

## **4. DESAIN KEMASAN PRODUK AIR MINERAL DIPANDANG DARI ASPEK DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**

Pembahasan terhadap desain kemasan *cup* produk air mineral, diteliti melalui aspek denotatif dan konotatif dari sudut elemen-elemen desain komunikasi visual, antara lain bentuk *cup*, warna, tipografi, ilustrasi dan tata letak desain pada label kemasan *cup*. Merek-merek yang akan diteliti adalah merek AQUA, ADES, CLUB, TOTAL, dan AQUASE.

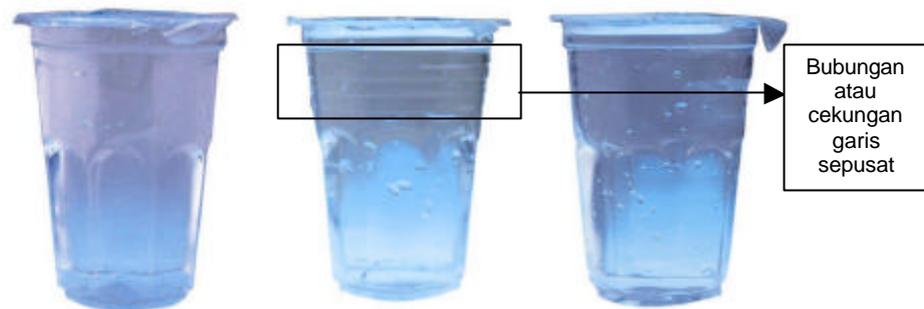
### **4.1 Kajian dari Aspek Denotatif**

Dari segi denotatif, peneliti akan membahas elemen-elemen desain komunikasi visual dari kemasan produk air mineral yang dilihat secara fisik dan pemahaman akal sehat, serta pengertian bahasa visual yang mudah ditangkap artinya secara umum dan yang sudah disepakati bersama. Adapun yang akan dibahas adalah dari segi bentuk kemasan, segi warna, tipografi, ilustrasi dan tata letak desain yang ada pada label kemasan *cup* / gelas.

#### **4.1.1 Segi Bentuk Kemasan Produk Air Mineral**

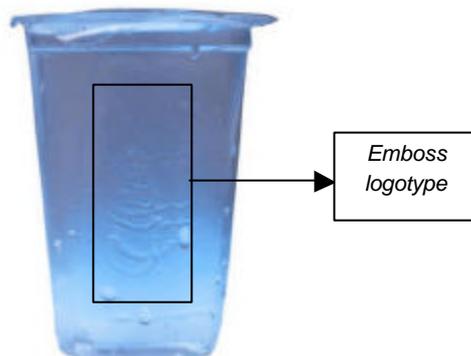
Pembahasan bentuk kemasan produk air mineral hanya dibatasi pada bentuk *cup* / gelas dengan bahan / material plastik yang diproduksi oleh semua merek. Hampir semua bentuk *cup* setiap merek sama. Satu gelas air tersebut berukuran 220 ml atau 240 ml.

ADES, TOTAL, dan AQUASE mempunyai karakter bentuk *cup* yang hampir sama (lihat Gambar 4.1.1.1). Ketiga merek ini memakai bentuk *cup* seperti pada gelas umumnya yang sederhana dengan dasar gelas lingkaran, hanya saja pada TOTAL bubungan atau cekungan garis yang melingkar sepusat pada bagian atas gelas lebih banyak dan memusat ke atas.



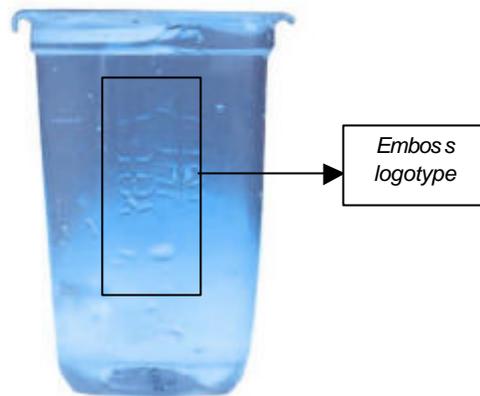
Gambar 4.1.1.1 Bentuk Kemasan ADES, TOTAL dan AQUASE

CLUB mempunyai bentuk kemasan yang berbeda (lihat Gambar 4.1.1.2), bagian bawah dasar *cup* adalah persegi empat. Bentuk kemasan juga merupakan kunci dari identifikasi merek, hal ini juga terlihat dalam *cup* CLUB yang memberikan *logotype* CLUB pada sisi gelas *cup*-nya dengan teknik *emboss*. *Emboss* adalah teknik cetak timbul melalui proses pelunakan atau pemanasan sehingga dapat membentuk suatu bentuk yang rumit atau motif pada bidang tersebut.



Gambar 4.1.1.2 Bentuk Kemasan CLUB

Pemberian *emboss logotype* AQUA di bagian sisi samping kemasan produk AQUA (lihat Gambar 4.1.1.3) menjadikan suatu identitas pada kemasan tersebut. Bentuk kemasan tidak seperti gelas pada umumnya, *cup* AQUA mempunyai dasar persegi empat dan bentuknya juga tidak rumit. Bentuk yang halus dan terlihat mengkilap seperti pada kemasan CLUB dan AQUA juga didukung oleh material kemasannya.



Gambar 4.1.1.3 Bentuk Kemasan AQUA

Berdasarkan keseimbangan bentuk, semua merek telah memberikan keseimbangan yang pas melalui bentuk kemasannya. Proporsi atau ukuran dasar gelas baik dasar yang atas dan yang bawah sesuai dengan perhitungan sehingga bila isi kemasan dikurangi atau ditambah lagi tidak akan goyah. Bentuk yang seimbang akan sangat enak dilihat oleh mata. Banyaknya motif yang dibuat agak dalam seperti pada kemasan ADES, TOTAL dan AQUASE (lihat Gambar 4.1.1.1) membuat kemasan jadi tampak cekung. Berbeda dengan motif pada kemasan CLUB (Gambar 4.1.1.2) dan AQUA (Gambar 4.1.1.3) yang dibuat tidak terlalu dalam akan membuat kemasan jadi tampak cembung. Dan yang lebih penting lagi kemasan tersebut dapat berdiri di rak, sehingga tidak perlu dimasukkan terlebih dahulu pada kemasan kedua, apalagi jenis produknya merupakan produk konsumtif yang dapat dipakai dengan cepat jika dibutuhkan.

Bentuk motif yang diaplikasikan pada sisi gelas selain *logotype*, juga terdapat bentukan-bentukan geometris yang diaplikasi dan dibentuk agak cekung dan atau cembung. Pada kemasan AQUA dan CLUB tidak begitu mendetail bentukannya bila dilihat secara seksama pada sisi sampingnya, sehingga kecekungan bentuk tidak kentara. Jadi bila dilihat secara sepintas, kemasan CLUB dan AQUA lebih nampak cembung. Berbeda dengan kemasan ADES, TOTAL dan AQUASE, motif bentuk yang digunakan lebih mendetail kecekungannya terutama pada bagian bawah, sehingga kebawah kelihatan semakin mengecil. Interval motif yang digunakan pada setiap kemasan tersebut juga terlihat teratur, begitu juga dengan kemasan CLUB dan AQUA.

Mengenai ukuran kemasan *cup* / gelas yang digunakan oleh setiap merek produk air mineral sepertinya tidak jauh berbeda untuk ketinggiannya. Tetapi bentuk dari kemasan tersebut dapat dikreasi sendiri oleh setiap produsen. Sehingga seperti kemasan AQUA dan CLUB yang membuat bentuk kemasan tersebut menjadi tampak lebar sehingga dapat menampung lebih banyak air (isi produk). Berikut tabel ringkasan mengenai bentuk kemasan dari setiap merek :

Tabel 4.1.1.1 Aspek Denotatif Bentuk Kemasan Produk Air Mineral

	<b>AQUA</b>	<b>ADES</b>	<b>CLUB</b>	<b>TOTAL</b>	<b>AQUASE</b>
- Segi fisik bentuk	<i>cup</i> / gelas	<i>cup</i> / gelas	<i>cup</i> / gelas	<i>cup</i> / gelas	<i>cup</i> / gelas
- Bentuk dasar <i>cup</i> / gelas	Bentuk dasar segi empat.	Bentuk dasar lingkaran.	Bentuk dasar segi empat pada bagian bawah dan lingkaran pada bagian atas.	Bentuk dasar lingkaran.	Bentuk dasar lingkaran.
- Material	plastik	plastik	plastik	plastik	plastik
- Keseimbangan bentuk	seimbang	seimbang	seimbang	seimbang	seimbang
- Interval motif	teratur	teratur	teratur	teratur	teratur
- Cembung / cekung	Dominan cembung.	Dominan cekung.	Dominan cembung.	Dominan cekung.	Dominan cekung.
- Ciri lainnya	<i>Emboss logotype.</i>	-	<i>Emboss logotype.</i>	3 garis bubungan sepusat.	-
- Warna kemasan	Warna bening / material.	Warna bening / material.	Warna bening / material.	Warna bening / material.	Warna bening / material.

#### 4.1.2 Segi Warna Desain Label Kemasan Produk Air Mineral

Hampir keseluruhan warna pada kemasan 5 merek produk air mineral yang dibahas hampir sama. Terdapat 2 kelompok merek yang menggunakan karakter warna yang hampir sama yaitu warna pada desain kemasan AQUA,

ADES dan CLUB (lihat Gambar 4.1.2.1), dan yang kedua, kelompok warna yang ada pada desain kemasan TOTAL dan AQUASE (lihat Gambar 4.1.2.2). Desain warna yang dibahas adalah yang terletak pada label kemasan yang berfungsi juga sebagai penutup *cup* / gelas. Warna-warna cetak yang dihasilkan pada material plastik, warna yang dihasilkan lebih kental dan cerah serta mengkilap (cetak *silkscreen*).



Gambar 4.1.2.1 Desain Label AQUA, ADES dan CLUB

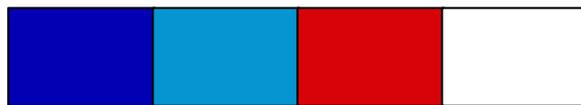


Gambar 4.1.2.2 Desain Label TOTAL dan AQUASE

Ternyata penggunaan warna biru lebih sering dan cocok digunakan untuk aplikasi desain kemasan produk air mineral. Menurut E.P.Danger, warna yang paling populer diantara masyarakat luas adalah biru, merah dan hijau, kombinasi apapun yang didominasinya akan memuaskan sebagian besar masyarakat, dan lebih disukai daripada kuning dan violet.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> E.P.Danger, Memilih Warna Kemasan, (Jakarta : PT. Pustaka Binaman Pressindo, 1992), hal. 86.

Adapun jumlah warna yang digunakan oleh setiap kemasan lebih berwarna, AQUA menggunakan 4 warna untuk kemasannya, 6 warna digunakan ADES, 5 warna digunakan CLUB, 5 warna digunakan TOTAL dan 4 warna digunakan AQUASE. Tampaknya ADES lebih banyak menggunakan warna yang bervariasi, walaupun hanya ada 4 warna dasar. Jenis warna yang digunakan AQUA adalah warna biru, biru es (*ice blue*), merah dan putih (lihat Gambar 4.1.2.3). Sedangkan ADES menggunakan jenis warna *RGB Blue*, biru langit (*sky blue*), biru es (*ice blue*), merah, hijau, dan putih (lihat Gambar 4.1.2.4). CLUB menggunakan warna biru, biru langit (*sky blue*), merah, hitam dan putih (lihat Gambar 4.1.2.5). TOTAL menggunakan warna biru, biru pastel (*pastel blue*), biru langit (*sky blue*), biru hijau (*turquoise*) dan putih (lihat Gambar 4.1.2.6). Sedangkan AQUASE menggunakan warna biru, biru hijau (*turquoise*), merah dan putih (lihat Gambar 4.1.2.7).



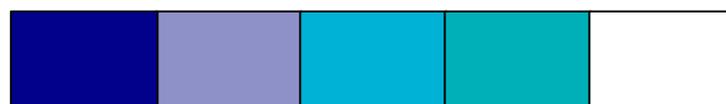
Gambar 4.1.2.3 Jenis Warna Label AQUA



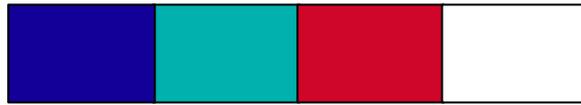
Gambar 4.1.2.4 Jenis Warna Label ADES



Gambar 4.1.2.5 Jenis Warna Label CLUB



Gambar 4.1.2.6 Jenis Warna Label TOTAL



Gambar 4.1.2.7 Jenis Warna Label AQUASE

Warna yang mencolok seperti warna *logotype* CLUB (lihat Gambar 4.1.2.8) dengan warna merahnya yang mencolok akan selalu mendesak warna yang lembut (warna biru muda dan putih pada latar belakangnya), sehingga warna merah tersebut akan lebih terlihat dan memberikan citra kelihatan lebih dekat ke mata. Karena warna mencolok terpusat di belakang retina mata, jadi membawa warna ke depan dan warna lembut mempunyai efek sebaliknya. Semakin terang suatu warna, maka gambar atau bentuk yang ditampilkannya akan kelihatan semakin besar.



Gambar 4.1.2.8 *Logotype* CLUB

Kebanyakan peraturan keharmonisan warna didasarkan pada ‘lingkaran warna’ dimana warna utama dari spektrum warna diatur disekitar sebuah lingkaran dengan urutan merah, violet, biru, hijau, kuning dan oranye.<sup>2</sup> Pengaturan terhadap kombinasi warna perlu diperhatikan, seperti yang terlihat oleh warna-warna pada 5 merek tersebut kebanyakan telah memperhatikan harmonisasi warna, warna utama dengan warna lainnya. Seperti warna putih yang digunakan sebagai kombinasi warna untuk warna-warna utama biru atau biru hijau. Warna juga menciptakan citra yang selanjutnya, dimana menggunakan suatu cara yang konstruktif bila warna yang bertentangan secara sempurna digunakan, yang satu bertentangan dengan yang lainnya, dan kedua warna tersebut akan saling mendukung satu sama lain, asalkan permukaannya cukup luas. Sebaliknya, jika dua warna membingungkan atau kelihatan tercampur, seperti yang terlihat pada label kemasan TOTAL (lihat Gambar 4.1.2.9), dimana

---

<sup>2</sup> Ibid., hal. 83.

warna latar dan ilustrasi kelihatan tercampur, dampaknya, kedua warna tersebut akan saling menghapuskan satu sama lain.



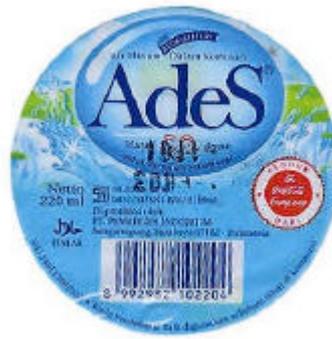
Gambar 4.1.2.9 Label TOTAL

Bentuk warna latar pada label AQUA menggunakan warna gradasi *tone* biru langit ke putih. Begitu juga dengan label CLUB hampir sama dengan AQUA (lihat Gambar 4.1.2.10) cuma kebalikannya saja dan sama-sama menggunakan warna *tone* biru langit (*sky blue*).



Gambar 4.1.2.10 Label AQUA dan CLUB

ADES (lihat Gambar 4.1.2.11) menggunakan warna latar polos (warna *hue*) warna biru es (*ice blue*).



Gambar 4.1.2.11 Label ADES

TOTAL dan AQUASE (lihat Gambar 4.1.2.12) sama-sama menggunakan warna *hue* warna *turquoise* dan warna biru.



Gambar 4.1.2.12 Label TOTAL dan AQUASE

Adapun ringkasan mengenai warna kemasan produk air mineral dari aspek denotatif adalah sebagai berikut :

Tabel 4.1.2.1 Aspek Denotatif Warna Desain Label Kemasan Produk Air Mineral

	AQUA	ADES	CLUB	TOTAL	AQUASE
- Cetak warna	Label yang dicetak <i>Silkscreen</i> .				
- Jumlah warna	4 warna	6 warna	5 warna	5 warna	4 warna

Tabel 4.1.2.1 Aspek Denotatif Warna Desain Label Kemasan Produk Air Mineral (sambungan)

	<b>AQUA</b>	<b>ADES</b>	<b>CLUB</b>	<b>TOTAL</b>	<b>AQUASE</b>
- Jenis warna	Biru ( <i>Blue</i> ) <i>Ice Blue</i> Putih ( <i>White</i> ) Merah ( <i>Red</i> )	<i>RGB Blue</i> <i>Sky Blue</i> <i>Ice Blue</i> Merah Hijau Putih	Merah Biru <i>Sky Blue</i> Hitam Putih	Biru <i>Pastel Blue</i> <i>Turquoise</i> <i>Sky Blue</i> Putih	<i>Turquoise</i> Biru Merah Putih
- Bentuk warna	- Warna <i>tone</i> - Warna <i>hue</i>	- Warna <i>tone</i> - Warna <i>hue</i> - Warna <i>saturation</i>	- Warna <i>tone</i> - Warna <i>hue</i>	- Warna <i>hue</i> - Warna <i>saturation</i>	- Warna <i>tone</i> - Warna <i>hue</i>
- Harmonisasi	Ada harmonisasi warna.	Ada harmonisasi warna.	Ada harmonisasi warna.	Ada, tetapi kurang pada warna ilustrasi.	Ada harmonisasi warna.
- Kontras	Warna terang dan gelap pada warna biru.	Warna terang dan gelap pada warna biru.	Warna terang dan gelap pada warna biru serta warna hitam dan putih.	Warna biru dan warna biru hijau ( <i>Turquoise</i> ).	Warna biru dan warna biru hijau ( <i>Turquoise</i> ).

#### 4.1.3 Segi Tipografi Desain Label Kemasan Produk Air Mineral

Pencetakan huruf di atas sebuah kemasan / label harus sederhana, tipe gaya yang sedikit mungkin akan menolong menghindari kebingungan, tetapi sebaliknya, bentuk dan ukuran huruf cetak yang sekecil mungkin akan menolong untuk menyampaikan kesan seperti halus, kasar, kuat dan lemah.<sup>3</sup>

Pada setiap produk pasti akan menunjukkan pesan yang ingin ditunjukkan kepada konsumennya mengenai produk tersebut. Pesan yang ditunjukkan harus jelas dan singkat karena orang hanya mempunyai sedikit waktu untuk membaca

<sup>3</sup> Ibid., hal.150.

apa yang tertera di atas kemasan / label kemasan. AQUA mempunyai pesan produk yaitu “Air Minum Dari Mata Air Pandaan – Jawa Timur” yang tertulis dibawah logo dengan huruf-huruf *uppercase* masih belum terlihat begitu jelas apalagi dengan warna gelap yang berdampingan dengan warna yang agak gelap (*gray*), sehingga sangat mungkin untuk terlewatkan. Begitu juga dengan ADES dengan pesannya “Air Minum Berkualitas Dalam Kemasan” dan “Murni, Aman, untuk diminum setiap saat.” Untuk pesan yang kedua belum begitu terlihat dengan jelas bila dari kejauhan karena warna teks yang hampir tenggelam dengan warna latar. Sedangkan CLUB dengan pesannya “Air Segar Menyehatkan” merupakan bentuk pesan yang jelas dan singkat dengan ukuran yang proporsional sehingga dapat terbaca dari jauh. Warna merah pada teks dengan penulisan yang miring (*italic*) atau penggunaan huruf *script* menandakan pentingnya pesan tersebut atau penonjolan pesan produk seperti pesan “Export” pada AQUASE, sehingga memiliki nilai pengakuan yang lebih baik.

Warna pada teks atau *blocks of text* juga mempengaruhi legibilitas, terutama jika teks tersebut berukuran kecil. Kombinasi warna gelap dengan terang atau warna netral seperti biru dengan putih pada AQUA dan AQUASE atau sebaliknya seperti pada TOTAL, hitam dengan putih pada CLUB akan sangat legibel daripada kombinasi warna yang memiliki nada (*tone*) yang hampir sama seperti biru tua dengan biru pada ADES, legibilitasnya berkurang dan biasanya memberikan impresi yang menyilaukan.

Jenis huruf pada *logotype* AQUA menciptakan hubungan yang khusus dengan produknya. *Serif* dari setiap huruf pada bagian bawah yang dibuat membulat menyerupai bentuk air. Setengah bagian dari huruf-huruf yang dicetak *uppercase* tersebut dibuat *serif* yang menyerupai bentuk air yang sama dengan *serif* pada bagian bawah. *Serif* pada bagian atas adalah ciri khas dari *serif bracket* dimana ada lekungan lembut yang mengikat *serif* dengan batang huruf. Ekor pada huruf ‘Q’ dibentuk seperti motif aliran air dan hampir berdekatan dengan huruf ‘U’. Lekungan ekor huruf ‘Q’ juga diselaraskan dengan lekungan garis gelombang dibawahnya. Bidang kosong (*counter*) dalam huruf ‘Q’ lebih sempit begitu juga pada huruf ‘A’ dan ‘U’, dimana mengakibatkan jarak antar batang huruf lebih dekat sehingga kelihatan menjadi satu. Garis horisontal pada huruf ‘A’

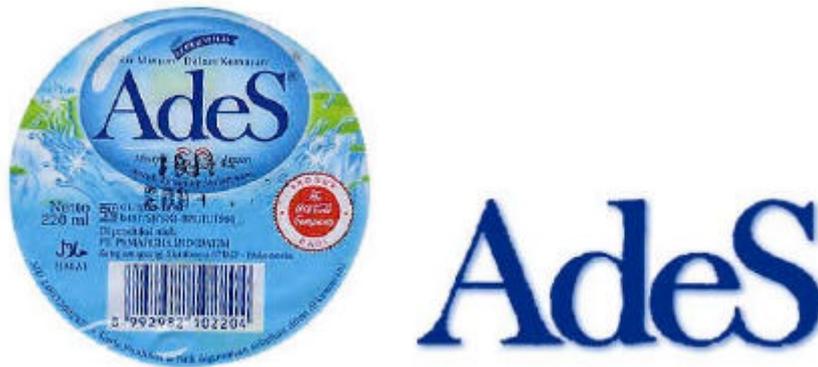
(*crossbar*) agak ke bawah. Garis utama pada huruf (*stroke*) sangat tebal dan agak kontras tebal tipisnya kecuali pada huruf 'Q' karena *counter*-nya yang sempit. Jenis tipografi ini mempunyai kesan yang klasik tetapi modern yang ditunjukkan dengan bentuk dekoratifnya. Dengan adanya garis luar dengan warna yang sama dengan warna huruf sehingga tampak lebih dekat dan efek timbul. Jarak antar huruf ( *Kerning*) dibuat saling berdekatan sampai menyentuh garis tepi huruf kecuali antara huruf 'U' dan 'A', garis tepinya tidak menghilang, terlihat bahwa huruf 'A' di sebelah kanan lebih besar daripada di sebelah kiri untuk mengimbangi huruf 'Q'. Bila dilihat dengan cepat, untuk orang-orang yang belum mengenal AQUA akan kesusahan / kesulitan untuk mengenal identitas huruf-hurufnya terutama huruf 'Q' dan juga disebabkan oleh motif air di bagian tengah huruf. Sedangkan huruf-huruf pada *body text* lebih bercirikan huruf *sans-serif* atau tanpa *serif*, *copy* pada tepi desain memakai huruf kapital semua. Huruf *sans-serif* yang digunakan cenderung geometrik, yang berdasar pada aturan-aturan dari bentuk geometris minimalis seperti bidang, lingkaran dan garis lurus, tetapi lebar goresannya kurang tampak pada bentuk huruf tersebut (lihat Gambar 4.1.3.1).



Gambar 4.1.3.1 Label dan *Logotype* AQUA

Jenis huruf Roman Peralihan (*Transitional Romans*) pada *logotype* ADES, merupakan peralihan huruf dari gaya lama ke modern, seperti Times New Roman juga digunakan sebagai *body of text* dari desain label ADES. Jenis huruf Roman Peralihan merupakan huruf *serif* tepatnya *round serif* yang agak tipis, dan *stroke* dari tebal ke tipis serta sebaliknya lebih jelas terlihat. Bentuk batang huruf pada huruf kecil yang menonjol di atas *x-height* (*ascender*) dan batang huruf pada huruf

kecil yang berada di bawah *x-height* (*descender*) pendek untuk menghemat *space*. *Counter* huruf lebih luas dan terbuka sehingga memudahkan untuk keterbacaan dan *crossbar* pada huruf ‘A’ agak ke atas. Jarak antar huruf cukup seimbang, tetapi huruf ‘S’ yang dibuat *uppercase*, ekor *serif*-nya bersambungan dengan *tail* huruf ‘e’ , bila huruf ‘S’ dibuat *lowercase* maka tidak akan ada penekanan bunyi pada huruf ‘es’, hanya menekankan pada bunyi ‘Ad’ saja. Pada *logotype* ADES, huruf dibuat tebal (*bold*) dan di-*condensed* atau dimampatkan, dimana huruf agak ditarik ke atas atau memanjang (lihat Gambar 4.1.3.2).



Gambar 4.1.3.2 Label dan Logo ADES

Jenis huruf pada *logotype* CLUB merupakan jenis huruf *script*, *face script* mencontoh tulisan tangan dengan huruf yang bersambung dan bentuknya agak formal. Tebal tipis *stroke*-nya tidak begitu jelas, kurva hurufnya melingkar oleh karena itu sering diasosiasikan dengan tulisan tangan dan jenis teknik penulisannya merupakan tulisan pena, dimana pada awal dan akhir penulisan ditandai dengan *serif* yang membulat seperti tinta yang bocor dan membentuk bulatan. Sedangkan huruf yang digunakan untuk *body of text* mempunyai *serif* yang kecil dan jenisnya merupakan *round serif*. Bentuk hurufnya tampak lebih bulat dan lebih lebar, *ascender* dan *descender*-nya pendek, huruf ‘e’-nya mempunyai palang miring dan seperti tulisan tangan, *stroke*-nya tidak terlalu tebal dan sulit dilihat kontras tebal tipisnya. Kemudian pada tulisan “250 ml” dan yang lainnya menggunakan huruf *sans-serif* yang mempunyai *counter* yang cukup lebar (lihat Gambar 4.1.3.3).



Gambar 4.1.3.3 Label dan *Logotype* CLUB

Sedangkan jenis huruf pada *logotype* TOTAL merupakan kelompok huruf *stylised* yang sama sekali berbeda dengan kelompok huruf yang lain. *Stroke* hurufnya merupakan bentukan-bentukan geometri seperti segitiga, persegi panjang dan setengah lingkaran yang saling dipadukan sehingga membentuk huruf. *Stroke* yang digunakan juga tebal, dan huruf-hurufnya yang semuanya merupakan huruf *uppercase* atau kapital dan ukuran huruf yang tidak sebesar dengan *logotype-logotype* yang lain. Karena dibatasi dengan bagian atas dan bawah yang sudah penuh sehingga terlihat kaku tetapi modern. Pada *body of text*-nya jenis hurufnya merupakan huruf *sans-serif* atau tanpa *serif* dengan *counter* yang cukup lebar dan kurva persegi yang kasar (lihat Gambar 4.1.3.4).



Gambar 4.1.3.4 Label dan *Logotype* TOTAL

Pada *logotype* AQUASE jenis huruf yang digunakan hampir sama dengan AQUA, dengan perbedaan pada *serif* bagian bawah, seperti *rounded serif* dan lebih tebal dan *serif* pada bagian atas merupakan *square serif* atau *slab serif* dimana ketebalannya hampir sama dengan batang huruf. Tebal tipis *stroke* pada

jenis huruf tersebut kontras. Untuk huruf ‘S’ dan ‘E’, *serif* ujung terakhir dibuat membulat seperti penulisan dengan pena (huruf *script*). Huruf-hurufnya tidak dibatasi garis luar dan *tail* (ekor) pada ‘Q’ lebih panjang daripada ‘Q’ pada AQUA, jarak antar huruf tidak terlalu rapat dan juga tidak terlalu renggang, jadi ada *space* yang cukup untuk dapat mengidentifikasi huruf dan legibel. Tulisan “Export” bentuk hurufnya bersambung seperti tulisan tangan berkesan sesuatu yang penting, hal ini juga dibantu dengan pemakaian warna, diletakkan secara diagonal. Tulisan “DRINKING WATER” yang keseluruhan menggunakan huruf kapital, mempunyai tebal tipis *stroke* yang sangat kontras dan *hairline serif*, yaitu *serif* yang tipis dan horisontal tanpa *bracket*, *stroke* atau *stress*-nya vertikal. Sedangkan pada *body of text*, huruf-huruf yang digunakan yaitu *sans-serif* dengan *counter* yang cukup lebar (lihat Gambar 4.1.3.5).



Gambar 4.1.3.5 Label dan *Logotype* AQUASE

Dari segi *readibilitas*, penggunaan huruf-huruf pada setiap merek sudah *readible*, hanya saja pada *logotype* AQUA, jarak antar hurufnya terlalu dekat sehingga huruf tidak dapat secara cepat diidentifikasi bentuknya. Begitu juga *body of text* pada merek CLUB yang terletak di luar lingkaran desain dengan huruf kapital, jarak antar huruf sangat dekat sehingga kurang terbaca dengan cepat apalagi dengan penempatan yang melingkar seharusnya jarak antar huruf renggang bila hurufnya ber-*serif*.

Komposisi teks pada bidang desain AQUA menggunakan *centered*, yaitu menengahkan setiap baris kalimat dimana jarak ke kiri dan ke kanan sama dan gerigi yang dihasilkan antara kiri dan kanan sama. Begitu juga dengan teks yang

tertera pada bidang desain CLUB, TOTAL dan AQUASE yang menggunakan komposisi *centered* (ditengah). Komposisi teks yang *centered* menciptakan siluet yang mengesankan, mempunyai bentuk-bentuk tingkatan, tetapi juga agak sulit untuk menemukan awal dari tiap baris kalimatnya. Oleh karena itu cocok digunakan pada teks yang sedikit atau baris kalimatnya tidak banyak.

Sedangkan komposisi teks pada bidang desain ADES menggunakan *unjustified* yang rata kiri. Bentuk komposisi ini sangat mudah untuk dibaca, dan mudah untuk menemukan awal kalimat dari setiap baris, karena selalu berada di sebelah kiri dan tidak teratur atau bergerigi di sebelah kanan yang dapat menambah *visual interest* pada bidang tersebut, tetapi juga dapat menjadi faktor pengganggu suatu desain. Adapun ringkasan mengenai tipografi dari segi denotatif adalah sebagai berikut :

Tabel 4.1.3.1 Aspek Denotatif Tipografi Desain Label Kemasan Produk Air Mineral

	<b>AQUA</b>	<b>ADES</b>	<b>CLUB</b>	<b>TOTAL</b>	<b>AQUASE</b>
- Jenis huruf yang digunakan	- Huruf <i>miscellaneous</i> (dekoratif) - Huruf <i>sans serif</i> (Arial)	- Huruf <i>transitional romans</i> (Times New Roman)	- Huruf <i>script</i> - Huruf <i>sans serif</i> - Huruf <i>serif</i> (Souvenir Light)	- Huruf <i>sans serif</i> (Futura Black) - Huruf <i>sans serif</i> (Arial)	- Huruf <i>miscellaneous</i> - Huruf <i>sans serif</i> - Huruf Romawi Modern (Bodoni)
- Warna pada <i>logotype</i>	Biru	<i>RGB Blue</i>	Merah	Biru	Biru
- Warna pada <i>body of text</i>	Biru	Biru	- Biru - Hitam	- Biru - Putih	- Biru - Putih

Tabel 4.1.3.1 Aspek Denotatif Tipografi Desain Label Kemasan Produk Air Mineral (sambungan)

	<b>AQUA</b>	<b>ADES</b>	<b>CLUB</b>	<b>TOTAL</b>	<b>AQUASE</b>
- Bentuk fisik <i>logotype</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>serif bracket</i> dan dekoratif</li> <li>- tebal tipis <i>stroke</i> agak kontras</li> <li>- <i>counter</i> huruf lebih sempit</li> <li>- adanya garis tepi pada huruf</li> <li>- <i>crossbar</i> 'A' agak ke bawah</li> <li>- huruf kapital</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>round serif</i></li> <li>- tebal tipis <i>stroke</i> lebih jelas</li> <li>- <i>ascender</i> dan <i>descender</i> pendek</li> <li>- <i>counter</i> agak lebar</li> <li>- tebal (<i>bold</i>)</li> <li>- <i>condesed</i></li> <li>- <i>crossbar</i> huruf 'A' agak ke atas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>serif</i> melingkar</li> <li>- tebal tipis <i>stroke</i> tidak begitu jelas</li> <li>- <i>curve</i> huruf melingkar</li> <li>- ada garis tepi pada huruf</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>sans serif</i></li> <li>- <i>stroke</i> bentuk geometris</li> <li>- huruf kapital</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>square / slab serif</i> dan melingkar</li> <li>- tebal tipis <i>stroke</i> agak kontras</li> </ul>
- Bentuk fisik <i>body of text</i> dan pesan yang lain	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>sans serif</i></li> <li>- <i>copy</i> pada luar desain menggunakan kapital</li> <li>- lebar goresan huruf kurang tampak</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>round serif</i></li> <li>- tebal tipis <i>stroke</i> lebih jelas</li> <li>- <i>ascender</i> dan <i>descender</i> pendek</li> <li>- <i>counter</i> agak lebar</li> <li>- <i>crossbar</i> huruf 'A' agak ke atas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>round serif</i> kecil</li> <li>- tampak lebih bulat dan lebar</li> <li>- <i>ascender</i> dan <i>descender</i> pendek</li> <li>- huruf 'e' punya palang miring</li> <li>- tidak terlihat kontras</li> <li>- tebal tipis <i>stroke</i></li> <li>- <i>copy</i> lainnya <i>sans serif</i></li> <li>- <i>counter</i> cukup lebar</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>sans serif</i></li> <li>- <i>counter</i> cukup lebar</li> <li>- kurva persegi yang kasar</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- huruf <i>script</i> pada "Export"</li> <li>- diagonal</li> <li>- sangat kontras tebal tipisnya</li> <li>- pada "DRINKING WATER" huruf kapital</li> <li>- sangat kontras tebal tipisnya</li> <li>- <i>hairline serif</i></li> <li>- <i>stroke / stress</i> vertikal</li> <li>- <i>copy</i> lainnya <i>sans serif</i></li> <li>- <i>counter</i> cukup lebar</li> </ul>

Tabel 4.1.3.1 Aspek Denotatif Tipografi Desain Label Kemasan Produk Air Mineral (sambungan)

	<b>AQUA</b>	<b>ADES</b>	<b>CLUB</b>	<b>TOTAL</b>	<b>AQUASE</b>
- <i>Readability</i> pada : * <i>logotype</i> * <i>body of text</i>	- spasi huruf terlalu berdekatan - sudah <i>readible</i>	- sudah <i>readible</i> - sudah <i>readible</i>	- sudah <i>readible</i> - sudah <i>readible</i> tetapi teks pada tepi lingkaran terlalu agak rapat	- sudah <i>readible</i> - sudah <i>readible</i>	- sudah <i>readible</i> - sudah <i>readible</i>
- Visualisasi dengan warna latar	Pada bagian desain, teks dapat terbaca tetapi pada sekeliling luar desain tidak begitu jelas.	Teks dapat terbaca dan terlihat dengan jelas.	Teks dapat terbaca dan terlihat dengan jelas.	Teks dapat terbaca dan terlihat dengan jelas.	Teks pada desain berlatar biru hijau (Turquoise) tidak terlihat dengan jelas, begitu juga teks yang berada di sekeliling luar desain.
- <i>Legibility</i>	Sudah <i>legible</i> .	Sudah <i>legible</i> pada <i>logotype</i> , tetapi teks slogan masih belum <i>legible</i> .	Sudah <i>legible</i> .	Sudah <i>legible</i> .	Sudah <i>legible</i> .
- Komposisi teks	<i>centered</i>	rata kiri	<i>centered</i>	<i>centered</i>	<i>centered</i>

#### 4.1.4 Segi Ilustrasi / Gambar Desain Label Kemasan Produk Air Mineral

Ilustrasi pada kemasan termasuk gambar mengenai produk atau yang mengasosiasikan dengan produk, tetapi juga dapat merupakan bagian dari logo atau simbol. Logo atau simbol ini bukan merupakan *logotype* tetapi berupa *pictorial*. Tidak semua merek menggunakan logo *pictorial* baik sendiri maupun

bersamaan dengan *logotype*. Seperti halnya pada AQUA (lihat Gambar 4.1.4.1), yang menggunakan simbol atau bentukan dari garis tebal yang dibuat bergelombang, dimana ada 3 garis dan diwarna secara bergradasi dengan warna *tone* biru. Simbol ini tentu saja dapat menunjukkan tentang jenis produk dan juga komunikatif.



Gambar 4.1.4.1 Logo AQUA

Sedangkan pada ADES (lihat Gambar 4.1.4.2), terdapat logo ADES yang berupa lingkaran oval horizontal yang membentuk seperti titik air dengan gradasi ke tengah berwarna biru ke putih.



Gambar 4.1.4.2 Logo ADES

Pada TOTAL (lihat Gambar 4.1.4.3) pun terdapat simbol keluarga yang berada dibawah tiga garis lurus dengan warna yang seakan bergradasi dan simbol keluarga diberi warna putih.



Gambar 4.1.4.3 Logo TOTAL

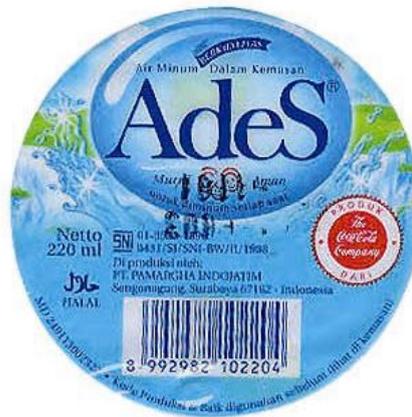
Ilustrasi pada kemasan AQUA diletakkan di belakang sebagai latar belakang tetapi tetap dominan dengan warna latar dan elemen teks dan logo AQUA agar mudah terlihat. Ilustrasinya merupakan bagian yang terpisah dari logo. Bentuk atau teknik penggambarannya secara manual dengan teknik sketsa pensil yang halus kemudian dibantu pewarnaannya dalam komputer, sehingga menghasilkan warna yang sesuai dengan warna latar belakangnya.

Begitu juga dengan CLUB (lihat Gambar 4.1.4.4), ilustrasi percikan air dengan warna biru langit ditempatkan di belakang sebagai bagian dari latar belakang, dan tetap dominan dengan warna latar serta elemen-elemen yang lain. Ilustrasinya merupakan bagian yang terpisah dengan logo. Tidak ada nostalgia yang bisa dilihat dalam ilustrasi tersebut, tetapi bentuk yang digunakan cukup populer dan terutama bisa diterima oleh muda mudi daripada orang tua. Bahkan bentuk tersebut menggambarkan keceriaan serta menimbulkan kesan yang dinamis dan aktif terutama seperti di masa-masa *pop art*.



Gambar 4.1.4.4 Label CLUB

Ilustrasi pada kemasan ADES (lihat Gambar 4.1.4.5) diletakkan di bagian atas secara penuh dan logo menjadi bagian dari ilustrasi pemandangan lembah dan air terjun serta lautnya. Sehingga ilustrasi dan logo sama-sama dominan dan menarik perhatian terlebih dahulu. Teknik penggambaran yang digunakan merupakan olahan komputer yang diolah secara sederhana dan terlihat seperti gambar tangan atau manual dengan dengan permainan gradasi warna-warna cerah tetapi masih terlihat realistis.



Gambar 4.1.4.5 Label ADES (Ilustrasi)

Ilustrasi pegunungan pada label kemasan TOTAL (lihat Gambar 4.1.4.6) diletakkan di belakang logo TOTAL, sayangnya karena warna yang diaplikasikan pada ilustrasi hampir sama dengan warna latar sehingga membuat ilustrasi tersebut tenggelam, dan hal ini tidak didukung dengan proporsi ilustrasi yang kecil sehingga tidak terlihat. Teknik penggambaran yang digunakan merupakan olahan komputer yang sederhana dengan permainan gradasi warna.



Gambar 4.1.4.6 Label TOTAL (Ilustrasi)

Adapun ringkasan mengenai ilustrasi dari aspek denotatif adalah sebagai berikut :

Tabel 4.1.4.1 Aspek Denotatif Ilustrasi / Gambar Desain Label Kemasan Produk Air Mineral

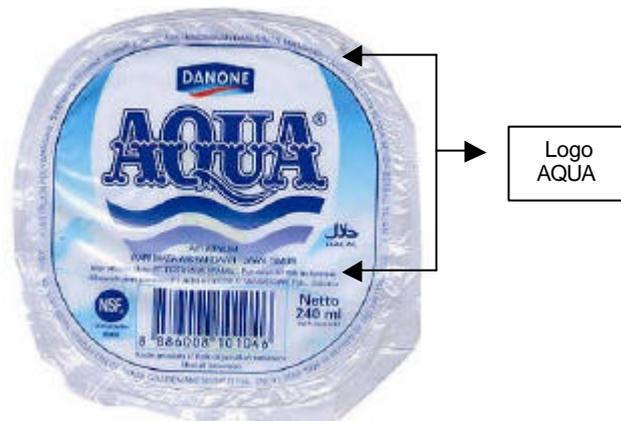
	<b>AQUA</b>	<b>ADES</b>	<b>CLUB</b>	<b>TOTAL</b>	<b>AQUASE</b>
- Dominasi ilustrasi / gambar	dominan	terlalu dominan	dominan	kurang dominan	-
- Bentuk ilustrasi / gambar	Sketsa pegunungan	Ilustrasi manual pemandangan air terjun, lembah dan danau. Siluet keluarga.	Simbolisasi percikan air.	Gambar pegunungan dan simbolisasi keluarga.	-
- Bentuk logo	- Lingkaran oval vertikal. - 3 garis tebal membentuk gelombang.	Lingkaran oval horisontal.	-	3 garis tebal berjajar vertikal bertumpukan dengan simbol keluarga.	1 garis horisontal gelombang
- Warna ilustrasi yang dipakai	<i>Monotone</i> warna <i>ice blue</i> .	Hijau Chartreuse Sky Blue Putih	Gradasi Sky Blue dan Putih.	Gradasi <i>center Sky Blue</i> dan Putih.	-

#### 4.1.5 Segi Tata Letak Desain Label Kemasan Produk Air Mineral

Keseimbangan suatu bentuk desain sangat penting, dimana setiap unsur elemen harus menjadi satu kesatuan dan penataan setiap elemen serta penyebarannya, sehingga membuat kesan yang menyenangkan. Selain itu lawanan (kontras) dalam penggunaan warna yang sangat berbeda akan dapat menarik perhatian dan keterbacaan maksimal. Hal lain seperti proporsi atau perbandingan antar elemen-elemen desain yang serasi baik panjang – lebar, besar – kecil, tebal – tipis harus saling terpadu sehingga enak dilihat.

Dalam membuat desain, perancang akan merencanakan penataan yang sedemikian rupa dari setiap elemen-elemen dalam desainnya ke dalam pengurutan yang paling logis dan memberikan alur keterbacaan yang sesuai dengan kebiasaan orang membaca. Bila semuanya serasi maka kesatuan desain akan tercapai.

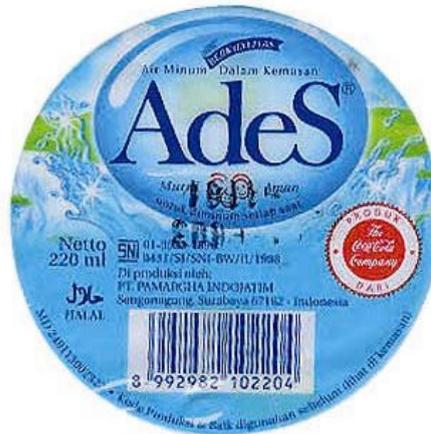
AQUA menata elemen-elemen desainnya secara teratur dari atas ke bawah, sehingga terlihat simetris antara sebelah kiri dan kanan, atas dan bawah, walaupun di bagian kanan agak penuh. Kontras warna setiap elemen berbeda, antara latar yang agak gelap ditimpa dengan lingkaran putih dan ditimpa lagi dengan warna yang lebih gelap dari warna latarnya, sehingga elemen-elemen di muka dapat terbaca dengan maksimal. Proporsi logo lebih besar dibandingkan yang lainnya, sehingga *visual hierarchy*-nya berawal dari logo AQUA kemudian ilustrasi dan teks dibawahnya serta petunjuk / informasi yang lain dan yang terakhir adalah teks yang berada di luar desain, karena kontras warna yang kurang jelas (lihat Gambar 4.1.5.1).



Gambar 4.1.5.1 Label AQUA

ADES menata elemen-elemen desainnya sudah teratur tetapi terdapat keseimbangan yang asimetris bila dilihat dari kontras warna yang digunakan, warna merah pada logo The Coca Cola Company lebih menarik perhatian juga dan *eye-catching* bila berada di bawah penerangan toko. Proporsi atau perbandingan tiap elemen berdasarkan besar – kecil dan tebal – tipis. Perbandingan antara desain bagian atas dan bawah terlihat jelas bahwa bagian atas akan menarik perhatian lebih dulu. *Logotype* ADES huruf-hurufnya lebih tebal daripada huruf teks yang lainnya. Sehingga *visual hierarchy* yang tercipta yang

pertama dilihat adalah logo dan secara tak langsung ilustrasi dibelakangnya kemudian logo Coca Cola baru kemudian teks dibawahnya (lihat Gambar 4.1.5.2).



Gambar 4.1.5.2 Label ADES

Bila melihat desain label CLUB, akan terlihat sangat rapi penataannya dan benar-benar simetris (*centered position*). Elemen-elemen desain yang utama diletakkan di dalam lingkaran desain sedangkan teks informasi berada di luar. Perbandingan setiap elemen berbeda, tentu saja logo lebih besar daripada yang lain, walaupun ilustrasi juga sama besarnya tetapi karena agak tertutup *barcode* sehingga tidak mengalahkan logo. Proporsi antara ilustrasi dengan *barcode* juga berbeda, ilustrasi dibuat lebih panjang dari bidang kiri ke tepi bidang kanan. Secara *visual hierarchy*, logo terlihat lebih dulu kemudian ke arah bawah menuju slogan dan ilustrasi hingga keseluruhan bidang desain di dalam lingkaran dan terakhir teks di luar lingkaran (lihat Gambar 4.1.5.3).



Gambar 4.1.5.3 Label CLUB

Seperti juga CLUB, TOTAL menata elemennya sangat rapi di tengah desain sehingga membentuk baris dan simetris. Warna yang digunakan cukup kontras tetapi perbandingannya juga tidak begitu kontras, logo *pictorial* akan terlihat lebih dulu daripada nama merek (*logotype*), karena besarnya, sehingga membuat *logotype* menjadi terdesak dan kelihatan kecil, ditambah dengan ukuran *barcode* yang cukup besar. Secara *visual hierarchy*, logo *pictorial* adalah yang pertama terlihat kemudian *barcode* dan *logotype* yang secara tak langsung akan terlihat ilustrasi dibelakangnya, walaupun kurang jelas sehingga ada kemungkinan terlewatkan. Dan yang terakhir terlihat adalah informasi kandungan mineral dengan teks yang berwarna putih, berukuran kecil dan hampir tipis (lihat Gambar 4.1.5.4).



Gambar 4.1.5.4 Label TOTAL

AQUASE menata elemen-elemen desainnya juga secara simetris. Penggunaan warna sudah cukup kontras tetapi ada yang belum didukung dengan proporsi, dalam hal ini teks kecil (informasi) yang berada di dalam lingkaran desain. Perbandingan tebal – tipisnya yang sangat kontras mengakibatkan huruf dengan *stroke* tipis dan poin yang kecil akan sulit dibaca. Arah visual pertama adalah pada logo AQUASE kemudian tulisan “Export” dan terakhir adalah teks informasi kandungan mineral yang berada di luar lingkaran desain (lihat Gambar 4.1.5.5).



Gambar 4.1.5.5 Label AQUASE

Garis horisontal pada desain label kemasan TOTAL membagi desainnya menjadi tiga bagian, bagian atas dan bawah merupakan bagian teks / *copy* dan elemen ilustrasi, logo serta tanda-tanda yang lain yang dianggap penting diletakkan pada bagian tengah. Pengaplikasian warna yang terang dan mencolok di bagian tengah untuk menarik perhatian.

Garis bergelombang transparan pada desain label kemasan AQUASE membagi desain menjadi dua bagian, dengan bagian atas mempunyai bidang yang lebih luas yang merupakan bagian yang dianggap penting. Pengaplikasian warna yang terang dan mencolok di bagian tengah atas untuk menarik perhatian mata pengamat.

Untuk mencapai konsentrasi maksimum, tata letak elemen desain pun perlu diperhatikan. Biasanya menggunakan suatu simbol dimana mata yang memandangnya bisa terarah, simbol tersebut bisa berupa nama, merek dagang atau suatu bentuk yang abstrak. Pada desain label kemasan produk air mineral, kelima merek tersebut menjadikan *logotype*-nya menjadi simbol dalam desain mereka dengan proporsi yang lebih besar dari elemen yang lain. Dan warna juga menjadi bagian yang perlu diperhatikan. Biasanya warna yang digunakan pada simbol dan elemen yang lain harus dengan warna yang lebih tua daripada latar belakangnya, yang harus dibuat tetap muda.<sup>4</sup> Bila melihat dari label kemasan AQUA, ADES, AQUASE dan TOTAL telah menerapkan hal tersebut. Tetapi berbeda dengan CLUB, warna *logotype* yang dibuat dengan warna merah berlatar

<sup>4</sup> Ibid., hal. 50.

belakang gradasi putih ke biru mengakibatkan warna *logotype* menjadi bergradasi juga, bias pantul dari warna merah akan timbul bila warna merah tersebut berdampingan dengan warna putih, tetapi warna merah akan sedikit redup dan kelihatan ungu bila berdampingan dengan warna biru. Jadi, CLUB lebih menarik perhatiannya dari segi warna yang ditampilkan, dengan warna yang terang dapat membantu lebih jelas bahwa logo CLUB yang terlihat lebih dahulu. Sedangkan pada AQUA, ADES, TOTAL dan AQUASE lebih berdasarkan pada ukuran huruf saja, masalah warna juga dapat menarik perhatian tetapi kecepatan pengenalannya tidak sama dengan CLUB. Adapun ringkasan mengenai tata letak desain label kemasan dari 5 merek adalah sebagai berikut :

Tabel 4.1.5.1 Aspek Denotatif Tata Letak Desain Label Kemasan Produk Air Mineral

	<b>AQUA</b>	<b>ADES</b>	<b>CLUB</b>	<b>TOTAL</b>	<b>AQUASE</b>
- Keseimbangan	simetris	asimetris	simetris	simetris	simetris
- Keseluruhan elemen dalam bidang desain	sederhana	ramai / kompleks	sederhana	ramai / kompleks	sederhana
- Keteraturan elemen dalam desain	teratur	tidak teratur	teratur	teratur	teratur
- Pembagian keseluruhan desain	Desain tidak terbagi.	Desain tidak terbagi.	Desain tidak terbagi.	Desain terbagi menjadi 3 bagian oleh garis lurus.	Desain terbagi menjadi 2 oleh garis horisontal bergelombang.
- Arah visual <i>hierarchy</i>	Menyebar dari pusat atas ke bawah.	Dari atas tengah ke bawah searah jarum jam.	Menyebar dari tengah ke pinggir.	Dari tengah ke atas dan ke bawah.	Menyebar dari tengah ke pinggir.
- Posisi <i>center point</i>	Tengah agak ke atas.	Tengah atas.	Tengah atas.	Tengah agak ke atas.	Tengah agak ke atas.
- Lawanan (kontras)	Kontras warna berbeda.	Kontras warna berbeda.	Kontras warna berbeda.	Tidak begitu kontras.	Cukup kontras.

Tabel 4.1.5.1 Aspek Denotatif Tata Letak Desain Label Kemasan Produk Air Mineral (sambungan)

	<b>AQUA</b>	<b>ADES</b>	<b>CLUB</b>	<b>TOTAL</b>	<b>AQUASE</b>
- Perbandingan (proporsi)	- besar – kecil - tebal – tipis	- besar – kecil - tebal – tipis	- besar – kecil - panjang – lebar	- tebal – tipis - besar – kecil	- besar – kecil - tebal – tipis
- <i>Eye tracking</i>	logo	Logo dan ilustrasi	logo	logo	<i>logotype</i>

## 4.2 Kajian dari Aspek Konotatif

Dari segi konotatif, peneliti akan membahas makna atau kiasan terdalam yang dimiliki yang ditampilkan melalui elemen-elemen desain dalam desain kemasan produk air mineral. Pembahasan ditinjau dari aspek psikologis dan citra yang ditampilkan dari desain kemasan pada kelima merek produk air mineral, serta perseptual dan dampak implisitnya.

### 4.2.1 Segi Bentuk Kemasan Produk Air Mineral

Kemasan secara efektif harus sinonim atau sama dengan produknya, dengan catatan bagaimana pun juga bentuk dan warnanya dapat diimitasi oleh para pesaingnya.<sup>5</sup> Sehingga perlu adanya identitas produk pada kemasannya dan sangat mudah untuk mempromosikannya sehingga mudah untuk diingat dan tidak hanya sekedar gelas / *cup* biasa.

Kemasan yang materialnya plastik bisa memberikan impresi sintetis dan aseptik, jadi material ini sangat berguna dan praktis terutama kemasan untuk produk kedokteran dan kesehatan. Kemasan ini pun dapat digunakan kembali dan dapat di daur ulang.

Secara psikologis, bentuk yang cembung seperti pada kemasan AQUA dan CLUB, lebih terlihat menyenangkan dan memberikan kesan berombak dan meluas

<sup>5</sup> Steven Sonsino, Packaging Design Graphic Materials Technology, (London : Thames and Hudson, 1990), hal. 43.

daripada bentuk yang cekung. Dan permukaan geometris yang sederhana pada bentuk kemasan AQUA dan CLUB lebih memberi dampak dan mudah diingat.

Bentuk seringkali mengalami distorsi visual apabila dipandang dari jauh. Seperti halnya bila kita melihat bentuk kemasan AQUA dan CLUB (lihat Gambar 4.2.1.1) yang mempunyai bentuk yang cembung akan memberikan kesan bahwa isi produk lebih banyak daripada bentuk kemasan ADES, TOTAL dan AQUASE (lihat Gambar 4.2.1.2).



Gambar 4.2.1.1 Bentuk Kemasan AQUA dan CLUB



Gambar 4.2.1.2 Bentuk Kemasan ADES, TOTAL dan AQUASE

Bentuk yang dominan cekung akan memberikan distorsi penglihatan bahwa isi produk lebih sedikit, karena kemasan terlihat lebih kecil daripada bentuk yang cembung. Penampilan kemasan yang cembung lebih terlihat polos dan mempunyai kesan yang lembut daripada bentuk cekung dan menunjukkan bentuk desain yang modern.

Oleh karena itu bentuk-bentuk yang kelihatan sederhana dan polos memberikan perseptual yang sedikit eksklusif serta praktis dan mempunyai rasa

yang dingin, seperti penampilan AQUA dan CLUB. Bentuk-bentuk yang agak rumit dan memiliki cekungan yang berlebihan merupakan bentuk-bentuk yang terlihat umum dan terasa hangat, seperti penampilan ADES, TOTAL dan AQUASE.

Warna kemasan juga mempengaruhi suhu produk dan perubahan suhu bagi produk. Pada produk air mineral, kemasan *cup*-nya tidak memakai warna, jadi hanya menggunakan warna material. Sehingga produk dapat langsung terlihat dan dapat diketahui bila terjadi kerusakan pada produk (misalnya, bila terjadi perubahan warna pada air, dan lain sebagainya). Adapun ringkasan mengenai bentuk kemasan ditinjau dari aspek konotatif adalah pada tabel berikut ini :

Tabel 4.2.1.1 Aspek Konotatif Bentuk Kemasan Produk Air Mineral

	<b>AQUA</b>	<b>ADES</b>	<b>CLUB</b>	<b>TOTAL</b>	<b>AQUASE</b>
- Kesederhanaan	sederhana	agak ruwet	sederhana	agak ruwet	agak ruwet
- Distorsi visual	Isi terlihat lebih banyak.	Isi terlihat lebih sedikit.	Isi terlihat lebih banyak.	Isi terlihat sedikit.	Isi terlihat lebih sedikit.
- Persepsi terhadap bentuk kemasan dan motifnya	- dingin - agak eksklusif	- hangat - umum	- dingin - agak eksklusif	- hangat - umum	- hangat - umum
- Penampilan	lembut	Kurang lembut / biasa.	lembut	Kurang lembut / biasa.	Kurang lembut / biasa.
- Impresi terhadap kemasan	Sintetis dan aseptik.	Sintetis dan aseptik.	Sintetis dan aseptik.	Sintetis dan aseptik.	Sintetis dan aseptik.
- Persepsi terhadap warna kemasan	Suhu dingin.	Suhu dingin.	Suhu dingin.	Suhu lebih dingin.	Suhu lebih dingin.

#### 4.2.2 Segi Warna Desain Label Kemasan Produk Air Mineral

Warna adalah elemen desain yang paling pertama untuk dapat menarik perhatian mata pengamat. Pada pengamatan terhadap 5 merek produk air mineral,

karena warna yang digunakan hampir sama, maka pesan yang disampaikan juga hampir sama.

Warna juga menunjukkan tentang umur pemakai terutama untuk rasa produk makanan. Kemasan atau label kemasan dengan warna yang gelap mensugesti bahwa rasanya sangat kuat (biasanya rasa ini cocok dengan orang dewasa) dan warna yang terang pada label lebih mensugesti rasa yang lebih halus (biasanya cocok dengan muda mudi).<sup>6</sup> Warna pada label kemasan AQUA, TOTAL dan AQUASE (lihat Gambar 4.2.2.1) berdaya tarik pada muda mudi dan orang tua. Sedangkan warna label kemasan ADES dan CLUB dengan warna yang lebih muda dan cerah lebih berdaya tarik pada muda mudi (lihat Gambar 4.2.2.2).



Gambar 4.2.2.1 Label AQUA, TOTAL dan AQUASE



Gambar 4.2.2.2 Label ADES dan CLUB

Warna-warna yang dingin dan sejuk sering digunakan untuk mempromosikan produk-produk yang segar seperti minuman, jadi untuk produk air mineral, warna biru merupakan warna utama yang mendominasi kemasan atau

<sup>6</sup> Susan Berry & Judy Martin, Designing with Colour, (London : B.T. Batsford Ltd., 1991), hal. 9.

label walaupun sangat kurang untuk menarik daya tarik konsumen. Warna biru dan hijau membuat kepuatan seperti warna langit yang akan turun hujan, juga merefleksikan suatu permukaan air, salju atau es.

Warna *tone* yang pucat untuk warna biru memberikan perasaan cerah, ruangan yang bebas dan menjauhkan diri serta menciptakan kesan bersih. Warna *turquoise* yaitu warna biru hijau mempunyai rasa yang kuat seperti rasa *mint*.

Warna-warna biru yang terdapat pada label kemasan AQUA merupakan warna alam dan mendukung kesan tradisional tapi modern. Warna-warna dalam desain ADES mempunyai gaya modern, kombinasi warna primer (biru) dengan warna putih merupakan kombinasi warna yang bersih dan lugas.

Warna yang digunakan di setiap elemen desain, tentu saja untuk menyampaikan pesan yang ingin disampaikan oleh produk. Bila melihat AQUA, maka dapat diasosiasikan bahwa AQUA adalah air minum dari mata air pegunungan yang segar, ADES adalah air minum yang murni dan segar. CLUB dengan warna yang menarik perhatian pada *logotype*-nya secara keseluruhan menggambarkan air minum yang bersih dan menyegarkan. TOTAL dengan warna yang agak gelap dan kompleks mengasosiasikan air minum yang segar dan dingin, sedangkan AQUASE adalah air minum yang bersih dan segar.

Warna juga dapat mengangkat citra perusahaan, seperti halnya AQUA yang merupakan pelopor dari air minum dalam kemasan di Indonesia, dengan warna yang agak gelap menjadikan citra tradisional di dalamnya. Sedangkan warna ADES selalu mengikuti mode dan juga memberikan daya tarik impuls. CLUB menyajikan kecerahan dan sedikit eksklusif, berkilau. TOTAL lebih terlihat kaku dan bersifat teknis. AQUASE yang terkadang sering disamakan dengan AQUA cenderung mengikuti mode, sayangnya belum menarik daya impuls. Warna juga mengasosiasikan tentang bau, karena semua desain hampir menggunakan warna biru maka bau yang dimunculkan segar dan netral atau bersih sehingga tidak berbau.

Warna-warna yang sejuk pada umumnya memberikan atmosfer yang *relax* atau santai. Oleh karena itu, warna-warna logo dan ilustrasi yang ada dalam desain label produk air mineral menunjukkan *image* yang *cool* (sejuk) dan pasif. Rasa ketenangan dapat disugesti melalui warna monokrom yang terang dan gelap.

Penggunaan ini dilakukan untuk latar belakang (sebagai warna latar, misalnya dengan gradasi biru gelap ke biru putih, seperti pada label AQUA, CLUB dan AQUASE). Saturasi warna yang rendah seperti logo TOTAL (warna saturasi pada 3 garis tebal) juga mencerminkan kepasifan ditambah dengan bentuk geometris yang digunakan. Adapun ringkasan warna dari aspek konotatif dijabarkan melalui tabel berikut ini :

Tabel 4.2.2.1 Aspek Konotatif Warna Desain Label Kemasan Produk Air Mineral

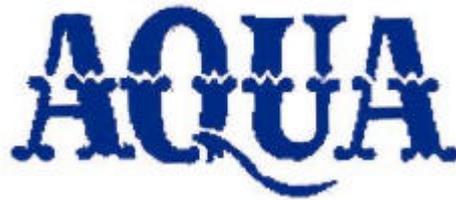
	<b>AQUA</b>	<b>ADES</b>	<b>CLUB</b>	<b>TOTAL</b>	<b>AQUASE</b>
- Umur	Berdaya tarik pada muda mudi dan orang tua.	Lebih berdaya tarik pada muda mudi.	Lebih berdaya tarik pada muda mudi.	Berdaya tarik pada muda mudi dan orang tua.	Berdaya tarik pada muda mudi dan orang tua.
- Asosiasi	Air minum dari mata air pegunungan yang segar.	Air minum yang murni dan segar.	Air minum yang bersih dan segar.	Air minum yang segar dan dingin.	Air minum yang bersih dan segar.
- Bau	netral dan segar	netral dan segar	netral dan segar	netral dan segar	netral dan segar
- Citra perusahaan	tradisional	Daya tarik impuls dan ikut mode.	berkilau	teknis	ikut mode
- Berat / ringan	ringan	berat	ringan	berat	berat
- Gaya warna	modern	modern	modern	klasik	klasik
- Persepsi terhadap warna kemasan	Suhu dingin.	Suhu dingin.	Suhu dingin.	Suhu lebih dingin.	Suhu lebih dingin.

#### 4.2.3 Segi Tipografi Desain Label Kemasan Produk Air Mineral

Bentuk tipografi yang *san serif* seperti halnya pada TOTAL memberi kesan yang dingin baik dari segi warna yang ditampilkannya, kontras antara biru

dan putih. Bentuk tipografi yang *serif* seperti AQUA, ADES, AQUASE dan huruf *italic* seperti CLUB memberikan kesan yang hangat. Tipe huruf AQUA, CLUB dan AQUASE merupakan tipe huruf tradisional tetapi dengan sentuhan modern. Sedangkan tipe huruf ADES, sering dipakai dalam teks untuk kolom dimana dibutuhkan tingkat keterbacaan yang tinggi. Tipe huruf TOTAL lebih modern dan agak kaku serta berat.

*Serif* yang membulat seperti gelombang air dan ekor (*tail*) huruf 'Q' yang panjang menunjukkan suatu aliran air dari mata air dan produk dapat dipercaya bahwa produknya benar-benar alami, langsung dari mata air sebelum mengalir ke tempat lain, hal ini menunjukkan kemurnian air AQUA (lihat gambar 4.2.3.1).



Gambar 4.2.3.1 *Logotype* AQUA

Bentuk tipografi pada ADES (lihat Gambar 4.2.3.2) dengan huruf *serif* yang tidak asing atau yang sering digunakan dan mudah untuk dicerna menunjukkan bahwa produk dekat dengan setiap konsumennya dan akan selalu ada dalam kehidupan sehari-hari.



Gambar 4.2.3.2 *Logotype* ADES

Huruf *script* yang tebal pada *logotype* CLUB (lihat Gambar 4.2.3.3) memberikan kesan yang sedikit eksklusif dan menunjukkan produk dapat digunakan pada acara apa saja, secara tak langsung huruf *script* yang agak miring juga menunjukkan aliran air.



Gambar 4.2.3.3 *Logotype CLUB*

Tebal dan solidnya huruf pada *logotype* TOTAL (lihat Gambar 4.2.3.4), menyatakan fungsional produk yang memberikan secara total kelegaan bila meminum air TOTAL tersebut dan secara total memenuhi kebutuhan seluruh keluarga secara utuh.



Gambar 4.2.3.4 *Logotype TOTAL*

*Serif* yang membulat pada AQUASE (lihat Gambar 4.2.3.5) dan ekor (*tail*) huruf 'Q' yang dibuat lebih panjang walaupun agak tipis daripada AQUA, menunjukkan produk memberikan kesegaran bagi yang dahaga dan akan terus 'mengalir' untuk memenuhi kebutuhan akan air minum bagi konsumen atau masyarakat.



Gambar 4.2.3.5 *Logotype AQUASE*

Bila *logotype* menjadi unsur utama dalam pengamatan konsumen terhadap kemasan produk, maka selain dari ukuran *logotype* harus besar maka warna juga memberikan pengaruh. *Logotype* AQUA (lihat Gambar 4.2.3.1) yang diberi warna biru dan kontras dengan warna latar putih, pada hurufnya diberi garis tepi luar dengan warna biru yang sama sehingga terlihat kesan tiga dimensi.

Begitu juga dengan *logotype* CLUB (lihat Gambar 4.2.3.3) yang berwarna merah kontras dengan latar putih dan sedikit gradasi biru, supaya tidak tenggelam dengan warna biru, penggunaan garis tepi di luar huruf memberi kesan tiga dimensi.

Sedangkan pada *logotype* ADES ( lihat Gambar 4.2.3.2), bila dilihat lebih dekat sebenarnya terdapat bayangan huruf, sayangnya warna yang digunakan kurang begitu kontras sehingga terlihat *flat* / datar, padahal kesan tiga dimensi tersebut akan bagus bila dimunculkan. Pada *logotype* TOTAL dan AQUASE (lihat Gambar 4.2.3.4 dan Gambar 4.2.3.5) hanya sekedar *flat* saja atau datar sehingga kesannya terlihat dua dimensi saja. Adapun ringkasan mengenai tipografi dari aspek konotatif adalah sebagai berikut :

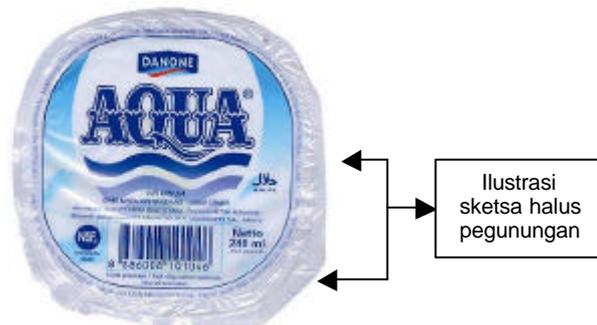
Tabel 4.2.3.1 Aspek Konotatif Tipografi Desain Label Kemasan Produk Air Mineral

	<b>AQUA</b>	<b>ADES</b>	<b>CLUB</b>	<b>TOTAL</b>	<b>AQUASE</b>
- Persepsi terhadap bentuk huruf	tradisional	modern	tradisional	modern	tradisional
- Persepsi terhadap warna <i>logotype</i>	Warna lembut dan terang.	Warna lembut dan terang.	Warna keras.	Warna lembut dan terang.	Warna lembut dan terang.
- Kesan huruf pada <i>logotype</i>	- sedikit klasik dan populer - seperti cipratan air yang mendukung image garis gelombang di bawahnya - berat - hangat	- ringan - tidak terlampau mekanis - sedikit eksklusif - hangat	- ringan - lembut - akrab - menjamin - hangat - dinamis	- modern - berat - sederhana - seimbang - fungsional - dingin	- klasik dan modern - sedikit berat dan mekanis - hangat
- Efek <i>logotype</i> dari warna	Kesan tiga dimensi.	Masih kurang berkesan tiga dimensi.	Kesan tiga dimensi.	Kesan tiga dimensi.	Kesan tiga dimensi.

#### 4.2.4 Segi Ilustrasi / Gambar Desain Label Kemasan Produk Air Mineral

Ilustrasi yang digunakan pada kemasan produk air mineral sebenarnya tidak diperlukan karena produk secara langsung sudah dapat terlihat melalui kemasan plastiknya yang bening. Tetapi sekarang bentuk desain yang baru sangat dibutuhkan, desain yang mampu membangkitkan selera akan produk akan bertahan di dalam ingatan konsumen.<sup>7</sup> Menurut James Pilditch mengenai kemasan adalah seperti *salesman* yang kreatif, harus menciptakan mimpi tapi menjual kenyataan. Jadi ilustrasi yang digunakan tidak selalu melulu menggambarkan produk tetapi juga dapat menggambarkan perasaan dari konsumen terhadap produk atau suasana yang menggambarkan perasaan tentang produk, itulah yang dimaksud dengan mimpi diatas oleh Pilditch.

Pembubuhan ilustrasi dalam kemasan harus didasarkan pada fungsinya yang khas.<sup>8</sup> AQUA (lihat Gambar 4.2.4.1) membubuhkan ilustrasi sketsa pegunungan dengan garis-garis biru langit muda menonjolkan salah satu keistimewaan produk, yang merupakan air minum yang langsung diambil dari mata air Pandaan dimana mata airnya murni. Teknik sketsa *soft pencil* yang digunakan pada ilustrasi AQUA menciptakan kesan *blur* (kabur) yang lembut dengan bentuk-bentukan alami. Dengan sketsa yang halus tersebut dapat menciptakan suatu nostalgia ke masa lalu dimana alam masih sangat bersih dan natural, dimana udara pegunungan yang dingin dan sejuk, sehingga diharapkan orang yang meminumnya dapat merasakan kesegaran dan kesejukan tersebut.

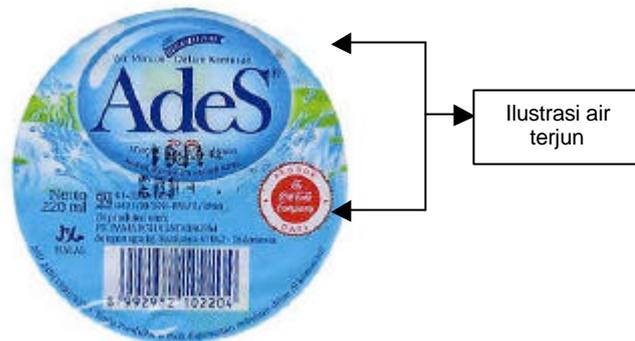


Gambar 4.2.4.1 Label AQUA

<sup>7</sup> Steven Sonsino, Packaging Design Graphic materials Technology, (London : Hudson and Thames, 1990), hal. 59.

<sup>8</sup> Iwan Wirya, Kemasan yang Menjual, (Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 1999), hal. 32.

Kemasan yang baru setidaknya harus dapat menarik perhatian. Hal ini dilakukan ADES setelah bekerja sama dengan The Coca Cola Company (lihat Gambar 4.2.4.2), dibandingkan dengan kemasan yang lama yang kurang menarik. ADES membubuhkan lebih banyak dan kompleks ilustrasinya serta *colorful* dengan penggambaran berupa pemandangan air terjun beserta lembah yang digambar tampak depan. Ilustrasi tersebut mempunyai fungsi emotif sehingga mampu menciptakan suatu suasana yang harmonis dengan alam. Selain itu, ilustrasi ADES juga berhubungan dengan logo ADES sehingga secara tak langsung juga menonjolkan merek ADES.



Gambar 4.2.4.2 Label ADES

Pada desain label CLUB (lihat Gambar 4.2.4.3), ilustrasinya yang menggambarkan cipratan / *splash* air dengan penggunaan warna gradasi, mampu menonjolkan merek yang di atasnya, seperti terlompat keatas oleh semburan air tersebut, sehingga menunjukkan kesan dimana CLUB ingin berada di posisi atas. Selain itu, ilustrasi juga menunjang slogan “Air Segar Menyehatkan” di atasnya menunjukkan bahwa yang penting selain air CLUB itu segar tetapi juga menyehatkan.



Gambar 4.2.4.3 Label CLUB

Kemudian pada label kemasan TOTAL, ilustrasi pegunungan yang ada di belakang logo (lihat Gambar 4.2.4.4), seharusnya dapat menciptakan suasana yang khas pegunungan, yaitu udara yang dingin. Ilustrasi tersebut juga dapat menonjolkan merek TOTAL dengan *logotype*-nya yang kaku sehingga menimbulkan kesan dingin yang dalam. *Image* yang dihadirkan pada logo TOTAL yang merupakan *image* keluarga yang terletak di depan bertumpukkan dengan garis-garis gradasi biru dan biru pastel lebih terlihat mekanis, sederhana dan modern. *Image* keluarga tersebut bersifat ikonik berfungsi referensial, mudah dipahami tetapi juga dapat mengandung unsur emotif dan konatif. Oleh karena itu, gambar *ikon* keluarga berisi 4 orang merupakan citra ideal dari keluarga sederhana atau KB (lihat Gambar 4.2.4.5).



Gambar 4.2.4.4 Label TOTAL



Gambar 4.2.4.5 Logo TOTAL

Bentuk logo yang terdapat dalam logo AQUA yang berupa 3 garis gelombang, menciptakan suasana yang cukup dinamis dan hidup. Hal ini juga hampir sama dilakukan oleh AQUASE yang hanya menggunakan 1 garis saja dari

ujung kiri ke kanan. Adapun ringkasan mengenai ilustrasi / gambar pada kelima produk air mineral adalah sebagai berikut :

Tabel 4.2.4.1 Aspek Konotatif Ilustrasi / Gambar Desain Label Kemasan Produk Air Mineral

	<b>AQUA</b>	<b>ADES</b>	<b>CLUB</b>	<b>TOTAL</b>	<b>AQUASE</b>
- Persepsi terhadap bentuk logo	kebersamaan ( <i>corporate</i> )	kebersamaan ( <i>corporate</i> )	individual	<i>corporate</i>	<i>corporate</i>
- Persepsi terhadap ilustrasi / gambar <i>image</i>	- alami - segar - menyejukkan - lembut	- alami - segar - menyejukkan - dinamis	- segar - ceria	- dingin	-
- Yang ditonjolkan melalui ilustrasi	- Menonjolkan salah satu keistimewaan produk. - Menciptakan suatu suasana yang khas.	- Menarik perhatian. - Menciptakan suatu suasana yang khas. - Menonjolkan suatu merek.	- Menonjolkan suatu merek. - Menunjang slogan yang ditampilkan.	- Menciptakan suasana yang khas. - Menonjolkan suatu merek.	

#### 4.2.5 Segi Tata Letak Desain Label Kemasan Produk Air Mineral

Pembagian desain yang ada pada label kemasan TOTAL dan AQUASE kurang menimbulkan daya tarik yang optimal. Karena desain yang terbagi mengakibatkan kemasan tersebut kelihatan kurang menarik, lebih kecil dari yang sebenarnya.<sup>9</sup>

Bila melihat keseluruhan desain dan tata letak yang dipaparkan, pada bidang desain AQUA memberikan kesan yang teratur, rapi dan terlihat agak pasif (baik dari segi warna yang dingin dan tipografi yang *serif*) tetapi dapat

<sup>9</sup> E.P.Danger, Memilih Warna Kemasan, (Jakarta : PT. Pustaka Binaman Pressindo, 1992), hal. 23.

menonjolkan diri melalui *logotype* AQUA yang dibuat kesan tiga dimensi tersebut dan bentuknya yang khas. Sedangkan pada ADES lebih sedikit dinamis untuk menarik mata pengamat ke arah lain dari biasanya dan tidak begitu stabil dengan adanya berat yang ada pada bagian atas desain. Desain ADES juga terlihat penuh dan berisi karena tidak diberi garis tepi lingkaran desainnya. Tata letak desain CLUB juga terkesan rapi dan teratur tetapi dapat menonjolkan diri melalui *logotype*-nya dengan warna merah menyala dan kesan tiga dimensinya. Peletakkan teks yang melingkar dengan warna yang kontras dan jelas terlihat seperti bergerak memutar. TOTAL mempunyai tata letak yang kaku dan formal, stabil dan kelihatan statis dibandingkan dengan merek yang lain. Sedangkan AQUASE juga mempunyai kesan yang rapi dan teratur dan desain terlihat lebih kecil karena penggunaan garis tepi yang tebal. Adapun ringkasan mengenai tata letak dari desain label kemasan kelima produk adalah sebagai berikut :

Tabel 4.2.5.1 Aspek Konotatif Tata Letak Desain Label Kemasan Produk Air Mineral

	<b>AQUA</b>	<b>ADES</b>	<b>CLUB</b>	<b>TOTAL</b>	<b>AQUASE</b>
- Berat bidang	ringan	berat	ringan	berat	ringan
- Persepsi terhadap tata letak desain	- teratur - rapi - agak pasif - penonjolan diri melalui <i>logotype</i>	- sedikit dinamis - tidak begitu stabil - penuh dan berisi	- rapi - teratur - penonjolan diri melalui <i>logotype</i>	- kaku - formal - stabil - statis	- rapi - teratur - terlihat lebih kecil