diuraikan dalam kontestasi kemasan wingko babat yang mengalami perkembangan sejak awal kemunculannya hingga kini ?

Dari dasar itulah dikembangkan pertanyaan seperti,

1. Faktor apa saja yang mendasari atau mempengaruhi pemilihan unsur visual pada kemasan wingko ?

2. Bagaimana representasi modern bisa terhubung dengan rasionalitas produk wingko babat hingga saat ini ?
3. Unsur visual apa saja yang mencerminkan modernitas pada kemasan wingko?
4. Adakah pengaruh dari gagasan modernitas ini bagi perkembangan desain kemasan wingko babat di Semarang ?

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan :

- Mengetahui aspek visual apa saja dalam kemasan yang menjadi ciri ataupun simbol modernitas
- Mengetahui dasar pemilihan dari aspek-aspek visual yang ada pada kemasan dan kaitannya dengan modernitas
- Mengetahui fakta dan faktor yang menyebabkan berlangsungnya perubahan dan perkembangan visual yang ada pada desain kemasan wingko babat di Semarang
- Mengetahui pengaruh dari kajian modernitas ini terhadap perubahan dan perkembangan desain kemasan wingko babat di Semarang

Manfaat :

- Menambah khasanah wacana desain kemasan lokal yang berciri khas dari artefak visual kemasan wingko babat yang dihimpun sejak awal kemunculannya hingga kini di Semarang.
- Memberi kontribusi pengetahuan mengenai produk dan kemasannya terkait permasalahan desain komunikasi visual yang terjadi dalam lingkup keseharian masyarakat.

F. Definisi Operasional

Istilah untuk membantu pengertian terhadap arah penelitian ini diantaranya:

- Unsur visual kemasan wingko babat

Merupakan atribut yang dapat dilihat dari kemasan wingko babat, yakni ilustrasi, tipografi, warna, tata letak dan material serta bentuk kemasan. Ilustrasi yang dimaksud ialah ikon pada cap dagang, tipografi mencakup jenis huruf yang digunakan dan relevansi sifatnya dengan produk, warna yang dimaksud ialah warna cetakan yang umum dipilih untuk kemasan wingko, tata letak ialah komposisi peletakan semua atribut visual tersebut. Bentuk kemasan dan material yang digunakan juga diamati, melihat umumnya tidak mengalami banyak perbedaan satu sama lain. Atribut ini diamati perbedaan maupun kesamaannya secara umum, sebagai langkah awal membuat kategori terhadap atribut yang berciri khas sama, untuk nantinya dikaitkan dengan modernitas sebagai kajiannya.

- Modernitas

Berasal dari kata modern, dalam bahasa latin disebut '*moderna*', yang berarti 'sekarang', 'baru', atau 'saat kini'. Atas dasar pengertian asli tersebut, bisa dikatakan bahwa manusia senantiasa hidup di zaman 'modern', sejauh kekinian menjadi kesadarannya. Modernitas bukan hanya menunjuk pada periode, melainkan juga suatu bentuk kesadaran yang terkait dengan kebaruan.⁴

⁴ F. Budi Hardiman, *Filsafat Modern*, Jakarta, Penerbit Gramedia, 2007, h.2-3

Aspek-aspek visual yang diamati pada kemasan wingko babat yang mengalami perubahan dan perkembangan di Semarang, menyiratkan gagasan modernitas. Modernitas sendiri mempunyai sejarah dan ciri jaman serta artefak yang menyertainya. Teori modernitas diterapkan untuk membantu pembacaan terhadap perkembangan desain kemasan wingko babat di Semarang hingga saat ini.

- Perubahan dan perkembangan

Wingko babat, dulu maupun saat penelitian berlangsung, mengalami perubahan, diantaranya ialah sulit ditemui lagi kemasan bergambar kereta yang marak ditemui beberapa dekade lalu saat ini di Semarang. Selain itu dari segi pemilihan warna, tipografi atau penataan letak, sampai material kemasan, tidak banyak yang berubah, namun ada pula yang tampil beda. Namun kini ia juga mengalami perkembangan, diantaranya ialah beragamnya gambar cap dagang selain kereta, misalnya bus, pesawat, mobil, dsb. Berubah maupun berkembangnya desain visual kemasan wingko inilah fokus penelitian ini, sesuai sampel yang dikumpulkan penulis.