

**JURNAL TUGAS AKHIR**  
**KAJIAN VISUAL KEMASAN TEH TUBRUK LOKAL**



**PENGAJIAN**

Oleh:

**Ayu Latifah**

**NIM 1512355024**

**PROGRAM STUDI S-1 DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**  
**JURUSAN DESAIN FAKULTAS SENI RUPA**  
**INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA**  
**2019**

Jurnal Tugas Akhir Pengkajian berjudul:

**KAJIAN VISUAL KEMASAN TEH TUBRUK LOKAL** diajukan oleh Ayu Latifah, NIM 1512355024, Program Studi S-1 Desain Komunikasi Visual, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta (Kode Prodi: 90241), telah dipertanggungjawabkan di depan Tim Penguji Tugas Akhir pada tanggal 07 November 2019 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.



Ketua Program Studi/Ketua/Anggota

Handwritten signature of Indiria Maharsi.

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

NIP 19720909 200812 1 001/ NIDN 0009097204

## ABSTRAK

### KAJIAN VISUAL KEMASAN TEH TUBRUK LOKAL

**Ayu Latifah**

**1512355024**

Desain kemasan sebagai bagian dari desain komunikasi visual, tidak hanya mempunyai fungsi estetik dan menarik konsumen namun juga menyajikan informasi didalamnya. Penelitian ini mengkaji visual kemasan dalam teh Cap Nyapu dan teh Cap Soklat. Kedua produk teh lokal tersebut dikaji guna mengetahui apakah makna visual yang terdapat dalam visual kemasan teh Cap Nyapu dan teh Cap Soklat, dan apakah makna visual tersebut memiliki kaitannya dengan latar belakang sosial didalamnya. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif dengan menggunakan teknik pengumpulan data studi pustaka, observasi, dan wawancara/interview. Dalam penelitian ini, pengaplikasian teori kepada objek yang dikaji hanya menggunakan salah satu dari teori metode visual Gillian Rose yaitu *site of image itself*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan prinsip-prinsip desain, tipografi pada kedua sampel banyak menggunakan jenis tipografi *sans serif* yang mengesankan dinamis dan informal. Ilustrasi yang terdapat dalam kemasan teh Cap Nyapu dan teh Cap Soklat banyak menggunakan teknik *manual drawing*, namun dengan gaya desain yang berbeda. Visual kemasan teh Cap nyapu memiliki gaya Victorian sedangkan visual kemasan teh Cap Soklat menunjukkan gaya Art Deco. Ilustrasi dalam visual kemasan teh Cap Nyapu, lekat dengan kebudayaan Jawa dan menunjukkan tren kala itu, dimana perempuan masih mengenakan kebaya dan batik dalam kehidupan sehari-hari yaitu masa kolonialisme. Sementara dalam visual kemasan teh Cap Soklat menampilkan ilustrasi buah kakao. Yang dikaji dari latar belakang sosio-historis yang ada, kedua tanaman tersebut yaitu teh dan kakao, merupakan tanaman yang masuk dalam kategori tanaman yang ditanam dalam sistem *cuulturstelsel*.

Kata kunci: desain kemasan, teh tubruk, kajian visual, makna visual.

## **ABSTRACT**

### **KAJIAN VISUAL KEMASAN TEH TUBRUK LOKAL**

**Ayu Latifah**

**1512355024**

*Packaging design as part of visual communication design, not only has an aesthetic function and attracts consumers but also presents information in it. This study examines the visual packaging in Cap Nyapu tea and Cap Soklat tea. The two local tea products were examined to determine whether the visual meaning contained in the packaging of Cap Nyapu tea and Cap Soklat tea, and whether the visual meaning has to do with the social background therein. This research uses a descriptive research method with a qualitative approach using data collection techniques study literature, observation, and interviews / interviews. In this study, the application of the theory to the object being studied only uses one of Gillian Rose's visual method theories, namely the site of image itself.*

*The results showed that based on the principles of design, typography in the two samples used a lot of sans serif type typography that impressed dynamic and informal. The illustrations contained in the packaging of Cap Nyapu tea and Cap Soklat tea often use manual drawing techniques, but with different design styles. The visual of the packaging tea stamp has a Victorian style while the visual packaging of tea stamp Soklat shows the Art Deco style. Illustration in the visual packaging of the tea cap Nyapu, closely with Javanese culture and shows the trend at that time, where women still wear kebaya and batik in everyday life, namely the colonialism period. While in the visual packaging of tea packaging Cap Soklat displays illustrations of cocoa fruit. From the socio-historical background, the two plants, namely tea and cocoa, are included in the category of plants grown in the cuulturstelsel system.*

*Keyword: visual packaging, brew tea, visual study, visual meaning.*

## A. Pendahuluan

Teh sebagai sajian minuman sudah menjadi budaya di Indonesia, meskipun tanaman bernama latin *Camelia Sinensis* ini diketahui bukan berasal asli dari Nusantara. Teh masuk di Indonesia sejak sekitar tahun 1684 pada saat seorang berkebangsaan Jerman, Johannes Cleyer membawa teh pada VOC (*Vereenigde Oostindische Compagnie*) atau Kongsi Dagang atau Perusahaan Hindia Timur Belanda. Teh yang pada mulanya hanya digunakan sebagai tanaman hias lalu ditanam menjadi perkebunan teh di Kebun Raya Bogor pada tahun 1800. Penanaman teh terus berlanjut di beberapa daerah hingga pada akhirnya masyarakat Indonesia mulai mengenal teh. Pada mulanya, warga Indonesia diajak menanam teh di tanah sewaan mereka. Saat masa panen tiba, teh tersebut akan dibeli oleh pihak Belanda. Perkebunan teh semakin banyak seiring dengan mulai didirikannya pabrik-pabrik pengolahan teh di Indonesia. Dengan berbagai khasiat yang dimilikinya, teh mulai diperjual belikan. Dari situlah industri teh kemudian memulai kancangannya di Nusantara.

Sebagaimana pada barang industri lainnya, industri teh juga memerlukan kemasan untuk produk yang akan didistribusikan dan dipasarkan. Desain kemasan sudah mendapatkan peran pentingnya sebagai media komunikasi visual sejak VOC menerapkan politik merkantilisme di Nusantara. Desain kemasan sebagai bagian dari desain komunikasi visual, tidak hanya mempunyai fungsi estetis dan menarik konsumen namun juga mampu menyajikan informasi didalamnya.

Menurut Klimchuk & Krasovec, sebagai alat penyaluran kreativitas, desain kemasan menjadi sarana untuk berekspresi. Ekspresi produk, sesuatu yang menarik target pangsa pasar dicapai melalui proses kreatif dimana elemen fisik dan visual bersama-sama mengkomunikasikan emosi, sosial, budaya, sosial, psikologi dan informasi kepada konsumen target. (Klimchuk & Krasovec, 2007:34)

Desain kemasan juga berfungsi untuk mengkomunikasikan secara visual perbedaan suatu produk dengan produk lainnya. Dari sudut pandang penampilan, tanpa desain kemasan yang berbeda untuk semua merek

produk, termasuk roti, susu dan sayur-mayur hingga parfum, lipstick dan minuman keras- masing-masing produk akan tampak sama. (Klimchuk & Krasovec: 2007, 35)

Gaya desain yang diterapkan pada desain kemasan pun tidak sama antara satu produk dengan produk yang lain. Kategori produk dalam hal ini turut memberikan pengaruhnya dalam gaya desain yang digunakan pada desain kemasan. Gaya desain dapat diidentifikasi melalui pemilihan warna, tipografi, maupun ornament yang digunakan. Gaya desain banyak dilatarbelakangi budaya, tren maupun isu sosial yang terjadi pada masanya. Latar belakang inilah yang akan dikaji dalam visual desain kemasan pada teh tubruk lokal dengan sampel yang telah ditetapkan pada bab 3, yaitu teh Cap Nyapu dan teh Cap Soklat.

Dua dari sekian banyaknya merk teh tubruk yang berada dipasaran adalah teh Cap Nyapu dan teh Cap Soklat. Teh Cap Nyapu diproduksi oleh Perusahaan Teh Widodo sebagaimana tertera dalam kemasannya (yang telah berganti menjadi CV. Panen Lestari) yang terletak di Jl. Jend. A. Yani, Pekalongan, Jawa Tengah. Sementara itu, teh Cap Soklat merupakan teh tubruk yang diproduksi oleh PT. Kartini Teh Nusantara yang terletak di Batang, Jawa Tengah. Sebagaimana produk yang diperjual-belikan lainnya, kedua merk teh tersebut mempunyai pilihan desainnya tersendiri. Teh Cap Nyapu mempunyai ilustrasi seorang wanita yang tengah menyapu dalam desain kemasannya. Desain kemasan teh Cap Nyapu juga didominasi wana biru dan kuning dengan tipografi yang sederhana dengan ejaan lama pada merk dan. Desain kemasan teh Cap Soklat menyajikan ilustrasi tanaman coklat dan tipografi yang sederhana. Yang menariknya adalah visualisasi dari ilustrasi tanaman soklat itu sendiri. Baik teh Cap Nyapu maupun teh Cap Soklat, keduanya mempertahankan ilustrasi maupun simbol yang sama dari tahun ketahun dalam desain kemasannya tanpa adanya perubahan digitalisasi sebagaimana merk teh lainnya, sehingga mempunyai visualisasi yang cukup berbeda dari kebanyakan desain kemasan yang berada dipasaran saat ini.

Ilustrasi manual (*free-hand illustration*) yang digunakan pada desain

kemasan teh Cap Nyapu dan teh Cap Soklat tampaknya menjadi satu-satunya pilihan lantaran teknologi pada masa itu belum berkembang seperti saat ini. Tentunya ilmu desain komunikasi visual juga belum mendapatkan tempatnya pada masyarakat Indonesia yang masih berjuang mencari sesuap nasi dari kerja rodi. Namun dari keadaan yang masih pelik tersebut, desain kemasan sudah menjadi hal yang penting dalam pasar meski hanya menggunakan teknik dan alat yang seadanya. Desain kemasan pada masa itu mungkin hanya sebatas penanda visual yang belum memiliki fungsi komunikasi yang mumpuni seperti saat ini. Namun dari hal-hal tersebut justru ada beberapa pertanyaan yang ditimbulkan dari latar belakang visualisasi tersebut, baik dari elemen-elemen desain yang dipilih maupun latar belakang sosial yang sepertinya cukup mempengaruhi desain kemasan teh Cap Nyapu dan teh Cap Soklat.

Pada visual kemasan teh Cap Nyapu mengilustrasikan seorang perempuan yang tampak seperti sedang menyapu gabah disebuah teras rumah yang luas. Yang membuat latar belakang penggunaan objek gabah dan pemilihan latar tempat pada desain kemasan tersebut dapat menjadi persoalan yang cukup menarik untuk dikaji. Juga pakaian yang dipakai oleh perempuan tersebut dan bagaimana pakaian tersebut direpresentasikan pada masanya. Misalnya bagaimana kelas sosial yang tampak dari visualisasi perempuan tersebut, baik dari cara berpakaian, kegiatan yang tengah dilakukan, latar tempat dan lain sebagainya.

Hal-hal tersebut menunjukkan bahwa lingkup komunikasi visual baik desain, ilustrasi, tipografi dan sebagainya, tidak hanya sebatas apa yang tampak oleh mata saja. Seperti halnya manusia yang diberi banyak pilihan dan mempunyai akal untuk mempertimbangkan pilihannya, desain pun memiliki pilihan-pilihan elemen visual yang akan digunakan yang ditentukan oleh senimannya. Pilihan-pilihan tersebut bukannya tidak mempertimbangkan kesesuaiannya yang dipengaruhi oleh faktor-faktor eksternal yang terjadi pada masa itu. Hal tersebut menunjukkan ada banyak latar belakang yang turut memegang peran penting dalam dunia komunikasi visual bahkan hingga saat ini.

Latar belakang pemilihan dari kedua produk teh lokal tersebut didasarkan pada (1) produk yang kurang familiar dalam telinga konsumen saat ini, sebagai sarana memperkenalkan produk lokal yang masih kurang jangkauannya, (2) dengan visualisasi yang konsisten dalam merk produk tersebut dalam perkembangannya yang juga (3) dalam visualnya terkait dengan landasan teori yang akan yang akan dijabarkan pada bab 2. Berdasarkan hal-hal tersebut, visual kemasan teh Cap Nyapu dan teh Cap Soklat tampak memenuhi kriteria yang telah disebutkan diatas. Kedua produk teh lokal tersebut dikaji guna mengetahui apakah makna visual yang terdapat dalam visual kemasan teh Cap Nyapu dan teh Cap Soklat, dan apakah makna visual tersebut memiliki kaitannya dengan latar belakang sosial pada visual kemasan teh Cap Nyapu dan teh Cap Soklat.

#### **B. Rumusan Masalah**

Bagaimana makna visual dalam desain kemasan teh tubruk lokal?

#### **C. Tujuan Penelitian**

Untuk mengetahui makna visual dalam desain kemasan teh tubruk lokal.

#### **D. Teori dan Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif analisis dengan pendekatan sosiologi dimana berkaitan dengan visual kemasan teh Cap Nyapu dan teh Cap Soklat sebagai objek yang akan diteliti. Maka peneliti mengembangkan makna-makna yang diarahkan pada objek-objek atau benda-benda tertentu melalui penafsiran peneliti berdasarkan pengalaman masing-masing yang akan mempengaruhi penafsiran masing-masing atas makna yang ada.

Dalam penelitian ini, pengaplikasian teori kepada objek yang dikaji hanya menggunakan salah satu dari teori metode visual Gillian Rose yaitu *site of image itself*, dimana peneliti bertindak sendiri untuk melakukan interpretasi, pemaknaan dan pemahaman terhadap objek penelitian yang diamati. Komponen lain dari suatu gambar akan bergantung makna-makna

visual yang terkandung didalamnya.

Data berupa kemasan teh cap Sintren dan teh Soklat dengan ilustrasi sebagai poin utamanya akan dikaji sebagai berikut:

1. Data yang terkumpul analisis dengan menggunakan metodologi visual, dengan mengedepankan cara penjabaran atau menjelaskan visual menggunakan *site of image itself* dimana peneliti akan menganalisis dari visual berdasarkan elemen visual yang dianggap penting sehingga mampu menciptakan serta mempresentasikan gambar.
2. Penelitian ini juga akan mengaitkan analisis visual dengan beberapa teori pendukung yang telah dicantumkan pada bab 2 agar makna atas interpretasi dari visualisasi kemasan yang diteliti dapat lebih paripurna dalam pembahasannya.

## **E. Hasil dan Pembahasan**

### **1. Makna Visual Sampel 1 (Teh Cap Nyapu)**

Setelah memahami visual kemasan teh Cap Nyapu melalui efek visual serta teknik-teknik yang digunakan, kemudian masuk dalam tahap memaknai visual dari gambar yang ditampilkan dalam visual kemasan teh Cap Nyapu, sebagai berikut:

Penggunaan kata “Nyapu” dalam merk teh Cap Nyapu mencerminkan nilai budaya dari istilah nyapu itu sendiri. *Nyapu* berasal dari bahasa Jawa dari asal kata sapu, dengan kata kerja menyapu yang kurang lebih artinya adalah membersihkan debu atau kotoran yang berada dilantai atau alas tertentu menggunakan alat yang disebut sapu. Istilah *nyapu* (atau menyapu dalam bahasa Indonesia) khas dengan bahasa Jawa yang kerap kali menghilangkan kata depan *me-* atau penambahan *ny-* pada kata kerja atau kata benda tertentu, seperti misalnya nyapu (sapu, menyapu), nyambut (sambut, menyambut), nyekseni (menyaksikan), nyeritani (menceritakan), dan sebagainya.

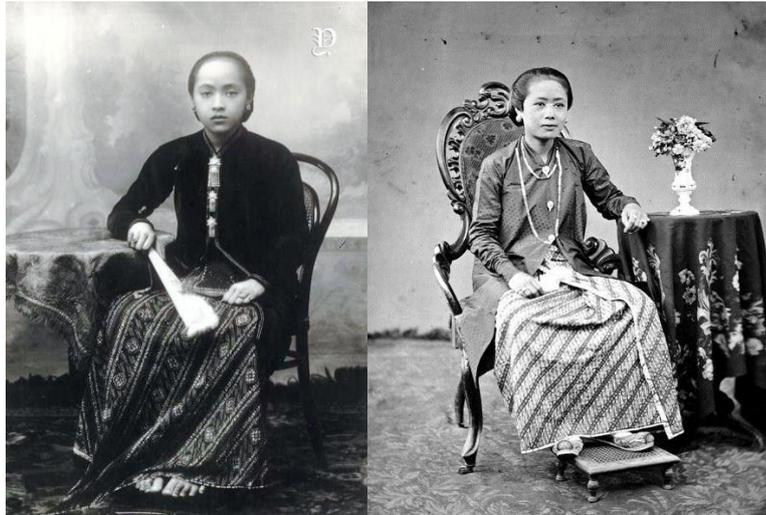
Kegiatan menyapu pada umumnya dilakukan pada pagi saat masyarakat memulai aktivitasnya ataupun sore hari setelah melaksanakan kegiatannya masing-masing. Lantaran adanya mitos atau

disebut *pamali* dalam masyarakat Jawa apabila menyapu dilakukan pada malam hari, karena jika melakukannya dipercaya akan dapat membuang rezeki yang sudah dikumpulkan dalam satu hari tersebut. Sementara itu, kegiatan menyapu pada zaman dahulu umumnya tidak dilakukan oleh semua golongan stratifikasi sosial dalam budaya masyarakat Jawa. Adapun stratifikasi sosial dalam masyarakat Jawa menurut Koentjaningrat dipaparkan sebagai berikut:

Didalam kenyataan hidup masyarakat orang Jawa, orang masih membeda-bedakan antara orang *priyayi* dan yang terdiri dari pegawai negeri dan kaum terpelajar dengan orang kebanyakan yang disebut *wong cilik*, seperti petani-petani, tukang-tukang dan pekerja kasar lainnya. Dalam kerangka susunan masyarakat ini, secara bertingkat yang berdasarkan atas gengsi-gengsi itu, kaum *priyayi* merupakan lapisan teratas, sedangkan *wong cilik* menjadi lapisan masyarakat bawah. (Koentjaningrat, dalam Manusia dan Kebudayaan di Indonesia. 2010:344)

*Wong cilik* diartikan dengan kaum pekerja/proletar yang biasanya menjadi buruh pekerjaan kasar yang berpengaruh pada perbedaan aktivitas sehari-harinya dengan kaum *priyayi*. Golongan *priyayi* tidak selayaknya membersihkan rumahnya sendiri pada masa itu. Dari aktivitas menyapu yang menjadi ilustrasi dalam visual kemasan teh Cap Nyapu ini, dapat disimpulkan bahwa perempuan tersebut bukan berasal dari golongan *priyayi* melainkan menjadi gambaran dari *wong cilik*.

Berikut ini adalah beberapa dokumentasi perempuan yang mengenakan kebaya dengan jarik bermotif parang.



Gambar 4. 30. Motif jarik batik parang yang dikenakan oleh wanita  
(Sumber: [superbridezilla.blogspot.com](http://superbridezilla.blogspot.com))



Gambar 4. 31. Sunan Pakubuwono X dan keluarganya.  
(Sumber: [superbridezilla.blogspot.com](http://superbridezilla.blogspot.com))



Gambar 4. 32. Moeke Mashoed membawakan acara perempuan  
Di radio BBC Siaran Indonesia pada 05/12/1958.  
(Sumber: <https://twitter.com/BBCIndonesia>)



Gambar 4. 33. "Wanita Solo" by Basuki Abdullah,  
Medium: oil on canvas, Size: 75cm X 100cm  
(Sumber: [lukisanmaestro.blogspot.com](http://lukisanmaestro.blogspot.com))

Terdapat beberapa perbedaan yang cukup kentara antara golongan priyai dengan *wong cilik* atau kaum menengah kebawah saat mengenakan jarik batik bermotif parang. Golongan priyai menggunakan aksesoris maupun perhiasan seperti kalung, anting maupun hiasan di rambut yang digelung/*konde*. Golongan priyai juga menggunakan atasan yang lebih tebal dan terlihat seperti kain dengan kualitas yang lebih baik daripada kebaya yang dikenakan oleh orang biasa. Pada lukisan Basuki Abdullah menggambarkan sosok wanita Solo yang mengenakan kebaya bermotif dan

jarik bermotif parang, tampak seperti ilustrasi dalam visual kemasan teh cap Nyapu, yang membedakan hanyalah aksesoris yang dikenakan oleh “wanita Solo” yang tidak dikenakan oleh perempuan dalam visual kemasan teh cap Nyapu.

Penggunaan judul ‘wanita Solo’ merepresentasikan wanita yang umumnya berada di kota Solo. Penggunaan kata wanita merujuk pada istilah umum yang biasanya digunakan untuk menyamaratakan suatu golongan tertentu. Terlebih disertai penggunaan nama daerah setelahnya. Teh cap Nyapu sendiri diproduksi di Pekalongan, Jawa Tengah, sama halnya dengan provinsi kota Solo yaitu di Jawa Tengah. Sehingga dapat dikatakan wanita pada saat itu dalam kebudayaan Jawa, mengenakan kebaya dan jarik dalam kehidupan sehari-harinya.

Berdasarkan hasil pengamatan diatas, 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.



Gambar 4. 34. Sosok perempuan yang tengah menyapu dalam ilustrasi visual kemasan teh Cap Nyapu.  
(Sumber: Dokumentasi Ayu Latifah)

Gaya desain yang digunakan dalam visual kemasan teh Cap Nyapu, adalah gaya Victorian dengan ciri-ciri yang telah disebutkan pada bab 2 yaitu (1) Penuturan visual yang ‘didaktik’ dan ‘naratif’, yaitu berusaha menjelaskan dengan selengkap-lengkapnyanya. (2) Visualiasasi dan pemakaian tipografi serta *border* atau hiasan pinggir secara penuh, tanpa meninggalkan bidang kosong. (3) Ada anggapan bahwa setiap bidang harus dikuasai dengan cara diisi berbagai unsur grafis. Ketiga ciri tersebut terlihat dalam visual kemasan teh Cap Nyapu yang mendeskripsikan secara visual kegiatan menyapu tersebut dengan latar belakang dan latar tempat yang detail dan naratif. Selain itu, penggunaan *border* pada tipografi mencerminkan gaya ilustrasi Victorian pada masa tersebut. Berlandaskan ilustrasi dalam visual kemasan teh Cap Nyapu, analisis yang dijabarkan adalah sebagai berikut.

a) Figur perempuan yang tengah menyapu menjadi *point of interest* pada ilustrasi dalam visual kemasan teh Cap Nyapu. Perempuan tersebut tampak mengenakan kebaya berwarna merah yang dipadukan dengan kain jarik. Jarik merupakan kain khas Nusantara yang sangat melekat dalam kehidupan masyarakat Jawa, terutama Jawa Tengah dan Jawa Timur. Jarik adalah sebuah sebutan untuk kain khas Jawa yang mempunyai motif batik dengan berbagai corak.



Gambar 4. 35. Jarik bercorak batik parang yang dikenakan oleh perempuan dalam ilustrasi visual kemasan teh Cap Nyapu.  
(Sumber: Dokumentasi Ayu Latifah)



Gambar 4. 36 . Motif batik Parang.  
(Sumber: infobatik.id, indonesianbatik.com)

Dilansir oleh Kumparan..com, jarik dalam bahasa Jawa memiliki makna '*Aja gampang sirik*', atau dalam Bahasa Indonesia berarti jangan mudah iri hati. Ketika memakai jarik, seseorang akan berjalan dengan hati-hati. Perempuan akan terkesan lemah lembut dan berjalan lebih anggun ketika memakai jarik. Namun saat ini, jarik hanya digunakan pada saat hari pernikahan dan acara-acara sakral lainnya. Pada jaman dahulu, masyarakat Jawa biasa menggunakan kain jarik dalam kehidupan sehari-hari, mulai dari dipakai sebagai bawahan, alas tidur bayi, kain untuk menggendong bayi, hingga alas dan kain penutup untuk orang meninggal. Tak hanya itu, perempuan yang baru selesai melahirkan juga dianjurkan untuk memakai jarik agar sikap tubuhnya terjaga dan untuk mempercepat proses pemulihan.

Dulu dan bahkan hingga saat ini, di desa-desa jarik digunakan untuk menutup tubuh dari dada hingga lutut atau betis ketika mereka mandi di sungai. Biasanya jarik itu dalam Bahasa Jawa disebut *telesan* atau berarti basahan dalam Bahasa Indonesia. Namun di era modern saat ini, fungsi jarik telah banyak mengalami perubahan. Mayoritas penggunaan kain jarik saat ini hanya digunakan sebagai padu padan kebaya saat menghadiri acara pernikahan atau wisuda, yang digunakan sebagai selendang, atau bahkan dijahit ulang untuk dijadikan baju atau rok.

Jarik yang dikenakan oleh perempuan dalam visual kemasan teh Cap Nyapu menggunakan motif batik pada umumnya. Berdasarkan pengamatan visual motif batik pada kain jarik tersebut, tampak sesuai dengan ciri motif batik *Parang*, yaitu memiliki motif garis diagonal yang sejajar dengan sudut kemiringan 45%, dengan motif seperti huruf S dan

seperti ombak laut.

Mengutip sumber dari Informasi Batik Indonesia, motif batik parang merupakan salah satu motif batik tertua di Indonesia. Kata parang berasal dari Pereng atau lereng atau tebing yang memiliki bentuk garis diagonal. Dalam setiap motif batik biasanya akan terdapat susunan motif yang membentuk seperti huruf S, saling terkait satu dengan lainnya, saling menjalin dan melambungkan sebuah kesinambungan. Bentuk huruf S tersebut diadaptasi dari bentuk ombak lautan, menggambarkan semangat yang tidak pernah padam.

Motif batik parang merupakan batik asli Indonesia yang sudah ada sejak zaman Keraton Mataram Kartasura (Solo). Diciptakan oleh pendiri keraton Mataram, sehingga motif ini menjadi pedoman utama dalam menentukan derajat kebangsaawanan seseorang. Bahkan pada jaman dulu motif parang hanya boleh dikenakan raja dan keturunannya.

Secara filosofis, motif batik Parang memang memiliki kandungan makna yang tinggi. Bahasa simbol yang terkandung didalamnya adalah sebuah pesan bahwa sebagai manusia hendaknya tidak menyerah dalam mengarungi kehidupan, sebagaimana ombak di samudera yang tak pernah lelah untuk bergerak. Bentuk motif parang yang saling berkesinambungan, menggambarkan jalinan hidup yang tidak pernah putus, selalu konsisten dalam upaya untuk memperbaiki diri, memperjuangkan kesejahteraan maupun hubungan antara alam, manusia dengan manusia dan manusia dengan Tuhannya.

- b) Pegunungan dan pepohonan dan langit biru yang menjadi latar belakang dari ilustrasi perempuan yang tengah menyapu tersebut merepresentasikan suasana siang hari yang asri dan jauh dari hiruk pikuk kota, yang berarti latar tempat dari ilustrasi tersebut adalah disebuah desa yang asri, sejuk dan tentram.



Gambar 4. 37. Ilustrasi pemandangan alam; pegunungan, sawah, dua pohon kelapa sawit dan pohon yang rimbun.

Desa sebagai tempat kediaman yang tetap pada masyarakat orang Jawa, didaerah pedalaman, adalah suatu wilayah hukum yang sekaligus menjadi pusat pemerintahan tingkat daerah paling rendah. Secara administratif desa langsung berada dibawah kekuasaan pemerintah Kecamatan dan terdiri dari dukuh-dukuh. Tiap-tiap wilayah bagian desa diketuai oleh kepala dukuh. Disini dijumpai sejumlah perumahan penduduk beserta tanah-tanah pekarangannya yang satu sama lain dipisah-pisahkan dengan pagar-pagar bambu atau tumbuh-tumbuhan. (Koentjaraningrat, 2010:331).

- c) Remahan gabah sebagai subjek yang disapu, terlihat dari adanya buntalan gabah yang masih terikat.



Gambar 4. 38. Ilustrasi gabah yang disapu oleh perempuan berkebaya merah dan bermotif jarik batik pada visual kemasan teh Cap Nyapu

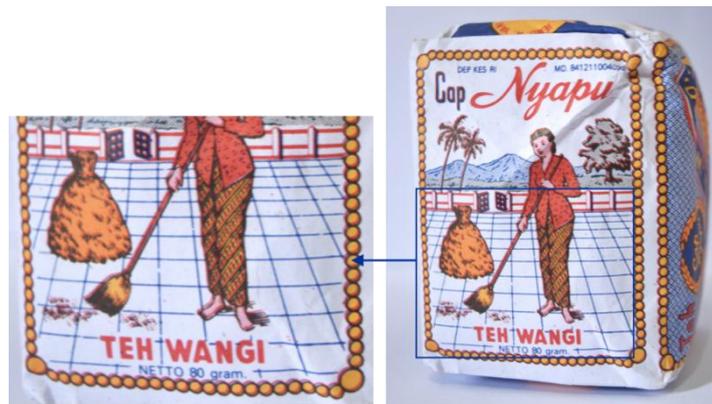
Pada masa lalu padi yang telah dipotong dari tangkainya umumnya lalu diikat menjadi satu. Besarnya diameter ikatan umumnya segengaman tangan orang dewasa. Ikatan-ikatan padi ini kemudian diusung dan dijemur di atas keping atau tikar. Jika sudah kering lantas disusun bertumpuk sehingga membentuk gundukan-gundukan seperti gunung kecil. Tumpukan padi demikian ini umumnya disimpan di dalam tempat yang dinamakan lumbung. Ada pula yang disimpan dalam ruang-ruang terbuka namun beratap rapat. Jika akan dijadikan padi orang tinggal mengambil ikatan-ikatan itu, mengilesnya (merontokkan dengan diinjak-injak dengan gerakan setengah memutar).



Gambar 4. 39. Menyimpan padi tempo dulu.

Gambar diatas menuggambarkan wujud tumpukan padi di masa lalu yang di zaman sekarang sudah sangat sulit ditemukan lagi. Penyimpanan padi yang dilakukan di zaman sekarang hampir selalu dalam bentuk gabah kering yang telah dirontokkan dari tangkainya. Lebih praktis, efisien, tidak menyita ruang dan lebih mudah dalam pemrosesan menjadi beras.

- d) Teras yang luas dengan pagar yang terbuka sebagai latar tempat pada ilustrasi teh cap Nyapu.



Gambar 4. 40. Ilustrasi teras yang luas dalam visual kemasan teh Cap Nyapu

Teras tersebut menunjukkan sebuah rumah yang cukup besar karena mempunyai teras yang luas. Rumah dapat menunjukkan kelas sosial tertentu. Seperti yang dipaparkan oleh Kartodirdjo, rumah-rumah priyayi tinggi berukuran besar, dibuat dari batu, seperti halnya rumah-rumah pegawai menengah dan pegawai tinggi, sedang pegawai-pegawai rendah bertempat tinggal dirumah-rumah kayu, dan penduduk desa di rumah-rumah bambu. (Kartodirdjo, 1999:215). Ilustrasi teras dalam visual kemasan teh Cap Nyapu digambarkan tidak berwarna dan hanya menggunakan warna biru pada *outline*/garis-luarnya.

## 2. Makna Visual Sampel 2 (Teh Cap Soklat)

Mengulik asal-usul buah kakao di Indonesia, seperti yang dilansir dari Kompas.com, menurut Sejarawan kuliner sekaligus Dosen Departemen Sejarah Universitas Padjajaran, Fadly Rahman, di acara Diskusi Media ‘Serba Serbi Cokelat’ dari Mondelez International di

Jakarta, Kamis (2/08/2018), Spanyol yang membawa kakao ke Indonesia. Pada 1560, Spanyol membawa coklat ke Filipina, kemudian dari Filipina menyebar sampai ke Minahasa (Sulawesi Utara). Kakao Criollo dari Venezuela adalah jenis kakao yang masuk pertama kali ke Indonesia. Pada masa itu, Belanda masih fokus pada penanaman kopi dan teh, baru ketika tanaman kopi dan teh rusak akibat penyakit, Belanda mulai beralih fokus untuk membudidayakan kakao, yaitu jenis kakao Forastero yang juga berasal dari Venezuela pada 1880. Hingga tahun 1938 terdapat 29 perkebunan kakao di Hindia Belanda yang pada akhirnya setelah merdeka perkebunan kakao dinasionalisasi menjadi milik negara Indonesia.

Sementara itu, menurut Kartodirdjo dalam bukunya *Pengantar Sejarah Indonesia Baru: Sejarah Pergerakan Nasional* (1999: 4) Kategori tanaman yang ditanam dengan sistem *cuulturstelsel* adalah teh, gula, lada dan sebagainya yang tertera dalam kutipan berikut

Keinginan akan monopoli mendorong VOC melakukan penaklukan-penaklukan untuk merebut perdagangan rempah-rempah, yang kemudian tujuan utama perdagangan rempah-rempah itu lambat laun bergeser dan justru mengembangkan perkebunan-perkebunan besar yang hasilnya sangat laku dipasaran Eropa, seperti teh, gula, lada dan lain-lainnya. (Kartodirdjo, 1999:4)

Tidak disebutkan secara lugas bahwa tanaman kakao merupakan kategori tanaman yang ditanam dalam sistem *cuulturstelsel*. Namun disebutkan adanya percobaan menanam tanaman baru seperti yang juga dijelaskan oleh Kartodirdjo yaitu sebagai berikut

Pada hakikatnya luas tanah yang diusahakan untuk pemerintah tidak ada batasnya; banyak tenaga yang terbuang sia-sia untuk mencoba tanaman **baru**; adanya kerja tambahan disamping menyelenggarakan tanaman-tanaman wajib; pajak-pajak, kerja wajib dan kewajiban-kewajiban lainnya tidak dihapus. (Kartodirdjo, 1999: 15)

Kemudian budidaya kakao dan budaya coklat berkembang pesat di Indonesia pada abad 19 dan 20. Dilihat dari iklan-iklan zaman dulu, coklat lebih identik sebagai minuman daripada camilan seperti

sekarang. Cokelat juga menjadi simbol dari status sosial. Hal ini terlihat dari iklan dari merek cokelat produksi Amsterdam 'Tjoklat'. Tampak seorang perempuan Melayu berkemben dan bersanggul duduk bersimpuh mempersembahkan sebakul buah kakao. Iklan tersebut disebutkan Faldy membuktikan bahwa cokelat menjadi simbol status sosial.

Pada masa kolonial juga, Indonesia pernah menjadi salah pemasok kakao terbesar di dunia. Dari merek Tjoklat saja, ada 63 juta cokelat batangan diproduksi per tahun. Nama merek 'Tjoklat' diambil dari Bahasa Melayu. Pasca kemerdekaan, aneka merek cokelat lokal berkembang di Tanah Air. Cokelat lantas tak hanya dapat dinikmati kaum elit, tetapi semua kalangan masyarakat hingga saat ini. Tentunya dengan berbagai varian harga yang sesuai dengan komposisi cokelat. Selera cokelat juga berganti bentuk sejak era tersebut, dari yang tadinya cairan diminum kini menjadi camilan yang dikunyah.

Sampai saat ini Indonesia menjadi pemasok biji kakao ke tiga terbesar di dunia dan terkenal dengan kualitas kakao unggulan. Namun konsumsi cokelat masyarakat Indonesia terbilang rendah, hanya 500 gram per kapita pertahunnya. Budidaya kakao kurang diminati petani Indonesia karena dilihat kurang menguntungkan, padahal ada manfaat kesehatan dalam konsumsi cokelat dan tentunya dampak ekonomi yang diperoleh dari penjualan coklat.



Gambar 4. 50. Advertentie voor Tjoklat chocolate uit het: Nieuw Israelietisch weekblad van 10 september 1937.

Bron: Historische kranten.

(Sumber: <https://geheugenvanoost.amsterdam>)



Gambar 4. 51. Kaleng Tjoklat Camee Pastilles Chocolates Amsterdam Holland 1960's (Tjoklat Camee Pastilles Tin Box)  
(Sumber: <https://rusthour2015.blogspot.com>)



Gambar 4. 52. Vintage Tjoklat Camée Pastilles Tins Containers Storage Oval Round Metal Canisters Gold White Lady Dutch Chocolates Amsterdam Holland 1960's  
(Sumber: <https://hautejuice.wordpress.com>)

3.  
4.

Kaleng tjoklat antik buatan Belanda merek “*Tjoklat Camee Pastilles*” dengan lambang yang sangat kental aroma Hindia Belandanya. Produk ini beredar dalam 3 varian bentuk kaleng, yakni bentuk bundar, elips. Kaleng yang berbentuk elips bergambar perempuan penari Jawa, sedangkan yang bundar dan yang persegi bergambar perempuan duduk bersimpuh sambil membawa nampan yang menyajikan buah kakao.

Hal tersebut menunjukkan adanya kelas sosial dilihat dari penggunaan subjek perempuan yang duduk bersimpuh sambil membawa nampan yang menyajikan buah kakao untuk disajikan kepada seseorang yang jelas mempunyai kelas sosial satu tingkat di atasnya. Sebagaimana akan dapat menjadi simbol status sosial seseorang lantaran dapat menggambarkan keadaan ekonomi orang tersebut dilihat

dari jenis makanan yang akan disantap untuk dirinya sendiri maupun keluarganya.

## F. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang ada 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 *border* 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 *border* berupa lingkaran berwarna kuning dengan *outline* hitam (4) Tipografi dengan menggunakan fonts jenis *script* mendominasi visual kemasan teh cap Nyapu.

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. Visual kemasan teh Cap Soklat didominasi oleh warna panas, terlihat dari penggunaan *border* 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 *cuulturstelsel* lantaran keduanya sama-sama dibawa masuk dan dikembangkan dalam wilayah VOC atau Perusahaan Hindia Timur Belanda.

## 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.
- Drs. Mardalis. 2004. *Metode Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara.
- 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.
- 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-doe/lo/>

<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

## LAMPIRAN

### A. Poster Tugas Akhir



*Pameran Tugas Akhir*

## Kajian Visual Kemasan Teh Tubruk Lokal

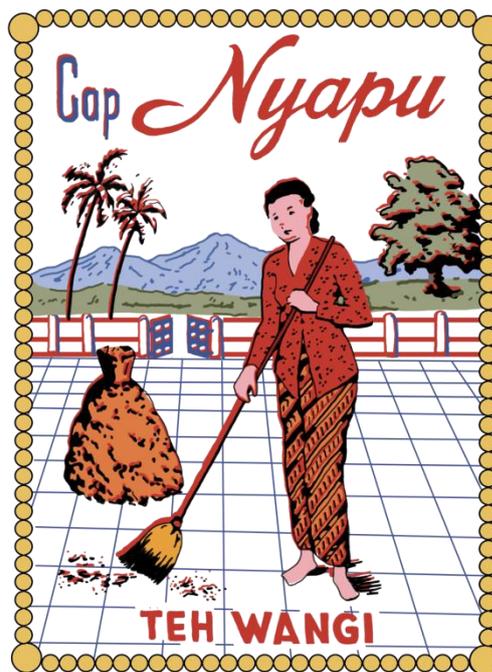
**7-11 November 2019**

Galeri Soetopo  
ISI Yogyakarta

Ayu Latifah | 1512355024



B. Ilustrasi Sampel Tugas Akhir



### C. Dokumentasi Pameran

