

## BAB IV ANALISIS

### A. Deskripsi Objek Penelitian

Deskripsi Objek Penelitian dalam penelitian ini akan membahas secara ringkas gambaran umum perusahaan yang menjadi objek penelitian.

#### 1. Sejarah Singkat Bakpiapia Djogdja

Dalam wawancara dengan penulis, Tano (06 Januari 2012) mengatakan, "Bakpiapia Djogdja didirikan oleh Ibu saya, Ibu Rasuna pada tahun 2004 bulan Juni, dan sekarang beliau menjabat sebagai Direktur. Awal mulanya Bakpiapia Djogdja berdiri karena banyak saudara yang datang dan bertanya mengenai referensi tentang bakpia, kebetulan Ibu Rasuna hobi memasak dan membuat kue sehingga beliau membuat usaha industri rumahan (*home industry*) dan dikembangkan oleh beberapa pihak keluarga dan kerabat. Untuk pertamakalinya produk Bakpiapia Djogdja diperkenalkan kepada masyarakat "dari mulut ke mulut" (*word of mouth*) melalui rapat, arisan, dan acara keluarga dan usaha mulai dikenal.

Bakpiapia Djogdja mengalami perkembangan pada bulan September tahun 2004 yang cukup baik, sehingga memutuskan untuk mengontrak sebuah gerai kecil, yang menjadi gerai pertama berukuran 3m x 5m di Jalan Dagen Nomor 7 Malioboro Yogyakarta. Produk pertama Bakpiapia Djogdja yaitu Bakpiapia Single, setelah berkembang Bakpiapia Djogdja mengeluarkan produk baru yakni Bakpiapia Blasteran dan Ampyang Keyar. Visi Misi Bakpiapia Djogdja yakni menghilangkan *mindset* orang bahwa bakpia bukan hanya sekedar oleh-oleh, tetapi cemilan dan *target audience* saat ini lebih fokus ke anak muda, kalangan menengah, dan menengah atas.

Kemasan Bakpiapia Djogdja memiliki makna yakni ingin memperkuat bahwa kemasan Bakpiapia Djogdja memiliki karakter, dapat dibedakan

dengan yang lain, dan ketika orang membeli Bakpiapia Djogdja mereka memiliki cerita, misalnya ada ceritanya yang menghibur seperti kemasannya bagus dan produknya sudah jelas harus enak. Kemasan Bakpiapia Djogdja di desain oleh ayah saya yakni Bapak Zoehad".

Dany (06 Januari 2012) mengatakan, "Desain logo Bakpiapia Djogdja mengangkat tugu sebagai *trade mark* Yogyakarta, dan batik sebagai karya seni Yogyakarta. Tipografi logo (Bakpiapia) *font* membuat sendiri, dan pada keterangan atau informasi kemasan menggunakan *font Tw Cen MT*. Mengenai warna kemasan Bakpiapia Djogdja, warna kuning untuk mengundang selera makan, sedangkan warna coklat adalah warna dasar batik Yogyakarta.

## 2. Kemasan *Sample 1* dan *Sample 2* Bakpiapia Djogdja

Sejarah singkat mengenai kemasan *sample 1* dan *sample 2* Bakpiapia Djogdja. *Sample 1* adalah kemasan baru, yang diperkirakan dibuat pada pertengahan bulan Mei 2012 sedangkan *sample 2* adalah kemasan lama, yang diperkirakan dibuat bulan Agustus 2011. Pada pertengahan tahun 2012, *sample 2* sudah tidak diproduksi lagi karena pihak Bakpiapia Djogdja hanya ingin menggunakan *sample 1* untuk kemasan Bakpiapia Djogdja. Dalam wawancara dengan penulis, Dany (31 Mei 2013) mengatakan "kemasan Bakpiapia Djogdja sering berubah-ubah, karena keinginan dari marketing perusahaan tersebut. Kemungkinan ingin mencari suasana baru yang tidak monoton, dan salah satu strategi pemasaran perusahaan Bakpiapia Djogdja". Berikut ini kemasan *Sample 1* dan *Sample 2* Bakpiapia Djogdja:

a. *Sample 1*

Gambar 33. Kemasan Bakpia Djogdja *Sample 1*  
 Sumber : Endang Kusuma Jati, tahun 2012

No.	Gambar	Keterangan
1		<p>"merek"</p> <p>Mengangkat tugu sebagai <i>trade mark</i> Yogyakarta, dan batik sebagai karya seni Yogyakarta. Tipografi (Bakpia) <i>font</i> membuat sendiri.</p>

2		Ilustrasi
3		Ilustrasi atau <i>Window (die cut)</i>

Tabel 1. Kemasan Bakpia Djogdja *Sample 1*b. *Sample 2*Gambar 34. Kemasan Bakpia Djogdja *Sample 2*  
Sumber : Endang Kusuma Jati, tahun 2012

No.	Gambar	Keterangan
1		<p>"merek"</p> <p>Mengangkat tugu sebagai <i>trade mark</i> Yogyakarta, dan batik sebagai karya seni Yogyakarta. Tipografi (Bakpiapia) <i>font</i> membuat sendiri.</p>
2		<p>Ilustrasi</p>
3		<p>Ilustrasi atau <i>Window (die cut)</i></p>
4		<p>Ilustrasi atau <i>Window (die cut)</i></p>

Tabel 2. Kemasan Bakpiapia Djogdja *Sample 2*

## B. Gambaran Umum Responden

Responden dalam penelitian ini terbagi menjadi dua, yakni responden A dan responden B. Responden A yakni 100 responden yang sesuai dengan sasaran pasar Bakpiapia Djogdja yaitu remaja, dan responden B yakni 20 mahasiswa desain karena mahasiswa desain lebih memahami kemasan. Definisi remaja dalam penelitian ini dibatasi khusus untuk yang belum menikah dan berusia 11 tahun sampai 24 tahun. Responden dalam penelitian ini dari Universitas Negeri Surabaya, Institut Seni Indonesia, sekolah SMP dan SMA yang berstatus kelas sosial menengah ke atas, dikategorikan dari biaya sekolah tersebut mahal dan terakreditasi A. Dalam penelitian ini yang bersedia menjadi responden adalah SMP Negeri 1 Yogyakarta, SMA Negeri 3 Yogyakarta, Institut Seni Indonesia Yogyakarta, Program Studi Disain Interior, dan Universitas Negeri Surabaya, Progrm Studi Desain Grafis. Dikarenakan SMP Negeri 1 Yogyakarta dan SMA Negeri 3 Yogyakarta bersedia menjadi responden, maka SMP Negeri 5 Yogyakarta dan SMA Negeri 6 Yogyakarta sebagai cadangan tidak digunakan dalam penelitian ini. Berdasarkan data dari 120 responden yakni 20 responden mahasiswa desain dan 100 responden berdasarkan *target audience* Bakpiapia Djogdja, melalui daftar pertanyaan terdapat identitas responden tentang lokasi penelitian, jenis kelamin, dan usia, yang akan dipilah dan digolongkan agar mempermudah proses analisa. Penggolongan yang dilakukan terhadap responden dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 3 sebagai berikut:

V		LR	SMP	SMA	ISI	UNESA	JUMLAH
		Negeri 1	Negeri 3	(Prodi DI)	(Prodi DG)		
Lokasi Penelitian		62	28	10	20	120	
Jenis Kelamin	Perempuan	38	9	9	11	77	
	Laki-laki	24	1	1	9	43	
Usia		13-16 thn	13-17 thn	20-24 thn	19-24 thn	13-24 thn	

Tabel 3. Responden berdasarkan lokasi penelitian, jenis kelamin, dan usia

Keterangan : LR : Lokasi Responden

V : Variabel

Tabel 3 menunjukkan bahwa, melalui angket (kuesioner) dengan jelas usia responden yang terkumpul 13-24 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa responden dalam penelitian ini sudah mendekati *target audience* Bakpiapia Djogdja yakni 11-24 tahun. Melalui angket (kuesioner) terdapat 77 orang responden perempuan dan 43 orang responden laki-laki, dengan rincian 38 orang responden perempuan dan 24 orang responden laki-laki dari SMP Negeri 1 Yogyakarta, 19 orang responden perempuan dan 9 orang responden laki-laki dari SMA Negeri 3 Yogyakarta, 9 orang responden perempuan dan 1 orang responden laki-laki dari Institut Seni Indonesia Yogyakarta Program Studi Disain Interior, dan 11 orang responden perempuan dan 9 orang responden laki-laki dari Universitas Negeri Surabaya Program Studi Desain Grafis.

### C. Gambaran Umum Pakar Kemasan

Dalam penelitian ini diwawancarai 2 orang narasumber pakar kemasan, karena narasumber tersebut yang akan mengungkap apakah kemasan Bakpiapia Djogdja sudah memenuhi kriteria sebagai desain kemasan yang baik atau belum, dan apakah unsur-unsur visual pada kemasan Bakpiapia Djogdja sesuai dengan karakteristik *target audience*. Evaluasi pakar dilakukan dengan cara menilai kemasan Bakpiapia Djogdja pada lembar penilaian yang terdiri dari 15 poin penilaian dan menggunakan *check list*. Pada awalnya narasumber pakar kemasan dalam penelitian ini yakni: (1) Ibu Listia Natadjaja, ST, MT, Master of Design, salah satu dosen tetap Program Studi DKV, Fakultas Seni dan Desain, Universitas Kristen Petra di Surabaya; (2) Bapak Rambat Kristyanto yang berada di Kantor Pusat Pakar Kemasan di Semarang; dan sebagai cadangan nara sumber kemasan yakni (3) Fahry Yanuar Rahman yang berada di RUKEMA APINDO-NHO (*Pack-Branding and Packaging Specialists*) di Jakarta Selatan. Tetapi pada kondisi lapangan

yang sesungguhnya, yang menjadi narasumber dalam penelitian ini adalah Ibu Listia Natadjaja, ST, MT, Master of Design, dan Bapak Taufiq Annas, S.Sn, *founder* Kindibrand (*Strategic Branding Consultant*) di Semarang.

Narasumber pertama adalah Ibu Listia Natadjaja, ST, MT, Master of Design. Beliau lahir di Surabaya, 18 Mei 1975. Beliau adalah salah satu dosen tetap Program Studi DKV, Fakultas Seni dan Desain, Universitas Kristen Petra di Surabaya. Pada tahun 1993 sampai 1997 beliau kuliah S1 di Universitas Kristen Petra, Surabaya, dan memiliki gelar Sarjana Teknik Arsitektur (S.T.), kemudian pada tahun 1999 sampai 2001 beliau melanjutkan S2 di Universitas Kristen Petra, Surabaya, dan memiliki gelar Magister Teknik (M.T.), tahun 2002 sampai 2004 beliau kuliah di *Dongseo University* – Busan Korea Selatan dan memiliki gelar Master of Design, dan pada tahun 2010 hingga sekarang (2013), beliau meneruskan kuliah di Universitas Gadjah Mada Yogyakarta, Jurusan Media and Cultural Studies. Beliau dapat disebut sebagai narasumber pakar kemasan dan tidak diragukan lagi karena pada tahun 2002 hingga 2010 beliau pernah menjadi pembicara seminar mengenai desain kemasan sebanyak 8 kali. Pada tahun 2002 hingga 2013 beliau telah melakukan penelitian mengenai banyak hal seperti penelitian tentang kemasan sebanyak 4 kali dari tahun 2008 hingga 2010, Jurnal Nasional sebanyak 17 kali dari tahun 2002 hingga 2012, Konferensi Nasional sebanyak 2 kali dari tahun 2011 hingga 2012, *Journal Internasional* sebanyak 4 kali dari tahun 2003 hingga 2013, *Conference Internasional* sebanyak 12 kali dari tahun 2006 hingga 2013.

Sedangkan narasumber pakar kemasan yang kedua adalah Bapak Taufiq Annas, S.Sn, *founder* Kindibrand (*Strategic Branding Consultant*) di Semarang. Beliau lahir di Semarang tanggal 3 Agustus 1986. Kantor Pusat Pakar Kemasan di Semarang, Bapak Rambat Kristyanto yang telah merekomendasikan salah satu narasumber pakar kemasan yaitu Bapak Taufiq Annas, S.Sn. Menurut beliau Bapak Taufiq Annas, S.Sn lebih paham mengenai kemasan daripada Bapak Rambat Kristyanto sendiri, karena Bapak

Taufiq Annas, S.Sn berkecimpung dalam dunia *Brand Strategy (Brand DNA, positioning, naming)*, dan *Brand Design (Logo, Brand Identity, Brand Architect, Packaging)*. Bapak Taufiq Annas, S.Sn adalah *founder* perusahaan Kindibrand (*Strategic Branding Consultant*).

#### D. Analisis Jawaban Responden

Angket (kuesioner) terdapat 3 bagian pertanyaan yang diajukan, yaitu: Pada angket (kuesioner) bagian I terdapat 6 pertanyaan. 6 pertanyaan tersebut dibagi menjadi 2, pada *sample 1* terdapat 3 pertanyaan, dan pada *sample 2* terdapat 3 pertanyaan. Pertanyaan untuk *sample 1* dan *sample 2* tidak berbeda (sama). Tetapi dalam menjawab pertanyaan, *sample 1* lebih dahulu dikerjakan agar jawaban dari pertanyaan tersebut masih murni belum ada perbandingan antara *sample 1* dengan *sample 2*. Setelah selesai mengerjakan pertanyaan pada *sample 1*, kemudian responden diperbolehkan mengerjakan pertanyaan pada *sample 2*. Pertanyaan pada bagian I yakni:

- Menurut Anda, apakah secara visual kemasan produk Bakpiapia Djogdja menarik perhatian Anda?
  - kurang menarik (.....)
  - cukup menarik (.....)
  - sangat menarik (.....)

Hasil dari pertanyaan tersebut, terdapat 2 jawaban yakni pada *sample 1* dan pada *sample 2*. 120 responden menjawab dengan rincian sebagai berikut :

Responden A:

Variabel \ Sample	1		2	
	f	%	f	%
Kurang menarik	3	3,00	5	5,00

<b>Cukup menarik</b>	79	79,00	13	13,00
<b>Sangat menarik</b>	18	18,00	82	82,00
<b>JUMLAH</b>	100	100,00	100	100,00

Tabel 4. Jawaban Responden A pada Pertanyaan Bagian I Nomor 1

Tabel 4 menunjukkan bahwa, responden A menyatakan *sample 2* sangat menarik bagi mereka dengan persentase 82 persen, dibandingkan *sample 1* dengan persentase 18 persen sehingga dapat disimpulkan bahwa responden A lebih memilih *sample 2* dibandingkan *sample 1*.

Responden B :

Variabel	1		2	
	f	%	f	%
<b>Kurang menarik</b>	0	0,00	0	0,00
<b>Cukup menarik</b>	17	85,00	5	25,00
<b>Sangat menarik</b>	3	15,00	15	75,00
<b>JUMLAH</b>	20	100,00	20	100,00

Tabel 5. Jawaban Responden B pada Pertanyaan Bagian I Nomor 1

Tabel 5 menunjukkan bahwa, responden B menyatakan *sample 2* sangat menarik bagi mereka dengan persentase 75 persen, dibandingkan *sample 1* dengan persentase 15 persen sehingga dapat disimpulkan bahwa responden B lebih memilih *sample 2* dibandingkan *sample 1*.

Pada tabel 4 dan tabel 5, dapat disimpulkan bahwa responden A maupun responden B lebih memilih *sample 2* dibandingkan *sample 1*.

2. Ketika Anda melihat kemasan produk Bakpia Djogdja, unsur visual apa yang **paling menarik** bagi Anda?
  - warnaemasannya (.....)

- bentuk kemasannya (.....)
- mereknya (.....)
- gambar / ilustrasinya (.....)

Hasil dari pertanyaan tersebut, terdapat 2 jawaban yakni pada *sample* 1 dan pada *sample* 2. 120 responden menjawab dengan rincian sebagai berikut :

Responden A :

Variabel \ <i>Sample</i>	1		2	
	f	%	f	%
warna kemasannya	12	12,00	3	3,00
bentuk kemasannya	28	28,00	89	89,00
mereknya	5	5,00	0	0,00
gambar / ilustrasinya	55	55,00	8	8,00
JUMLAH	100	100,00	100	100,00

Tabel 6. Jawaban Responden A pada Pertanyaan Bagian I Nomor 2

55 persen responden A menyatakan bahwa gambar / ilustrasi *sample* 1 lebih menarik bagi mereka dibandingkan dengan unsur visual lainnya. Sedangkan pada *sample* 2, 89 persen responden A menyatakan bahwa bentuk kemasan *sample* 2 lebih menarik bagi mereka dibandingkan dengan unsur visual lainnya. Dapat disimpulkan bahwa unsur visual yang berperan penting pada *sample* 1 yakni gambar / ilustrasi, dan pada *sample* 2 yakni bentuk kemasan.

Responden B :

Variabel \ <i>Sample</i>	1		2	
	f	%	f	%
warna kemasannya	5	25,00	0	0,00
bentuk kemasannya	4	20,00	19	95,00

<b>mereknya</b>	1	5,00	0	0,00
<b>gambar / ilustrasinya</b>	10	50,00	1	5,00
<b>JUMLAH</b>	20	100,00	20	100,00

Tabel 7. Jawaban Responden B pada Pertanyaan Bagian I Nomor 2

50 persen responden B menyatakan bahwa gambar / ilustrasi *sample 1* lebih menarik bagi mereka dibandingkan dengan unsur visual lainnya. Sedangkan pada *sample 2*, 95 persen responden B menyatakan bahwa bentuk kemasan *sample 2* lebih menarik bagi mereka dibandingkan dengan unsur visual lainnya. Dapat disimpulkan bahwa unsur visual yang berperan penting pada *sample 1* yakni gambar / ilustrasi, dan pada *sample 2* yakni bentuk kemasan.

Pada tabel 6 dan tabel 7, dapat disimpulkan bahwa responden A maupun responden B menyatakan unsur visual yang berperan penting pada *sample 1* yakni gambar / ilustrasi, dan pada *sample 2* yakni bentuk kemasan.

3. Faktor apa saja yang membuat kemasan tersebut menarik perhatian Anda? (berilah nomor urut dari yang paling menarik (1) sampai yang kurang menarik (4) pada jawaban yang paling tepat menurut persepsi Anda)
- warna kemasannya (.....)
  - bentuk kemasannya (.....)
  - mereknya (.....)
  - gambar / ilustrasinya (.....)

Hasil dari pertanyaan tersebut, terdapat 2 jawaban yakni pada *sample 1* dan pada *sample 2*. 120 responden menjawab dengan rincian sebagai berikut :

Responden A:

Variabel No.Urut	warna kemasannya		bentuk kemasannya		mereknya		gambar / ilustrasinya	
	f	%	f	%	f	%	f	%
1	12	12,00	30	30,00	6	6,00	52	52,00
2	38	38,00	20	20,00	21	21,00	21	21,00
3	34	34,00	17	17,00	30	30,00	19	19,00
4	16	16,00	33	33,00	43	43,00	8	8,00
JUMLAH	100	100,00	100	100,00	100	100,00	100	100,00

Tabel 8. Jawaban Responden A pada Pertanyaan Bagian I Nomor 3  
(Sample 1)

Tabel 8 menunjukkan bahwa, 52 persen responden A menyatakan gambar / ilustrasi kemasan produk Bakpiapia Djogdja *sample 1* paling menarik perhatian mereka, dengan menjadikan gambar / ilustrasi kemasan tersebut pada pilihan pertama dan jumlah persentase paling tinggi. Sedangkan merek Bakpiapia Djogdja pada *sample 1* kurang menarik perhatian, dengan menjadikan pilihan empat pada merek kemasan tersebut dan jumlah persentase paling tinggi yakni 43 persen.

Variabel No.Urut	warna kemasannya		bentuk kemasannya		mereknya		gambar / ilustrasinya	
	f	%	f	%	f	%	f	%
1	4	4,00	86	86,00	1	1,00	9	9,00
2	32	32,00	7	7,00	8	8,00	53	53,00
3	34	34,00	4	4,00	32	32,00	30	30,00
4	30	30,00	3	3,00	59	59,00	8	8,00
JUMLAH	100	100,00	100	100,00	100	100,00	100	100,00

Tabel 9. Jawaban Responden A pada Pertanyaan Bagian I Nomor 3  
(Sample 2)

Tabel 9 menunjukkan bahwa, bentuk kemasan produk Bakpiapia Djogdja *sample* 2 paling menarik perhatian responden A, dengan menjadikan pilihan pertama dan jumlah persentase paling tinggi yakni 86 persen. Sedangkan merek Bakpiapia Djogdja pada *sample* 2 kurang menarik perhatian, dengan menjadikan pilihan empat pada merek kemasan tersebut dan jumlah persentase paling tinggi yakni 59 persen.

Seperti yang terlihat pada tabel 8 dan tabel 9 dapat disimpulkan bahwa, pada *sample* 1 maupun *sample* 2 merek Bakpiapia Djogdja kurang menarik perhatian responden A, dengan menjadikan pilihan empat pada merek kemasan tersebut dan jumlah persentase paling tinggi.

Responden B:

Variabel No.Urut	warna kemasannya		bentuk kemasannya		mereknya		gambar / ilustrasinya	
	f	%	f	%	f	%	f	%
1	5	25,00	4	20,00	1	5,00	10	50,00
2	10	50,00	3	15,00	1	5,00	6	30,00
3	3	15,00	9	45,00	4	20,00	4	20,00
4	2	10,00	4	20,00	14	70,00	0	0,00
JUMLAH	20	100,00	20	100,00	20	100,00	20	100,00

Tabel 10. Jawaban Responden B pada Pertanyaan Bagian I Nomor 3  
(*Sample* 1)

Tabel 10 menunjukkan bahwa, 50 persen responden B menyatakan gambar / ilustrasi kemasan produk Bakpiapia Djogdja *sample* 1 paling menarik perhatian mereka, dengan menjadikan gambar / ilustrasi kemasan tersebut pada pilihan pertama dan jumlah persentase paling tinggi. Sedangkan merek Bakpiapia Djogdja pada *sample* 1 kurang menarik perhatian, dengan menjadikan pilihan empat pada merek kemasan tersebut dan jumlah persentase paling tinggi yakni 70 persen.

Variabel No.Urut	warna kemasannya		bentuk kemasannya		mereknya		gambar / ilustrasinya	
	f	%	f	%	f	%	f	%
1	0	0,00	19	95,00	0	0,00	1	5,00
2	12	60,00	1	5,00	0	0,00	7	35,00
3	5	25,00	0	0,00	3	15,00	12	60,00
4	3	15,00	0	0,00	17	85,00	0	0,00
JUMLAH	20	100,00	20	100,00	20	100,00	20	100,00

Tabel 11. Jawaban Responden B pada Pertanyaan Bagian I Nomor 3  
(*Sample 2*)

Tabel 11 menunjukkan bahwa, bentuk kemasan produk Bakpiapia Djogdja *sample 2* paling menarik perhatian responden B, dengan menjadikan pilihan pertama dan jumlah persentase paling tinggi yakni 95 persen. Sedangkan merek Bakpiapia Djogdja pada *sample 2* kurang menarik perhatian, dengan menjadikan pilihan empat pada merek kemasan tersebut dan jumlah persentase paling tinggi yakni 85 persen.

Seperti yang terlihat pada tabel 10 dan tabel 11 dapat disimpulkan bahwa, pada *sample 1* maupun *sample 2* merek Bakpiapia Djogdja kurang menarik perhatian responden B, dengan menjadikan pilihan empat pada merek kemasan tersebut dan jumlah persentase paling tinggi.

Pada tabel 8 hingga tabel 11, dapat disimpulkan bahwa pada *sample 1* maupun *sample 2* merek Bakpiapia Djogdja kurang menarik perhatian responden A maupun responden B.

Pada angket (kuesioner) bagian II terdapat 2 pertanyaan. 2 pertanyaan tersebut yakni membandingkan antara kemasan produk Bakpiapia Djogdja *sample 1* dengan *sample 2*. Pertanyaan pada bagian II yaitu:

1. Bandingkan kemasan produk Bakpiapia Djogdja antara sample 1 dengan sample 2, menurut Anda apakah sample 1 lebih menarik dari sample 2 atau sebaliknya?

- |                       | Sample 1 | Sample 2 |
|-----------------------|----------|----------|
| • lebih tidak menarik | (.....)  | (.....)  |
| • lebih menarik       | (.....)  | (.....)  |

Hasil dari pertanyaan tersebut, terdapat 2 jawaban yakni pada *sample 1* dan pada *sample 2*. 120 responden menjawab dengan rincian sebagai berikut :

Responden A :

Variabel	Sample 1		Sample 2	
	f	%	f	%
<b>lebih tidak menarik</b>	86	86,00	14	14,00
<b>lebih menarik</b>	14	14,00	86	86,00
<b>JUMLAH</b>	100	100,00	100	100,00

Tabel 12. Jawaban Responden A pada Pertanyaan Bagian II Nomor 1

Tabel 12 menunjukkan bahwa, responden A menyatakan kemasan produk Bakpiapia Djogdja *sample 2* lebih menarik dibandingkan dengan *sample 1*, dengan jumlah persentase 86 persen memilih *sample 2* lebih menarik.

Responden B :

Variabel	Sample 1		Sample 2	
	f	%	f	%
<b>lebih tidak menarik</b>	19	95,00	1	5,00
<b>lebih menarik</b>	1	5,00	19	95,00
<b>JUMLAH</b>	20	100,00	20	100,00

Tabel 13. Jawaban Responden B pada Pertanyaan Bagian II Nomor 1

Tabel 13 menunjukkan bahwa, responden B menyatakan kemasan produk Bakpiaja Djogdja *sample 2* lebih menarik dibandingkan dengan *sample 1*, dengan jumlah persentase 95 persen memilih *sample 2* lebih menarik.

Pada tabel 12 dan tabel 13, dapat disimpulkan bahwa responden A maupun responden B menyatakan kemasan produk Bakpiaja Djogdja *sample 2* lebih menarik dibandingkan dengan *sample 1*.

2. Unsur-unsur visual apa yang membuat persepsi Anda memilih *sample 1* atau 2 lebih menarik?

	Sample 1	Sample 2
• warna kemasannya	(.....)	(.....)
• bentuk kemasannya	(.....)	(.....)
• mereknya	(.....)	(.....)
• gambar / ilustrasinya	(.....)	(.....)

Hasil dari pertanyaan tersebut, terdapat 2 jawaban yakni pada *sample 1* dan pada *sample 2*. 120 responden menjawab dengan rincian sebagai berikut :

Responden A :

Variabel \ Sample	1		2	
	f	%	f	%
warna kemasannya	3	3,00	0	0,00
bentuk kemasannya	3	3,00	82	82,00
mereknya	0	0,00	2	2,00
gambar / ilustrasinya	8	8,00	2	2,00
JUMLAH	14	14,00	86	86,00

Tabel 14. Jawaban Responden A pada Pertanyaan Bagian II Nomor 2

Tabel 14 menunjukkan bahwa, alasan responden A menjadikan kemasan produk Bakpiapia Djogdja *sample 2* lebih menarik dibandingkan dengan *sample 1* seperti yang terlihat pada tabel 12, responden A menjadikan pilihan bentuk kemasan tersebut, dengan jumlah persentase 82 persen.

Responden B :

Variabel \ <i>Sample</i>	1		2	
	f	%	f	%
warna kemasannya	0	0,00	0	0,00
bentuk kemasannya	1	5,00	19	95,00
mereknya	0	0,00	0	0,00
gambar / ilustrasinya	0	0,00	0	0,00
JUMLAH	1	5,00	19	95,00

Tabel 15. Jawaban Responden B pada Pertanyaan Bagian II Nomor 2

Tabel 15 menunjukkan bahwa, alasan responden B menjadikan kemasan produk Bakpiapia Djogdja *sample 2* lebih menarik dibandingkan dengan *sample 1* seperti yang terlihat pada tabel 13, responden B menjadikan pilihan bentuk kemasan tersebut, dengan jumlah persentase 95 persen.

Pada tabel 14 dan tabel 15, dapat disimpulkan alasan responden A maupun responden B menjadikan kemasan produk Bakpiapia Djogdja *sample 2* lebih menarik dibandingkan dengan *sample 1* yakni karena bentuk kemasannya.

Pada angket (kuesioner) bagian III terdapat 5 pertanyaan. Responden hanya diberikan kesempatan menjawab 5 pertanyaan dengan pilihan keterangan SS (Sangat Setuju), S (Setuju), TS (Tidak Setuju), dan STS (Sangat Tidak Setuju) pada jawaban *sample 1* dan *sample 2* yang sesuai dengan pendapat mereka. Pertanyaan pada bagian III yaitu:

1. Unsur-unsur atau aspek apa yang membuat Anda tertarik pada kemasan produk Bakpia Djogdja: (pilih salah satu)

1.1 warna

1.1.1 coklat dan kuning

1.1.2 coklat

1.1.3 kuning

1.2 bentuk kemasan

1.3 merek

1.4 gambar / ilustrasinya

Hasil dari pertanyaan tersebut, terdapat 2 jawaban yakni pada *sample 1* dan pada *sample 2*. 120 responden menjawab dengan rincian sebagai berikut :

Responden A :

Variabel Pilihan Jawaban	Warna					
	Coklat dan Kuning		Coklat		Kuning	
	f	%	f	%	f	%
SS	0	0,00	5	5,00	0	0,00
S	8	8,00	0	0,00	8	8,00
TS	0	0,00	0	0,00	0	0,00
STS	0	0,00	0	0,00	0	0,00
JUMLAH	8	8,00	5	5,00	8	8,00

Variabel Pilihan Jawaban	Bentuk kemasan		Merek		Gambar / ilustrasinya	
	f	%	f	%	f	%
SS	0	0,00	0	0,00	53	53,00
S	26	26,00	0	0,00	0	0,00
TS	0	0,00	0	0,00	0	0,00
STS	0	0,00	0	0,00	0	0,00

JUMLAH	26	26,00	0	0,00	53	53,00
--------	----	-------	---	------	----	-------

Tabel 16. Jawaban Responden A pada Pertanyaan Bagian III Nomor 1  
(*Sample 1*)

Tabel 16 menunjukkan bahwa, 53 persen responden A menyatakan sangat setuju pada gambar / ilustrasi kemasan produk Bakpiapia Djogdja *sample 1* menarik perhatian mereka. Bentuk kemasan *sample 1* menarik perhatian mereka dengan persentase 26 persen menyatakan setuju. Sedangkan warna dan merek kemasan *sample 1* mendapat nilai terendah dari responden A, dengan persentase warna coklat dan kuning responden A menyatakan setuju sebanyak 8 persen, warna coklat responden A menyatakan sangat setuju sebanyak 5 persen, dan warna kuning responden A menyatakan setuju sebanyak 8 persen. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa gambar / ilustrasi kemasan produk Bakpiapia Djogdja *sample 1* menarik perhatian responden A dari pada unsur visual yang lain.

Responden B :

Variabel Pilihan Jawaban	Warna					
	Coklat dan Kuning		Coklat		Kuning	
	f	%	f	%	f	%
SS	2	10,00	0	0,00	0	0,00
S	0	0,00	0	0,00	0	0,00
TS	0	0,00	0	0,00	0	0,00
STS	0	0,00	0	0,00	0	0,00
JUMLAH	2	10,00	0	0,00	0	0,00

Variabel Pilihan Jawaban	Bentuk kemasan		Merek		Gambar / ilustrasinya	
	f	%	f	%	f	%
SS	0	0,00	0	0,00	9	45,00
S	7	35,00	0	0,00	2	10,00
TS	0	0,00	0	0,00	0	0,00
STS	0	0,00	0	0,00	0	0,00
JUMLAH	7	35,00	0	0,00	11	55,00

Tabel 17. Jawaban Responden B pada Pertanyaan Bagian III Nomor 1  
(*Sample 1*)

Tabel 17 menunjukkan bahwa, 45 persen responden B menyatakan sangat setuju pada gambar / ilustrasi kemasan produk Bakpiapia Djogdja *sample 1* menarik perhatian mereka. Bentuk kemasan *sample 1* menarik perhatian mereka dengan persentase 35 persen menyatakan setuju. Warna coklat dan kuning responden B menyatakan sangat setuju dengan persentase 10 persen. Sedangkan warna coklat, kuning, dan merek kemasan *sample 1* tidak mendapat nilai dari responden B. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa gambar / ilustrasi kemasan produk Bakpiapia Djogdja *sample 1* menarik perhatian responden B dari pada unsur visual yang lain.

Pada tabel 16 dan tabel 17, dapat disimpulkan bahwa gambar / ilustrasi kemasan produk Bakpiapia Djogdja *sample 1* menarik perhatian responden A maupun responden B dari pada unsur visual yang lain.

Responden A :

Variabel Pilihan Jawaban	Warna					
	Coklat dan Kuning		Coklat		Kuning	
	f	%	f	%	f	%
SS	0	0,00	1	1,00	2	2,00
S	3	3,00	0	0,00	0	0,00

TS	0	0,00	0	0,00	0	0,00
STS	0	0,00	0	0,00	0	0,00
JUMLAH	3	3,00	1	1,00	2	2,00

Variabel Pilihan Jawaban	Bentuk kemasan		Merek		Gambar / ilustrasinya	
	f	%	f	%	f	%
SS	86	86,00	0	0,00	0	0,00
S	0	0,00	2	2,00	6	6,00
TS	0	0,00	0	0,00	0	0,00
STS	0	0,00	0	0,00	0	0,00
JUMLAH	86	86,00	2	2,00	6	6,00

Tabel 18. Jawaban Responden A pada Pertanyaan Bagian III Nomor 1  
(Sample 2)

Tabel 18 menunjukkan bahwa, 86 persen responden A menyatakan sangat setuju pada bentuk kemasan produk Bakpiapia Djogdja *sample 2* menarik perhatian mereka. Persentase tersebut adalah nilai tertinggi dari pada unsur visual lainnya. Sedangkan warna, merek dan gambar / ilustrasi pada kemasan *sample 2* mendapat nilai terendah dari responden A, dengan persentase 3 persen menyatakan setuju pada warna coklat dan kuning, 1 persen menyatakan sangat setuju pada warna coklat, 2 persen menyatakan sangat setuju pada warna kuning, 6 persen menyatakan setuju pada gambar / ilustrasi kemasan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa bentuk kemasan produk Bakpiapia Djogdja *sample 2* menarik perhatian responden A dari pada unsur visual yang lain.

Responden B :

Variabel Pilihan Jawaban	Warna					
	Coklat dan Kuning		Coklat		Kuning	
	f	%	f	%	f	%
SS	0	0,00	0	0,00	0	0,00
S	0	0,00	0	0,00	0	0,00
TS	0	0,00	0	0,00	0	0,00
STS	0	0,00	0	0,00	0	0,00
JUMLAH	0	0,00	0	0,00	0	0,00

Variabel Pilihan Jawaban	Bentuk kemasan		Merek		Gambar / ilustrasinya	
	f	%	f	%	f	%
SS	18	90,00	0	0,00	0	0,00
S	2	10,00	0	0,00	0	0,00
TS	0	0,00	0	0,00	0	0,00
STS	0	0,00	0	0,00	0	0,00
JUMLAH	20	100,00	0	0,00	0	0,00

Tabel 19. Jawaban Responden B pada Pertanyaan Bagian III Nomor 1  
(*Sample 2*)

Tabel 19 menunjukkan bahwa, 100 persen responden B menyatakan bentuk kemasan produk Bakpiapia Djogdja *sample 2* menarik perhatian mereka, dengan persentase 10 persen menyatakan setuju dan 90 persen menyatakan sangat setuju. Sedangkan warna, merek dan gambar / ilustrasi pada kemasan *sample 2* tidak mendapat nilai dari responden B. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa bentuk kemasan produk Bakpiapia Djogdja *sample 2* menarik perhatian responden B dari pada unsur visual yang lain.

Pada tabel 18 dan tabel 19, dapat disimpulkan bahwa bentuk kemasan produk Bakpiapia Djogdja *sample 2* menarik perhatian responden A maupun responden B dari pada unsur visual yang lain.

2. Kemasan produk Bakpiapia Djogdja memiliki kemudahan untuk:

2.1 dibuka

2.2 ditutup kembali

2.3 dibawa atau dijinjing

2.4 disimpan dalam jumlah yang sedikit

2.5 disusun dalam jumlah yang banyak

Hasil dari pertanyaan tersebut, terdapat 2 jawaban yakni pada *sample 1* dan pada *sample 2*. 120 responden menjawab dengan rincian sebagai berikut :

Responden A :

Variabel Pilihan Jawaban	Dibuka		Ditutup kembali		Dibawa atau dijinjing	
	f	%	f	%	f	%
SS	48	48,00	29	29,00	9	9,00
S	39	39,00	38	38,00	55	55,00
TS	12	12,00	29	29,00	32	32,00
STS	1	1,00	4	4,00	4	4,00
JUMLAH	100	100,00	100	100,00	100	100,00

Variabel Pilihan Jawaban	Disimpan dalam jumlah yang sedikit		Disusun dalam jumlah yang banyak	
	f	%	f	%
SS	28	28,00	50	50,00
S	51	51,00	38	38,00
TS	15	15,00	12	12,00

STS	6	6,00	0	0,00
JUMLAH	100	100,00	100	100,00

Tabel 20. Jawaban Responden A pada Pertanyaan Bagian III Nomor 2  
(Sample 1)

Tabel 20 menunjukkan responden A menyatakan bahwa kemasan produk Bakpiapia Djogdja *sample 1* mudah dibuka dengan persentase 48 persen menyatakan sangat setuju, mudah untuk ditutup kembali dengan persentase 38 persen menyatakan setuju, mudah untuk dibawa atau dijinjing dengan persentase 55 persen menyatakan setuju, mudah disimpan dalam jumlah yang sedikit dengan persentase 51 persen menyatakan setuju, dan mudah untuk disusun dalam jumlah yang banyak dengan persentase 50 persen menyatakan sangat setuju.

Responden B :

Variabel Pilihan Jawaban	Dibuka		Ditutup kembali		Dibawa atau dijinjing	
	f	%	f	%	f	%
SS	9	45,00	3	15,00	2	10,00
S	8	40,00	7	35,00	15	75,00
TS	3	15,00	8	40,00	3	15,00
STS	0	0,00	2	10,00	0	0,00
JUMLAH	20	100,00	20	100,00	20	100,00

Variabel Pilihan Jawaban	Disimpan dalam jumlah yang sedikit		Disusun dalam jumlah yang banyak	
	f	%	f	%
SS	6	30,00	9	45,00
S	12	60,00	7	35,00
TS	2	10,00	4	20,00
STS	0	0,00	0	0,00

JUMLAH	20	100,00	20	100,00
--------	----	--------	----	--------

Tabel 21. Jawaban Responden B pada Pertanyaan Bagian III Nomor 2  
(*Sample 1*)

Tabel 21 menunjukkan responden B menyatakan bahwa kemasan produk Bakpiapia Djogdja *sample 1* mudah dibuka dengan persentase 45 persen menyatakan sangat setuju, mudah untuk ditutup kembali dengan persentase 40 persen menyatakan tidak setuju, mudah untuk dibawa atau dijinjing dengan persentase 75 persen menyatakan setuju, mudah disimpan dalam jumlah yang sedikit dengan persentase 60 persen menyatakan setuju, dan mudah untuk disusun dalam jumlah yang banyak dengan persentase 45 persen menyatakan sangat setuju.

Jawaban dari responden A maupun responden B pada tabel 20 dan tabel 21 dapat disimpulkan bahwa, kemasan produk Bakpiapia Djogdja *sample 1* mudah dibuka, mudah untuk dibawa atau dijinjing, mudah disimpan dalam jumlah yang sedikit, dan mudah untuk disusun dalam jumlah yang banyak. Perbedaan pendapat terdapat pada cara menutup kemasan. Responden A menyatakan kemasan mudah ditutup kembali, dan responden B yang menyatakan kemasan sulit untuk ditutup kembali.

Responden A :

Variabel Pilihan Jawaban	Dibuka		Ditutup kembali		Dibawa atau dijinjing	
	f	%	f	%	f	%
SS	10	10,00	7	7,00	64	64,00
S	55	55,00	25	25,00	32	32,00
TS	32	32,00	55	55,00	2	2,00
STS	3	3,00	13	13,00	2	2,00
JUMLAH	100	100,00	100	100,00	100	100,00

Variabel Pilihan Jawaban	Disimpan dalam jumlah yang sedikit		Disusun dalam jumlah yang banyak	
	f	%	f	%
SS	14	14,00	7	7,00
S	63	63,00	23	23,00
TS	20	20,00	42	42,00
STS	3	3,00	28	28,00
JUMLAH	100	100,00	100	100,00

Tabel 22. Jawaban Responden A pada Pertanyaan Bagian III Nomor 2  
(Sample 2)

Tabel 22 menunjukkan responden A menyatakan bahwa kemasan produk Bakpiapia Djogdja *sample 2* mudah dibuka dengan persentase 55 persen menyatakan setuju, mudah ditutup kembali dengan persentase 55 persen menyatakan tidak setuju, mudah untuk dibawa atau dijinjing dengan persentase 64 persen menyatakan sangat setuju, mudah disimpan dalam jumlah yang sedikit dengan persentase 63 persen menyatakan setuju, dan mudah untuk disusun dalam jumlah yang banyak dengan persentase 42 persen responden menyatakan tidak setuju.

Responden B :

Variabel Pilihan Jawaban	Dibuka		Ditutup kembali		Dibawa atau dijinjing	
	f	%	f	%	f	%
SS	3	15,00	1	5,00	12	60,00
S	6	30,00	2	10,00	7	35,00
TS	9	45,00	10	50,00	1	5,00
STS	2	10,00	7	35,00	0	0,00
JUMLAH	20	100,00	20	100,00	20	100,00

Variabel Pilihan Jawaban	Disimpan dalam jumlah yang sedikit		Disusun dalam jumlah yang banyak	
	f	%	f	%
SS	3	15,00	0	0,00
S	11	55,00	2	10,00
TS	4	20,00	7	35,00
STS	2	10,00	11	55,00
JUMLAH	20	100,00	20	100,00

Tabel 23. Jawaban Responden B pada Pertanyaan Bagian III Nomor 2  
(*Sample 2*)

Tabel 23 menunjukkan responden B menyatakan bahwa kemasan produk Bakpiapia Djogdja *sample 2* mudah dibuka dengan persentase 45 persen menyatakan tidak setuju, mudah ditutup kembali dengan persentase 50 persen menyatakan tidak setuju, mudah untuk dibawa atau dijinjing dengan persentase 60 persen menyatakan sangat setuju, mudah disimpan dalam jumlah yang sedikit dengan persentase 55 persen menyatakan setuju, dan mudah untuk disusun dalam jumlah yang banyak dengan persentase 55 persen responden menyatakan sangat tidak setuju.

Jawaban dari responden A maupun responden B pada tabel 22 dan tabel 23 dapat disimpulkan bahwa, kemasan produk Bakpiapia Djogdja *sample 2* sulit untuk ditutup kembali, mudah untuk dibawa atau dijinjing, mudah disimpan dalam jumlah yang sedikit, sulit untuk disusun dalam jumlah yang banyak. Perbedaan pendapat terdapat pada cara membuka kemasan. Responden A menyatakan kemasan mudah dibuka, dan responden B yang menyatakan kemasan sulit dibuka.

3. Kemasan produk Bakpiapia Djogdja mampu mencegah serangga masuk ke dalam kemasan tersebut

Hasil dari pertanyaan tersebut, terdapat 2 jawaban yakni pada *sample* 1 dan pada *sample* 2. 120 responden menjawab dengan rincian sebagai berikut :

Responden A :

Pilihan Jawaban	Sample	1		2	
		f	%	f	%
SS		15	15,00	12	12,00
S		47	47,00	51	51,00
TS		34	34,00	31	31,00
STS		4	4,00	6	6,00
JUMLAH		100	100,00	100	100,00

Tabel 24. Jawaban Responden A pada Pertanyaan Bagian III Nomor 3

Tabel 24 menunjukkan, 47 persen menyatakan setuju dan didukung 15 persen menyatakan sangat setuju bahwa kemasan produk Bakpiapia Djogdja *sample* 1 mampu mencegah serangga masuk ke dalam kemasan tersebut. 51 persen menyatakan setuju dan didukung 12 persen menyatakan sangat setuju bahwa kemasan produk Bakpiapia Djogdja *sample* 2 mampu mencegah serangga masuk ke dalam kemasan tersebut. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa responden A merasa *sample* 2 lebih mampu mencegah serangga masuk ke dalam kemasan tersebut, dengan persentase 63 persen terdiri dari 51 persen menyatakan setuju dan didukung 12 persen menyatakan sangat setuju.

Responden B :

Pilihan Jawaban	Sample	1		2	
		f	%	f	%
SS		5	25,00	4	20,00

S	10	50,00	7	35,00
TS	5	25,00	9	45,00
STS	0	0,00	0	0,00
JUMLAH	20	100,00	20	100,00

Tabel 25. Jawaban Responden B pada Pertanyaan Bagian III Nomor 3

Tabel 25 menunjukkan, 50 persen menyatakan setuju dan didukung 25 persen menyatakan sangat setuju bahwa kemasan produk Bakpiapia Djogdja *sample 1* mampu mencegah serangga masuk ke dalam kemasan tersebut. 35 persen menyatakan setuju dan didukung 20 persen menyatakan sangat setuju bahwa kemasan produk Bakpiapia Djogdja *sample 2* mampu mencegah serangga masuk ke dalam kemasan tersebut. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa responden B merasa *sample 1* lebih mampu mencegah serangga masuk ke dalam kemasan tersebut, dengan persentase 75 persen terdiri dari 50 persen menyatakan setuju dan didukung 25 persen menyatakan sangat setuju.

Jawaban dari responden A maupun responden B pada tabel 24 dan tabel 25 dapat disimpulkan bahwa, pendapat responden A dan responden B sangat berbeda yakni responden A menyatakan *sample 2* lebih mampu mencegah serangga masuk ke dalam kemasan, sedangkan responden B menyatakan *sample 1* lebih mampu mencegah serangga masuk ke dalam kemasan.

4. Dalam kondisi tertutup, ketika kemasan produk Bakpiapia Djogdja jatuh, kemasan tersebut mampu melindungi isi produk untuk tetap berada dalam kemasan

Hasil dari pertanyaan tersebut, terdapat 2 jawaban yakni pada *sample 1* dan pada *sample 2*. 120 responden menjawab dengan rincian sebagai berikut :

Responden A :

Pilihan Jawaban \ Sample	1		2	
	f	%	f	%
SS	28	28,00	25	25,00
S	39	39,00	45	45,00
TS	22	22,00	25	25,00
STS	11	11,00	5	5,00
JUMLAH	100	100,00	100	100,00

Tabel 26. Jawaban Responden A pada Pertanyaan Bagian III Nomor 4

Tabel 26 menunjukkan 28 persen responden A menyatakan sangat setuju dan 39 persen menyatakan setuju bahwa kemasan *sample* 1 mampu melindungi isi produk untuk tetap berada dalam kemasan. Sedangkan pada *sample* 2, 25 persen responden A menyatakan sangat setuju dan 45 persen menyatakan setuju bahwa kemasan *sample* 2 mampu melindungi isi produk untuk tetap berada dalam kemasan. Dengan demikian *sample* 2 lebih mampu melindungi isi produk untuk tetap berada dalam kemasan tersebut, dengan persentase 70 persen terdiri dari 45 persen responden menyatakan setuju dan didukung 25 persen responden menyatakan sangat setuju.

Responden B :

Pilihan Jawaban \ Sample	1		2	
	f	%	f	%
SS	3	15,00	2	10,00
S	11	55,00	10	50,00
TS	6	30,00	8	40,00
STS	0	0,00	0	0,00
JUMLAH	20	100,00	20	100,00

Tabel 27. Jawaban Responden B pada Pertanyaan Bagian III Nomor 4

Tabel 27 menunjukkan 15 persen responden B menyatakan sangat setuju dan 55 persen menyatakan setuju bahwa kemasan *sample 1* mampu melindungi isi produk untuk tetap berada dalam kemasan. Sedangkan pada *sample 2*, 10 persen responden B menyatakan sangat setuju dan 50 persen menyatakan setuju bahwa kemasan *sample 2* mampu melindungi isi produk untuk tetap berada dalam kemasan. Pada *sample 1* sebanyak 30 persen menyatakan tidak setuju bahwa kemasan *sample 1* mampu melindungi isi produk untuk tetap berada dalam kemasan. Sedangkan pada *sample 2* sebanyak 40 persen menyatakan tidak setuju bahwa kemasan *sample 2* mampu melindungi isi produk untuk tetap berada dalam kemasan. Dengan demikian *sample 1* lebih mampu melindungi isi produk untuk tetap berada dalam kemasan tersebut.

Jawaban dari responden A maupun responden B pada tabel 26 dan tabel 27 dapat disimpulkan bahwa, pendapat responden A dan responden B sangat berbeda yakni responden A menyatakan *sample 2* lebih mampu melindungi isi produk untuk tetap berada dalam kemasan, sedangkan responden B menyatakan *sample 1* lebih mampu melindungi isi produk untuk tetap berada dalam kemasan.

5. Kualitas mutu bahan (kertas) kemasan produk Bakpiapia Djogdja ini cukup baik

Hasil dari pertanyaan tersebut, terdapat 2 jawaban yakni pada *sample 1* dan pada *sample 2*. 120 responden menjawab dengan rincian sebagai berikut :

Responden A :

Pilihan Jawaban	Sample	1		2	
		f	%	f	%
SS		26	26,00	31	31,00

S	68	68,00	59	59,00
TS	5	5,00	8	8,00
STS	1	1,00	2	2,00
JUMLAH	100	100,00	100	100,00

Tabel 28. Jawaban Responden A pada Pertanyaan Bagian III Nomor 5

Tabel 28 menunjukkan, 26 persen responden A menyatakan sangat setuju dan 68 persen menyatakan setuju bahwa kualitas mutu bahan (kertas) kemasan *sample* 1 cukup baik. Sedangkan pada *sample* 2, 31 persen responden menyatakan sangat setuju dan 59 persen menyatakan setuju bahwa kualitas mutu bahan (kertas) kemasan *sample* 2 cukup baik. Dapat disimpulkan bahwa, menurut responden A kualitas mutu bahan (kertas) kemasan *sample* 1 dengan *sample* 2 hampir sama, dengan persentase 94 persen pada *sample* 1 terdiri dari 68 persen menyatakan setuju dan didukung 26 persen menyatakan sangat setuju. Sementara 90 persen pada *sample* 2 terdiri dari 59 persen menyatakan setuju dan didukung 31 persen menyatakan sangat setuju.

Responden B :

Pilihan Jawaban \ <i>Sample</i>	1		2	
	f	%	f	%
SS	6	30,00	6	30,00
S	11	55,00	11	55,00
TS	3	15,00	3	15,00
STS	0	0,00	0	0,00
JUMLAH	20	100,00	20	100,00

Tabel 29. Jawaban Responden B pada Pertanyaan Bagian III Nomor 5

Tabel 29 menunjukkan, pada *sample* 1 maupun *sample* 2 memiliki jawaban yang sama atau seimbang. Dapat disimpulkan bahwa, menurut

responden B kualitas mutu bahan (kertas) kemasan *sample* 1 dengan *sample* 2 hampir sama, dengan persentase 85 persen pada *sample* 1 maupun *sample* 2 terdiri dari 55 persen menyatakan setuju dan didukung 30 persen menyatakan sangat setuju.

Jawaban dari responden A maupun responden B pada tabel 28 dan tabel 29 dapat disimpulkan bahwa, pendapat responden A dan responden B mengenai kualitas mutu bahan (kertas) kemasan *sample* 1 dengan *sample* 2 hampir sama.

#### **E. Analisis Jawaban Pakar Kemasan**

Dalam wawancara dengan narasumber pakar kemasan, terdapat 3 bagian pertanyaan yang diajukan, antara lain: bagian I membandingkan kemasan produk Bakpiapia Djogdja dengan kemasan produk bakpia lain yakni: Bakpia Pathuk 75, Bakpia Pathuk 65, Bakpia Pathok Candi, dan Bakpia Pathuk Asli Srikandi Sri Mulia. Bagian II adalah lembar penilaian terdiri dari 15 poin penilaian, dalam penilaian kemasan produk Bakpiapia Djogdja nilai angka 10 adalah nilai tertinggi, dan nilai angka 1 adalah nilai angka terendah. Nilai 6 sampai 10 adalah nilai bagus yang tidak memberikan pandangan buruk pada kemasan, akan tetapi nilai 1 sampai 5 memberikan pandangan buruk pada kemasan. Sedangkan bagian III adalah pertanyaan terakhir yang akan mengakhiri wawancara dengan beliau, yakni bertanya mengenai kemasan produk Bakpiapia Djogdja sudah memenuhi kriteria desain kemasan yang baik atau belum, dan saran tentang kemasan tersebut.

Narasumber pakar kemasan yang pertama dalam penelitian ini adalah Ibu Listia Natadjaja, ST, MT, Master of Design. Wawancara dilakukan di Universitas Gajah Mada Yogyakarta, tepatnya di Gedung Lengkung Pascasarjana, lantai 2 pada tanggal 12 Juni 2013 pukul 12.26 WIB. Saat ini, beliau sedang melanjutkan studinya di Universitas Gajah Mada Yogyakarta. Dalam menjawab pertanyaan bagian I nomor satu apakah kemasan produk

Bakpiapia Djogdja lebih menarik dibandingkan kemasan produk bakpia yang lain Bakpia Pathuk 75, Bakpia Pathuk 65, Bakpia Pathok Candi, dan Bakpia Pathuk Asli Srikandi Sri Mulia, beliau mengatakan bahwa ya, kemasan produk Bakpiapia Djogdja lebih menarik dan memilih *sample 1*. Alasan beliau memilih *sample 1* dan bukan *sample 2* adalah karena dari segi kepraktisannya *sample 1* lebih menarik dari pada *sample 2*. Untuk pertanyaan terakhir bagian I yaitu nomor dua, mengenai unsur visual apa yang paling menarik dari kemasan produk Bakpiapia Djogdja, beliau menjawab bahwa beliau lebih tertarik dengan *window* atau *die cut* yang menunjukkan isinya pada *sample 1*. *Die cut sample 1* dengan *die cut sample 2* sedikit berbeda. Pada *sample 1 die cut*-nya sedikit lebar sehingga isi produk terlihat lebih jelas dari pada *die cut* pada *sample 2*.

Bagian II, beliau memberikan nilai 1 sampai 10 pada *sample 1* maupun *sample 2*, dan terdapat nilai 1 sampai 5 pada *sample 1* maupun *sample 2* yang memberikan pandangan buruk pada kemasan tersebut. Lembar penilaian terdiri dari 15 poin penilaian yaitu:

No.	Item Pertanyaan		Nilai		Sample 1	Sample 2
1	Kemasan produk Bakpiapia Djogdja lebih menarik perhatian dibandingkan kemasan produk bakpia yang lain				9	8
2	Unsur-unsur atau aspek apa yang paling menarik pada kemasan produk Bakpiapia Djogdja secara visual:					
	2.1	warna	2.1.1	coklat	9	9
			2.1.2	kuning	9	9
	2.2	komposisi desain	2.2.1	logo	9	9
			2.2.2	merek	9	9
			2.2.3	tipografi	9	9
			2.2.4	ilustrasi	8	8
2.2.5			<i>die cut</i>	9	8	

	2.3	bentuk	8	9
	2.4	ukuran	8	8
3	Kemasan produk Bakpiapia Djogdja mudah dikenali diantara kemasan produk bakpia yang lain		10	10
4	Kemasan produk Bakpiapia Djogdja mudah dibedakan dari kemasan produk bakpia lainnya		10	10
5	Kemasan produk Bakpiapia Djogdja lebih mudah diingat dibandingkan kemasan produk bakpia yang lain		9	9

Tabel 30. Poin 1 sampai 5, penilaian dari narasumber pakar kemasan Ibu Listia Natadjaja, ST, MT, Master of Design

Seperti yang terlihat pada tabel 30, narasumber pakar kemasan Ibu Listia Natadjaja, ST, MT, Master of Design memberikan nilai 8 sampai 10 pada poin 1 sampai 5, yang menyatakan bahwa nilai tersebut tidak memberikan pandangan buruk pada kemasan. Pada *sample 1* maupun *sample 2*, beliau menyatakan kemasan produk Bakpiapia Djogdja lebih menarik perhatian dibandingkan kemasan produk bakpia yang lain. Secara visual semua unsur-unsur atau aspek pada kemasan produk Bakpiapia Djogdja sudah menarik. Kemasan produk Bakpiapia Djogdja mudah dikenali diantara kemasan produk bakpia yang lain, mudah dibedakan dan lebih mudah diingat dibandingkan kemasan produk bakpia yang lain.

No.	Item Pertanyaan		Nilai	Sample 1	Sample 2
6	Kemasan produk Bakpiapia Djogdja cukup memberikan komunikasi, tentang:				
	6.1	merek	9	9	
	6.2	logo	8	8	
	6.3	warna	8	8	
	6.4	bentuk	8	9	
	6.5	ukuran	8	8	

6.6	produk	9	8
-----	--------	---	---

Tabel 31. Poin 6, penilaian dari narasumber pakar kemasan Ibu Listia Natadjaja, ST, MT, Master of Design

Tabel 31 menunjukkan narasumber pakar kemasan Ibu Listia Natadjaja, ST, MT, Master of Design memberikan nilai 8 sampai 9 pada poin 6, yang menyatakan bahwa pada *sample 1* maupun *sample 2* kemasan produk Bakpiapia Djogdja cukup memberikan komunikasi, tentang merek, logo, warna, bentuk, ukuran dan produk.

No.	Item Pertanyaan		Nilai		Sample 1	Sample 2
7	Kemasan produk Bakpiapia Djogdja memberikan kesan:					
	7.1	citra	7.1.1	elegan	9	7
			7.1.2	high class	8	7
			7.1.3	prestis	9	7
			7.1.4	keceriaan	9	9
			7.1.5	lucu	8	9
			7.1.6	nostalgia	8	8
			7.1.7	unik	9	9
			7.1.8	tradisional	9	9
	7.2	cecap	7.2.1	manis	9	9
			7.2.2	gurih	8	8
			7.2.3	asin	8	8
			7.2.4	pedas	1	1
			7.2.5	pahit	1	1
	7.3	aroma	7.3.1	harum	8	8
			7.3.2	tidak sedap	1	1
	7.4	bobot	7.4.1	berat	5	5
			7.4.2	ringan	6	7

	7.5	suhu	7.5.1	dingin	6	7
			7.5.2	hangat	9	8
			7.5.3	panas	8	7

Tabel 32. Poin 7, penilaian dari narasumber pakar kemasan  
Ibu Listia Natadjaja, ST, MT, Master of Design

Tabel 32 menunjukkan bahwa, pada *sample 1*, kemasan tersebut mendapatkan nilai 1 dari beliau, pada pertanyaan nomor 7, yakni kolom 7.2 (cecapan) dengan rincian kolom nomor 7.2.4 (cecapan pedas) dan 7.2.5 (cecapan pahit), yang artinya kemasan tersebut tidak memberikan kesan cecapan pedas maupun pahit. Pada kolom nomor 7.3 (aroma) dengan rincian kolom nomor 7.3.2 (tidak sedap), yang artinya kemasan tersebut tidak memberikan kesan tidak sedap. Pada kolom 7.4 (bobot) dengan rincian kolom nomor 7.4.1 (berat) beliau memberikan nilai 5 yang artinya kemasan produk Bakpia Djogdja *sample 1* tidak begitu memberikan kesan berat pada kemasan.

Pada *sample 2*, kemasan tersebut mendapatkan nilai 1 dari beliau, pada pertanyaan nomor 7, yakni kolom 7.2 (cecapan) dengan rincian kolom nomor 7.2.4 (cecapan pedas) dan 7.2.5 (cecapan pahit), yang artinya kemasan tersebut tidak memberikan kesan cecapan pedas maupun pahit. Pada kolom nomor 7.3 (aroma) dengan rincian kolom nomor 7.3.2 (tidak sedap), yang artinya kemasan tersebut tidak memberikan kesan tidak sedap. Pada kolom 7.4 (bobot) dengan rincian kolom nomor 7.4.1 (berat) beliau memberikan nilai 5 yang artinya kemasan produk Bakpia Djogdja *sample 2* tidak begitu memberikan kesan berat pada kemasan.

No.	Item Pertanyaan	Nilai	Sample 1	Sample 2
8	Kemasan produk Bakpia Djogdja dapat memberikan komunikasi grafis secara visual melalui:			
	8.1	peran warna	9	9

8.2	peran gambar/ilustrasi dengan gaya kartun memberikan karakter:	8.2.1	lucu	7	9	
		8.2.2	akrab	9	9	
		8.2.3	tradisional	9	9	
8.3	(8.3.1) nama merek	8.3.1.1	membuat produk mudah dikenali	9	9	
		8.3.1.2	menunjukkan kualitas produk	8	8	
		8.3.1.3	memberikan jaminan kepuasan tertentu	8	8	
		8.3.1.4	menarik perhatian	9	9	
	(8.3.2) keterangan	8.3.2.1	rasa	8	8	
		8.3.2.2	tanggal kadaluarsa	1	1	
		8.3.2.3	nomor dari DEP.KES	8	8	
		8.3.2.4	halal dari MUI	9	1	
		8.3.2.5	Informasi komposisi	8	1	
		8.3.2.6	Informasi nilai gizi	1	1	
		8.3.2.7	slogan	7	7	
8.3.2.8		alamat perusahaan	8	8		
8.4	peran	(8.4.1)	8.4.1.1	diam	3	2

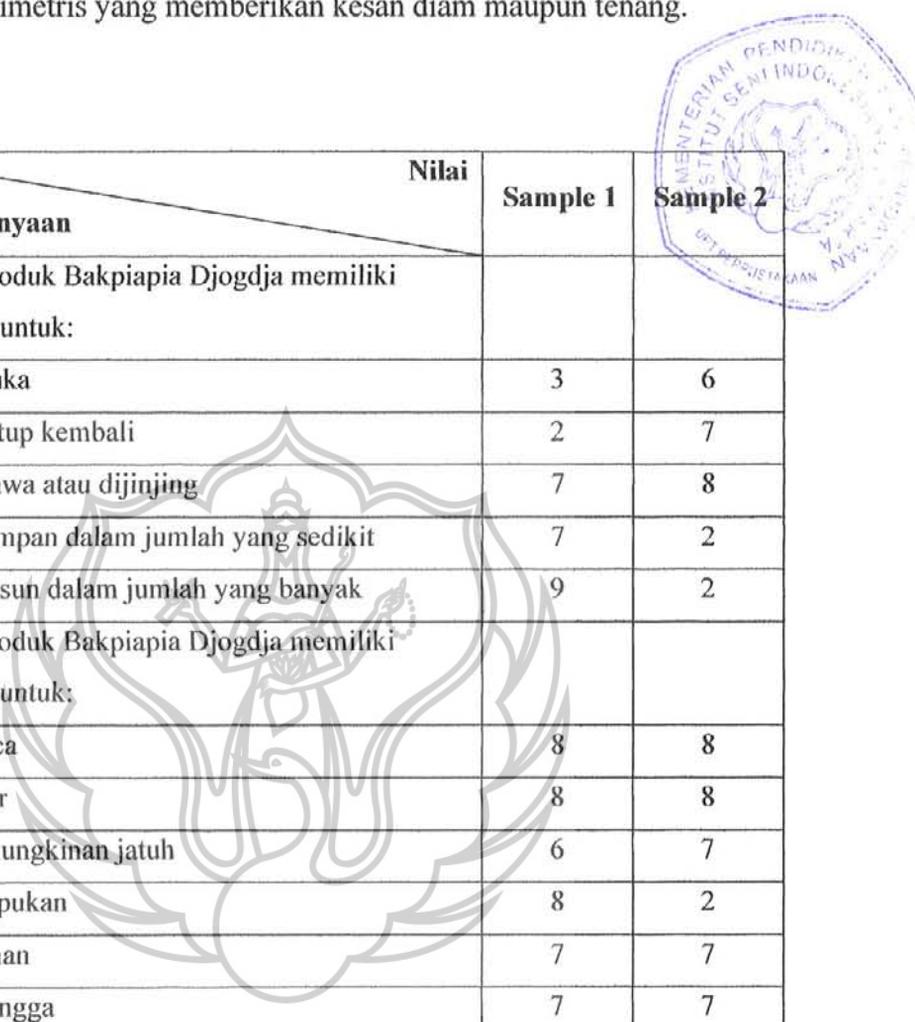
	layout	tata letak simetris memberikan kesan:	8.4.1.2	tenang	3	2
		(8.4.2)	8.4.2.1	bergerak	9	9
		tata letak asimetris memberikan kesan:	8.4.2.2	dinamis	9	9
8.5	peran bentuk				8	9

Tabel 33. Poin 8, penilaian dari narasumber pakar kemasan  
Ibu Listia Natadjaja, ST, MT, Master of Design

Pada pertanyaan *sample 1* nomor 8, beliau memberikan nilai 1 pada kolom nomor 8.3 (peran tipografi atau tata huruf) dengan rincian kolom nomor 8.3.2 (keterangan) pada 8.3.2.2 (tanggal kadaluarsa) dan 8.3.2.6 (informasi nilai gizi), yang artinya kemasan produk Bakpiapia Djogdja *sample 1* tidak memberikan komunikasi grafis secara visual melalui peran tipografi atau tata huruf dengan rincian informasi atau keterangan tanggal kadaluarsa maupun informasi nilai gizi. Pada kolom nomor 8.4 (peran layout) dengan rincian kolom nomor 8.4.1 (tata letak simetris memberikan kesan) pada 8.4.1.1 (diam) dan 8.4.1.2 (tenang) beliau memberikan nilai 3 yang artinya *sample 1* tidak begitu memberikan komunikasi grafis secara visual melalui tata letak simetris yang memberikan kesan diam maupun tenang.

Pada pertanyaan *sample 2* nomor 8, beliau memberikan nilai 1 pada kolom nomor 8.3 (peran tipografi atau tata huruf) dengan rincian kolom nomor 8.3.2 (keterangan) pada 8.3.2.2 (tanggal kadaluarsa), 8.3.2.4 (halal dari MUI), 8.3.2.5 (informasi komposisi) dan 8.3.2.6 (informasi nilai gizi) yang artinya kemasan produk Bakpiapia Djogdja *sample 2* tidak memberikan komunikasi grafis secara visual melalui peran tipografi atau tata huruf dengan rincian informasi atau keterangan tanggal kadaluarsa, halal dari MUI, informasi komposisi, maupun informasi nilai gizi. Pada kolom nomor 8.4 (peran layout) dengan rincian kolom nomor 8.4.1 (tata letak simetris memberikan kesan)

pada 8.4.1.1 (diam) dan 8.4.1.2 (tenang) beliau memberikan nilai 2 yang artinya *sample* 2 tidak begitu memberikan komunikasi grafis secara visual melalui tata letak simetris yang memberikan kesan diam maupun tenang.



No.	Item Pertanyaan	Nilai	Sample 1	Sample 2
9	Kemasan produk Bakpiapia Djogdja memiliki kemudahan untuk:			
	9.1	dibuka	3	6
	9.2	ditutup kembali	2	7
	9.3	dibawa atau dijinjing	7	8
	9.4	disimpan dalam jumlah yang sedikit	7	2
	9.5	disusun dalam jumlah yang banyak	9	2
10	Kemasan produk Bakpiapia Djogdja memiliki kemudahan untuk:			
	10.1	cuaca	8	8
	10.2	sinar	8	8
	10.3	kemungkinan jatuh	6	7
	10.4	tumpukan	8	2
	10.5	kuman	7	7
	10.6	serangga	7	7

Tabel 34. Poin 9 dan 10, penilaian dari narasumber pakar kemasan Ibu Listia Natadjaja, ST, MT, Master of Design

Pada pertanyaan *sample* 1 kemasan produk Bakpiapia Djogdja nomor 9, beliau memberikan nilai 3 pada kolom nomor 9.1 (dibuka) yang artinya *sample* 1 sulit untuk dibuka, dan beliau memberikan nilai 2 pada kolom nomor 9.2 (ditutup kembali) yang artinya kemasan tersebut sulit untuk ditutup kembali.

Pada pertanyaan *sample* 2 kemasan produk Bakpiapia Djogdja nomor 9, beliau memberikan nilai 2 pada kolom nomor 9.4 (disimpan dalam jumlah

yang sedikit) dan 9.5 (disusun dalam jumlah yang banyak) yang artinya *sample 2* sulit untuk disimpan dalam jumlah yang sedikit maupun disusun dalam jumlah yang banyak. Pada pertanyaan nomor 10 *sample 2*, beliau memberikan nilai 2 pada kolom nomor 10.4 (tumpukan) yang artinya *sample 2* tidak mampu melindungi isi produk dari tumpukan.

No.	Item Pertanyaan		Nilai		
			Sample 1	Sample 2	
11	Kemasan produk Bakpiapia Djogdja ramah lingkungan		6	6	
12	Kualitas mutu bahan (kertas) kemasan produk Bakpiapia Djogdja ini cukup baik		8	8	
13	Kemasan produk Bakpiapia Djogdja mudah didistribusikan dari:				
	13.1	pabrik ke distributor	8	8	
	13.2	pengecer sampai ke tangan pembeli	8	8	
	13.3	pembeli sampai ke tangan calon konsumen	8	8	
14	Desain kemasan produk Bakpiapia Djogdja sesuai dengan produk? (dilihat dari karakter grafisnya, misalnya warna sesuai dengan rasa):				
	14.1	manis	9	8	
	14.2	gurih	8	7	
15	Citra warna kemasan produk Bakpiapia Djogdja sesuai dengan <i>target audience</i> (sasaran):				
	15.1	usia	kurang dari 11 tahun	8	7
			11 tahun - 15 tahun	8	7
			16 tahun - 24 tahun	9	8
			lebih dari 24 tahun	9	8
	15.2	kelas ekonomi	bawah	8	8
			menengah	9	9
atas			9	9	

Tabel 35. Poin 11 dan 15, penilaian dari narasumber pakar kemasan Ibu Listia Natadjaja, ST, MT, Master of Design

Pada bagian II *sample 1* maupun *sample 2* dapat ditarik kesimpulan bahwa *sample 1* kemasan produk Bakpiapia Djogdja lebih lengkap unsur visualnya dibandingkan dengan *sample 2*, dan memenuhi kriteria desain kemasan yang baik.

Bagian III adalah pertanyaan terakhir yang akan mengakhiri wawancara dengan beliau. Dalam menjawab pertanyaan bagian III nomor satu apakah kemasan produk Bakpiapia Djogdja sudah memenuhi kriteria desain kemasan yang baik, beliau mengatakan bahwa secara visual sudah, karena kemasan produk Bakpiapia Djogdja sudah berbeda dari kemasan produk lain sehingga dapat dibedakan dengan mudah. Tetapi informasi pada kemasan tersebut kurang lengkap, contohnya tanggal kadaluarsa belum tersedia. Untuk merek Bakpiapia Djogdja secara visual sudah bagus, mereka berani dan kreatif untuk tidak mengambil *font* yang sudah ada, tetapi merek tersebut sulit dibaca dan membutuhkan waktu lama untuk membaca bahwa merek tersebut adalah Bakpiapia Djogdja. Untuk pertanyaan terakhir bagian III yaitu nomor dua, mengenai saran tentang kemasan produk Bakpiapia Djogdja, beliau mengatakan bahwa saran untuk *sample 1* seharusnya kemasan yang baik itu tanpa menggunakan bantuan isolasi ataupun staples, karena isolasi atau staples bukan bagian dari kemasan. Untuk lidah kanan dan kiri kemasan produk Bakpiapia Djogdja sebaiknya diperbesar karena lidah yang terlalu kecil ini kurang begitu menjaga isi produk, contohnya udara akan mudah masuk. Pada bagian depan kemasan ini, sebaiknya dimodifikasi lagi tanpa menggunakan bantuan isolasi. Tanpa bantuan isolasi akan lebih mudah dibuka dan ditutup.

Narasumber pakar kemasan yang kedua dalam penelitian ini adalah Bapak Taufiq Annas, S.Sn, *founder* Kindibrand di Semarang. Wawancara dilakukan pada tanggal 8 Juni 2013 pukul 13.15 WIB di Universitas Diponegoro Semarang (UNDIP). Dalam menjawab pertanyaan bagian I nomor satu apakah kemasan produk Bakpiapia Djogdja lebih menarik dibandingkan kemasan produk bakpia yang lain Bakpia Pathuk 75, Bakpia Pathuk 65, Bakpia Pathok Candi, dan Bakpia Pathuk Asli Srikandi Sri Mulia, beliau

mengatakan bahwa ya, kemasan produk Bakpiapia Djogdja lebih menarik dan memilih *sample 2*. Alasan beliau memilih *sample 2* dan bukan *sample 1* adalah karena dari segi fungsi kemasan ada 2 yaitu membungkus dan fungsional. Untuk pertanyaan terakhir bagian I yaitu nomor dua, mengenai unsur visual apa yang paling menarik dari kemasan produk Bakpiapia Djogdja, beliau menjawab bahwa beliau lebih tertarik *sample 1* karena tidak terlalu banyak elemen yang digunakan.

Bagian II, beliau memberikan nilai 1 sampai 9 pada *sample 1* maupun *sample 2*, dan terdapat nilai 1 sampai 5 pada *sample 1* maupun *sample 2* yang memberikan pandangan buruk pada kemasan tersebut. Lembar penilaian terdiri dari 15 poin penilaian yaitu:

No.	Item Pertanyaan			Nilai		
				Sample 1	Sample 2	
1	Kemasan produk Bakpiapia Djogdja lebih menarik perhatian dibandingkan kemasan produk bakpia yang lain			7	8	
2	Unsur-unsur atau aspek apa yang paling menarik pada kemasan produk Bakpiapia Djogdja secara visual:					
	2.1	warna	2.1.1	coklat	8	7
			2.1.2	kuning	7	8
	2.2	komposisi desain	2.2.1	logo	8	7
			2.2.2	merek	8	7
			2.2.3	tipografi	8	7
			2.2.4	ilustrasi	8	8
			2.2.5	<i>finishing</i>	7	8
	2.3	bentuk			8	7
	2.4	ukuran			8	8
3	Kemasan produk Bakpiapia Djogdja mudah dikenali diantara kemasan produk bakpia yang lain			8	8	
4	Kemasan produk Bakpiapia Djogdja mudah			8	8	

	dibedakan dari kemasan produk bakpia lainnya		
5	Kemasan produk Bakpiapia Djogdja lebih mudah diingat dibandingkan kemasan produk bakpia yang lain	8	8

Tabel 36. Poin 1 sampai 5, penilaian dari narasumber pakar kemasan Bapak Taufiq Annas, S.Sn

Seperti yang terlihat pada tabel 36, narasumber pakar kemasan Bapak Taufiq Annas, S.Sn memberikan nilai 7 sampai 8 pada poin 1 sampai 5, yang menyatakan bahwa nilai tersebut tidak memberikan pandangan buruk pada kemasan. Pada *sample 1* maupun *sample 2*, beliau menyatakan kemasan produk Bakpiapia Djogdja lebih menarik perhatian dibandingkan kemasan produk bakpia yang lain. Secara visual semua unsur-unsur atau aspek pada kemasan produk Bakpiapia Djogdja sudah menarik. Kemasan produk Bakpiapia Djogdja mudah dikenali diantara kemasan produk bakpia yang lain, mudah dibedakan dan lebih mudah diingat dibandingkan kemasan produk bakpia yang lain.

No.	Item Pertanyaan	Nilai	
		Sample 1	Sample 2
6	Kemasan produk Bakpiapia Djogdja cukup memberikan komunikasi, tentang:		
	6.1 merek	8	8
	6.2 logo	8	8
	6.3 warna	8	8
	6.4 bentuk	9	8
	6.5 ukuran	8	8
	6.6 detail	8	9

Tabel 37. Poin 6, penilaian dari narasumber pakar kemasan Bapak Taufiq Annas, S.Sn

Tabel 37 menunjukkan narasumber pakar kemasan Bapak Taufiq Annas, S.Sn memberikan nilai 8 sampai 9 pada poin 6, yang menyatakan bahwa pada

*sample 1* maupun *sample 2* kemasan produk Bakpiapia Djogdja cukup memberikan komunikasi, tentang merek, logo, warna, bentuk, ukuran dan produk.

No.	Item Pertanyaan		Nilai	Sample 1	Sample 2	
7	Kemasan produk Bakpiapia Djogdja memberikan kesan:					
	7.1	citra	7.1.1	elegan	8	8
			7.1.2	high class	8	8
			7.1.3	prestis	8	8
			7.1.4	keceriaan	8	8
			7.1.5	lucu	7	8
			7.1.6	nostalgia	8	8
			7.1.7	unik	8	9
	7.2	cecap	7.2.1	manis	7	8
			7.2.2	gurih	8	8
			7.2.3	asin	7	7
			7.2.4	pedas	4	4
			7.2.5	pahit	4	4
	7.3	aroma	7.3.1	harum	7	7
			7.3.2	tidak sedap	4	4
	7.4	bobot	7.4.1	berat	7	8
			7.4.2	ringan	8	7
	7.5	suhu	7.5.1	dingin	4	4
			7.5.2	hangat	7	7
			7.5.3	panas	6	6

Tabel 38. Poin 7, penilaian dari narasumber pakar kemasan Bapak Taufiq Annas, S.Sn

Pada *sample 1*, kemasan tersebut mendapatkan nilai 4, pada pertanyaan nomor 7, yakni kolom 7.2 (cecap) dengan rincian kolom nomor 7.2.4 (cecap pedas) dan 7.2.5 (cecap pahit), yang artinya kemasan tersebut tidak begitu

memberikan kesan cecap pedas maupun pahit. Pada kolom nomor 7.3 (aroma) dengan rincian kolom nomor 7.3.2 (tidak sedap), yang artinya kemasan tersebut tidak begitu memberikan kesan tidak sedap. Pada kolom 7.5 (suhu) dengan rincian kolom nomor 7.5.1 (dingin) yang artinya kemasan tersebut tidak begitu memberikan kesan dingin.

Pada *sample 2*, kemasan tersebut mendapatkan nilai 4 dari beliau, pada pertanyaan nomor 7, yakni kolom 7.2 (cecap) dengan rincian kolom nomor 7.2.4 (cecap pedas) dan 7.2.5 (cecap pahit), yang artinya kemasan tersebut tidak begitu memberikan kesan cecap pedas maupun pahit. Pada kolom nomor 7.3 (aroma) dengan rincian kolom nomor 7.3.2 (tidak sedap), yang artinya kemasan tersebut tidak begitu memberikan kesan tidak sedap. Pada kolom 7.5 (suhu) dengan rincian kolom nomor 7.5.1 (dingin) yang artinya kemasan tersebut tidak begitu memberikan kesan dingin pada kemasan.

No.	Item Pertanyaan		Nilai		Sample 1	Sample 2
8	Kemasan produk Bakpiapia Djogdja dapat memberikan komunikasi grafis secara visual melalui:					
	8.1	peran warna			7	7
	8.2	peran gambar/ilustrasi dengan gaya kartun memberikan karakter:	8.2.1	lucu	6	6
8.2.2			akrab	8	8	
8.3	peran tipografi/ tata huruf	(8.3.1) nama merek	8.3.1.1	membuat produk mudah dikenali	9	9
			8.3.1.2	menunjukkan kualitas produk	8	8

			8.3.1.3	memberikan jaminan kepuasan tertentu	9	8
			8.3.1.4	menarik perhatian	8	9
		(8.3.2) keterangan	8.3.2.1	rasa	6	5
			8.3.2.2	tanggal kadaluarsa	1	1
			8.3.2.3	nomor dari DEP.KES	6	6
			8.3.2.4	halal dari MUI	6	1
			8.3.2.5	Informasi komposisi	6	6
			8.3.2.6	Informasi nilai gizi	1	1
			8.3.2.7	slogan	4	4
			8.3.2.8	alamat perusahaan	7	8
8.4	peran layout		(8.4.1)	8.4.1.1	diam	6
		tata letak simetris memberikan kesan:	8.4.1.2	tenang	6	6
		(8.4.2)	8.4.2.1	bergerak	7	8
		tata letak asimetris memberikan kesan:	8.4.2.2	dinamis	6	6
8.5	peran bentuk			6	8	

Tabel 39. Poin 8, penilaian dari narasumber pakar kemasan Bapak Taufiq Annas, S.Sn

Pada pertanyaan *sample 1* nomor 8, beliau memberikan nilai 1 pada kolom nomor 8.3 (peran tipografi atau tata huruf) dengan rincian kolom nomor 8.3.2 (keterangan) pada 8.3.2.2 (tanggal kadaluarsa) dan 8.3.2.6 (informasi nilai gizi), yang artinya kemasan produk Bakpiapia Djogdja *sample 1* tidak memberikan komunikasi grafis secara visual melalui peran tipografi atau tata huruf dengan rincian informasi atau keterangan tanggal kadaluarsa maupun informasi nilai gizi. Pada kolom nomor 8.3.2.7 (slogan) beliau memberikan nilai 4, yang artinya slogan kemasan tersebut tidak begitu memberikan komunikasi grafis secara visual melalui peran tipografi atau tata huruf.

Pada pertanyaan *sample 2* nomor 8, beliau memberikan nilai 5 pada kolom nomor 8.3 (peran tipografi atau tata huruf) dengan rincian kolom nomor 8.3.2 (keterangan) pada 8.3.2.1 (rasa), yang artinya kemasan tersebut tidak begitu memberikan komunikasi grafis secara visual melalui peran tipografi atau tata huruf mengenai keterangan rasa. Pada 8.3.2.2 (tanggal kadaluarsa), 8.3.2.4 (halal dari MUI), dan 8.3.2.6 (informasi nilai gizi) beliau memberikan nilai 1, yang artinya kemasan produk Bakpiapia Djogdja *sample 2* tidak memberikan komunikasi grafis secara visual melalui peran tipografi atau tata huruf dengan rincian informasi atau keterangan tanggal kadaluarsa, halal dari MUI, maupun informasi nilai gizi. Pada kolom nomor 8.3.2.7 (slogan) beliau memberikan nilai 4, yang artinya slogan kemasan tersebut tidak begitu memberikan komunikasi grafis secara visual melalui peran tipografi atau tata huruf.

No.	Item Pertanyaan		Nilai	Sample 1	Sample 2
	9	Kemasan produk Bakpiapia Djogdja memiliki kemudahan untuk:			
	9.1	dibuka		8	5
	9.2	ditutup kembali		8	5
	9.3	dibawa atau dijinjing		7	9
	9.4	disimpan dalam jumlah yang sedikit		9	6

	9.5	disusun dalam jumlah yang banyak	9	5
<b>10</b>	Kemasan produk Bakpiapia Djogdja memiliki kemudahan untuk:			
	10.1	cuaca	7	7
	10.2	sinar	7	7
	10.3	kemungkinan jatuh	6	8
	10.4	tumpukan	9	6
	10.5	kuman	7	7
	10.6	serangga	7	7

Tabel 40. Poin 9 dan 10, penilaian dari narasumber pakar kemasan Bapak Taufiq Annas, S.Sn

Pada pertanyaan nomor 9, beliau memberikan nilai 5 pada kolom nomor 9.1 (dibuka), 9.2 (ditutup kembali), dan 9.5 (disusun dalam jumlah yang banyak), yang artinya kemasan tersebut tidak begitu memberikan kemudahan untuk dibuka maupun ditutup kembali, dan disusun dalam jumlah yang banyak.

No.	Item Pertanyaan	Nilai	Sample 1	Sample 2
<b>11</b>	Kemasan produk Bakpiapia Djogdja ramah lingkungan		8	7
<b>12</b>	Kualitas mutu bahan (kertas) kemasan produk Bakpiapia Djogdja ini cukup baik		7	7
<b>13</b>	Kemasan produk Bakpiapia Djogdja mudah didistribusikan dari:			
	13.1	pabrik ke distributor	7	6
	13.2	pengecer sampai ke tangan pembeli	7	6
	13.3	pembeli sampai ke tangan calon konsumen	7	6
<b>14</b>	Desain kemasan produk Bakpiapia Djogdja sesuai dengan produk? (dilihat dari karakter grafisnya, misalnya warna sesuai dengan rasa):			
	14.1	manis	7	7

	14.2	gurih		1	1
15	Citra warna kemasan produk Bakpiapia Djogdja sesuai dengan <i>target audience</i> (sasaran):				
	15.1	usia	kurang dari 11 tahun	1	1
			11 tahun - 15 tahun	1	1
			16 tahun - 24 tahun	6	6
			lebih dari 24 tahun	8	8
	15.2	kelas ekonomi	bawah	1	1
			menengah	3	3
atas			7	7	

Tabel 41. Poin 11 dan 15, penilaian dari narasumber pakar kemasan Bapak Taufiq Annas, S.Sn

Pada pertanyaan *sample 1* kemasan produk Bakpiapia Djogdja nomor 14, beliau memberikan nilai 1 pada kolom nomor 14.2 (gurih), yang artinya *sample 1* tidak begitu memberikan rasa sesuai warna. Pada nomor 15 mengenai *target audience* pada citra warna kemasan produk Bakpiapia Djogdja *sample 1*, beliau memberikan nilai 1 pada kolom nomor 15.1 (usia) dengan rincian usia kurang dari 11 tahun dan 11 tahun sampai 15 tahun, yang artinya *sample 1* tidak cocok untuk *target audience* usia kurang dari 15 tahun. Pada kolom nomor 15.2 (kelas ekonomi) dengan rincian kelas ekonomi kebawah beliau memberikan nilai 1, dan nilai 3 untuk kelas ekonomi atas, yang artinya kemasan *sample 1* tidak cocok untuk kelas ekonomi kebawah maupun atas, dan kemasan tersebut lebih cocok untuk kelas ekonomi menengah.

Pada pertanyaan *sample 2* kemasan produk Bakpiapia Djogdja nomor 14, beliau memberikan nilai 1 pada kolom nomor 14.2 (gurih), yang artinya *sample 2* tidak begitu memberikan rasa sesuai warna. Pada nomor 15 mengenai *target audience* pada citra warna kemasan produk Bakpiapia Djogdja *sample 2*, beliau memberikan nilai 1 pada kolom nomor 15.1 (usia) dengan rincian usia kurang dari 11 tahun dan 11 tahun sampai 15 tahun, yang artinya *sample 2* tidak cocok untuk *target audience* usia kurang dari 15 tahun.

Pada kolom nomor 15.2 (kelas ekonomi) dengan rincian kelas ekonomi kebawah beliau memberikan nilai 1, dan nilai 3 untuk kelas ekonomi atas, yang artinya kemasan *sample 2* tidak cocok untuk kelas ekonomi kebawah maupun atas, dan kemasan tersebut lebih cocok untuk kelas ekonomi menengah.

Pada bagian II *sample 1* maupun *sample 2* dapat ditarik kesimpulan bahwa kemasan *sample 1* maupun *sample 2* pada penilaian beliau hampir sama hanya saja yang membedakan kemasan produk Bakpiapia Djogdja *sample 2* tidak memberikan komunikasi grafis secara visual melalui peran tipografi atau tata huruf dengan rincian informasi atau keterangan halal dari MUI, sedangkan kemasan produk Bakpiapia Djogdja *sample 1* memiliki informasi atau keterangan halal dari MUI. Dan dibandingkan dengan kemasan *sample 1*, kemasan *sample 2* tidak begitu memberikan kemudahan untuk dibuka maupun ditutup kembali, dan disusun dalam jumlah yang banyak.

Bagian III adalah pertanyaan terakhir yang akan mengakhiri wawancara dengan beliau. Dalam menjawab pertanyaan bagian III nomor satu apakah kemasan produk Bakpiapia Djogdja sudah memenuhi kriteria desain kemasan yang baik, beliau mengatakan bahwa ya sudah karena kemasan produk Bakpiapia Djogdja mampu mengemas dan melindungi isi produk, desain kemasan unik, dan dapat dengan mudah dibedakan dengan kemasan bakpia lain karena berbeda dengan produk pesaing. Untuk pertanyaan terakhir bagian III yaitu nomor dua, mengenai saran tentang kemasan produk Bakpiapia Djogdja, beliau mengatakan bahwa saran untuk *sample 1* seharusnya menggunakan laminasi *doff* lebih bagus, akan terlihat *high class*.

## F. Analisis Peneliti Tentang Kemasan Bakpiapia Djogdja

Bakpiapia Djogdja memiliki kemasan yang berbeda dari bakpia pada umumnya. Kemasan yang menarik dan desain berkarakter, membuat Bakpiapia Djogdja mempunyai ciri khas tersendiri pada kemasan dan desain kemasannya. Dalam penelitian ini, peneliti turut serta menganalisis tentang desain kemasan Bakpiapia Djogdja *sample 1* maupun *sample 2*. Secara visual kemasan Bakpiapia Djogdja *sample 1* maupun *sample 2* sudah bagus. Dari segi warna kemasan, *target audience* Bakpiapia Djogdja adalah remaja. Perpaduan warna kuning dan coklat tua kurang begitu menarik bagi remaja, karena remaja lebih tertarik dengan warna-warna yang cerah. Merek Bakpiapia Djogdja secara visual kreatif karena tidak mengambil *font* yang sudah ada, akan tetapi merek tersebut sulit dibaca dan membutuhkan waktu lama untuk membaca bahwa merek tersebut adalah Bakpiapia Djogdja. Perpaduan antara "gambar tugu" dengan huruf "P" dan "a" yang artinya "Pia" membuat merek tersebut sulit dibaca, alangkah lebih baik jika merek tersebut dimodifikasi sedemikian rupa agar mudah dibaca akan tetapi kekhasan merek Bakpiapia Djogdja tidak hilang.



Gambar 35. Logo Bakpiapia Djogdja  
Sumber : Endang Kusuma Jati, tahun 2013

Dalam memberikan komunikasi grafis secara visual melalui peran tipografi atau tata huruf, keterangan atau informasi pada kemasan sangatlah penting terutama tanggal kadaluarsa. Pada kemasan Bakpiapia Djogdja *sample*

1 maupun *sample* 2 tidak terdapat keterangan berat bersih atau isi bersih, tanggal kadaluarsa maupun informasi nilai gizi, dan pada kemasan Bakpiapia Djogdja *sample* 2 tidak terdapat keterangan tentang halal. Padahal menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 tahun 1996 tentang pangan, pada bab IV label dan iklan pangan, bunyi pasal 30 ayat (1) Setiap orang yang memproduksi atau memasukkan ke dalam wilayah Indonesia pangan yang dikemas untuk diperdagangkan wajib mencantumkan label pada, di dalam, dan atau di kemasan pangan; ayat (2) Label, sebagaimana dimaksud pada ayat (1), memuat sekurang-kurangnya keterangan mengenai: (a) nama produk; (b) daftar bahan yang digunakan; (c) berat bersih atau isi bersih; (d) nama dan alamat pihak yang memproduksi atau memasukkan pangan ke dalam wilayah Indonesia; (e) keterangan tentang halal; dan (f) tanggal, bulan, dan tahun kedaluwarsa; dan ayat (3) Selain keterangan sebagaimana dimaksud pada ayat (2), Pemerintah dapat menetapkan keterangan lain yang wajib atau dilarang untuk dicantumkan pada label pangan.

Suatu produk yang tidak menggunakan tanggal kadaluarsa pada kemasan, orang akan dibuat bingung karena tidak tahu kapan produk tersebut tidak boleh dikonsumsi, meskipun secara lisan produk tidak boleh dikonsumsi setelah 5 hari misalnya, semua orang tidak akan ingat, terutama orang yang sudah tua maupun anak muda yang memiliki ingatan sangat rendah. Mengenai informasi nilai gizi juga sangatlah penting karena saat ini orang semakin kritis dan ingin mengetahui nilai gizi dari makanan tersebut sebelum dikonsumsi. Terutama pada orang yang menderita sakit diabetes, darah tinggi, dan penyakit lain yang memerlukan informasi nilai gizi pada kemasan tersebut seperti kadar lemak, protein, gula, dan lain sebagainya. Keterangan halal pada suatu produk sangatlah penting, terutama bagi mereka yang muslim.

Dari segi bentuk kemasan Bakpiapia Djogdja *sample* 1, bagian depan lidah penutup kemasan menggunakan bantuan isolasi sehingga sulit untuk dibuka maupun ditutup kembali, sebaiknya dimodifikasi lagi tanpa

menggunakan bantuan isolasi agar lebih mudah dibuka maupun ditutup misalnya dibuat tempat untuk menyelipkan lidah.



Gambar 36. Lidah Penutup Depan Kemasan Bakpiapia Djogdja *Sample 1*  
Sumber : Endang Kusuma Jati, tahun 2013

Masih pada bagian depan lidah penutup kemasan *sample 1*. Ketika lidah penutup kemasan ditutup, terdapat jarak kurang lebih 3 - 4 mm antara bentuk desain lidah penutup kemasan dengan desain kemasan yang berwarna coklat, sehingga terlihat kurang sempurna pada hasil akhir karena jarak tersebut.



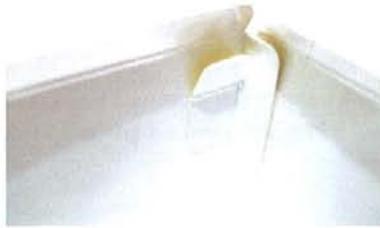
Gambar 37. Lidah Penutup Depan Kemasan Bakpiapia Djogdja *Sample 1*  
Sumber : Endang Kusuma Jati, tahun 2013

Untuk lidah kanan dan kiri kemasan produk Bakpiapia Djogdja *sample 1* sebaiknya diperbesar karena lidah yang terlalu kecil ini kurang begitu menjaga isi produk, contohnya udara akan mudah masuk.



Gambar 38. Lidah Penutup Samping Kemasan Bakpiapia Djogdja *Sample 1*  
Sumber : Endang Kusuma Jati, tahun 2013

Pada bagian pengunci sudut kemasan produk Bakpiapia Djogdja *sample 1* terlalu kecil sehingga kurang begitu kuat. Kemungkinan jika kemasan jatuh pengunci ini akan sobek, karena kurang begitu kuat menahan beban produk sehingga tidak menjaga isi produk.



Gambar 39. Pengunci Sudut Kemasan Bakpiapia Djogdja *Sample 1*  
Sumber : Endang Kusuma Jati, tahun 2013

Pada kemasan produk Bakpiapia Djogdja *sample 2*, lubang pada ilustrasi yang menghiasi pengunci untuk menutup kemasan terlalu banyak, sehingga tidak ada bedanya antara ilustrasi sebagai hiasan dan pengunci, dikarenakan hal tersebut maka saat menutup kemasan sedikit sulit untuk memasukkan pengait ke dalam lubang pengunci.



Gambar 40. Pengait dan Pengunci Kemasan Bakpiapia Djogdja *Sample 2*  
Sumber : Endang Kusuma Jati, tahun 2013

Lebih baik, ilustrasi yang menghiasi pengunci tidak diberi lubang melainkan ditutup dengan menggunakan laminasi plastik, hanya pada tempat pengunci saja yang diberi lubang, agar lebih mudah dan tidak kesulitan untuk menutup kemasan.



Gambar 41. Pengait Kemasan Bakpiapia Djogdja *Sample 2*  
Sumber : Endang Kusuma Jati, tahun 2013



Gambar 42. Pegunci Kemasan Bakpiapia Djogdja *Sample 2*  
Sumber : Endang Kusuma Jati, tahun 2013

Masih pada bagian pengait kemasan *sample 2*. Pada bagian pengait kemasan produk Bakpiapia Djogdja *sample 2* terdapat pengait lain yang menyatu pada pengait awal. Ketika kemasan produk akan ditutup, pengait ini sangat mengganggu karena masuk ke dalam lubang ilustrasi yang menghiasi pengunci. Alangkah lebih baik pengait ini dihilangkan, dan jika pengait ini tidak dihilangkan maka solusinya ilustrasi yang menghiasi pengunci ditutup dengan laminasi plastik sehingga tidak akan mengganggu saat kemasan akan ditutup.



Gambar 43. Pengait Kemasan Bakpiapia Djogdja *Sample 2*  
Sumber : Endang Kusuma Jati, tahun 2013

Pada bagian *window (die cut)* kemasan produk Bakpiapia Djogdja *sample 2*, terdapat *window (die cut)* yang berbentuk kotak kecil. *Window (die cut)* tersebut sebaiknya dihilangkan karena tidak menyatu dengan *window (die cut)* yang lain, sehingga terkesan tidak berfungsi, terlalu banyak ornamen dan mengganggu.



Gambar 44. *Window (Die Cut)* Kemasan Bakpiapia Djogdja *Sample 2*  
Sumber : Endang Kusuma Jati, tahun 2013

