

ANALISIS PENGARUH GAYA DESAIN *VICTORIAN STYLE* TERHADAP ILUSTRASI KEMASAN OLELE

Angelin Nastasia¹, Anang Tri Wahyudi²

Desain Komunikasi Visual, Fakultas Humaniora dan Industri Kreatif, Universitas Kristen Petra,
Siwalankerto 121-131, Surabaya
Email: angelinnastasia@gmail.com

Abstrak

Dalam dunia desain grafis, terdapat berbagai macam gaya desain yang salah satunya adalah *Victorian Style*. *Victorian Style* yang identik dengan desain yang antik yang biasanya digunakan untuk buku dongeng zaman dahulu sesuai untuk Olele. Olele merupakan sebuah UMKM yang memproduksi barang antik untuk keperluan anak - anak sehingga target audience Olele merupakan ibu - ibu yang suka membelikan barang antik untuk anaknya dan ekonomi SES A. Gaya desain *Victorian Style* cocok untuk digunakan dalam ilustrasi kemasan Olele, karena desainnya yang cenderung antik seperti buku dongeng anak - anak dan sesuai dengan produknya. Metode penelitian kualitatif deskriptif yang akan digunakan merupakan metode penelitian dengan teknik pengumpulan data berupa metode wawancara, instrumen penelitian, teknik analisis data dengan studi kasus dan studi dokumen. Metode ini berfokus kepada pengaruh gaya desain *Victorian Style* terhadap ilustrasi kemasan Olele untuk meningkatkan penjualan dan *brand awareness* produknya ke *target audience*, . Oleh sebab itu, hasil analisa pengaruh gaya tersebut efektif dalam memperindah, menerangkan dan memperjelas citra Olele yang mewah, klasik, tradisional, dan memberikan kehangatan kepada konsumen Olele.

Kata Kunci: Gaya Victorian, Olele, Ilustrasi

Abstract

Title: Analysis the Influence of Victorian Design Style on Olele Packaging Illustration

In the world of graphic design, there's so many design styles in which it is a Victorian Style. Victorian style is identical to vintage design that is usually used on old fairytale book covers that suit Olele. Olele is an SME that produces antiques for children's needs so the target audience of Olele is moms that like to buy antique things for their child and have social economic status A .Victorian Style design suite to be used for packaging illustration of Olele, because of the design that tends antique like a fairytale book and fits with the product. Qualitative descriptive research methods that will be used are interview method, instrument research ,analysis technique data with case studies and document studies. These methods are focused on the influence of Victorian Style design towards illustration packaging Olele for increasing brand awareness and buying their product to the target audience. Therefore, the influence analysis results are effective to beautify, and clarify Olele's image which is luxurious, classic, traditional, and give warmth to the Olele's consumer.

Keywords: Victorian Style, Olele, Illustration.

Pendahuluan

Victorian Style merupakan gaya desain yang berasal dari Inggris pada tahun 1837 - 1901 periode Ratu Victoria. Pada periode Ratu Victoria, terjadilah

revolusi industri yang menimbulkan reaksi keras dari seniman pada saat itu. Selera masyarakat menganggap bahwa bentuk yang cenderung gemuk

memberikan efek yang menyenangkan mata. Standar tipografi Renaissance dirusak dengan cara menggunakan keanggunan *typeface* Bodoni dan Didot untuk pembuatan poster. Peniruan dengan cara membuat *typeface* tersebut menjadi lebih lebar dan hitam disebut dengan nama *Fat Face* yang menjadi ciri khas *Victorian Style*.

Meledaknya revolusi industri pada abad ke-18 membuat kebutuhan manusia semakin banyak. Kebutuhan tersebut adalah untuk mempromosikan dan menginformasikan sesuatu ke publik. Kemajuan teknologi cetak yang semakin berkembang dalam bidang pemasaran, diantaranya merupakan kebutuhan dalam mengedukasi pasar dengan klien, cara untuk memperindah sebuah kemasan produk, cara bagaimana untuk menginformasikan secara umum dan massal yang maju dan kompleks sebagai sebuah industrialisasi.

Ciri utama dari *Victorian Style*, yaitu memiliki ornamen hiasan yang kompleks, penggunaan pembatas dekoratif, tipografi rumit pada tata letak dan desain. Pada abad ke-18 terlihat bahwa gaya tersebut dalam berbagai poster dan iklan hanya menggambarkan manusia dengan pose yang datar dan alami sehingga pose ekstrem dengan menggunakan sudut pandang mata kodok sulit diterima. Hingga pada masa kini *Victorian Style* dikenal sebagai *Vintage Design* karena masyarakat kini lebih menyukai desain yang sederhana. Gaya tersebut yang sering digunakan pada sampul buku dongeng anak - anak. Oleh sebab itu, gaya desain tersebut dijadikan sebagai acuan desain dalam Phelia.co.

Phelia.co merupakan sebuah desain studio yang bergerak di dunia kerja kreatif dan terletak di Surabaya, Jawa Timur, Indonesia. Desain studio ini pertama kali didirikan pada tahun 2018 untuk memenuhi kebutuhan imajinasi, referensi ideal, dan kebutuhan masing - masing klien di dunia kerja kreatif. Visi desain studio ini adalah menyediakan desain studio yang mendukung ide pengusaha kreatif dengan solusi dengan yang bermakna dan penuh pertimbangan. Misinya merupakan Phelia.co berkomitmen untuk mendengarkan semua mimpi pengusaha kreatif dengan memberikan hasil desain yang terbaik.

Pada salah satu pembuatan kemasan di Phelia.co menggunakan gaya desain tersebut, yaitu olele. Olele merupakan sebuah Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang memproduksi kebutuhan sekunder anak - anak. Produk yang diproduksi dan dijual merupakan *Flag Garland*. *Flag Garland* merupakan sebuah untaian bendera yang digunakan sebagai hiasan dalam pesta dan acara. Sebab itu, target

audiens olele merupakan ibu-ibu berumur 25-40 tahun dan Status Sosial Ekonomi (SES) A yang suka membelikan kebutuhan sekunder dan barang antik untuk anaknya. Meskipun target audiens merupakan ibu - ibu, desain yang digunakan memberikan khas mewah sesuai dengan target sosial ekonomi olele. Tidak hanya itu, gaya ini memberikan kesan kepada ibu - ibu bahwa produk olele merupakan produk kebutuhan sekunder anak - anak yang digunakan untuk pesta dan acara.

Gaya tersebut digunakan karena sangat mendekati dengan citra olele yang berkaitan dengan barang - barang antik. Bermula dari ilustrasi, Phelia.co berusaha untuk menciptakan kemasan olele dengan desain indah, memiliki ciri khas *Victorian Style* namun efektif dalam menyampaikan pesan serta menimbulkan kesan untuk target audiensnya. Menurut buku *The Complete Guide to Advanced Illustration and Design*, ilustrasi dibagi menjadi 3 fungsi, yaitu ilustrasi sebagai dekorasi, ilustrasi sebagai informasi, dan ilustrasi sebagai komentar (Simmon Jennings, 1988). Ilustrasi juga merupakan sebuah penggambaran objek melalui elemen rupa untuk memperjelas, memperindah, dan menerangkan teks-teks sehingga pembaca dapat merasakan langsung sifat gerak dan cerita yang disajikan (Rohidi, 1984, 87). Phelia.co berusaha untuk menciptakan desain kemasan dengan gaya desain grafis *Victorian Style* yang sesuai dengan target audiens, indah namun efektif.

Jurnal ini bertujuan untuk menjelaskan bagaimana menciptakan kemasan yang memberikan dampak kepada target audiensnya dengan ilustrasi dan gaya desain yang indah namun sesuai dengan citra olele. Dalam perancangan tersebut akan menggabungkan teori yang telah dipaparkan oleh Universitas Kristen Petra dan kegiatan *internship* dalam periode 8 (delapan) bulan di Phelia.co.

Metode Penelitian

Metode Penelitian Kualitatif Deskriptif

Penggunaan metode penelitian kualitatif deskriptif ini bertujuan untuk menggambarkan, melukiskan, menjelaskan, menerangkan, bahkan menjawab secara rinci pengaruh penggunaan gaya *Victorian Style* dengan mempelajari target audiens olele dan pemilik olele.

Data Primer

Data primer yang dibutuhkan dalam menganalisa dan merancang kemasan olele dengan gaya desain yang sesuai diperoleh dari Astrella Phelia pemilik

Phelia.co, dan pemilik olele sehingga dapat menghasilkan kemasan yang sesuai dengan pesan dan kesan target audiens.

Data Sekunder

Data sekunder dibutuhkan dalam memperoleh data secara tidak langsung dari internet. Data sekunder berupa gaya desain, teori ilustrasi, warna, media, dan mempelajari target audiens. Data tersebut diperoleh dari pustaka.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dibagi menjadi 2 (dua), yaitu metode wawancara dan metode observasi. Metode wawancara digunakan untuk mendapatkan data olele dan *target audience* nya dari pemilik olele. Sedangkan metode observasi bertujuan untuk mendapatkan data secara visual, seperti gaya desain *Victorian Style*.

Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian yang digunakan merupakan perangkat genggam elektronik untuk mendapatkan informasi dari pemilik olele, dan laptop untuk menjelajah internet dan menemukan data visual gaya desain.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dengan cara kualitatif ini bertujuan untuk menganalisis data yang diperoleh dengan instrumen penelitian dari data menjadi hasil teori yang sudah diuji kebenarannya.

Landasan Teori

Media

Media berasal dari bahasa Latin, yakni *medius* yang memiliki arti tengah, pengantar atau perantara. Media merupakan seluruh objek atau bentuk perantara untuk menyampaikan ide, gagasan atau pendapat oleh manusia, sehingga sampai kepada penerima yang dituju (Arsyad, 2002, 4). Media promosi terbagi menjadi 3 (tiga) bagian sebagai berikut:

- Media Promosi Lini Bawah (*Below The Line*)
Aktivitas pemasaran yang memiliki efek jangka pendek, dan membuat sadar konsumen akan suatu produk. Kategori lini bawah meliputi literatur penjualan seperti brosur, katalog, kartu pos, agenda, formulir, dan benda pajangan seperti kemasan, kotak pajangan, dan sebagainya.
- Media Promosi Lini Atas (*Above The Line*)

Aktivitas pemasaran yang bersifat promosi secara tidak langsung dengan menggunakan media massa. Jenis media ini dibagi menjadi 2 (dua) yaitu media cetak, dan media elektronik.

- Media Promosi *Through The Line*
Aktivitas pemasaran yang muncul akibat konvensional media yang dianggap kurang baik dalam menjangkau konsumen. Contoh media ini merupakan sosial media, acara, *email marketing*, *ads*, dan sebagainya.

Ilustrasi

Ilustrasi menurut KBBI merupakan suatu gambar berupa foto maupun lukisan yang bertujuan untuk memperjelas dan menerangkan isi buku, dan karangan. Tujuan ilustrasi secara umum, yaitu untuk memperjelas informasi yang disampaikan, memberi variasi bahan pelajaran agar lebih menarik, komunikatif, serta memotivasi pembaca, dan memudahkan pembaca untuk mengingat gagasan maupun konsep yang disampaikan melalui ilustrasi.

Target Audience

Target audience merupakan beberapa segmen audien yang dijadikan fokus dalam kegiatan-kegiatan pemasaran program serta promosi. *Targeting* juga biasa disebut dengan *selecting* karena audien harus diseleksi (Morissan, 2013:193). Adanya *target audience* dapat memberikan gambaran dalam acuan desain sehingga menimbulkan konsep visual dalam proses pengerjaan kemasan.

Desain Grafis

Grafis atau *Graphic* dalam bahasa Inggris merupakan menulis atau menggambar. Sedangkan desain merupakan suatu metode perancangan estetika. Sehingga desain grafis adalah sebuah komunikasi dalam bentuk visual, seperti tulisan, lukisan, foto, garis, bentuk untuk menyampaikan pesan-pesan tertentu pada sebuah media. Unsur-unsur yang harus diperhatikan untuk dapat mewujudkan suatu tampilan visual (Kusrianto, 2007, 30), antara lain merupakan:

- Titik
Unsur visual yang wujudnya relatif kecil.
- Garis
Unsur visual yang berpengaruh dalam pembentukan sebuah objek.
- Bidang
Unsur visual yang memiliki dimensi lebar dan panjang.
- Ruang
Perwujudan 3 (tiga) dimensi.
- Warna
Visual yang berkaitan dengan ditentukan oleh jenis pigmen.

- Tekstur

Nilai raba dari sebuah permukaan.

Dalam membuat desain grafis dibagi menjadi beberapa tahap proses, yaitu sebagai berikut:

- Merumuskan dan menyelesaikan masalah
Sebuah hasil kerja yang dapat berupa pemikiran untuk menentukan kelayakan, tujuan, dan segmen yang dituju.
- Melakukan riset
Tahap ini melakukan riset subjek maupun target komunikasi untuk mendapatkan variabel yang dapat dijadikan acuan desain.
- *Brainstorming* ide
Tahap ini bertujuan untuk mengelola data menjadi konsep visual.
- Menyesuaikan ide dengan tujuan desain
Terseleksi ide dan visual yang memecahkan masalah.
- Mengimplementasikan desain.
Konsep visual sudah dalam bentuk dan hasil akhir.

Desain grafis bermula pada abad ke-18 yang populer karena kemajuan industri dan teknologi yang dibagi menjadi beberapa aliran gaya desain grafis, sebagai berikut :

- *Victorian Style* (1837-1901)
Gaya desain yang menggunakan ornamen hiasan kompleks sehingga hampir memenuhi semua bidang dan penggunaan pembatas (*border*). Pada masa kini, gaya desain ini lebih dikenal sebagai *Vintage Design* dengan ciri khas yang lebih sederhana dan menggunakan warna cerah
- *Art n Craft Style* (1880-1910)
Gaya desain yang menggunakan seni dekoratif lembut atau halus dengan bentuk sederhana yang menampilkan kesan abad pertengahan dan kesan romantis dengan berfokus pada ilustrasi tipografi dan penggunaan tekstur.
- *Art Nouveau Style* (1890-1920)
Gaya desain yang mempunyai ciri khas objek utama perempuan dengan penggunaan garis dan kurva yang alami serta warna cerah.
- *Art Deco Style* (1920-1940)
Gaya desain dengan bentuk geometris dan gradasi warna, gaya vertikal yang kuat, dan berfokus pada penggunaan ilustrasi dari bangunan atau benda sehari-hari.
- *Futurism Style* (1900-1930)
Gaya desain yang berfokus pada penggunaan supremasi kecepatan, militerisme, nasionalisme, dan teknologi seperti bentuk objek mobil, pesawat, sepeda, kota dan sebagainya. Gaya desain ini juga memecah

warna dalam bentuk simetris maupun titik-titik.

- *Early Modern Style* (1910-1935)
Gaya desain yang memelopori awal perubahan gaya desain dengan penggunaan bentuk geometris, minimalis dan menggunakan banyak foto dan minim ilustrasi.
- *Heroic Realism Style* (1910-1940)
Gaya desain dengan menggunakan objek utama tokoh pahlawan dengan penggunaan *typeface* yang tebal.
- *Swiss / International Style* (1940-1960)
Gaya desain yang menggunakan tipografi *sans-serif* dengan desain minimalis dan memanfaatkan ruang negatif.
- *Late Modern Style* (1945-1960)
Gaya desain yang mengedepankan bentuk geometris sederhana, terdistorsi, dan tidak dekoratif.
- *American Kitsch Style* (1950-1960)
Gaya desain dengan ciri khas utama warna kontras antara ilustrasi dan tulisan, penggunaan bentuk aerodinamis serta objek utama sebuah tokoh dengan pose yang unik.
- *Psychedelic Style* (1960-1970)
Gaya desain dengan penggunaan warna cerah intens, penggunaan *typeface hand draw*, dan memberikan kesan halusinasi. Gaya desain ini terinspirasi dari gaya *Art Nouveau Style*.
- *Post-Modern Style* (1970-1990)
Gaya desain dengan menggunakan ilustrasi kolase, unsur tumpang tindih, judul miring, tokoh sebagai objek utama dengan dekoratif impulsif.
- *Grunge Style* (2000-2015)
Gaya desain baru dan evolusi desain pada tahun 2000. Gaya desain ini menggunakan tekstur kasar konsisten, tanpa garis tepi, tidak teratur, penggunaan efek kertas robek, tulisan yang mudah dibaca akibat warna yang kontras pada *typeface*.
- *Flat Design Style* (2010-sekarang)
Gaya desain yang terkenal pada masa kini dan sering digunakan dalam desain karena minimalis, penggunaan garis lurus dengan warna cerah. Gaya desain ini biasanya digunakan dalam poster, brosur, ikon, *website* dan sebagainya.
- *Metro Design Style* (2012-sekarang)
Gaya desain yang biasanya digunakan dalam teknologi *software* karena dapat meningkatkan penggunaan pembaca dengan desain menarik, rapi dan mudah untuk dibaca. Ciri utama gaya desain ini dengan

mengandalkan tata letak garis sederhana, tipografi tebal, tegas dan tanpa kait.

Warna

Warna dalam hasil temuan Newton merupakan fenomena alam cahaya yang mengandung pigmen dan warna spektrum (Sulasmi Darma Prawira, 1989, 26). Secara umum warna dapat menciptakan suasana secara alami dari semua elemen benda. Permasalahan mendasar dalam warna merupakan spektrum warna, nilai kepekatan, dan nilai cahaya dari terang ke gelap. Berdasarkan spektrum warna, warna dibagi menjadi 3 (tiga) golongan, yaitu warna primer, warna sekunder, warna tersier. Sedangkan menurut Brewster, warna dibagi menjadi 4 (empat) golongan, yaitu warna primer, warna sekunder, warna tersier, dan warna netral. Sehingga terciptalah teori roda warna Brewster yang menghasilkan hubungan antar warna atau biasa disebut sebagai skema warna.



Gambar 1. Brewster Color Wheel

(Sumber: <https://id.wikipedia.org/wiki/Berkas:Colorwheel.svg>)

Skema warna merupakan sebuah kombinasi antara warna yang menghasilkan perpaduan yang serasi dan harmonis. Dalam skema warna juga dibagi menjadi beberapa kategori dalam roda warna, sebagai berikut:

- Monokrom
Skema warna dengan 1 (satu) warna.
- Analog
Skema warna dengan 3 (tiga) warna bersebelahan.
- Komplementer
Skema warna dengan 2 (dua) warna berseberangan.

- Triad
Skema warna dengan 3 (tiga) warna yang terletak 120 derajat antar 1 (satu) sama lain.
- Tetrad
Skema warna dengan 4 (empat) warna dari 2 (dua) pasang komplementer
- *Split* Komplementer
Skema warna dari variasi warna berseberangan dan warna analog sisi kiri dan kanan.

Warna juga memiliki klasifikasi secara psikologis sehingga dapat mempengaruhi citra suatu hal maupun objek di mata manusia. Klasifikasi warna yang ditimbulkan oleh setiap warna (Sarah A. Meyer, 2005, 219), sebagai berikut:

- Merah
Atraktif, mahal, panas, ambisius.
- Jingga
Hangat, senang, ramah.
- Kuning
Ceria, muda, enerjik.
- Hijau
Tenang, alami, sejuk, tradisional.
- Biru
Klasik, konstan, prestis.
- Ungu
Spiritual, misteri, artistik.
- Hitam
Perkasa, duka, anggun, dramatis.
- Putih
Suci, steril, murni.
- Coklat
Nyaman dan alami.

Analisis Pembahasan

Penggunaan Media

Olele menggunakan media sebagai objek perantara untuk memperkenalkan dan memasarkan produknya. Media yang digunakan merupakan Media Promosi Lini Bawah (*Below The Line*) sehingga membuat sadar konsumen akan produk Olele yang baru terjun di dalam dunia bisnis dan kreatif. Kategori lini bawah menggunakan benda pajangan seperti kemasan. Kemasan secara tidak langsung dapat menjadi alat komunikasi kepada konsumen, menunjukkan merk Olele sehingga menyebabkan rasa ingin tahu akan Olele lebih lanjut. Kemasan tersebut juga dapat digunakan sebagai tempat untuk menyimpan kembali produk olele.

Penggunaan Ilustrasi

Ilustrasi yang digunakan dalam membuat kemasan Olele untuk mendapatkan hasil gaya desain ilustrasi

dengan ilustrasi 2 (dua) anak perempuan dan anak laki-laki karena produk Olele yang digunakan untuk pesta anak-anak tanpa memandang jenis kelamin dan bisa digunakan untuk semua jenis kelamin. Ilustrasi pembatas yang dekoratif sebagai ciri khas *Victorian Style* dan memberikan kesan mewah pada kemasan. Ilustrasi meja dengan segala macam makanan dan minuman agar menandakan bahwa 2 (dua) anak tersebut berada di pesta sesuai dengan fungsi produk olele yang digunakan untuk menghiasi ruangan pesta. Ilustrasi *flag garland* juga digunakan dalam kemasan sehingga dapat memperjelas isi kemasan.

Penggunaan Warna

#E9DFCE	#FCD7D1	#E3B8C5	#AEC2A9
#BB8F49	#D9BAA7	#A74750	#74A5B9
#9B5835	#B58E5A	#C74758	#6E8794
#A37156	#EFD386	#DF6F63	#5C6C63

Gambar 2. Warna dalam kemasan Olele

Warna - warna yang digunakan dalam kemasan Olele didominasi paling banyak oleh warna coklat, biru, merah muda, emas, dan hijau. Secara psikologis warna merah muda memberikan kesan romantis dan memberikan kehangatan sehingga konsumen produk olele dapat merasakan kehangatan ketika melakukan pesta bersama keluarga dan teman terdekatnya. Warna coklat memberikan kesan nyaman agar memberikan kesan bahwa produk Olele nyaman untuk digunakan. Warna emas memberikan kesan mewah sesuai dengan target audiens Olele. Warna hijau dan biru memberikan makna tenang, klasik dan tradisional sesuai dengan gaya desain *Victorian Style* dan Olele yang memberikan kesan antik.

Penggunaan Gaya Desain Grafis

Gaya desain grafis yang digunakan dalam membuat kemasan Olele adalah *Victorian Style*. Gaya desain ini digunakan karena memberikan kesan klasik dan

antik sesuai dengan produk dan citra Olele. Gaya ini juga dapat diasosiasikan dan digunakan pada sampul dongeng anak pada zaman dahulu hingga sekarang. Meskipun *target audience* merupakan ibu - ibu, desain kemasan tetap menggambarkan elemen dan bentuk yang lucu karena sebagai penanda bahwa produk Olele adalah produk anak - anak. Kesan mewah yang didapatkan dari gaya desain ini agar pembeli produk Olele merupakan ibu - ibu dengan SES A karena produk Olele sendiri dijual dengan harga mahal dan biaya produksi kemasan yang mahal.

Proses Pengerjaan Kemasan Olele

Dalam pembuatan kemasan Olele juga terdapat tahap-tahapan sebagai berikut :

- Merumuskan dan menyelesaikan masalah
Tahap awal dari pembuatan produk ini telah diselesaikan oleh pemilik Olele, sehingga target audiens dan citra Olele sudah ditentukan.

- Melakukan riset

Tahap kedua dilakukan oleh pemilik Phelia.co dan *illustrator* dengan mencari riset subyek dan target komunikasi untuk menentukan gaya desain apa, warna apa, dan ilustrasi apa saja yang digunakan dalam membuat kemasan Olele.

- *Brainstorming* Ide

Tahap ini bertujuan untuk mengelola data yang sudah didapat dari hasil riset sehingga dapat dijadikan acuan desain dalam membuat kemasan.

- *Thumbnail*



Gambar 3. Thumbnail Olele

Thumbnail merupakan sebuah sketsa secara garis besar. Tahap ini digunakan dengan tujuan agar mendapatkan gambaran garis besar kemasan Olele. *Illustrator* menggambarkan ilustrasi 1 (satu) anak perempuan dan 1 (satu) anak laki-laki, seekor anjing, 2 (dua) ekor burung merpati, 3 (*flag garland*), pembatas (*border*), seekor tupai, meja makan dengan makan dan minuman, dan mainan berbentuk kuda.

- *Tight issue*

Tight issue adalah sebuah desain yang mendekati hasil akhir sebuah desain. Pada tahap ini kemasan Olele sudah di tata dalam 3 (tiga) pilihan desain yang selanjutnya akan dipilih menjadi 1 (satu) dan diproses lebih lanjut ke tahap selanjutnya oleh *illustrator*.



Gambar 4. *Tight issue* Olele

Setelah memberikan 3 (tiga) *tight issue* tersebut kepada pemilik Olele, yang dipilih merupakan desain ke 3 (tiga) atau desain yang berada di kanan dengan catatan menambahkan ilustrasi anak laki-laki sesuai dengan fungsi produk Olele yang digunakan untuk semua jenis kelamin. Pada tahap selanjutnya merupakan proses pewarnaan pada desain yang dipilih. Warna yang digunakan untuk latar belakang (*background*) Olele ada 2 (dua) sebagai pilihan yaitu merah dan hijau karena warna tersebut menimbulkan kesan atraktif, menarik perhatian, klasik dan tradisional. Akan tetapi pemilik Olele tidak menyetujui pemakaian warna tersebut karena terlalu warna yang digunakan terlalu menarik perhatian sehingga ilustrasi di dalam kemasan tidak terlalu mencolok. Oleh karena itu digunakan warna coklat muda yang memberikan kesan *Victorian Style* dan kenyamanan. Warna dalam pakaian anak perempuan menggunakan warna merah muda karena perempuan sering diasosiasikan dengan warna tersebut, sedangkan warna biru pada baju anak laki-laki karena anak laki-laki diasosiasikan dengan warna. Penggunaan warna dalam baju 2 (dua) anak tersebut agar konsumen dan target audience tidak salah mengidentifikasi jenis kelamin.



Gambar 5. *Tight issue* Olele dengan warna

- Menyelesaikan ide dengan tujuan desain.

Pada tahap ini desain sudah dalam hasil akhir yang sesuai dengan pesan dan citra Olele dan sudah disetujui dengan pemilik Olele.



Gambar 6. Hasil desain akhir Olele



Gambar 7. Desain akhir Olele sesuai dengan *template* kemasan.

- Mengimplementasikan desain

Pada tahap akhir ini desain sudah diserahkan ke pemilik Olele dan diproses menjadi kemasan. Desain kemasan diserahkan kepada percetakan untuk dicetak menjadi beberapa kemasan yang akan diberikan tambahan *gold embossed*, sehingga mendapatkan warna emas yang berkilauan pada desain kemasan Olele. Setelah dicetak pemilik Olele memasukkan produknya ke dalam kemasan yang telah dicetak.



Gambar 8. Hasil kemasan dengan produk Olele

Kesimpulan

Pada media lini bawah terdapat kemasan yang juga bisa digunakan dalam menjelaskan dan menerangkan citra sebuah *brand*. Dalam kemasan Olele ini digunakan media tersebut untuk memasarkan produknya yang baru dengan penggunaan gaya desain yang unik, yaitu *Victorian Style*. Penggunaan gaya yang terbilang unik dan antik ini agar menghasilkan kemasan Olele yang berbeda dengan kemasan lainnya sehingga masyarakat dapat mengidentifikasi kemasan tersebut merupakan kemasan Olele. Sehingga kemasan Olele tidak hanya sekedar kemasan saja tetapi bisa menjadi media *through the line*, karena pada zaman ini masyarakat

suka membagikan momen dan produk yang antik dan indah di sosial media. Apabila terdapat *target audience* yang menyukai kemasan Olele akan membagikan dan mengunggah foto kemasan Olele di sosial media dan menjadi promosi secara tidak langsung kepada masyarakat.

Dalam analisa penggunaan *Victorian Style* di desain kemasan juga secara tidak langsung membudidayakan seni desain Inggris pada abad ke-18. Ilustrasi yang digunakan dalam kemasan juga menerangkan dan memberikan gambaran bahwa produk Olele merupakan produk kebutuhan sekunder anak-anak untuk semua jenis kelamin sebagai hiasan di pesta anak-anak. Warna yang digunakan juga sesuai dengan citra Olele yang menghasilkan kesan mewah, klasik, tradisional, dan memberikan kenyamanan maupun kehangatan untuk konsumen Olele.

Melalui analisis pengaruh *Victorian Style* pada kemasan Olele dapat disimpulkan bahwa gaya desain tersebut mampu bersaing di masa kini dan mampu membawa kesan positif dan pesan yang ingin disampaikan dalam ilustrasi, warna maupun gaya desain kepada *target audience*.

Daftar Pustaka

- BAB III METODE PENELITIAN 3.1. Rancangan Penelitian* Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. (n.d.). Repository USM. Retrieved June 18, 2022, from <https://repository.usm.ac.id/files/skripsi/B11A/2015/B.111.15.0308/B.111.15.0308-06-AB-III-20200323090004.pdf>
- Bower, E. (n.d.). *roda warna brewster - Emily Bower*. Blogger.com. Retrieved June 18, 2022, from <https://wosemilybower.blogspot.com/2022/06/roda-warna-brewster.html>
- Gaya dalam Desain Grafis "Victorian"*. (2011, April 15). Tentang Desain Grafis. Retrieved June 18, 2022, from <http://tentangdesaingrafis.blogspot.com/2011/04/gaya-dalam-desain-grafis-victorian.htm>
- 1
- International Design School. (2018, August 31). *Kenali Berbagai Aliran dalam Desain Grafis - IDS*. International Design School. Retrieved June 18, 2022, from <https://idseducation.com/kenali-berbagai-aliran-dalam-desain-grafis/>
- Jago Desain. (n.d.). *Mengenal Macam-macam Aliran Style Desain Grafis*. Jago Desain. Retrieved

June 18, 2022, from
<https://www.jagodesain.com/2017/02/style-desain-grafis.html>

Jenis-jenis Gambar Ilustrasi: Pengertian, Fungsi, Unsur, dan Langkah-langkah. (n.d.).

Gamedia.com. Retrieved June 18, 2022,
from

<https://www.gamedia.com/literasi/gambar-ilustrasi/>

Marwanto, E. (2013, May 2). *Aktivitas Marketing Above The Line dan Below The Line.* Eko

Marwanto. Retrieved June 18, 2022, from

<https://www.ekomarwanto.com/2013/05/aktivitas-marketing-above-line-dan.html>

Thabroni, G. (2018, September 5). *Teori Warna:*

Proses Terjadinya Warna Menurut Para

Ahli. serupa.id. Retrieved June 18, 2022,
from <https://serupa.id/teori-warna/>