

Analisa Pemetaan Visual Desain Kemasan Minyak Telon Tradisional dan Modern

Shania Sutanto¹, Cindy Muljosumarto¹, Ani Wijayanti Suhartono¹

1. Desain Komunikasi Visual, Seni dan Desain, Universitas Kristen Petra,
Jalan Siwalankerto No. 142-144, Surabaya

Abstrak

Minyak telon merupakan produk dari Indonesia yang sudah dikenal sejak lama. Minyak telon terus berkembang hingga membuat persaingan produk minyak telon ini semakin ketat. Salah satu faktor pemasaran yang penting adalah kemasan dari sebuah produk. Dalam penelitian ini akan dilakukan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan komparatif dimana peneliti membandingkan antara dua desain kemasan melalui elemen visualnya, yaitu desain kemasan modern dan desain kemasan tradisional. Melalui penelitian ini ditemukan bahwa pada desain kemasan tradisional masih terdapat elemen visual yang meninggalkan jejak kebudayaan Indonesia seperti batik dan sulur-sulur dan juga belum banyak berinovasi. Pada kemasan modern ditemukan kemasan yang beragam dan berkembang menyesuaikan kebutuhan yang ada pada masyarakat serta desain yang digunakan meninggalkan kesan bersih, simpel, dan rapi.

Kata kunci: kemasan modern, kemasan tradisional, komparasi kemasan, elemen visual, minyak telon.

Abstract

Title: *Visual Mapping Analysis of Traditional and Modern Telon Oil Packaging Designs*

Telon oil is a product from Indonesia that has been known for a long time. Telon oil continues to grow, making the competition for telon oil products even tighter. One of the most important marketing factors is the packaging of a product. In this study, qualitative research methods will be used with a comparative approach where researcher compare two packaging designs through their visual elements, which is modern packaging designs and traditional packaging designs. Through this research it was found that in traditional packaging designs there are visual elements that leave traces of Indonesian culture such as batik and vine, and also not much innovation. In modern packaging it is more varies and well developed according to the society needs, also the designs gives clean, simple, neat impression.

Keywords: *modern packaging, traditional packaging, packaging comparison, visual elements, telon oil.*

Pendahuluan

Bagi para ibu, kesehatan dan kenyamanan anak adalah yang utama. Anak merupakan buah hati dari orang tua sehingga anak menjadi prioritas utama bagi orang tua dan orang tua selalu ingin memberikan yang terbaik bagi anaknya. Minyak telon menjadi salah satu produk yang disukai dan dipercaya oleh orang tua untuk dapat menjaga kesehatan dan kenyamanan bayi serta anak-anak. Minyak telon yang telah dipercaya secara turun-temurun agar dapat menjaga kesehatan anak membuat kepercayaan para ibu kepada produk ini menjadi semakin tinggi. Minyak telon sendiri merupakan produk yang berasal dari Indonesia. Dalam perjalanan produk minyak telon ini, maka muncul persaingan dalam produk minyak telon yang menjadi semakin ketat seiring berkembangnya waktu dan banyak

merek-merek baru yang terus bermunculan. Persaingan yang ketat ini membuat produk yang berasal dari dalam negeri ini kurang dapat bersaing di pasar, hingga mengakibatkan salah satu produsen lokal yang sudah berkiprah lama dan terkenal di Indonesia bangkrut (Ariyanti, 2017). Persaingan yang ketat ini juga mengakibatkan setiap merek saling berusaha untuk mengungguli satu sama lain, mulai dari mempromosikan produk di berbagai media hingga menonjolkan keunikan produk serta membuat kemasan produk yang penuh dengan inovasi dan juga membuat kemasan yang lebih baik serta memudahkan konsumen.

Dulu, kemasan hanya memiliki fungsi untuk menjaga produk. Namun, sekarang kemasan menjadi faktor yang cukup penting sebagai alat pemasaran

(Rangkuti, 2010:132). Kemasan menjadi salah satu faktor yang tidak kalah penting agar dapat bersaing di pasar dan dapat mengambil hati konsumen adalah melalui desain kemasan produk. Desain kemasan produk harus dapat memenuhi fungsi-fungsi tertentu agar dapat menjadi desain produk yang baik. Pemasaran yang baik dengan desain yang menarik dan kreatif tentunya dapat membuat barang atau produk menjadi lebih mudah diingat oleh para konsumen.

Dalam setiap kemasan, terdapat desain kemasan yang sudah dipikirkan agar konsumen dapat dipahami pesan-pesan yang terkandung dan juga ingin disampaikan dari sebuah produk atau produsen. Desain kemasan sekarang ini sudah menjadi faktor yang mendukung dalam pemilihan serta pembelian sebuah produk oleh konsumen dan juga mempunyai banyak fungsi lain selain fungsi utama kemasan, yaitu melindungi sebuah produk.

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti ingin mengetahui karakteristik yang ada pada produk minyak telon produk tradisional dan modern. Diharapkan melalui pengetahuan ini produsen dapat memahami karakteristik yang ada pada desain kemasan minyak telon tradisional dan modern, sehingga dapat menyesuaikannya dengan karakter masyarakat yang dituju. Melalui pemahaman karakter ini maka produsen dapat membuat pesan yang sesuai dan dapat membantu membuat proses marketing yang lebih baik lagi. Selain itu, produsen dapat mengerti pentingnya desain kemasan terhadap pangsa pasarnya yang ingin dituju dan dapat membuat produk minyak telon sebagai produk yang berasal dari dalam negeri menjadi produk yang lebih unggul lagi. Peranan desain kemasan penting dalam sebuah pemasaran karena desain kemasan yang baik dapat menampilkan citra produk kepada konsumen dan membuat konsumen merasa ingin untuk membeli produk tersebut.

Metode Penelitian

Metode analisis data yang digunakan peneliti adalah metode kualitatif yang cenderung bersifat deskriptif dan kata-kata tertulis dengan pendekatan komparatif dimana peneliti membandingkan beberapa variabel hingga ditemukan persamaan-persamaan dan perbedaan-perbedaan. Menurut Sugiyono (2017:9) "Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, pengambilan sampel sumber data dilakukan secara purposive dan snowball, teknik pengumpulan data dengan triangulasi (gabungan), analisis data bersifat

induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi".

Dalam menganalisa, peneliti juga menggunakan salah satu teori metodologi visual yang akan diaplikasikan pada objek penelitian yaitu metode visual site of image itself oleh Gillian Rose, menjelaskan bahwa pada metode ini peneliti bertindak sendiri dalam pemaknaan serta pemahaman dan juga interpretasi pada objek penelitian yang akan diteliti. Peneliti akan menguraikan makna pada gambar-gambar visual yang ada sesuai dengan pemahaman dan pengalaman serta pengetahuan yang dimiliki oleh peneliti. Rose (2001) juga mengungkapkan bahwa penulis budaya visual tidak hanya mementingkan gambar yang tampak saja, tetapi lebih dari itu yaitu bagaimana gambar itu dilihat.

Tinjauan Pustaka

Teori Kemasan

Menurut Titik Wijayanti (2012), kemasan adalah usaha yang dilakukan oleh suatu perusahaan agar dapat memberikan informasi melalui produknya kepada para konsumen.

Fungsi dan Tujuan Kemasan

Fungsi dan tujuan kemasan sendiri menurut Titik Wijayanti (2012) adalah:

- Mempercantik produk sesuai dengan kemasan yang sesuai kategori produk.
- Memberikan keamanan bagi produk saat produk dipajang di toko.
- Memberikan keamanan bagi produk selama proses distribusi produk.
- Memberikan informasi tentang produk kepada konsumen dalam bentuk label.
- Merupakan hasil desain produk yang menunjukkan produk tersebut.

Daya Tarik Kemasan

Daya tarik kemasan sangat penting dimiliki dalam sebuah kemasan karena dapat membuat stimulus pada konsumen sehingga membuat konsumen tertarik pada sebuah produk yang sudah dirancang oleh produsen.

Menurut Wirya (1999), daya tarik kemasan dibagi menjadi dua:

a) Daya Tarik Visual

Penampilan luar atau label yang ada pada kemasan sehingga mampu menarik perhatian konsumen. Daya tarik visual ini mencakup beberapa unsur-unsur agar dapat memberikan kesan positif yang ditangkap konsumen tanpa disadari karena mempengaruhi alam bawah sadar seperti warna, bentuk, merk, ilustrasi, teks, dan tata letak.

b) Daya Tarik Praktis

Daya tarik praktis mengacu pada efektivitas dan efisiensi kemasan yang diberikan pada konsumen dan

juga distributor sehingga kemasan mudah dan juga praktis untuk dibawa dan didistribusikan.

Menurut Nugroho (2006) terdapat beberapa strategi kreatif dalam sebuah kemasan, beberapa sisi yang dapat dimodifikasi dari suatu produk, yaitu:

a) Warna

Warna adalah suatu mutu cahaya yang dipantulkan dari suatu objek ke mata manusia Wirya (1999:26). Warna terbagi dalam tiga kategori, yaitu terang atau muda, sedang, dan gelap (tua). Warna termasuk komponen utama yang menjadi perhatian konsumen pertama kali dibandingkan bentuk suatu barang. Fungsi utama dari warna dalam sebuah desain kemasan adalah untuk identifikasi dan menciptakan suatu citra agar meningkatkan daya beli konsumen. Pemilihan warna yang tepat juga mampu membuat konsumen memiliki kesan dan perasaan mendalam terhadap sebuah desain kemasan.

b) Bentuk

Komponen ini merupakan pendukung utama yang mampu menciptakan keseluruhan daya tarik visual dalam suatu kemasan. Bentuk kemasan biasanya ditentukan oleh sifat produknya, pertimbangan mekanis, kondisi penjualan, cara penggunaan.

c) Merek atau logo

Dalam hal ini, logo suatu perusahaan memiliki peran penting bila dimasukkan kedalam suatu kemasan, karena logo merupakan identitas simbol suatu perusahaan yang dapat membedakan antara satu perusahaan dengan perusahaan lain.

d) Ilustrasi

Ilustrasi merupakan salah satu unsur yang dapat membuat kemasan menjadi menarik, ilustrasi disini tidak hanya terpaku pada gambar-gambar ilustrasi saja, tetapi juga termasuk fotografi. Ilustrasi dikatakan seringkali digunakan karena dapat menjadi bahasa universal yang dapat menembus perbedaan bahasa yang ada di setiap negara. Ilustrasi sendiri juga dapat memberikan kesan menonjol dan menarik saat dilihat mata sehingga merupakan salah satu unsur yang penting.

e) Teks

Dalam sebuah desain kemasan, tentunya harus memuat teks, baik berupa penjelasan tentang produk tersebut, maupun tentang pesan-pesan yang ingin disampaikan oleh perusahaan kepada konsumen. Tipografi atau tipe teks yang diambil juga harus menyesuaikan dengan produk serta pesan dan kesan yang ingin disampaikan oleh produsen sehingga semakin kuat pesan yang tersampaikan melalui jenis tipografi yang sesuai.

f) Tata Letak

Dalam sebuah kemasan maka kemudian ditata semua unsur-unsur desain kemasan yang dapat membuat konsumen tertarik. Tata letak unsur-unsur ini kemasan ini dibuat agar konsumen mudah mencerna pesan-pesan yang ingin disampaikan oleh produsen. Beberapa hal yang harus diperhatikan saat membuat

kemasan seperti keseimbangan, titik pandang, lawanan, perbandingan, alunan pirza, dan kesatuan.

Hasil dan Pembahasan

Kemasan Minyak Telon Tradisional

Setiap negara memiliki kebudayaan serta adat dan norma yang berbeda-beda dan kebudayaan ini yang menjadi ciri khas yang ada pada suatu negara.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), tradisional diartikan sebagai sikap dan cara berpikir serta bertindak yang selalu berpegang teguh pada norma dan adat kebiasaan yang ada secara turun-temurun atau menurut tradisi (adat). Negara Indonesia sebagai negara yang memiliki banyak kepulauan yang tersebar dari Sabang hingga Merauke menyebabkan negara Indonesia sebagai negara yang memiliki keberagaman budaya. Hal ini juga terjadi karena di setiap pulau terdapat tradisi, adat istiadat, suku, ras, dan juga budaya yang berbeda-beda pula.

Kebudayaan tradisional yang telah ada sejak dahulu ini diturunkan secara turun temurun agar dapat dibudayakan dan tidak hilang. Beberapa kebudayaan tradisional itu sendiri seperti wayang, batik, ukiran-ukiran, tari-tarian, pakaian adat, rumah adat, dan masih banyak lagi lainnya. Beberapa budaya yang ada di Indonesia ini diaplikasikan ke dalam beberapa desain-desain kemasan pada produk yang ada di Indonesia, termasuk pada kemasan produk minyak telon yang merupakan produk asli yang berasal dari Indonesia. Pada kemasan tradisional dalam minyak telon maka terdapat ciri-ciri yang menandakan kemasan yang bersifat tradisional dan juga nuansa desain yang bersifat tradisional melalui elemen-elemen desainnya, bisa melalui warna, bentuk, tipografi, ilustrasi, tata letak, dan juga merek atau logo.



Sumber:

<https://zilingotrade.id/id/product/details/PRO8353125948>

Gambar 1. Contoh elemen desain tradisional

Kemasan Minyak Telon Modern

Dalam perkembangan modern masa kini, dimana perkembangan teknologi dan industri yang semakin pesat maka tidak dapat dipungkiri masyarakat ikut berkembang dalam ilmu pengetahuan serta teknologi dan juga cara berfikirnya. Perkembangan ini juga

mempengaruhi sifat dari masyarakat yaitu sifat yang konsumtif praktis yang membuat masyarakat ingin segala sesuatunya praktis, efisien, dan juga mempermudah kehidupan. Masyarakat pada zaman sekarang juga memiliki orientasi hidup serta nilai-nilai kebudayaan yang lebih mengarah ke masa sekarang. Hal ini membuat terdapat inovasi-inovasi terbaru yang serba instan atau praktis, termasuk dalam pembuatan sebuah kemasan minyak telon untuk dapat menyaingi kebutuhan akan masyarakat modern yang semakin berkembang setiap tahunnya. (Putri, 2021)

Masyarakat modern memiliki beberapa ciri-ciri, berdasarkan Study Lectures Note (Putri, 2021) yaitu:

- a) Perkembangan sektor industri dan teknologi yang berkembang pesat
- b) Adanya urbanisasi.
- c) Pekerjaan tidak tergantung alam dan bersifat heterogen.
- d) Peluang atau kesempatan kerjanya lebih tinggi.
- e) Adanya stratifikasi sosial.
- f) Terdapat fasilitas perkotaan yang memadai.
- g) Bersikap individualistis.
- h) Gerak mobilitas yang tinggi.

Jika ditelaah lebih lanjut dan juga melalui hasil observasi, maka beberapa analisa segmentasi pasar untuk minyak telon dengan desain kemasan modern pada masyarakat modern yaitu:

- a) Demografis:
 - Usia: Berusia dari 25 tahun hingga 35 tahun
 - Jenis Kelamin: Wanita
 - SES: Menengah ke atas (C-B)
- b) Psikografis
 - Menyayangi anak dan ingin yang terbaik untuk anak
 - Berpikiran modern
 - Menyukai kemudahan
 - Ingin menghemat waktu
 - Melek teknologi
- c) Behavioural
 - Aktif dalam bekerja
 - Mengurus rumah
 - Mengurus anak
 - Memilih produk yang praktis dan instan
 - Memilih sendiri sebelum membeli

Menurut Wiryia (1999), daya tarik praktis dari kemasan yaitu kemasan yang dapat melindungi produk, kemasan yang mudah dibuka atau ditutup untuk disimpan, kemasan dengan porsi yang sesuai, kemasan yang dapat digunakan kembali, kemasan yang mudah dibawa, dipegang dan dijinjing, kemasan yang memudahkan pemakai dalam menghabiskan dan mengisinya kembali.

Berdasarkan karakteristik konsumen masyarakat modern diatas, maka kemasan produk dari minyak telon sendiri mulai berubah jika dibandingkan dengan

kemasan minyak telon tradisional. Masyarakat yang saat ini lebih menyukai kemudahan, ingin menghemat waktu, serta berpikiran dan menyukai kemodernan. Dalam menanggapi keinginan dan karakteristik masyarakat, kemasan-kemasan saat ini dibuat lebih praktis dan sesuai dengan sikap kemodernan yang ada pada masyarakat. Hal ini terlihat dari bentuk kemasan yang mulai berubah dari bentuk tutup botol yang dulunya ulir, berubah menjadi lebih praktis dengan tutup yang beragam seperti flip top, roll on, dan ada juga yang berbentuk spray.

Dalam visual yang ada pada kemasan minyak telon modern maka gaya desain yang digunakan yaitu gaya desain modern dimana kemasan ini menekankan desain yang simpel, rapi, bersih dan memadukan keseimbangan tata letak yang ada. Penggunaan gaya desain ini membuat kemasan minyak telon terlihat lebih baru dan memiliki kesan yang modern. Model huruf atau tipografi yang digunakan menjauh dari warisan kaligrafi sehingga dapat memperkuat kesan modern dan kebaruan yang ingin disampaikan dengan membuat kesan yang bersih dan rapi. (Gunarta, 2017)



Sumber: <https://www.hipwee.com/sukses/box-packaging-trend/>

Gambar 2. Gaya Desain Modern Memberi Kesan Simpel, Rapi, dan Bersih

Desain Kemasan Minyak Telon Tradisional

Dari hasil pengamatan dan pencarian yang telah dilakukan oleh peneliti, maka ditemukan tiga buah desain kemasan yang tergolong kemasan tradisional pada visual yang ditampilkan. Perbandingan visual desain kemasan ketiga minyak telon tersebut ada pada gambar di bawah dengan urutan dari kiri yaitu yaitu Minyak Telon JMK, Minyak Telon Jamu Iboe, dan juga Minyak Telon Nyonya Manees. Visual pada desain kemasan minyak telon ini kemudian akan dianalisa melalui 6 elemen kemasan yang ada pada sebuah kemasan yaitu, warna, bentuk, merek, ilustrasi, teks, dan tata letak.



Tabel 1. Perbandingan Minyak Telon Kemasan Tradisional

Elemen Visual	Minyak Telon JMK	Minyak Telon Jamu Iboe	Minyak Telon Nyonya Manees
Warna	Dominasi warna kuning, warna lain yaitu hitam, cokelat	Dominasi warna kuning, warna lain yaitu merah, orange, cokelat	Dominasi warna kuning, warna lain yaitu hitam
Bentuk	Botol plastik tabung bundar memanjang keatas dengan tutup ulir	Botol plastik tabung bundar memanjang keatas dengan tutup ulir	Botol plastik tabung bundar memanjang keatas dengan tutup ulir
Tipografi	Dominasi font script, dengan font lain sans serif, terdapat simbol dan tulisan jamu di kiri atas	Dominasi font serif, dengan italic terdapat simbol dan tulisan jamu di kiri atas	Dominasi font script, dengan font lain sans serif terdapat simbol dan tulisan jamu di kiri atas
Ilustrasi	Seorang anak yang berada di bingkai dengan sulur-sulur yang berada di bingkai	Seorang ibu yang sedang menggendong anaknya dengan batik yang berada di background	Seorang anak yang berada di bingkai dengan sulur yang berada di bingkai dan menjadi bingkai untuk semua elemen
Merek	Logotype Telon JMK yang menggunakan font script	Logotype Iboe yang menggunakan font serif	Logotype Nyonya Manees yang menggunakan font serif
Tata Letak	Fokus pada nama merek dan juga ilustrasi, tata letak bersifat simetris di tengah	Tata letak asimetris yang dibuat terlihat simetris, fokus pada ilustrasi, nama produk, dan nama merek	Fokus pada ilustrasi dan nama produk, kemudian nama merek yang diposisikan pada area tengah

Karakteristik Desain Kemasan Minyak Telon Tradisional

Dari data diatas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa pada kemasan tradisional terdapat beberapa karakteristik yang ada pada elemen visualnya. Beberapa diantaranya yaitu pertama penggunaan warna kuning yang dominan sebagai latar belakang yang dominan pada desain kemasan botol kemasan minyak telon. Penggunaan warna kuning ini cocok dengan kesan dan pesan yang ingin disampaikan oleh produsen karena cocok memiliki kesan yang hangat, ramah, dan juga ceria. Hal ini sesuai dengan yang dikatakan oleh Rustan (2019), bahwa warna kuning merupakan warna yang mencolok dan memberikan kesan yang menghangatkan dan ramah, serta memberikan kesan warna ceria sehingga menjadi warna yang cocok dengan pasar dan konsumen terutama bagi para ibu yang memberikan kehangatan dan kasih sayang pada anaknya.

Bentuk dari botol kemasan tradisional ini juga memiliki persamaan yaitu masih menggunakan botol yang terbuat dari plastik berbentuk tabung bundar yang memanjang keatas, penggunaan pada bentuk minyak telon ini juga masih sama yaitu dengan menggunakan tutup botol ulir untuk membuka cairan yang terdapat pada minyak telon, kemudian menuangkan minyak telon pada tangan atau langsung pada anak. Tutup botol ulir ini kurang praktis jika dibandingkan dengan zaman sekarang yang menginginkan keefisienan dan kemudahan.

Tipografi yang ada melalui hasil pengamatan di antara 3 kemasan 2 diantaranya memiliki dominasi tipografi dengan font script dan satu diantaranya menggunakan

Sumber: <https://www.amazon.com/JMK-Minyak-Telon-Oil-100/dp/B08PY2NMFK>
<https://shopee.co.id/Jamu-IBOE-1-botol-Minyak-Telon-60-ml-i.44876149.4215519248>
<https://shopee.co.id/Minyak-Telon-Nyonya-Manees-60-ml-i.345275719.7366975115>

Gambar 3. Desain Kemasan Minyak Telon JMK, Jamu Iboe, dan Nyonya Manees

font serif. Font script ini masih meninggalkan warisan kebudayaan yang berbentuk kaligrafi.

Ilustrasi meninggalkan jejak warisan budaya yang ada baik pada latar belakang maupun menjadi salah satu elemen utama yang ditonjolkan yaitu batik dan juga akses sulur-sulur yang ada pada setiap kemasan minyak telon dan juga ilustrasi mengenai bayi yang digambarkan secara realistis, pada kemasan yang menunjukkan bahwa produk ini adalah produk untuk bayi atau anak-anak.

Pada merek, terlihat bahwa merek-merek masih menggunakan nama dengan bahasa Indonesia dan ada campuran bahasa Indonesia kuno yaitu 'Iboe'. Penggunaan logotype pada merek yang dominan adalah menggunakan font serif.

Tata letak yang digunakan sudah melihat kesatuan desain sehingga memberikan tata letak yang simetris meskipun tidak semua menggunakan tata letak simetris pada area tengah dan juga memberikan kesatuan desain saat dilihat.

Desain Kemasan Minyak Telon Modern

Peneliti juga telah mengambil 3 sampel desain kemasan minyak telon yang sudah mengikuti perkembangan zaman atau modern, yaitu seperti gambar di bawah dari kiri, Minyak Telon Safe Care, Minyak Telon Zwitsal, dan juga Minyak Telon Hawo.



Sumber: <https://www.lazada.co.id/products/promo-murah-cod-zwitsal-natural-baby-minyak-telon-100ml-kemasan-baru-tersedia-juga-minyak-telon-tresno-joyominyak-telon-konicareminyak-telon-my-baby-jumbo-200mlminyak-telon-my-baby-jumbo-promo-i4339608593.html>

<https://shopee.co.id/Safecare-Telon-Aromatherapy-10ml-i.30736001.735976886>

<https://www.mooimom.id/product/hawo-minyak-telon-avocado-oil-60ml/>

Gambar 4. Desain Kemasan Minyak Telon Zwitsal, Safe Care, dan Hawo

Tabel 2. Perbandingan Minyak Telon Kemasan Tradisional

Elemen Visual	Minyak Telon Zwitsal	Minyak Telon Safe Care	Minyak Telon Hawo
Warna	Didasari warna kuning, dengan tambahan warna hijau, orange, dan pink	Menggunakan warna kuning dan juga putih yang menjadi warna merek, dan warna tambahan hijau serta orange	Menggunakan warna hijau yang mendominasi karena merupakan minyak telon dengan campuran alpukat
Bentuk	Bentuk botol tabung oval ke atas dengan lengkungan yang terdapat pada sisi tengah botol	Bentuk tabung bulat memanjang ke atas dengan tutup roll on pada kemasan	Berbentuk botol oval yang memanjang dan membesar ke arah atas dengan tutup yang berbentuk spray
Tipografi	Semua tipografinya menggunakan huruf sans serif, terdapat simbol dan tulisan jamu	Menggunakan huruf sans serif pada semua tipografinya, terdapat simbol dan tulisan jamu	Tipografi yang ada menggunakan huruf sans serif, terdapat simbol dan tulisan jamu
Ilustrasi	Ilustrasi bayi yang sedang memeluk cairan dan garis melengkung yang membalut gambar bayi tersebut	Ilustrasi menggunakan tiga buah garis lengkung berwarna orange yang menjadi ciri khas di setiap produk Safe Care	Ilustrasi bayi yang memegang alpukat dan juga bersandar pada bantal di atas awan yang diartikan kenyamanan seorang bayi
Merek	Merek menggunakan logotype Zwitsal dengan font sans serif dan logogram kepala bayi	Menggunakan logogram berbentuk pohon dan juga logotype bertuliskan Safe Care	Menggunakan logotype saja yang bertuliskan merek 'Hawo' dengan font sans serif dan meninggalkan kesan anak-anak karena tipe fontnya yang terlihat tidak rapi
Tata Letak	Penataan menghasilkan kesan simetris di area tengah dengan visual hirarki merek, ilustrasi, dan nama produk	Tata letak simetris di area tengah dan menonjolkan nama merek, ilustrasi, dan keterangan di bawah tipografi	Tata letak terfokus di area tengah dengan hirarki visual utama yaitu nama produk 'Minyak Telon' yang berwarna merah dan dibuat berukuran besar dan dilanjutkan dengan ilustrasi di bawahnya dan nama merek

Berdasarkan data diatas maka dapat disimpulkan karakteristik dari kemasan minyak telon modern dari segi elemen visualnya lebih beragam, hal ini untuk menjawab kebutuhan yang beragam dan semakin meningkat dari masyarakat sehingga kemasan mengikuti kebutuhan tersebut dalam desainnya.

Penggunaan warna pada kemasan modern cukup beragam untuk dapat mengambil audiens, ada yang menunjukkan jati diri mereknya agar dapat langsung dikenali oleh konsumen dan juga penggunaan warna dapat disesuaikan dengan keunikan yang dimiliki pada sebuah produk sehingga dapat menonjolkan daya tarik sebuah produk.

Dari segi tipografi, font yang digunakan oleh kemasan minyak telon modern ini yaitu tipografi sans serif yang mudah dibaca dan juga memiliki kesan modern.

Ilustrasi pada kemasan modern beragam, namun terdapat persamaan pada kedua merek berbeda yang menjadi sampel yaitu ilustrasi bayi yang dibuat lebih sederhana dibandingkan aslinya menggunakan outline dan dibuat lebih simpel dengan tidak menggunakan style realis pada ilustrasinya. Ilustrasi pada bayi ini menandakan bahwa produk minyak telon ini merupakan produk untuk bayi dan juga pada ilustrasi bayi menggunakan gesture yang sama yaitu memeluk sebuah benda. Pada Minyak Telon Zwitsal seorang bayi memeluk sebuah cairan yang dapat diartikan sebagai isi dari produk minyak telon yang berupa cairan, pada kemasan Minyak Telon Hawo seorang bayi juga memeluk sebuah benda, berbeda dengan Minyak Telon Zwitsal, bayi ini memeluk buah alpukat. Alpukat disini diartikan sebagai keunggulan atau hal yang menjadi daya tarik utama dimana Minyak Telon Hawo mencampurkan buah alpukat dalam minyak telon ini. Gesture atau gerakan dari kedua bayi ini sama, memeluk dengan tersenyum menggambarkan kenyamanan yang diberikan dari produk minyak telon. Ilustrasi pada kemasan Minyak Telon Safe Care paling berbeda diantara kemasan lainnya karena target yang dituju juga merupakan orang dewasa dan tidak adanya ilustrasi bayi yang menggambarkan produk anak.

Bentuk dari kemasan minyak telon modern sendiri juga beragam dengan berbagai bentuk dan cara penggunaannya yang dibuat lebih praktis menyesuaikan zaman saat ini dimana masyarakat lebih modern dan menyukai kemudahan. Pada tutup botol Zwitsal digunakan tutup botol bersifat flip top yang pemakaiannya tinggal dibuka tutup serta menyatu dengan badan botol. Pada Minyak Telon Hawo juga terdapat inovasi dimana tutup atau cara pemakaiannya berbentuk spray yang memudahkan konsumen dalam menggunakan produk, menyemprotkan minyak telon ke area yang dituju, sehingga mengurangi resiko tumpah pada saat menggunakan minyak telon. Minyak Telon Safe Care

sendiri menggunakan inovasi bentuk yang berbeda dengan yang lainnya yaitu menggunakan tutup dengan bentuk roll on, bentuk ini membuat konsumen lebih mudah selain untuk mengoleskan pada orang lain juga memudahkan dalam mengoleskan minyak telon ke diri sendiri atau untuk penggunaan sendiri.

Persamaan dan Perbedaan

Persamaan yang terdapat pada setiap kemasan baik tradisional dan modern yaitu kemasan bertuliskan 'Jamu' dan bersimbolkan tanaman berdaun tujuh yang terletak pada bagian kiri atas kemasan menunjukkan produk minyak telon merupakan obat herbal yang terbuat dari tanaman untuk menghasilkan manfaat-manfaat yang sesuai dengan standar keamanan. Persamaan lain yaitu tata letak yang dibuat sesuai dengan elemen kemasan sehingga enak untuk dilihat dan mendapatkan kesan simetris sehingga tidak berat di satu sisi dan memperoleh kesatuan melalui penataan letaknya. Ilustrasi bayi yang hampir ada di setiap kemasan baik di kemasan minyak telon modern dan tradisional, meskipun terdapat perbedaan pada jenis ilustrasinya yang menandakan bahwa produk minyak telon ini merupakan produk untuk anak-anak.

Perbedaan yang terlihat terutama pada warna yang mulai beragam di antara kemasan modern dan tradisional. Kemasan tradisional memiliki mayoritas warna yang berwarna kuning sedangkan untuk warna pada kemasan modern menunjukkan jati diri kemasan dan merk mereka sehingga lebih dikenal oleh audiens. Hal ini karena, salah satu ciri atau karakteristik dari kemasan modern adalah mampu menjawab persoalan dan kebutuhan dari masyarakat. Perbedaan ilustrasi dimana pada kemasan minyak telon tradisional terlihat ilustrasi menyerupai bentuk asli atau realis, sedangkan pada kemasan modern terdapat ilustrasi yang lebih sederhana dan simpel, meninggalkan kesan rapi dan bersih pada desain kemasannya. Font yang mendominasi diantara kedua minyak telon tradisional dan modern juga berbeda, pada kemasan minyak telon tradisional font yang mendominasi yaitu font script atau berbentuk seperti tulisan tangan, pada kemasan minyak telon yang modern tipografinya lebih mendominasi sans serif dimana font ini lebih mudah dibaca dan juga memberikan kesan modern pada kemasan. Sama halnya dengan font, penggunaan merek juga berbeda yaitu pada kemasan tradisional penggunaan nama merek menggunakan bahasa Indonesia dan memiliki logotype yang dominan menggunakan font serif. Pada kemasan modern penggunaan nama merek beragam dan menggunakan font sans serif.

Kesimpulan dan Saran

Setelah melakukan komparasi, maka karakteristik yang terlihat dalam minyak telon tradisional melalui elemen-elemen visualnya, warna yang cenderung menggunakan warna kuning, bentuk yang masih sama

dengan botol berbentuk tabung bulat memanjang keatas dan memiliki tutup ulir, merek yang cenderung menggunakan bahasa Indonesia dan logotype dengan font serif, adanya ilustrasi yang menggunakan kebudayaan daerah tradisional dalam kemasan seperti sulur dan batik, serta ilustrasi bayi yang dibuat realis menyerupai aslinya, tipografi yang didominasi dengan tulisan menggunakan font script, dan tata letak yang dibuat simetris.

Karakteristik yang ada pada desain kemasan minyak telon modern adalah dapat menjawab persoalan yang ada pada keadaan zaman kini dengan membuat desain kemasan yang lebih modern yaitu simpel dan terlihat rapi dan bersih. Warna yang ada beragam dengan untuk menyesuaikan dengan kesan dan kebutuhan konsumen, bentuk mulai berinovasi seperti penggunaan flip top, spray, juga roll on, merek-merek yang tidak menggunakan bahasa Indonesia serta logotype yang memiliki font sans serif untuk membuat kesan modern, ilustrasi sama dengan minyak telon tradisional dominan menggunakan ilustrasi bayi tetapi dengan ilustrasi yang lebih simpel dan sederhana, tidak dibuat realis, adanya ilustrasi bayi pada kedua kemasan ini baik di kemasan tradisional dan modern karena merupakan tanda bahwa produk ini merupakan produk untuk bayi, didominasi dengan font sans serif, dan juga tata letak yang dibuat simetris.

Persamaan pada kedua karakteristik ini terdapat pada simbol jamu yang berada di sisi kiri atas dan selalu ada di tiap kemasan baik pada kemasan tradisional maupun pada kemasan modern. Selain itu tata letak pada kemasan tradisional dan juga modern telah menggunakan tata letak yang tertata sehingga menimbulkan kesan yang simetris dan juga kesatuan elemen-elemen visual saat melihat desain kemasan. Perbedaan terdapat di elemen-elemen visual lain seperti warna, bentuk, ilustrasi, tipografi, dan juga merek yang sudah dijelaskan diatas.

Penelitian ini jauh dari sempurna sehingga untuk penelitian selanjutnya diharapkan bisa menggunakan variabel yang berbeda selain dari desain kemasan, seperti dari variabel ekonomi atau harga pada pasar, kultur dan tren yang sedang terjadi, dan juga lebih memperdalam penelitian mengenai minyak telon, karena penelitian dengan objek minyak telon ini belum banyak diteliti. Selain itu, saran bagi perusahaan agar dapat menciptakan minyak telon dengan kemasan baru yang dapat menggabungkan unsur tradisional yang ada di Indonesia dengan unsur modern seiring dengan berkembangnya zaman sehingga dapat meraih pasar yang lebih luas lagi dan juga dapat membuat kebudayaan Indonesia menjadi semakin dikenal baik bagi dalam negeri dan juga luar negeri.

Ucapan Terima Kasih

Dalam penyusunan tugas akhir ini, penulis menyadari bahwa tugas akhir ini bukan hanya karena usaha keras penulis sendiri, tetapi penulis juga banyak mendapatkan banyak dukungan dari orang-orang di sekitar penulis. Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada orang-orang yang telah membantu penulis, antara lain:

1. Ibu Cindy Muljosumarto, S.Sn., M.Des. dan Ibu Ani Wijayanti S., S.Sn., Med.Kom. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, semangat, motivasi serta waktu dan pengarahan selama pengerjaan tugas akhir ini.
2. Dr. Listia Natadjaja, S.T.,M.T.,M.Des. selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain, Universitas Kristen Petra.
3. Bapak Deddi Duto Hartanto, S.Sn., M.Si. dan Ibu Rika Febriani, S.Sn.,M.A. selaku dosen penguji.
4. Bapak Alvin Raditya, S.Sn dan Ibu Liliyani Santoso, S.Sn selaku Creative Director dan Account Executive Visual Cast Designology yang telah membimbing saya selama proses magang selama 10 bulan dalam memahami dan menguasai teori serta praktek dalam dunia desain.
5. Saudara Sony P. Wanandi, Saudari Aulia Rabeatasmiyah, dan Saudari Yunda Paramita sebagai designer senior yang telah mendampingi, membimbing, dan menjadi mitra kerja yang baik selama proses magang.
6. Anthony Putra Sumardi yang telah memberikan dukungan dan motivasi agar dapat menyelesaikan tugas akhir dengan semangat.
7. Keluarga yang telah memberikan banyak dukungan kepada penulis secara materil dan moril.
8. Pihak – pihak lain yang telah membantu penulis baik secara langsung dan tidak langsung yang tidak dapat ditulis satu per satu.

Daftar Pustaka

Ariyanti, F. (2017, August 9). Dinyatakan Pailit, Menperin Panggil Direksi Nyonya Meneer. *liputan6.com*.
<https://www.liputan6.com/bisnis/read/3052704/dinyatakan-pailit-menperin-panggil-direksi-nyonya-meneer>

Badan Pusat Pengembangan dan Pembinaan Bahasa (n.d). Tradisional. Dalam Kamus Besar

Bahasa Indonesia (KBBI) Online.
<https://kbbi.web.id/Tradisional>

- Gunarta, A. (2017). *Maskulinitas dan Feminitas pada Tipografi Kemasan pada Pria dan Wanita*. (Thesis, Universitas Airlangga).
http://repository.unair.ac.id/70678/2/JURNAL_Fis.K.34%2018%20Gun%20m.pdf
- Nugroho, B. T. (2006, November 20) *Menambah Daya Tarik Melalui Keindahan*. <http://mipa.uns.ac.id/~scientia/tutorial.doc>.
- Putri, V. K. (2021, March 23). Ciri-Ciri Masyarakat Modern. Kompas.com.
<https://www.kompas.com/skola/read/2021/03/23/131347369/ciri-ciri-masyarakat-modern?page=all>
- Rangkuti, F. (2010). *Strategi Promosi Yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rose, G. (2001). *Visual Methodologies*. Sage. Pub. US.
- Rustan, S. (2019). *Warna: Buku 1*. Jakarta: PT Lintas Kreasi Imaji.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Wijayanti, T. (2012). *Managemen Marketing Plan*. Jakarta: PT Flex Media Komputindo.
- Wirya, I. (1999). *Kemasan Yang Menjual*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.