

**KAJIAN DESAIN
LABEL KEMASAN BOTOL AQUA
TEMUKAN INDONESIAAMU**



SKRIPSI

oleh:

Ramadhani Kusumaningrum

NIM 1312254024

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN DESAIN
FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2017**

**KAJIAN DESAIN
LABEL KEMASAN BOTOL AQUA
TEMUKAN INDONESIA MU**



SKRIPSI

oleh:

**Ramadhani Kusumaningrum
NIM 1312254024**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN DESAIN
FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2017**

Tugas Akhir Pengkajian berjudul:

**KAJIAN DESAIN LABEL KEMASAN BOTOL AQUA TEMUKAN
INDONESIAMU** diajukan oleh Ramadhani Kusumaningrum, NIM 131 2254
024, Program Studi S-1 Desain Komunikasi Visual, Jurusan Desain, Fakultas Seni
Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta, telah dipertanggungjawabkan di depan
tim penguji Tugas Akhir pada 22 November 2017 dan dinyatakan memenuhi
syarat untuk diterima.

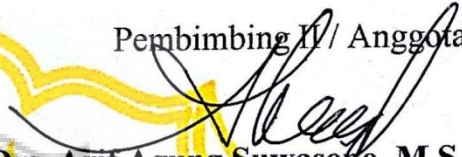
Pembimbing I / Anggota



Dr. Prayanto Widyo Harsanto, M.Sn.

NIP. 19630211 199903 1 001

Pembimbing II / Anggota



Drs. Arif Agung Suwasano, M.S.

NIP. 19671116 199303 1 001

Cognate / Anggota



FX. Widyatmoko, M.Sn

NIP. 197507102005011001

Ketua Program Studi / Anggota



Indiria Maharsi, S.Sn., M. Sn.

NIP 19720909 200812 1 001

Ketua Jurusan Desain / Ketua



Martino Dwi Nugroho, S.Sn., M.A.

NIP. 19770315 200212 1 005



PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir Pengkajian dengan judul:

KAJIAN DESAIN LABEL KEMASAN BOTOL AQUA TEMUKAN INDONESIA

yang dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Seni pada Program Studi Desain Komunikasi Visual Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan atau duplikasi skripsi atau tugas akhir yang sudah dipublikasikan dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di lingkungan Institut Seni Indonesia Yogyakarta maupun di perguruan tinggi ataupun instansi manapun, kecuali bagian dari sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 6 Desember 2017

Ramadhani Kusumaningrum

NIM 1312254024



“Life is short enough to recklessly spend”

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah peneliti panjatkan kepada Allah SWT, atas rakmat dan nikmat yang telah diberikan sehingga, pengkajian Tugas Akhir dengan judul “Kajian Desain Label Kemasan AQUA Temukan Indonesiamu dapat terselesaikan tanpa kekurangan suatu apapun. Penulisan skripsi ini digunakan untuk memenuhi persyaratan kelulusan dan meraih gelar Sarjana Seni, pada program studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta.

Penulis menyadari keterbatasan akan pengetahuan dan kemampuan dalam menyelesaikan Skripsi ini. Untuk itu penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT atas kehendaknya yang telah membantu peneliti dalam berikhtiar.
2. Bapak Prof. Dr.M. Agus Burhan, M. Hum., selaku Rektor ISI Yogyakarta
3. Ibu. Dr. Suastiwi, M. Des., selaku Dekan Fakultas Seni Rupa
4. Bapak Martino Dwi Nugroho, S.Sn., M.A., selaku Ketua Jurusan Desain.
5. Bapak Indiria Maharsi, S.Sn., M.Sn., selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual.
6. Bapak Dr. PrayantoWidyoHarsanto,M.Sn selaku Dosen Pembimbing I atas bimbingan dan arahnya selama pengerjaan skripsi ini.
7. Bapak Drs. Arif Agung, M.Sn selaku Dosen Pembimbing II atas masukan, bimbingan dan arahnya selama pengerjaan skripsi ini.
8. Bapak FX. Widyatmokoselaku cognate yang telahmemberibanyakmasukandanreferensi.
9. Bapak Dr. Andy Haryanto, M.Sn selaku Dosen Wali atas dukungannya.
10. Bapak Daru Tunggul Aji, S.Sn., M.A atas saran-sarannya.
11. Bapak Drs. Baskoro Suryo Banindro, M.Sn., untuk dukungan dan sarannya.

12. Seluruh Dosen di Program Studi Desain Komunikasi Visual ISI Yogyakarta.
13. Seluruh staff dan karyawan di Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
14. Mama Erly Wulandari, Bapak Bambang W dan Bude Esti P, yang sudah mendukung dan dengan sabar membimbing peneliti menjadi pribadi yang lebih dewasa.
15. Mas Adit dan Dek Ella yang selalu ada baik senang maupun duka dan dengan sabar selalu memberi semangat dan dukungan.
16. Sahabat tercinta, Gintari Dian dan Anisa Novia yang selalu ada. Terimakasih untuk semua kenangan saat di Yogyakarta.
17. Teman-teman satu angkatan yang juga mendukung, Sherihan, Abi, Vinsen, Hayu, Ogi, Arka, Mayang, Septian dan Teman-Teman Pensil Kayu, DKV 2013 yang tidak bisa disebutkan satu persatu, terima kasih.
18. Kepada semua pihak yang tak bisa disebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir pengkajian ini masih memiliki kekurangan disana-sini, oleh karena itu saran dan kritik yang membangun sangat penulis harapkan. Demikianlah yang bisa penulis haturkan, semoga tugas akhir pengkajian ini dapat memberi inspirasi dan wawasan bagi banyak pihak. Mohon maaf yang sebesar-besarnya apabila terdapat banyak kekurangan dalam Pengkajian Tugas Akhir ini. Terimakasih.

Yogyakarta. 6 Desember 2017

Ramadhani Kusumaningrum

NIM. 1312254024

ABSTRAK

Iklan adalah salah satu metode dalam mempromosikan produk atau *brand*, salah satu metode dalam beriklan ialah dengan menggunakan kampanye iklan (*Advertising Campaigns*). Kampanye iklan merupakan satu kesatuan dalam iklan yang dilaksanakan dalam jangka waktu tertentu. Selain demi keuntungan material iklan kampanye juga digunakan dalam memberi sebuah pesan sosial. AQUA menggunakan metode ini untuk beriklan dengan kampanye Temukan Indonesiamu. Kampanye ini sudah berlangsung selama 4 tahun yang diawali pada tahun 2013. Dari tigabelas sampel label AQUA kampanye Temukan Indonesiamu terpilih enam sampel sebagai representasi dari ketigabelas sampel tersebut berdasarkan tema yaitu kemerdekaan.

Analisis menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teori desain dan pemaknaan dalam kode-kode tertentu. Hasil penelitian menunjukkan adanya kecenderungan atas warna yang digunakan disesuaikan dengan brand dan produknya, ditambah kode analisis visual yang ada pada setiap label menghasilkan sebuah asumsi dimana kebudayaan menjadi sesuatu yang perlu diingat dan dilestarikan.

Kata Kunci : Iklan, Kampanye, AQUA, Temukan Indonesiamu, Makna Pesan.



ABSTRACT

Advertising is one method of promoting a product or brand, one of the methods in advertising is to use advertising campaigns (Advertising Champagne). An ad campaign is a single entity in ads that are implemented within a certain time frame. In addition to the benefits of campaign advertising material is also used in giving a social message. AQUA uses this method to advertise with your Discover India campaign. This campaign has been going on for 4 years starting in 2013. Of the thirteen sapphire labels AQUA with the Find Indonesia campaign you selected six samples as a representation of the thirteenth samples based on the theme of independence.

The analysis used descriptive qualitative method with design theory and meaning in certain codes. The results showed that the tendency of the colors used in accordance with the brand and its products, plus the visual analysis code available on each label to produce an assumption where culture becomes something to remember and preserve.

Keywords: Ads, Campaigns, AQUA, Discover your Indonesia, Meaning of Messages.



LEMBAR PERNYATAAN
PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan di bawah ini, saya mahasiswa Institut Seni Indonesia Yogyakarta.

Nama : Ramadhani Kusumaningrum

Nomor Mahasiswa : 1312254024

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya memberikan kepada perpustakaan UPT ISI YOGYAKARTA, karya tugas akhir pengkajian yang berjudul **KAJIAN DESAIN LABEL KEMASAN BOTOL AQUA TEMUKAN INDONESIA**. Dengan demikian penulis memberikan kepada UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta hak untuk menyimpan, mengalihkan dalam bentuk lain, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data, mendistribusikan secara terbatas, dan mempublikasikannya di internet atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya maupun memberikan *royalty* kepada saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis. Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Yogyakarta, 6 Desember 2017

RamadhaniKusumaningrum

NIM. 1312254024

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAH	ii
HALAMAN KEASLIAN KARYA	iii
MOTTO	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	5
C. Rumusan Masalah	5
D. Tujuan Penelitian.....	5
E. Manfaat Penelitian.....	5
F. Metode Penelitian.....	6
G. Definisi Operasional.....	6
H. Sistematika Penulisan.....	7
BAB II LANDASAN TEORI	9
A. Tinjauan Pustaka	9
B. Landasan Teori.....	10
1. Brand	10
2. Produk.....	11
a. Desain Produk.....	12
b. Warna produk	12
c. Kemasan	13

d. Pemberian Label	13
e. Citra dan Persepsi Budaya Kemasan	14
3. Definisi Kemasan dan Desain Label	14
4. Kegunaan Desain dalam Kemasan	16
5. Iklan dan Jenisnya	17
6. AQUA dan AQUA Temukan Indonesia mu	20
7. Elemen-elemen Desain Sadjiman S.....	27
8. Ilustrasi	34
9. Teori Metodologi Visual Gillian Rose	36
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	42
A. Metode Penelitian.....	42
B. Populasi dan sampel.....	44
1. Populasi	45
2. Sampel	47
C. Sumber Data.....	48
1. Data Primer.....	48
2. Data Sekunder	48
D. Teknik Pengumpulan Data.....	48
a. Observasi.....	48
b. Wawancara.....	49
c. Studi Pustaka.....	50
d. Dokumentasi.....	50
E. Teknik Analisis Data.....	50
BAB IV ANALISIS	53
A. Label Kemasan.....	53
B. Deskripsi dan Analisis.....	56
1. Deskripsi sampel 1 (Indonesia itu Inspirasi ku)	56
a) Identifikasi Visual sampel 1	57
b) Analisis Sampel 1	71
2. Deskripsi sampel 2 (Indonesia itu Rumahku)	83

a) Identifikasi Visual Sampel 2	83
b) AnalisisSampel 2	95
3. DeskripsiSampel 3 (Indonesia ituBahasaku).....	104
a) Identifikasi Visual Sampel 3	105
b) AnalisisSampel 3	119
4. DeskripsiSampel 4 (Indonesia ituKarya)	126
a) Identifikasi Visual Sampel 4	127
b) AnalisisSampel 4.....	141
5. DeskripsiSampel 5 (Indonesia ituAku)	152
a) Identifikasi Visual Sampel 5	153
b) AnalisisSampel 5.....	165
6. DeskripsiSampel 6	170
a) Identifikasi Visual Sampel 6	171
b) AnalisisSampel 6.....	182
BAB V PENUTUP	189
A. Kesimpulan	189
B. Saran.....	191
DAFTAR PUSTAKA	193
LAMPIRAN	194

DAFTAR GAMBAR

Gambar

1. Gambar 1.1 Contoh Label Kemasan Temukan Indonesia tahun 2015	2
2. Gambar 2.1 Contoh Iklan Niaga	18
3. Gambar 2.2 Contoh Iklan Penawaran	19
4. Gambar 2.3 Contoh Iklan Baris	20
5. Gambar 2.4 Visualisasi Iklan Kampanye AQUA “it in me”	23
6. Gambar 2.5 Tokoh-tokoh pada Iklan “it in me”	24
7. Gambar 2.6 Contoh desain Label Kemasan AQUA Temukan Indonesia di tahun-tahun sebelumnya	25
8. Gambar 2.7 Dian Sastrosebagai wajah iklan kampanye “Ada AQUA”	25
9. Gambar 2.8 Sandy Sandoro dan Narji sebagai wajah iklan kampanye “Ada AQUA”	26
10. Gambar 2.9 Produk-produk dari Danone	26
11. Gambar 2.10 Contoh Warna Primer, Tersier dan Netral	29
12. Gambar 2.11 Contoh Tipografi jenis San Serif	35
13. Gambar 3.1 Desain Label Kemasan AQUA Temukan Indonesia tahun 2013	45
14. Gambar 3.2 Desain Label Kemasan AQUA Temukan Indonesia tahun 2014	46
15. Gambar 3.3 Desain Label Kemasan AQUA Temukan Indonesia tahun 2015	46
16. Gambar 3.4 Desain Label Kemasan AQUA Temukan Indonesia tahun 2016	47
17. Gambar 4.1 Desain Sampel Label 1 (Indonesia itu Inspirasiiku)	56
18. Gambar 4.2 Indonesia itu Inspirasiiku	71
19. Gambar 4.3 Bagan Besar dari Sampel 1	75
20. Gambar 4.4 Contoh Kerning	79
21. Gambar 4.5 Teks Pendukung label 1	80
22. Gambar 4.6 Contoh Postingan Anak Muda	81
23. Gambar 4.7 Desain Sampel Label 2 (Indonesia itu Rumahku)	83

24. Gambar 4.8 Indonesia ituRumahku	95
25. Gambar 4.9 Bagan BesarSampel 2.....	98
26. Gambar 4.10 Teksutama padaSampel 2 yang di perbesar	100
27. Gambar 4.11 TekPendukung padaSampel 2 yang di perbesar.....	101
28. Gambar 4.12 Desain Label Sampel 3 (Indonesia ituBahasaku)	104
29. Gambar 4.13 Indonesia ituBahasaku	119
30. Gambar 4.14 Bagan BesarSampel 3	124
31. Gambar 4.15 DesainSampel Label 4 (Indonesia ituKarya)	126
32. Gambar 4.16 Indonesia ituKarya	141
33. Gambar 4.17 Contoh Graffiti	143
34. Gambar 4.18 Contoh Tipografi Formal Script	145
35. Gambar 4.19 Contoh Tipografi Casual Script	145
36. Gambar 4.20 Bagan Sampel Label 4.....	147
37. Gambar 4.21 Contoh Profesi DJ	147
38. Gambar 4.22 Contoh Atribut Profesi lain	150
39. Gambar 4.23 DesainSampel Label 5 (Indonesia ituAku)	150
40. Gambar 4.24 Indonesia ituAku	164
41. Gambar 4.25 Bagan Besar Label 5.....	166
42. Gambar 4.26 Tampak Besar Teks Utama Label 5	167
43. Gambar 4.27 DesainSampel Label 6 (Indonesia itu (isidenganversimu))	177

44. Gambar 4.28 Indonesia itu ..(isidenganversimu)	182
45. Gambar 4.29 TampakBesarHuruf “T” pada Label 6	183
46. Gambar 4.30 EnamFigurPada Label 6	184
47. Gambar 4.31 Bagan Besar Label 6	186



DAFTAR TABEL

Tabel

1. Tabel Skema Penelitian.....	51
2. Tabel Deskripsi Warna Label 1 (Indonesia itu Inspirasi)	58
3. Tabel Deskripsi Ilustrasi Label 1 (Indonesia itu Inspirasi)	58
4. Tabel Deskripsi Tipografi Label 1 (Indonesia itu Inspirasi).....	62
5. Tabel Deskripsi Komposisi Label 1 (Indonesia itu Inspirasi).....	62
6. Tabel Deskripsi Layout Label 1 (Indonesia itu Inspirasi).....	65
7. Tabel Identifikasi Makna Label 1 berdasarkan Teori Rose	67
8. Tabel Deskripsi Desain Label 1 (Indonesia itu Inspirasi).....	71
9. Tabel Deskripsi Warna Label 2 (Indonesia itu Rumahku)	84
10. Tabel Deskripsi Ilustrasi Label 2 (Indonesia itu Rumahku)	85
11. Tabel Deskripsi Tipografi Label 2 (Indonesia itu Rumahku).....	86
12. Tabel Deskripsi Komposisi Label 2 (Indonesia itu Rumahku).....	88
13. Tabel Deskripsi Layout Label 2 (Indonesia itu Rumahku).....	90
14. Tabel Identifikasi Makna Label 2 berdasarkan Teori Rose	92
15. Tabel Deskripsi Desain Label 2 (Indonesia itu Rumahku).....	95
16. Tabel Deskripsi Warna Label 3 (Indonesia itu Bahasaku)	105
17. Tabel Deskripsi Ilustrasi Label 3 (Indonesia itu Bahasaku)	106
18. Tabel Deskripsi Tipografi Label 3 (Indonesia itu Bahasaku).....	109
19. Tabel Deskripsi Komposisi Label 3 (Indonesia itu Bahasaku).....	111
20. Tabel Deskripsi Layout Label 3 (Indonesia itu Bahasaku).....	114
21. Tabel Identifikasi Makna Label 3 berdasarkan Teori Rose	116
22. Tabel Deskripsi Desain Label 3 (Indonesia itu Bahasaku)	119
23. Tabel Deskripsi Warna Label 4 (Indonesia itu Karya)	127
24. Tabel Deskripsi Ilustrasi Label 4 (Indonesia itu Karya)	128
25. Tabel Deskripsi Tipografi Label 4 (Indonesia itu Karya).....	132
26. Tabel Deskripsi Komposisi Label 4 (Indonesia itu Karya).....	134
27. Tabel Deskripsi Layout Label 4 (Indonesia itu Karya).....	136
28. Tabel Identifikasi Makna Label 4 berdasarkan Teori Rose	138
29. Tabel Deskripsi Desain Label 4 (Indonesia itu Karya).....	141

30. Tabel Deskripsi Warna Label 5 (Indonesia ituAku)	153
31. Tabel Deskripsi Ilustrasi Label 5 (Indonesia ituAku).....	153
32. Tabel Deskripsi TipografiLabel 5 (Indonesia ituAku).....	155
33. TabelDeskripsiKomposisi Label 5 (Indonesia ituAku)	158
34. TabelDeskripsi Layout Label 5 (Indonesia ituAku)	160
35. TabelIdentifikasiMakna Label 5 berdasarkanTeori Rose	161
36. TabelDeskripsiDesain Label 5 (Indonesia ituAku).....	165
37. Tabel Deskripsi Warna Label 6 (Indonesia itu(isidenganversimu)).....	171
38. Tabel Deskripsi Ilustrasi Label 6 (Indonesia itu(isidenganversimu)).....	172
39. Tabel Deskripsi TipografiLabel 6 (Indonesia itu(isidenganversimu)).....	174
40. TabelDeskripsiKomposisi Label 6 (Indonesia itu (isidenganversimu))	158
41. TabelDeskripsi Layout Label 6 (Indonesia itu (isidenganversimu))	160
42. TabelIdentifikasiMakna Label 6 berdasarkanTeori Rose	161
43. TabelDeskripsiDesain Label 6 (Indonesia itu (isidenganversimu)).....	165



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam era globalisasi sekarang ini, ketika jaman telah berubah dan situasi persaingan dalam pasar semakin tajam, nilai estetika dapat berperan penting sebagai perangkat emosi yang sangat ampuh untuk menarik perhatian konsumen. Pertarungan produk tidak lagi terbatas pada keunggulan kualitas atau teknologi semata, namun juga terletak pada bagaimana usaha untuk mendapatkan nilai tambah yang memberikan *emotional benefit* kepada konsumen. Salah satu usaha yang dapat ditempuh untuk menghadapi persaingan pasar yang semakin tajam ialah melalui desain kemasan.

Packaging (kemasan) adalah teknik industri dan pemasaran yang digunakan untuk melindungi, mengidentifikasi dan menyegel produk konsumen yang didistribusikan/ dipasarkan (Encarta Encyclopedia, 2002). Dalam mengemas suatu produk biasanya selalu ada ciri tersendiri dari kemasannya yang membuat produk tersebut dapat diidentifikasi dengan jelas oleh konsumen dengan kata lain memiliki citra tersendiri.

Kemasan yang baik haruslah memiliki daya tarik visual, dimana unsur-unsur visual yang ada didalamnya seperti unsur grafis, warna, tipografi, dan layout mampu melahirkan impresi citra produk bagi pembeli. Tidak hanya untuk menampilkan daya tarik demi menarik konsumen namun kemasan juga dapat memiliki makna yang tersirat didalamnya melalui interpretasi dari desain kemasan. Demikian juga kemasan air mineral AQUA yang kaya akan inovasi dalam unsur grafisnya.

AQUA adalah sebuah merek air minum dalam kemasan (AMDK) yang diproduksi oleh PT Aqua Golden Mississippi Tbk di Indonesia sejak tahun 1973. AQUA seringkali melakukan inovasi terhadap unsur grafis

dalam kemasannya. Aqua yang pertama kali muncul pada tahun 1973 membuat terobosan dengan kemasan yang unik dan menarik. Seperti AQUA seri Reflection pada tahun 2012, dimana seri ini dirancang untuk kelas premium. Kemudian diikuti dengan Aqua seri Temukan Indonesiamu pada tahun 2013.

AQUA meluncurkan Program ‘Temukan Indonesiamu’ sebagai wujud kepedulian terhadap pelestarian nilai-nilai seni budaya Indonesia. Program ini memberikan kesempatan kepada generasi muda untuk mengeksplorasi kembali kekayaan Indonesia melalui teknologi digital dan sekaligus mengekspresikan kecintaan mereka terhadap seni, khususnya fotografi dan desain grafis. AQUA sebagai merek nasional yang sudah bersama-sama dengan Indonesia selama 40 tahun, ingin mengajak generasi muda untuk mengekspresikan kekayaan Indonesia dan sebagai wujud kecintaan terhadap budaya Indonesia, dalam program ini dilakukan sitem periode berdasarkan hari-hari atau event besar seperti hari kemerdekaan.

Sudah 4 tahun berjalan setelah program AQUA Temukan Indonesiamu diluncurkan, telah banyak inovasi yang dilakukan oleh AQUA demi berlanjutnya program ini, terutama dari segi desainnya yang selalu mengutamakan anak muda, budaya dan Indonesia sebagai kunci utama dari desain label AQUA Temukan Indonesiamu ini. AQUA ingin melestarikan nilai-nilai seni budaya Indonesia melalui tangan-tangan generasi muda dan diwakilkan oleh desain label AQUA, hal ini dapat bersifat positif bergantung dengan bagaimana kawula muda menanggapi program ini.

Program (*Campaign*) AQUA Temukan Indonesiamu ialah program yang dilaksanakan oleh AQUA berdasarkan event tertentu seperti Hari Kemerdekaan RI. Tahun ini ialah tahun ke-4 AQUA dengan *campaign* Temukan Indonesiamu. Program ini ialah program yang diadakan oleh Danone sebagai ajang kompetisi terbuka dimana generasi muda dapat ikut serta dan mencurahkan ide-ide kreatifnya kedalam desain atau ilustrasi label kemasan botol AQUA. Program ini diadakan untuk

merangsang anak muda mengekspresikan kecintaannya terhadap Indonesia dan tidak melupakan budaya Indonesia. Sejak awal mula dibentuknya program Temukan Indonesiamu pada tahun 2013 AQUA selalu menggunakan ilustrasi atau desain yang menarik pada kemasannya demi menarik perhatian konsumen *campaign* Temukan Indonesiamu.



Gambar.1.1 Label Kemasan Botol AQUA Temukan Indonesiamu tahun 2015
(Sumber : grafismasakini.com-Shinta)

Secara visual desain pada kemasan botol AQUA Temukan Indonesiamu memiliki tampilan yang unik dan menarik, yaitu dengan menggunakan ilustrasi bergaya desain modern yang menggambarkan anak muda atau kegiatan anak muda, juga menggunakan budaya Indonesia sebagai bentuk visualisasi dalam merepresentasinya. AQUA Temukan Indonesiamu membangun *brand image* melalui visual. Gambar merupakan bagian dari ilustrasi dan desain, gambar masih cenderung dilihat sebagai suatu bentuk ikon, yang merepresentasikan materi tentang objek, alam dan fungsi. (Suasono, 2007: hal.58) Desain pada kemasan botol AQUA Temukan Indonesiamu memiliki sebuah pesan atau makna yang dapat menjadi objek rekonstruksi baru yang dapat mencerminkan budaya Indonesia.

Mengetahui tujuan dari *campaign* Temukan Indonesiamu ialah tentang kebudayaan dan masyarakat maka desainer pada kemasan botol

AQUA Temukan Indonesiamu meng-intepretasikan desain sesuai dengan budaya dan masyarakat Indonesia. Kebudayaan dan Masyarakat adalah dua hal yang tak bisa dipisahkan. Kebudayaan masyarakat juga tak bisa dipisahkan dengan komunikasi. Sebagai salah satu media dalam berpromosi maka *campaign* Temukan Indonesiamu juga merupakan bentuk persuasif agar menarik minat konsumen. Budaya, seperti yang telah diketahui ialah sesuatu yang telah ada tanpa kita sadari keberadaannya, dan telah menjadi sesuatu yang turun temurun dan bersifat kontinu.

Seperti yang dikatakan oleh Thompson yang dikutip oleh Ibrahim dalam bukunya Budaya Populer Sebagai Komunikasi : *“budaya adalah pola-pola makna yang tertancap dalam bentuk-bentuk simbolik, termasuk tindakan, ujaran dan objek-objek yang bermakan dari berbagai jenis, yang menjadi dasar para individu berkomunikasi satu sama lain dan berbagi pengalaman, konsepsi dan keyakinan”* (Ibrahim,hal.5) Berpikir tentang budaya sebagai aktivitas komunikasi dengan jitu mencampurkan aspek-aspek abadi dengan unsur-unsur yang dimediasikan, agar lebih dinamis. Menurut gagasan Raymon Williams (1988,1989) budaya dalam arti sempit atau spesifik (praktik ekspresi kreatif, estetis, dan intelektual) dan budaya dalam cakupan yang luas atau umum berarti (keseluruhan cara hidup).

Ilustrasi pada label kemasan botol AQUA Temukan Indonesiamu didesain dan dibuat oleh kawula muda mengintepretasikan budaya menurut cara pandang mereka. Seperti komentar desainer awal label kemasan botol AQUA Temukan Indonesiamu, Renata Owen berkata *“Desain yang saya ciptakan untuk label botol AQUA edisi khusus kali ini bertemakan Keindahan Indonesia. Desain tersebut menampilkan sudut pandang saya sebagai anak muda terhadap Indonesia. Menurut saya, dengan seni dan budaya yang begitu beragam, Indonesia merupakan sumber inspirasi yang kaya. Melalui desain ini, saya mengajak anak muda Indonesia untuk mengeksplorasi kekayaan Indonesia dan menjadikannya inspirasi untuk berkarya.”*

Bagaimana budaya dikonstruksikan oleh generasi muda dengan sedemikian rupa, dan bagaimana budaya dan Indonesia sendiri terkonstruksi menjadi sebuah ilustrasi/gambar/desain yang menurut cara pandang anak muda itulah Indonesia, menjadikan penelitian ini layak untuk ditelaah lebih jauh. Penelitian ini ingin mengungkap tentang apa makna yang terkandung di dalam label kemasan botol AQUA Temukan Indonesiamu, dan bagaimana desain berperan penting sebagai media penyampai pesan dikaitkan dengan kriteria-kritea yang ada. Secara umum desain berperan penting dalam pengenalan atau citra sebuah produk, dimana desain yang baik ialah yang bukan hanya memiliki daya tarik semata namun juga sebagai media informasi, baik dari segi bisual maupun verbal. Tidak dipungkiri bahwa desain juga dapat mengandung nilai-nilai atau pesan tertentu, bahasa verbal yang baik, disertai penggunaan tipografi yang tepat serta desain yang mendukung akan menambah nilai *benefit* dari tersendiri, yaitu dengan tersampainya maksud pesan dari kemasan.

Oleh karena itu peneliti ingin meneliti lebih jauh tentang desain yang ada dalam label kemasan botol AQUA Temukan Indonesiamu ditinjau dari aspek desain komunikasi visual serta pesan atau makna yang terkandung di dalamnya (simbol, tanda, dan kode) didukung dengan metode analisis kualitatif yang akan membantu penelitian ini agar lebih sistematis dan mendalam serta akan menggunkan salah satu dari tiga pendekatan analisis utama yakni analisis tekstual yang mana akan membaca atau menafsirkan nilai-nilai budaya serta makna tersirat dalam label kemasan dilihat dari setiap elemen-elemn desain yang ada dalam label kemasan botol AQUA Temukan Indonesiamu, ditambah dengan teori interaksi simbolik dan salah satu metode berpikir desain dari Rose yaitu *site of image itself*, yaitu peneliti melihat desain berdasar desain itu sendiri yang dapat menuntun peneliti dalam menemukan korelasi yang ada pada desain kemasan dalam melihat pola hubungan antar pesan melalui simbol-simbol yang ada.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang dikemukakan diatas, masalah dapat diidentifikasi sebagai berikut:

Terdapat kecenderungan karakter yang serupa dari ilustrasi label kemasan botol AQUA Temukan Indonesiamu, serta bagaimana budaya dikonstruksikan pada ilustrasi, dibuktikan dari :

1. Kecenderungan desainer menggambarkan budaya dengan menempatkan orang atau gambar manusia sebagai *point of interest*
2. Ada kemiripan simbolik-simbolik yang digunakan dalam setiap desainnya

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan paparan di atas, maka rumusan masalahnya adalah: bagaimana karakter pada desain label AQUA Temukan Indonesiamu dan makna apa yang terkandung didalamnya ditinjau dari pendekatan kajian desain ?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian ini untuk menganalisis bentuk karakter yang dimiliki oleh desain label AQUA Temukan Indonesiamu serta bagaimana pola hubungan antar desain dengan persepsi kaum muda dan apa makna yang ada pada desain label AQUA Temukan Indonesiamu.

E. Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Memahami dengan baik aspek-aspek visual dan makna yang terkandung didalam desain kemasan botol AQUA Temukan Indonesiamu, serta mengetahui bagaimana desain digunakan pada

ilustrasi label kemasan botol AQUA dalam mengenalkan budaya Indonesia.

2. Bagi Lembaga

Menjadi material informasi bagi kalangan akademik memahami aspek visual dan makna yang ada dalam desain label AQUA Temukan Indonesiamu sehingga dapat menjadi referensi dalam pembeding suatu laporan.

3. Bagi Masyarakat

Mengetahui dampak positif dari adanya desain label kemasan sebagai media persuasif bagi anak muda dan menjadi bahan informasi.

F. Metode Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif, yaitu dengan cara menjabarkan secara rinci mengenai objek ilustrasi yang dikaji. Penelitian deskriptif digunakan untuk mengumpulkan, menyusun serta memaparkan lebih jauh tentang isi atau makna yang ada dalam ilustrasi objek yang akan dikaji, yang selanjutnya dianalisis sehingga dengan demikian diharapkan dapat menghasilkan gambaran yang jelas dan terarah atas masalah yang ada pada objek

Untuk membantu proses analisis maka penulis menggunakan tiga tahapan penelitian menurut Bogdan dalam buku Metodologi Penelitian Pendidikan (Sugiyono, 2012:30) yaitu tahap deskripsi, tahap reduksi, dan tahap *selection*. Ketiga tahapan tersebut akan membedah objek secara sistematis diawali dengan kerangka berfikir yaitu deskripsi, kemudian diikuti memilih objek berdasarkan kerangka berfikir kemudian diikuti dengan analisis rinci pada objek yang terpilih. Penelitian ini juga menggunakan teori penunjang dari analisis visual dan interaksi simbolik demi membedah lebih dalam makna objek yang diteliti.

G. Definisi Operasional

pada bagian definisi operasional ini akan dijelaskan istilah dalam penelitian untuk menghindari maksud yang berbeda-beda.

a. Desain Label Kemasan AQUA Temukan Indonesiamu

Kajian desain dalam penelitian ini ialah kajian elemen-elemen desain (seperti: ilustrasi, tipografi, warna, dan lain-lain) yang ada dalam label AQUA Temukan Indonesiamu yang mana memiliki daya tarik visual sehingga menarik perhatian konsumen. Bagaimana gambar atau ilustrasi dari desain label AQUA Temukan Indonesiamu berperan dalam mengkomunikasikan produk dan kampanyenya. Desain label juga secara tidak langsung dapat menjadi *silent marketing* bagi produk tersebut.

b. Kajian Visual Gillian Rose

Teori kajian visual Gillian Rose dengan tiga ranah penelitian yaitu (1) analisis visual, (2) analisis konten dan (3) analisis kontekstual. Ketiga ranah penelitian tersebut akan membantu penelitian ini dalam membedah makna yang ada pada desain label kemasan AQUA Temukan Indonesiamu.

c. Interaksi simbolik dalam Label Kemasan Botol AQUA Temukan Indonesiamu

Interaksi simbolik dalam penelitian ini ialah menemukan pola yang melihat realitas sosial yang diciptakan oleh penyampai pesan (desainer) melalui interaksi makna-makna yang disampaikan secara simbolik kepada penerima pesan (masyarakat).

H. Sistematika Penulisan

Sistematika yang dibuat ini untuk mempermudah pembaca dalam memahami rangkaian penelitian skripsi ini.

Pada bagian Bab I menjelaskan tentang pendahuluan penulisan awal dari skripsi ini. bab I terdiri dari latar belakang masalah, identifikasi

masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, definisi operasional, dan sistem penulisan.

Pada Bab II berisi tentang landasan teori yang terdiri dari kajian pustaka dan landasan teori. Dan kajian pustaka ini memaparkan penelitian sebelumnya yang masih terkait namun tidak sama dengan penelitian ini. hal tersebut berguna sebagai bukti keaslian penelitian ini serta menunjukkan belum pernah adanya penelitian yang dilakukan sebelumnya. Sedangkan mengenai landasan teori, landasan teori berfungsi sebagai penguat, pendukung statement agar tidak bersifat subjektif melainkan objektif. Dalam landasan teori akan dijelaskan mengenai pengertian ilustrasi, teori semiotika, serta sedikit tambahan dari pengertian kebudayaan untuk membahas tentang bagaimana budaya dikonstruksikan oleh generasi muda.

Pada Bab III akan dijelaskan mengenai Metode Penelitian yang akan digunakan oleh penulis dalam penelitian yang dilakukan ini. Metode penelitian terdiri dari jenis penelitian, populasi, sampel, metode pengumpulan data, metode pengolahan data, instrumen penelitian serta metode analisis.

Pada Bab IV penelitian ini akan menjabarkan laporan hasil penelitian yang telah dilakukan. Dalam laporan hasil penelitian, peneliti akan menjabarkan deskripsi hasil laporan penelitian. Dalam deskripsi ini, akan dijabarkan hasil analisis serta kesimpulan dari beberapa ilustrasi label kemasan botol AQUA Temukan Indonesiamu yang mana diteliti menggunakan teori deskriptif kualitatif dan dibedah lebih mendalam menggunakan teori analisis visual.

Pada Bab V merupakan bagian penutup yaitu bagian penelitian ini akan terdiri dari kesimpulan dan saran dari penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti. Kesimpulan dalam bab ini akan menjelaskan rangkuman keseluruhan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, dan kemudian saran yang berguna bagi peneliti dan pembaca.