

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang ada pada bab sebelumnya maka terdapat beberapa aspek yang didapati yaitu yang pertama ialah aspek material dan yang kedua aspek formal. Aspek material berkaitan dengan desain dan karakter desain yang ada pada label kemasan teh Cap Nyapu dan teh Cap Soklat. Sedangkan dari segi formal ialah bagaimana konten atau makna dalam visual kemasan teh Cap Nyapu dan teh Cap Soklat itu ditampilkan. Berdasarkan prinsip-prinsip desain pada kedua sampel terdapat beberapa kemiripan diantaranya jenis tipografi dan ilustrasi kedua produk tersebut. Tipografi pada kedua sampel banyak menggunakan jenis *script* atau menyerupai tulisan tangan yang mengesankan keanggunan dan informal. Ilustrasi yang terdapat dalam kemasan teh Cap Nyapu dan teh Cap Soklat banyak menggunakan teknik manual, namun dengan gaya yang berbeda.

Dalam visual kemasan teh Cap Nyapu, menggunakan dominasi perpaduan warna merah, orange, kuning dan biru. Warna merah, orange dan kuning merupakan kategori warna panas, yang mengesankan citra visual citra visual yang hangat. Sementara warna biru merupakan kategori warna dingin. Warna dingin mempunyai kesan sejuk, damai, alami dan bersahaja. Adapun dalam visual kemasan teh Cap Nyapu dominasi warna panas dan dingin ini terlihat seimbang dan harmonis, dengan adanya ilustrasi yang didominasi warna panas namun diseimbangkan dengan *background* bermotif yang berwarna biru.

Penggunaan *frame* berwarna kuning dengan bentuk lingkaran yang mengelilingi ilustrasi dalam visual kemasan teh Cap nyapu dan tipografi berupa tulisan yang ditulis latin pada merk produk menonjolkan gaya Victorian, seperti yang disebutkan memiliki ciri-ciri sebagai berikut (1) Ilustrasi secara realisme dan sentimental serta mengutamakan keindahan, yang digambarkan melalui pemandangan alam sebagai latar belakang dalam

ilustrasi visual kemasan teh Cap Nyapu (2) Penggambaran karakter perempuan yang berbadan subur, yang jelas terlihat dalam objek orang yang menyapu dalam ilustrasi pada kemasan teh Cap Nyapu (3) Framing berupa ornamen-ornamen, dalam hal ini *frame* berupa lingkaran berwarna kuning dengan *outline* hitam. (4) Banyak ditemui karya-karya yang sifatnya simetris, yang terlihat dalam ilustrasi teras dengan *outline* biru yang simetris dan ilustrasi pagar berwarna merah (5) Tipografi dengan menggunakan fonts jenis *script* mendominasi visual kemasan teh cap Nyapu (5) Penggunaan warna warna merah, kuning, jingga dan biru menerapkan realitas dalam ilustrasi tersebut. Misalnya penggunaan warna biru dalam ilustrasi gunung dan warna hijau untuk ilustrasi sawah dan rimbunnya pohon.

Ilustrasi dalam visual kemasan teh Cap Nyapu, lekat dengan kebudayaan Jawa dilihat dari penggunaan nama merk itu sendiri, kebaya merah dan jarik bermotif batik parang yang digunakan oleh perempuan yang tengah menyapu, serta penggunaan kata ‘perusahaan teh Widodo Pekalongan, yang mana Pekalongan terletak di Jawa Tengah. Penggunaan gabah yang diikat dan busana yang dikenakan perempuan yang tengah menyapu dapat menunjukkan tren kala itu, dimana perempuan masih mengenakan kebaya dan batik dalam kehidupan sehari-hari yaitu masa kolonialisme. Dapat disimpulkan perempuan dalam visual kemasan teh Cap Nyapu merupakan golongan *wong cilik*, dikarenakan perempuan pada visual kemasan teh Cap Nyapu tidak mengenakan aksesoris atau perhiasan satupun, berbeda dengan golongan priyai/ningrat saat itu yang mengenakan kebaya dengan kain yang lebih tebal dan mengenakan perhiasan dan aksesoris yang merepresentasikan kelas sosialnya.

Visual kemasan teh Cap Soklat menggunakan dominasi perpaduan warna kuning dan merah dilengkapi dengan warna lainnya yaitu; hijau, biru dan merah muda sebagai warna turunannya. Warna kuning dan merah merupakan kategori warna panas. Seperti yang telah disebutkan sebelumnya, warna panas mengesankan citra visual citra visual yang hangat yang melambangkan api dan musim kemarau. Sedangkan warna hijau merupakan kategori warna dingin. Warna dingin mempunyai kesan sejuk, damai, alami

dan bersahaja. Visual kemasan teh Cap Soklat didominasi oleh warna panas, terlihat dari penggunaan *frame* simetris berwarna merah serta *background* berwarna kuning. Lantaran warna hijau dan biru tidak lebih banyak penggunaannya dibandingkan dengan warna kuning dan merah sebagai warna panas. Penggunaan tipografi bergaya simetris yang terdapat dalam penulisan ‘teh’ dan ‘buah soklat’ visual kemasan teh Cap Soklat menunjukkan gaya *Art Deco*, sebagaimana ciri desain grafis bergaya *Art Deco* yaitu menampilkan warna-warna yang cerah dan hidup diantara motif-motif floral, figuratif dan geometris, yang terlihat pada penggunaan warna merah dan kuning dan tipografi yang geometris.

Sementara dalam visual kemasan teh Cap Soklat menampilkan ilustrasi buah kakao. Tipografi dan gaya ilustrasi yang digunakan menunjukkan bahwa gaya *Art Deco* (1918 – 1939) menjadi pengaruh gaya desain grafis pada masa tersebut. Penggunaan ilustrasi buah kakao dalam visual kemasan produk teh, dalam hal ini teh Cap Soklat, merupakan hal yang anomali, lantaran alih-alih menggunakan ilustrasi tanaman teh justru menggunakan ilustrasi buah kakao yang tidak ada sangkut pautnya dengan bahan produksi teh Cap Soklat itu sendiri. Namun dari latar belakang sosio-historis yang ada, kedua tanaman tersebut yaitu teh dan kakao, keduanya merupakan tanaman yang masuk dalam kategori tanaman yang ditanam dalam sistem *culturstelsel* lantaran keduanya sama-sama dibawa masuk dan dikembangkan dalam wilayah VOC atau Perusahaan Hindia Timur Belanda.

B. Saran

Saran dari penulis ialah diharapkan adanya penelitian serupa mengenai visual kemasan teh tubruk lokal yang mengambil sampel teh lokal lainnya sebagai sarana apresiasi terhadap karya desain dan produk lokal, dengan pendekatan sosio-historis atau latar belakang lainnya. Sehingga dapat menjadi wacana bahwa sejarah nasional berpengaruh besar dan membentuk kebudayaan saat ini, pun kaitannya terhadap teknologi dan khususnya ilmu Desain Komunikasi Visual.

Penulis masih memiliki banyak kekurangan terkait penelitian tugas akhir

ini, seperti jangkauan yang kurang luas atau pembahasan yang kurang spesifik sehingga penulis mengharapkan semoga kajian tugas akhir ini dapat menjadi sumbangan pengetahuan untuk kepentingan praktik maupun penelitian desain.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Aaker, David. 2015. *Aaker on Branding*. Jakarta: Gramedia
- Anggraini S., Lia dan Kirana Nathalia. 2014. *Desain Komunikasi Visual; Dasar-Dasar. Panduan untuk Pemula*. Bandung : Nuansa Cendekia.
- Anggraini S., Lia dan Kirana Nathalia. 2014. *Desain Komunikasi Visual; Dasar-Dasar. Panduan untuk Pemula*. Bandung : Nuansa Cendekia.
- Drs. Mardalis. 2004. *Metode Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Ida, Rachmah. 2011. *Metode Penelitian Kajian Media dan Budaya*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Julianti, Sri. 2014. *The Art of Packaging*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kartodirdjo, Sartono. *Pengantar Sejarah Indonesia Baru: Sejarah Pergerakan Nasional Dari Kolonialisme Sampai Nasionalisme*. 1999. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Klimchuk, Marianne Rosner dan Sandra, A. Krasovec. 2006. *Desain Kemasan Perencanaan Merk Produk yang Berhasil Mulai dari Konsep sampai Penjualan*. Jakarta: Erlangga.
- Koentjaraningrat. 2010. *Manusia dan Kebudayaan di Indonesia*. Jakarta: Djambatan.
- Maharsi, Indiria. 2016. *Ilustrasi*. Yogyakarta: Badan Penerbit ISI Yogyakarta.
- Prof. Dr. Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Riyanto, Bedjo. 2000. *Iklan Surat Kabar, dan Perubahan Masyarakat di Jawa Masa Kolonial 1870-1915*. Yogyakarta : Penerbit Terawang.
- Sachari, Agus. 2002. *Sosiologi Desain*. Bandung: Penerbit ITB.
- Sachari, Agus. 2007. *Budaya Visual Indonesia*. Jakarta: Erlangga.
- Sanyoto, Sadjiman Ebd. 2010. *Nirmana Elemen-Elemen Seni dan Desain*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Sihombing, Danton. 2001. *Tipografi dalam Desain Grafis*. Jakarta:

Gramedia.

Sunarto, Wagiono. 2013. *Gaya Desain Tinjauan Sejarah*. Jakarta: PascaIKJ.

Supriyono, Rachmat. (2010). *Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta. Andi.

Walker, John. A. 2010. *Desain, Sejarah, Budaya*. Yogyakarta: Jalasutra.

Wirya, Iwan. 1999. *Kemasan yang Menjual*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama

Webtografi

Agmasari, Silvita. Kompas.com. "Budaya Cokelat di Indonesia, dari Mana Asalnya?", <https://travel.kompas.com/read/2019/02/14/154632827/budaya-cokelat-di-indonesia-dari-mana-asalnya?page=all>. Diakses pada 31 Mei 2018. Pukul 06:37 WIB.

Ihsan, Nurman.

<https://ceritanurmanadi.wordpress.com/2012/10/02/menyimpan-padi-tempo-dulu/> diakses pada 31 Mei 2018. Pukul 21:05 WIB.

<https://kumparan.com/@kumparanstyle/mengenal-jarik-salah-satu-jenis-kain-indonesia-dari-tanah-jawa-1534589383979514824> Mengenal Jarik, Salah Satu Jenis Kain Indonesia dari Tanah Jawa. diakses pada 28 Mei 2019, pukul 05:52 WIB.

Motif Batik Indonesia

<https://infobatik.id/motif-batik-parang-ini-makna-dan-jenisnya/> diakses pada 29 Mei 2019. Pukul 08:08 WIB.

<http://www.food-info.net/id/products/tea/history.htm>

<https://graphicmama.com/blog/types-of-illustration/>

<http://www.wacana.co/2016/09/gaya-indies-desain-grafis-indonesia-tempo-doeleoe/>

<http://studiokemasan.blogspot.com/2013/06/makna-dalam-sebuah-kemasan.html>

Tafoya, Renee Claire. *Graphic Design History* <https://visualartsdepartment.wordpress.com/deco/> diakses pada 25 Mei 2018 pukul 07:28 WIB