

**REDESAIN KEMASAN MINUMAN TRADISIONAL
WEDANG UWUH BERBASIS BUDAYA PRODUKSI
SEKAR BANTUL**



PERANCANGAN

Oleh :

Alberta Gama Ria. W

NIM: 1112202024

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN DESAIN
FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA (ISI) YOGYAKARTA
2014**

**REDESAIN KEMASAN MINUMAN TRADISIONAL
WEDANG UWUH BERBASIS BUDAYA PRODUKSI
SEKAR BANTUL**



PERANCANGAN

Oleh :

Alberta Gama Ria. W

NIM: 1112202024

**Tugas Akhir ini diajukan kepada Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia (ISI) Yogyakarta
Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana S-1
dalam bidang Desain Komunikasi Visual
2014**

Tugas Akhir Pengkajian Desain berjudul :

“REDESAIN KEMASAN MINUMAN TRADISIONAL WEDANG UWUH BERBASIS BUDAYA PRODUKSI SEKAR BANTUL” diajukan oleh Alberta Gama Ria. W, NIM 1112202024, Program studi Desain Komunikasi Visual, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta, telah dipertanggung jawabkan di depan Tim Penguji Tugas Akhir pada tanggal 14 November 2014 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Pembimbing I/Anggota

Drs. Wibowo, M.Sn.
NIP. 19570318 198703 1 002

Pembimbing II/Anggota

Novi Mayasari, S.H., LL. M
NIP. 19820402 006042 0 001

Cognate/Anggota

Terra Bajraghosa, S.Sn. M.Sn.
NIP. 19810412 200604 1 004

**Ketua Prog. Studi Diskomvis/
Anggota**

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

Ketua Jurusan Desain/Ketua

Mengetahui,
**Dekan Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta**

Dr. Suastiwi, M.Des.
NIP. 19590802 198803 2 002

M. Sholahuddin, S.Sn, M.T.
NIP. 19701019 199903 1 001

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir dengan judul:

REDESAIN KEMASAN MINUMAN TRADISIONAL WEDANG UWUH BERBASIS BUDAYA PRODUKSI SEKAR BANTUL

yang dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Seni pada Program Studi Disain Komunikasi Visual Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta, sejauh yang saya ketahui karya yang saya buat bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari 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 atau instansi manapun lainnya, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 31 Oktober 2014

Alberta Gama Ria. W
NIM. 1112202024

“Kupersembahkan tugas akhir ini untuk papa dan mama tercinta, terimakasih atas kasih sayang dan pengorbanan, kesabaran yang tiada tara, serta doanya yang selalu menyertai setiap langkah dalam mengarungi hidup, adikku, saudara, dan keluarga besar yang ku miliki terimakasih sebesar-besarnya atas doa dan dukungannya.

Kupersembahkan juga karya ini untuk seluruh generasi muda Indonesia untuk turut serta menjaga warisan budaya daerah agar tetap lestari dan tidak hilang ditelan pesatnya kemajuan jaman”



*learn from the past...
live ardently for today...
and keep having work for future...*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Tuhan YME atas segala karunia dan limpahan rahmat-Nya sehingga Tugas Akhir Penciptaan dengan judul “REDESAIN KEMASAN MINUMAN TRADISIONAL WEDANG UWUH BERBASIS BUDAYA PRODUKSI SEKAR BANTUL” dapat terselesaikan dengan baik dan lancar.

Ucapan terima kasih untuk segala pencapaian dalam perancangan kemasan minuman tradisional ini juga saya apresiasikan untuk banyak pihak yang telah rela berkontribusi dalam menyelesaikan studi saya di kampus Institut Seni Indonesia Yogyakarta, sehingga dapat menambah literatur bagi institusi sehingga dapat bermanfaat bagi alumni dan insan akademi khususnya di Prodi Desain Komunikasi Visual. Banyak terimakasih juga saya ucapkan dengan segala hormat kepada:

1. Bapak Drs. Wibowo, M.Sn selaku Pembimbing I yang dengan tulus ikhlas meluangkan waktu, tempat, dan tenaga untuk membantu membimbing dalam menyelesaikan perancangan tugas akhir ini, sehingga pada akhirnya saya berkesempatan untuk menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.
2. Ibu Novi Mayasari, S.H., LL. M selaku Pembimbing II atas kesabarannya memberikan waktu, tempat, dan tenaga dan segala masukan serta arahan yang sangat berguna dalam proses perancangan tugas akhir ini.
3. Bapak Drs. Hartono Karnadi, M.Sn selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual dan Selaku Pembina Tugas Akhir Tahun 2014-2015, atas arahan dan bimbingannya.
4. Bapak M. Sholahuddin, S.Sn., M.T selaku Ketua Jurusan Desain yang memberikan kontribusi dalam pembinaan tugas akhir.
5. Bapak Terra Bajraghosa, S.Sn, M. Sn. selaku Cognate yang banyak memberikan masukan berarti dan bermanfaat dalam perancangan tugas akhir ini.
6. Seluruh dosen dan karyawan di lingkungan civitas akademi Institut Seni Indonesia Yogyakarta khususnya Prodi Desain Komunikasi Visual atas segala bimbingannya, pengalaman, serta ilmu yang sangat bermanfaat.

7. Orang tua, adik, dan keluarga atas semangat dan dorongannya serta bantuan tenaga dan doa yang tidak terhingga sehingga proses pencapaian strata satu ini dapat terselesaikan.
8. Eros Yan Renanda, yang telah memberikan waktu dan arahannya dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
9. Keluarga Bapak Rusli, Feris, Endang, Lincak Oyot, atas bantuannya dalam pembuatan display dan kemasan pameran tugas akhir.
10. Mas Nosa Kedai Digital, Dodik, Mba Tini, Andy Pigura atas bantuannya dalam menyelesaikan pembuatan properti media pendukung dalam tugas akhir ini.
11. Pak Koskow, Mas Gama, Mba Senja, Kotasis, terimakasih atas masukannya dan menjadi tempat *sharing* dalam proses pembuatan kemasan.
12. Teman-teman seperjuangan jalur lanjutan angkatan 2011, Candra, Tintun, Alit atas waktu dan bantuannya dalam menyelesaikan tugas akhir.
13. Teman-teman seperjuangan tugas akhir gelombang pertama semester gasal 2014, mas Bhe, Amirul, Fahmi, terimakasih atas semangat dan *sharing* informasi sehingga tugas akhir ini akhirnya dapat terselesaikan.
14. Teman - teman semua di lingkungan Institut Seni Indonesia Yogyakarta khususnya Prodi Desain Komunikasi Visual saya minta maaf jika tidak dapat menyebutkan satu persatu sehingga membuat saya merasa terbantu selama proses studi di lingkungan Institut Seni Indonesia Yogyakarta.

Sekiranya perancangan ini adalah bagian dari perjalanan dan pengalaman dalam menggapai cita-cita. Perjalanan studi ini menjadi sebuah pacuan dan pijakan untuk melangkah maju dalam menjalani kehidupan yang sesungguhnya. Perancangan kemasan minuman tradisional inipun mungkin juga banyak terdapat kekurangan yang membutuhkan saran dan kritik yang sifatnya membangun, agar kedepannya proses penciptaan akan lebih bisa dimaknai sebagai sebuah proses bukan sesuatu yang akhir.

Yogyakarta, 31 Oktober 2014



Alberta Gama Ria. W

ABSTRAK

Alberta Gama Ria. W

REDESAIN KEMASAN MINUMAN TRADISIONAL WEDANG UWUH BERBASIS BUDAYA PRODUKSI SEKAR BANTUL

Pada saat ini fungsi kemasan tidak hanya melindungi sebuah produk namun juga harus mampu menjual produknya. Wedang Uwuh Sekar adalah produk minuman tradisional yang menempatkan diri sebagai oleh - oleh khas Yogyakarta, dalam upaya memberikan identitas dan ciri khas sebagai cara untuk mencitrakan diri menjadi oleh-oleh khas yang mampu mewakili citra Yogyakarta maka redesain kemasan Sekar menjadi salah satu cara yang harus dilakukan.

Dengan mengacu dari data literatur mulai dari sejarah, fungsi dan bentuk kemasan, serta perumusan analisis SWOT kemudian dirancanglah redesain kemasan Wedang Uwuh Sekar. Perancangan kali ini mengangkat tema tentang budaya yaitu sejarah wedang uwuh, dimana sejarah wedang uwuh ditemukan oleh abdi dalem. Sampai saat ini kehadiran abdi dalem merupakan sebuah pengabdian yang besar tanpa pamrih terhadap sebuah budaya.

Hasil perancangan kemasan minuman tradisional Wedang Uwuh Sekar berbasis budaya ini adalah: (1) Perancangan kemasan ini mengangkat figur abdi dalem yang keberadaannya sangat kuat berhubungan kebudayaan di Keraton Yogyakarta. (2) Kemasan ini bertema pengabdian yang besar tanpa pamrih dari abdi dalem terhadap sebuah budaya yang dapat menginspirasi banyak orang terutama generasi muda. (3) Terciptanya kemasan minuman tradisional berbasis budaya ini diharapkan dapat turut serta berpartisipasi melestarikan budaya di Yogyakarta.

Keyword : Kemasan, Minuman tradisional, Budaya, Wedang uwuh, dan Abdi dalem.

ABSTRACT

Nowadays the function of packaging is not only to protect a product from damage but also as a self-marketing to sell it products. Wedang Uwuh Sekar is a traditional beverage who put itself as a typical souvenir from Yogyakarta. In attempt to give an identity and uniqueness as a way to represent Yogyakarta, therefore packaging redesign need to be done.

The process of redesign based on literature starting from history, function, shape, and SWOT formulation. Cultural and history of wedang uwuh that has been found by abdi dalem became the main core idea of packaging redesign. Until now the presence of abdi dalem identic with devotion without expecting any return.

The result from Wedang Uwuh Sekar packaging redesign is: (1) to lift the image of abdi dalem who his presence identic with culture in Keraton of Yogyakarta . (2) to inspire many people especially youth generation with abdi dalem's passion (3) the creation of cultural based packaging is expected to preserve cultural of Yogyakarta.

Keyword : Package, Traditional drinks, Culture, Wedang uwuh, and Abdi dalem.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN & MOTTO	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xiv

BAB I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Perancangan.....	7
D. Batas Ruang Lingkup Perancangan.....	7
E. Manfaat Perancangan.....	7
1. Bagi Mahasiswa	7
2. Bagi Institusi	7
3. Bagi Perusahaan	8
F. Metode Perancangan.....	8
1. Data Awal.....	8
2. Metode Pengumpulan Data	8
3. Metode Analisis Data	9
G. Skematika Perancangan.....	10

BAB II. IDENTIFIKASI DAN ANALISIS

A. Identifikasi Data.....	11
1. Tinjauan Tentang Kemasan.....	11
a. Definisi Kemasan.....	12
b. Definisi Desain Kemasan	13
c. Faktor-faktor Desain kemasan	15

d.	Fungsi Kemasan.....	16
e.	Sejarah Kemasan	19
f.	Perkembangan Kemasan di Masa Sekarang	21
g.	Unsur-unsur dalam Kemasan.....	24
h.	Material dan Struktur Kemasan	30
i.	Tahap-tahap Perancangan Produksi Kemasan.....	44
2.	Tinjauan tentang Produk Wedang Uwuh Sekar	57
a.	Wedang Uwuh	57
b.	Kandungan dan Manfaat Wedang Uwuh.....	58
c.	Sejarah Wedang Uwuh	60
d.	Data Perusahaan.....	63
3.	Tinjauan Tentang Kemasan Wedang Uwuh Sekar	73
4.	Tinjauan Tentang Budaya.....	78
a.	Definisi Budaya	78
b.	Wujud Kebudayaan	79
c.	Keraton Yogyakarta Sebagai Wujud Budaya	80
d.	Sejarah Keraton.....	81
e.	Sejarah Abdi Dalem.....	82
5.	Analisis Data	85
a.	SWOT	85
1)	Strenght.....	85
2)	Weakness	85
3)	Opportunities	86
4)	Threat.....	86
b.	USP (<i>Unique Selling Proportion</i>).....	86
c.	Positioning	87
d.	Simpulan Analisis.....	87

BAB III. KONSEP PERANCANGAN

A.	Konsep Kreatif.....	89
1.	Tujuan Perancangan	89
2.	Konsep Estetika.....	89

3.	Tujuan Kreatif	90
a.	<i>Brand Possitioning</i>	90
b.	<i>Brand Identity</i>	91
c.	<i>Brand Image</i>	92
B.	Strategi Kreatif.....	92
1.	<i>Content/ Informasi Kemasan</i>	92
2.	<i>Sistim Slide/ Geser</i>	94
3.	<i>Bahan/ Material Dasar Kemasan</i>	96
4.	<i>Gaya Desain</i>	98
5.	<i>Referensi Visual</i>	99
6.	<i>Warna</i>	99
7.	<i>Logo</i>	100
8.	<i>Ilustrasi/ Gambar yang Digunakan</i>	101
9.	<i>Huruf/Font</i>	102
10.	<i>Komposisi/ Tata Letak</i>	104
C.	Konsep Media	104
1.	Media Utama	104
a.	Kemasan Primer	104
b.	Kemasan Sekunder.....	105
2.	Media Pendukung	107
a.	<i>Display Box</i>	107
b.	Label	107
c.	<i>Papper Bag</i>	108
d.	Brosur	108
e.	<i>Poster Event</i>	108
3.	<i>Merchandise Event</i>	109
a.	Kantong/ <i>Pouch</i>	109
b.	Tatakan Gelas	109

BAB IV. PROSES PERANCANGAN

A.	Penjaringan Ide Bentuk Kemasan	110
1.	Data Visual Kemasan	110

a. Abdi Dalem	111
b. Keraton Yogyakarta.....	111
c. Rempah-rempah.....	112
d. Batik Parang Rusak.....	113
2. Penjaringan Bentuk Kemasan	114
a. Kemasan Primer	115
b. Kemasan Sekunder.....	117
3. Informasi pada Kemasan.....	119
B. Pengembangan Logo/ <i>Brandname</i>	120
1. Logo awal.....	121
2. Referensi Pengembangan Ide	121
3. Alternatif Logo	122
4. Logo Terpilih.....	122
5. Deskripsi Logo	123
6. Uji Kelayakan Logo	124
C. Ornamen Pendukung.....	125
1. Ikon Oleh-oleh Khas Jogja.....	125
2. Ikon Tanpa Pengawet 100% Bahan Alami	125
3. QR Code.....	126
4. Ikon Special Event	126
5. Saran Penyajian	126
D. Layout Desain	127
1. Desain Kemasan Primer	127
a. Kemasan Primer Reguler Isi 1 Sachet.....	127
b. Kemasan Primer Reguler Isi 5 Sachet	129
c. Kemasan Primer Oleh-oleh Isi 10 Sachet.....	131
2. Desain Kemasan Sekunder.....	132
a. Kemasan Sekunder Isi 5 Sachet	132
b. Kemasan Sekunder Eksklusif Isi 9 Sachet	133
c. Kemasan Sekunder Special Event Natal Isi 5 Sachet.....	133
3. Desain Media Pendukung.....	135
a. <i>Display Box</i>	135

b. Label	135
c. Brosur	136
d. <i>Papper Bag</i>	136
e. <i>Poster Event</i>	137
4. <i>Merchandise Event</i>	137
a. Kantong/ <i>Pouch</i>	137
b. Tatakan Gelas	138
E. Biaya Kemasan.....	138
1. Kemasan Primer	138
a. Kemasan Primer Reguler Isi 1 Sachet	138
b. Kemasan Primer Reguler Isi 5 Sachet	140
c. Kemasan Primer Oleh-oleh Isi 10 Sachet.....	141
2. Kemasan Sekunder	142
a. Kemasan Sekunder Reguler Isi 5 Sachet.....	142
b. Kemasan Sekunder Reguler Eksklusif Isi 5 Sachet.....	143
c. Kemasan Sekunder <i>Special Event</i> Natal Isi 5 Sachet.....	143
F. Desain Final	145
1. Kemasan Primer	145
a. Kemasan Primer Reguler Isi 1 Sachet	145
b. Kemasan Primer Reguler Isi 5 Sachet	145
c. Kemasan Primer Oleh-oleh Isi 10 Sachet.....	146
2. Kemasan Sekunder	146
a. Kemasan Sekunder Reguler Isi 5 Sachet.....	146
b. Kemasan Sekunder Reguler Eksklusif Isi 5 Sachet.....	147
c. Kemasan Sekunder <i>Special Event</i> Natal Isi 5 Sachet.....	147
3. Media Pendukung.....	148
a. <i>Display Box</i>	148
b. Label.....	148
c. Brosur	149
d. <i>Papper Bag</i>	149
e. <i>Poster Event</i>	150
4. <i>Merchandise Event</i>	150

a. Kantong/ <i>Pouch</i>	150
b. Tatakan Gelas	151
 BAB V. PENUTUP.....	152
A. Kesimpulan	152
B. Saran	154



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.	Keraton Yogyakarta	2
Gambar 2.	Bahan baku wedang uwuh dan minuman wedang uwuh	4
Gambar 3.	Penulis bersama pemilik industri rumahan Sekar Bapak Ponijo dan Ibu Lisa	5
Gambar 4.	Beberapa contoh kemasan.....	11
Gambar 5.	Cara menggunakan QR Code	17
Gambar 6.	Contoh kemasan yang menggunakan QR Code.....	17
Gambar 7.	Kemasan produk kosmetik L'oreal White Perfect Night	22
Gambar 8.	Variasi <i>gadget</i> dan komputer.....	23
Gambar 9.	Mesin cetak Heidelberg Speedmaster SM 74, salah satu mesin cetak yang canggih dan sangat cepat untuk mencetak	23
Gambar 10.	Kemasan makanan tradisional bakpia merek Bakpiapia yang dibuat lebih kreatif dan modern.....	24
Gambar 11.	Kemasan minuman tradisional bajigur merek Hanjuang kemasan <i>sachet</i>	24
Gambar 12.	Kemasan minuman jamu tradisional merek Kiranti.....	25
Gambar 13.	Cokelat Monggo	27
Gambar 14.	Gudeg kaleng Bu Tjitro	28
Gambar 15.	Kemasan jamu Kuku Bima	30
Gambar 16.	Kemasan dengan bahan utama kertas.....	32
Gambar 17.	Kemasan Rotiboy	32
Gambar 18.	Kertas duplex abu-abu.....	33
Gambar 19.	Kertas duplex putih	33
Gambar 20.	Kertas foodgrade	34
Gambar 21.	Kemasan kebab McDonal's	35
Gambar 22.	Kemasan sabun Herbaceous	35
Gambar 23.	Kemasan keripik Maich	36
Gambar 24.	Kotak kemasan <i>chipboard</i>	36
Gambar 25.	Kertas <i>tyvek</i>	37
Gambar 26.	Kertas <i>souble</i> yang dicelupkan ke dalam air	38

Gambar 27.	Kertas sintetis	38
Gambar 28.	Kertas <i>papperboard</i>	39
Gambar 29.	Kemasan plastik untuk kue	40
Gambar 30.	Kemasan madu	40
Gambar 31.	Kemasan kaleng sarden	41
Gambar 32.	Kemasan susu yang menggunakan pengemas UHT	42
Gambar 33.	Kemasan dengan bahan goni.....	42
Gambar 34.	Kantong berbahan kain <i>blacu</i>	43
Gambar 35.	Kemasan berbahan kayu <i>oak/ jati londho</i>	44
Gambar 36.	Contoh pola kemasan	46
Gambar 37.	Contoh hasil cetak dengan cetak offset <i>sheet fed</i>	49
Gambar 38.	Contoh hasil cetak dengan cetak <i>web offset</i>	49
Gambar 39.	Contoh hasil cetak dengan cetak <i>flexografi</i>	50
Gambar 40.	Contoh hasil cetak dengan cetak <i>rotogravure</i>	51
Gambar 41.	Contoh hasil cetak dengan cetak sablon.....	51
Gambar 42.	Contoh hasil cetak dengan cetak <i>digital printing outdoor</i>	53
Gambar 43.	Contoh hasil cetak dengan cetak <i>letterpress</i>	53
Gambar 44.	Contoh hasil cetakan <i>emboss</i>	54
Gambar 45.	Contoh hasil cetakan <i>stempel foil</i>	54
Gambar 46.	Contoh mesin laminasi <i>doff</i>	55
Gambar 47.	Contoh <i>in mold labelling</i>	55
Gambar 48.	Contoh <i>applied ceramic labelling</i>	56
Gambar 49.	Contoh hasil <i>acid etchnig</i>	56
Gambar 50.	Contoh mesin <i>laser cutting</i>	57
Gambar 51.	Logo Sekar	63
Gambar 52.	Label kemasan yang terdapat pada kemasan besek dan mika.....	64
Gambar 53.	Label wedang uwuh	64
Gambar 54.	Pak Ponijo dan Ibu Lisa	65
Gambar 55.	Produk unggulan Sekar	66
Gambar 56.	Alat penggilingan jahe milik Sekar.....	68
Gambar 57.	Wedang Uwuh Gites	71
Gambar 58.	Wedang Uwuh Angkringan Jogja	71

Gambar 59.	Wedang Uwuh Mbah Sudi	72
Gambar 60.	Wedang Uwuh Sekar <i>sachet</i>	73
Gambar 61.	Wedang Uwuh Sekar <i>bese</i>	73
Gambar 62.	Tabel pengamatan kemasan Wedang Uwuh Sekar	77
Gambar 63.	Kemasan <i>bese</i> rentan ditumbuhi jamur	77
Gambar 64.	Buku Minuman Tradisional Berkhasiat	79
Gambar 65.	Berbagai macam minuman tradisional berkhasiat Indonesia...	79
Gambar 66.	Abdi dalem Keraton Yogyakarta.....	83
Gambar 67.	Abdi dalem Kaprajan dan abdi dalem Punakawan.....	84
Gambar 68.	Bagian struktur kotak/ <i>boks</i> kemasan <i>slide/ geser</i>	95
Gambar 69.	Kemasan primer dengan sistem <i>slide/ geser</i>	95
Gambar 70.	Bagian struktur box/ kotak dan penutup kemasan sekunder <i>slide/ geser</i>	96
Gambar 71.	Referensi gaya desain klasik	98
Gambar 72.	Referensi ilustrasi satu warna.....	99
Gambar 73.	Kombinasi warna coklat	100
Gambar 74.	Kemasan dengan teknik cetak satu warna coklat	100
Gambar 75.	Logo awal Sekar.....	101
Gambar 76.	<i>Font Cantoria MT Std</i> jenis <i>font serif</i>	102
Gambar 77.	<i>Font Lauren Script</i> jenis <i>font script</i>	103
Gambar 78.	<i>Font Avenir Next LT Pro</i> jenis <i>font sans serif</i>	103
Gambar 79.	Kemasan lama produk minuman tradisional Wedang Uwuh Sekar.....	110
Gambar 80.	Abdi dalem	111
Gambar 81.	Ornamen ilustrasi abdi dalem.....	111
Gambar 82.	Keraton Yogyakarta	112
Gambar 83.	Ornamen ilustrasi Keraton Yogyakarta.....	112
Gambar 84.	Rempah bahan wedang uwuh.....	112
Gambar 85.	Ornamen ilustrasi bahan wedang uwuh	113
Gambar 86.	Batik parang rusak.....	113
Gambar 87.	Ornamen ilustrasi batik parang rusak.....	114
Gambar 88.	Bentuk isi <i>sachet</i> Wedang Uwuh Sekar	114
Gambar 89.	Penjaringan bentuk dasar	114

Gambar 90.	Sketsa kemasan primer reguler isi 1 <i>sachet</i>	115
Gambar 91.	Struktur kemasan primer reguler isi 1 <i>sachet</i>	115
Gambar 92.	Sketsa kemasan primer reguler isi 5 <i>sachet</i>	116
Gambar 93.	Struktur kemasan primer reguler isi 5 <i>sachet</i>	116
Gambar 94.	Sketsa kemasan primer oleh-oleh isi 10 <i>sachet</i>	116
Gambar 95.	Struktur kemasan primer oleh-oleh isi 10 <i>sachet</i>	117
Gambar 96.	Sketsa kemasan sekunder isi 5 <i>sachet</i>	117
Gambar 97.	Struktur kemasan sekunder reguler isi 5 <i>sachet</i>	117
Gambar 98.	Sketsa kemasan sekunder oleh-oleh eksklusif isi 9 <i>sachet</i>	118
Gambar 99.	Struktur kemasan sekunder oleh-oleh eksklusif isi 9 <i>sachet</i>	118
Gambar 100.	Sketsa kemasan sekunder <i>special event</i> Natal.....	118
Gambar 101.	Struktur kemasan sekunder <i>special event</i> Natal	119
Gambar 102.	Informasi pada kemasan.....	120
Gambar 103.	Logo lama Sekar.....	121
Gambar 104.	Referensi pengembangan ide	121
Gambar 105.	Alternatif logo Sekar	122
Gambar 106.	Logo Sekar terpilih.....	123
Gambar 107.	Angket sederhana redesain logo Sekar.....	124
Gambar 108.	Ikon oleh-oleh khas Jogja.....	125
Gambar 109.	Ikon tanpa pengawet 100% bahan alami.....	125
Gambar 110.	QR code website Sekar	126
Gambar 111.	Ikon <i>special event</i> Natal	126
Gambar 112.	Ilustrasi saran penyajian	126
Gambar 113.	Desain kemasan primer reguler isi 1 <i>sachet</i>	127
Gambar 114.	Pola kemasan primer reguler isi 1 <i>sachet</i>	128
Gambar 115.	Pola sabuk kemasan primer reguler isi 1 <i>sachet</i>	129
Gambar 116.	Desain kemasan primer reguler isi 5 <i>sachet</i>	129
Gambar 117.	Pola kemasan primer reguler luar/ <i>chasing</i> isi 5 <i>sachet</i>	130
Gambar 118.	Pola kemasan primer reguler dalam isi 5 <i>sachet</i>	130
Gambar 119.	Kemasan primer oleh-oleh isi 10 <i>sachet</i>	131
Gambar 120.	Pola kemasan primer oleh-oleh luar/ <i>chasing</i> isi 10 <i>sachet</i>	131
Gambar 121.	Pola Kemasan primer oleh-oleh dalam isi 10 <i>sachet</i>	132
Gambar 122.	Pola kemasan sekunder reguler isi 5 <i>sachet</i>	132

Gambar 123.	Pola kemasan sekunder eksklusif isi 9 <i>sachet</i>	133
Gambar 124.	Pola kemasan sekunder <i>spesial event</i> Natal isi 5 <i>sachet</i>	133
Gambar 125.	Pola kemasan sekunder <i>special event</i> luar/ <i>chasing</i> isi 5 <i>sachet</i>	134
Gambar 126.	Pola kemasan sekunder <i>special event</i> dalam isi 5 <i>sachet</i>	134
Gambar 127.	<i>Display box</i>	135
Gambar 128.	Label <i>sachet</i>	135
Gambar 129.	Brosur	136
Gambar 130.	<i>Papper Bag</i>	136
Gambar 131.	Poster <i>Event</i>	137
Gambar 132.	Kantong/ <i>Pouch</i>	137
Gambar 133.	Tatakan gelas	138
Gambar 134.	Kemasan primer isi 1 <i>sachet</i>	145
Gambar 135.	Kemasan primer regular isi 5 <i>sachet</i>	145
Gambar 136.	Kemasan primer oleh-oleh isi 10 <i>sachet</i>	146
Gambar 137.	Kemasan sekunder regular isi 5 <i>sachet</i>	146
Gambar 138.	Kemasan sekunder eksklusif isi 9 <i>sachet</i>	147
Gambar 139.	Kemasan sekunder <i>special event</i> Natal isi 5 <i>sachet</i>	147
Gambar 140.	<i>Display Box</i>	148
Gambar 141.	Label	148
Gambar 142.	Brosur	149
Gambar 143.	<i>Papper Bag</i>	149
Gambar 144.	Poster <i>Event</i>	150
Gambar 145.	Kantong/ <i>Pouch</i>	150
Gambar 146.	Tatakan Gelas	151

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Yogyakarta merupakan salah satu kota tujuan wisata favorit di pulau Jawa, Indonesia hal tersebut ditinjau dari jumlah wisatawan yang berkunjung ke Yogyakarta setiap tahunnya yang selalu meningkat, baik wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara. Perkembangan kunjungan wisatawan ke Yogyakarta selama tahun 2005 sampai dengan 2012 menunjukkan bahwa setiap tahun jumlah kunjungan rata-rata meningkat sebesar 5,87 persen, jumlah kunjungan wisatawan mancanegara tumbuh diatas 12 persen per tahun sementara wisatawan nusantara tumbuh 5,6 persen per tahun (Katalog Badan Pusat Statistik DIY, 2013: 64). Bapak Suryamin selaku Kepala Badan Pusat Statistik Republik Indonesia menyatakan bahwa selama tahun 2013, Yogyakarta termasuk salah satu kota yang mengalami kenaikan jumlah wisatawan mancanegara tertinggi sebesar 43,07% (Kompas, 2 Agustus 2013). Hal tersebut menjadi salah satu bukti bahwa Yogyakarta masih memiliki daya tarik kuat bagi wisatawan.

Daya tarik bagi wisatawan untuk berkunjung ke Yogyakarta tidak lain karena Yogyakarta memiliki beragam bentuk pariwisata, bentuk pariwisata tersebut antara lain wisata MICE (*Meeting, Incentive, Convention and Exhibition*), wisata budaya, wisata alam, wisata minat khusus. Pengembangan potensi serta daya tarik pariwisata daerah kini terus ditingkatkan, selain obyek wisata yang telah lama dikenal, kini juga bermunculan obyek wisata baru yang mulai banyak dikunjungi oleh wisatawan. Kondisi tersebut berpengaruh pada minat investor untuk menanamkan investasinya di sektor pariwisata, sehingga pada saat ini pembangunan hotel, resort, dan restoran semakin pesat. Selain itu dukungan kondisi sosial di Yogyakarta yang masih tetap nyaman dan aman menjadi faktor Yogyakarta akan tetap menjadi destinasi menarik bagi para wisatawan.

Berbagai julukan dimiliki oleh kota Yogyakarta, selain mendapat julukan sebagai kota gudeg dan kota pelajar, Yogyakarta juga dikenal sebagai kota budaya. Yogyakarta merupakan kota wisata dengan latar belakang budaya yang kuat. Keanekaragaman upacara keagamaan dan budaya dari berbagai agama serta didukung oleh kreativitas seni dan keramahan masyarakatnya, membuat Yogyakarta mampu menciptakan produk-produk budaya dan pariwisata yang menjanjikan.

Ciri khas utama dari kota Yogyakarta adalah adanya Kasultanan Ngayogyakarta Hadiningrat. Keraton Kasultanan Ngayogyakarta Hadiningrat atau yang sekarang lebih dikenal dengan nama Keraton Yogyakarta merupakan salah satu tempat wisata budaya yang diunggulkan oleh Yogyakarta, karena Keraton Yogyakarta merupakan pusat dari museum hidup kebudayaan Jawa yang ada di Yogyakarta. Keraton Yogyakarta adalah istana resmi Kesultanan Ngayogyakarta Hadiningrat yang saat ini dipimpin oleh seorang raja yaitu Sri Sultan Hamengkubuwono X. Dalam menjalankan pemerintahannya, Sultan dibantu oleh para abdi dalem. Abdi dalem adalah status yang diberikan bagi para pegawai keraton yang mendapatkan tugas dari raja atau sultan. Sampai saat ini, Keraton Yogyakarta masih memiliki fungsi sebagai tempat tinggal sultan dan rumah tangga istananya selain itu Keraton Yogyakarta juga memiliki peran penting sebagai kiblat perkembangan budaya Jawa, sekaligus sebagai penjaga keutuhan kebudayaan tersebut. Di dalam Keraton Yogyakarta wisatawan dapat belajar dan melihat secara langsung bagaimana budaya Jawa terus hidup dan dilestarikan.



Gambar 1. Keraton Yogyakarta
(Sumber: <http://worldtourismholiday.com/palace-of-yogyakarta/>)

Selain karena kuatnya budaya Jawa yang menjadi daya tarik wisatawan, Yogyakarta juga mempunyai daya tarik lain dari beragam kuliner, baik berupa makanan khas dan minuman tradisional serta berbagai macam barang kerajinan, sajian tersebut menjadi bagian pelengkap di dalam sektor pariwisata. Makanan khas dan minuman tradisional serta berbagai macam barang kerajinan tersebut merupakan oleh-oleh yang banyak dicari oleh wisatawan. Salah satu bentuk oleh-oleh yang mulai banyak dikenal dan diminati oleh wisatawan adalah minuman tradisional wedang uwuh, wedang uwuh dikenal karena namanya yang unik selain itu saat ini kesadaran masyarakat akan pentingnya menjaga kesehatan dengan mengonsumsi bahan-bahan alami tanpa pengawet, maka keberadaan minuman tradisional wedang uwuh dapat menjadi alternatif pilihan minuman kesehatan. Membeli oleh-oleh seakan menjadi kebutuhan wajib bagi para wisatawan ketika berkunjung, hal ini menjadi peluang bagi industri kecil untuk mengembangkan usahanya dalam membuat oleh-oleh.

Wedang uwuh merupakan salah satu minuman tradisional yang berasal dari Yogyakarta, lebih tepatnya berasal dari Imogiri, Bantul, Yogyakarta. Dalam Bahasa Jawa, *wedang* berarti minuman, sedangkan *uwuh* berarti sampah. Dinamakan *uwuh* karena bahan baku minuman tersebut berasal dari dedaunan kering mirip seperti *uwuh* atau sampah, seperti daun cengkeh, daun pala, kayu secang, kayu manis dan jahe. Namun jika dilihat dari bahan dasarnya, wedang uwuh memiliki manfaat untuk kesehatan diantaranya penghangat badan, penambah stamina, pencegah masuk angin, perut kembung, dan lain sebagainya. Wedang uwuh disajikan panas atau hangat memiliki rasa manis dan pedas dengan warna merah cerah dan aroma harum. Rasa pedas karena bahan jahe, sedangkan warna merah karena adanya secang. Saat ini wedang uwuh mulai dikenal luas oleh masyarakat dan telah menjadi alternatif pilihan bagi para wisatawan sebagai oleh-oleh. Sentra industri pembuatan wedang uwuh banyak terdapat di Imogiri, Bantul, Yogyakarta biasanya mereka merupakan usaha kecil rumahan atau *home industry*.



Gambar 2. Bahan baku wedang uwuh dan minuman wedang uwuh
(Sumber: <http://wedanguwuhherbal.wordpress.com/2013/01/18/apa-itu-wedang-uwuh/>)

Salah satu sentra industri rumahan yang memproduksi minuman tradisional wedang uwuh adalah Sekar. Melalui sebuah wawancara, penulis mendapatkan informasi mengenai Wedang Uwuh Sekar. Sekar merupakan salah satu industri rumahan di Bantul, Yogyakarta yang memproduksi minuman tradisional wedang uwuh. Pemilik industri rumahan ini adalah sepasang suami istri bernama Pak Ponijo dan Ibu Lisa. Pada awal mulanya, tahun 1991 Pak Ponijo memulai bisnis usaha kerajinan, namun seiring berjalannya waktu pada tahun 2006 Pak Ponijo mempunyai ide untuk mengembangkan usahanya dengan menjual berbagai minuman tradisional, diantaranya wedang secang, wedang rosella, wedang uwuh, jahe instan, kencur instan dan lain sebagainya. Karena produknya cukup diminati dan penjualannya meningkat, maka pada tahun 2008 dengan berbekal 6 orang karyawan, Pak Ponijo mulai fokus untuk menjual minuman tradisional dan salah satu unggulannya yaitu Wedang Uwuh Sekar. Pendistribusian Wedang Uwuh Sekar dilakukan dengan cara menitipkan ke beberapa tempat seperti toko oleh-oleh, swalayan, sampai warung-warung yang berada di Yogyakarta dan sekitarnya. Selain itu Sekar juga melayani sistem *reseller*, yaitu sistem menjual kembali sebuah produk dengan harga yang lebih tinggi demi memperoleh keuntungan. Melalui sistem *reseller* ini, produk Wedang Uwuh Sekar telah sampai di negara tetangga seperti Malaysia dan Singapura.



Gambar 3. Penulis bersama pemilik industri rumahan Wedang Uwuh Sekar
Bapak Ponijo dan Ibu Lisa
(Sumber: Alberta Gama Ria. W, tahun 2014)

Agar sebuah produk mampu bertahan lebih lama di dalam pesatnya persaingan industri oleh-oleh khas Yogyakarta, maka diperlukan identitas dan ciri khas sebagai upaya untuk mencitrakan diri menjadi oleh-oleh khas yang mampu mewakili citra Yogyakarta. Hal tersebut bisa dicapai antara lain melalui desain kemasan. Kemasan bisa menjadi ujung tombak pemasaran sebuah produk karena, *"Packaging is crucial. It's the silent salesman. It's the last thing the customers see before they make a purchase decisions."* (The N.Y. Times, 25 Oktober 1986). Artinya kemasan merupakan hal yang penting. Kemasan bertindak sebagai penjual yang tidak perlu berbicara untuk menawarkan produknya. Kemasan adalah hal terakhir yang dilihat oleh pembeli sebelum pembeli tersebut memutuskan pilihannya.

Semakin meningkatnya pertumbuhan pariwisata di Yogyakarta, menjadi pemicu Wedang Uwuh Sekar untuk mengembangkan produknya agar tidak kalah bersaing dengan produk sejenis. Melihat peluang ini, Wedang Uwuh Sekar dapat melakukan inovasi melalui redesain kemasan. Sehubungan dengan hal tersebut, Pak Ponijo selaku pemilik Wedang Uwuh Sekar bersedia bekerjasama dengan penulis dalam serangkaian proses pengerjaan karya desain untuk mata kuliah Tugas Akhir ini. Kerjasama dilakukan dengan prinsip simbiosis mutualisme dimana kedua belah pihak akan sama-sama diuntungkan dengan adanya perancangan ini. Pihak penulis diuntungkan dengan mudahnya mendapatkan akses data-data Wedang Uwuh Sekar, sedangkan bagi pihak Wedang Uwuh Sekar kemasan yang dihasilkan dari

perancangan ini dapat dipergunakan untuk menunjang penjualan produk Wedang Uwuh Sekar.

Menurut American Heritage Dictionary (2006) "*redesign means to make a revision in the appearance of function of*", dapat diartikan membuat revisi dalam penampilan atau fungsi. Redesain kali ini bertujuan untuk memberikan identitas terhadap produk Wedang Uwuh Sekar, dan juga bertujuan untuk menarik minat konsumen dalam memilih Wedang Uwuh Sekar sebagai produk wedang uwuh pilihan dibandingkan dengan pesaing sejenis. Dengan melakukan redesain kemasan, diharapkan Wedang Uwuh Sekar mampu memperoleh pasar yang lebih luas melalui kemasan yang akan ditargetkan sebagai kemasan oleh-oleh untuk wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara. Mengingat kota Yogyakarta sebagai kota yang kental akan budaya serta menjadi salah satu destinasi utama yang dikunjungi oleh para wisatawan maka hal tersebut bisa menjadi ide awal untuk melakukan perancangan redesain kemasan wedang uwuh berbasis budaya produksi Sekar. Aspek lain yang mendukung ide tersebut adalah kota Yogyakarta yang juga merupakan kota asal dari minuman wedang uwuh itu sendiri. Redesain produk Wedang Uwuh Sekar akan dirumuskan dalam koridor berbasis budaya, khususnya budaya Yogyakarta yang dirancang dengan landasan ilmu desain komunikasi visual.

B. Rumusan Masalah

Berkaitan dengan permasalahan yang dipaparkan diatas, maka pada perancangan kali ini perlu dirumuskan: Bagaimana merancang desain kemasan minuman tradisional Wedang Uwuh Sekar yang berbasis budaya sehingga kemasan wedang uwuh Sekar mendapatkan identitas sebagai oleh-oleh khas Yogyakarta?

C. Tujuan Perancangan

Tujuan perancangan kali ini dititikberatkan pada:

1. Tujuan umumnya adalah merancang kemasan wedang uwuh serta media pendukung lainnya yang berbasis budaya sehingga Wedang Uwuh Sekar mendapatkan identitas sebagai oleh-oleh khas Yogyakarta.
2. Tujuan khususnya adalah merancang desain kemasan yang berbasis budaya sehingga melalui desain kemasan ini turut serta melestarikan budaya Yogyakarta dimata wisatawan.

D. Batasan Ruang Lingkup Perancangan

Demi terfokusnya perancangan kali ini, maka masalah yang akan dipecahkan dibatasi pada:

1. Perancangan kemasan yang dibuat adalah kemasan primer dan kemasan sekunder dan bila memungkinkan promonya akan dimulai awal tahun 2015.
2. Perancangan desain yang kreatif serta informatif dengan memposisikan satu layout desain yang komperehensif dan dapat dipakai untuk lebih dari satu fungsi.
3. Secara demografis perancangan ini fokus terutama pada konsumen domestik atau lokal dan wisatawan asing yang berkunjung ke Daerah Istimewa Yogyakarta dengan rentang usis remaja hingga dewasa segala gender sebagai target *audience*.

E. Manfaat Perancangan

1. Bagi mahasiswa:
Perancangan kemasan ini dapat memperluas cakupan pengetahuan tentang kemasan dan kebudayaan Yogyakarta dari berbagai sumber yang keduanya akan diwujudkan dalam media-media perancangan, bahwa dengan peran serta sebuah desain kemasan yang berbasis budaya mampu menambah inovasi dalam desain kemasan.

2. Bagi Institusi:

Kemasan merupakan salah satu manifestasi Desain Komunikasi Visual yang sangat potensial kedepannya dan harus lebih dikembangkan lagi sehingga akan menambah literatur bagi institusi.

3. Bagi Perusahaan:

Dengan perancangan kemasan ini diharapkan mampu memperbarui citra produk dan meningkatkan pendapatan sesuai dengan target yang diharapkan melalui media Desain Komunikasi Visual yang disajikan dalam kemasan berbasis budaya.

F. Metode Perancangan

Secara garis besar perancangan ini akan mencakup dua tahapan yakni perencanaan dan perancangan. Tahap perencanaan diantaranya meliputi: identifikasi data dan analisis data, sedangkan tahap perancangan meliputi: konsep kreatif, visualisasi, desain final, produksi, pra produksi, dan finishing.

1. Data Awal

a. Data Primer

Data yang diperoleh secara langsung dari narasumber dengan melakukan penelitian di lapangan, meliputi:

- 1) Sejarah perusahaan
- 2) Informasi produk Wedang Uwuh Sekar
- 3) Dokumentasi langsung produk Wedang Uwuh Sekar
- 4) Informasi data produk pesaing sejenis

b. Data Sekunder

Data yang diperoleh dari penelitian pustaka, meliputi:

- 1) Pengumpulan data melalui studi pustaka
- 2) Pengumpulan data melalui internet

2. Metode Pengumpulan Data

Dalam perancangan kemasan kali ini data primer dan sekunder dikumpulkan dengan metode pengumpulan data antara lain:

a. Data Primer

1) Pengamatan atau observasi

Data lapangan akan dilakukan dengan melakukan pengamatan dan dokumentasi terhadap unsur verbal dan visual yang diambil secara langsung dari industri rumahan Sekar. Alat yang digunakan dalam pengamatan adalah lembar pengamatan, kameradigital, dan lain-lain.

2) Wawancara

Melakukan wawancara secara langsung dengan pemilik industri rumahan Sekar yakni Pak Ponijo guna mendapatkan data yang diperlukan dalam perancangan kemasan kali ini. Alat yang digunakan dalam wawancara adalah buku catatan, pulpen, dan fasilitas perekam suara di *handphone*.

b. Data Sekunder

1) Perpustakaan

Melakukan kunjungan ke perpustakaan guna memperoleh data yang diperlukan yang berkaitan dengan identifikasi data dan analisis data yang diperlukan.

2) Internet

Mengakses informasi melalui internet agar memperoleh data yang diperlukan yang tidak dapat didapatkan melalui referensi buku.

3. Metode Analisis Data

Metode analisa yang digunakan adalah SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Treat*) yakni dengan mengenali situasi atau kondisi yang merupakan kekuatan sebuah produk (*strenght*), kelemahan dari produk tersebut (*weakness*), situasi dan kondisi yang merupakan peluang berkembangnya sebuah produk (*opportunity*), serta situasi yang merupakan ancaman bagi sebuah produk yang juga dapat mengancam kelangsungan masa depan produk tersebut (*treat*). Sehingga nantinya

dapat ditarik kesimpulan kemasan yang bagaimana yang sesuai dan dapat mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh produk tersebut.

G. Skematika Perancangan

