

## 4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN

### 4.1. Analisis Hasil Wawancara Mengenai Kemasan Pia Produksi Surabaya

#### 4.1.1 Pia Kemenangan



Gambar 4.1. Kemasan Pia Kemenangan

##### 4.1.1.1. Warna

Pada kedua kemasan Pia Kemenangan terdapat empat warna dominan yang digunakan, seperti merah, kuning yang diidentifikasi sebagai emas, putih dan warna coklat. Setiap warna yang dipakai mempunyai makna dan umumnya dipakai untuk tujuan tertentu.

Warna merah yang dipakai pada kemasan Pia Kemenangan mempunyai beberapa makna. Bila ditinjau dari segi produsen, merah dipakai agar perusahaannya mempunyai peruntungan bagus dalam pasar Kue Pia, dan juga sebagai simbol bahwa Kue Pia adalah kue yang berasal dari tradisi Cina. Dari segi konsumen, merah dipakai dengan harapan bahwa kue tersebut bisa membawa suasana bahagia saat disantap, sehingga konsumen akan kembali membeli produk yang sama lagi.

Warna kuning yang dipakai menjadi warna label Kemenangan mempunyai maksud atau harapan bahwa perusahaan Pia Kemenangan bisa sukses dalam bisnisnya dan hidup makmur. Paduan warna merah dan kuning atau emas pada kebudayaan Cina merupakan paduan warna yang baik dan dianggap mampu mendatangkan keberuntungan dan kelancaran rezeki pada kehidupan seseorang.

Karena adanya kepercayaan inilah, banyak benda atau bahkan bangunan yang berkaitan dengan budaya Cina seperti klenteng, memakai warna merah dan kuning (emas) sebagai warna utamanya dengan tambahan warna lain seperti hijau dan coklat.

Warna putih mempunyai kesan yang menonjol yaitu kesan bersih. Kesan yang ditimbulkan oleh warna inilah yang dijadikan alasan mengapa Produsen Pia Kemenangan memakainya sebagai warna dasar kemasan Pia, terlebih lagi dengan warna putih ini efek transparan yang diharapkan dengan penggunaan kertas minyak, juga semakin sempurna.

Warna coklat hanya dipakai pada kemasan dengan rasa coklat saja. Dan merupakan kemasan yang sedang dalam masa merubah tampilan. Warna coklat memang mempunyai keidentikan dengan makanan coklat, dan kesan natural. Sehingga penggunaannya tidak mempunyai maksud tertentu ataupun makna yang dalam seperti pada warna merah, kuning dan putih.

Pada kemasan Pia Kemenangan, warna merah yang dipakai hanya satu jenis, dengan komposisi yakni R (*red* atau merah) = 186, G (*green* atau hijau) = 48, B (*blue* atau biru) = 63. sedangkan komposisi untuk warna kuning yakni R = 219, G = 191, B = 65. Walaupun ada sedikit perbedaan gelap atau terang serta bintik-bintik putih, itu lebih disebabkan karena teknik cetaknya atau kualitas cetak yang kurang sempurna, bukan karena adanya penambahan efek gradasi atau jenis efek yang lainnya.

#### 4.1.1.2. Tipografi

Salah satu elemen penting dalam kemasan adalah tipografi sebagai penyampai pesan. Pada kemasan Kue Pia Kemenangan, ada banyak tulisan yang perlu ditampilkan, seperti misalnya rasa Kue Pia, Dep.Kes RI, merk. nama merk, komposisi bahan dan sebagainya, namun dalam ruang yang terbilang sempit, pemakaian huruf dan ukurannya sulit dikomposisikan dengan baik. Karena akan berhimpitan atau tulisannya terlampau kecil karena jumlah informasi yang banyak.

Tipografi yang dipakai oleh kemasan Pia Kemenangan terdiri dari beberapa macam jenis, yang umumnya dipakai karena kesukaan pemiliknya terhadap huruf yang dipakai. Huruf yang dipakai pada kemasan Pia Kemenangan kesemuanya

berkesan formal, tidak memakai huruf yang berbentuk atau terpotong-potong secara ekstrim. Rincian jenis dan ukuran huruf yang dipakai adalah sebagai berikut:

1. Tulisan KEMENANGAN memakai jenis huruf *Souvenir Light BT*, ukuran 24 poin. *Uppercase*. Dipakai ukuran yang paling besar dibandingkan yang lain untuk menunjukkan bahwa Kemenangan adalah nama kue pia yang dikeluarkan oleh UD. Sumber Urip.
2. Tulisan PIA KACANG HIJAU memakai jenis huruf *Bank Gothic Medium BT*, ukuran 12 poin. Juga dibuat *upercase*. Karena tulisan ini juga harus bisa dibaca konsumen sebagai tulisan yang menyampaikan rasa dari Kue Pia didalamnya, meskipun tidak sepenting tulisan Kemenangan, sehingga ukuran sedikit dikecilkan dari tulisan Kemenangan di atasnya.
3. Tulisan Dep.Kes. RI. S.P. No. 087/13. 01 Sby. Jatim ditulis dengan jenis huruf *Arial*, ukuran 9 poin. Dibuat *titlecase*, karena tulisan ini jarang diperhatikan oleh konsumen, dan hanya menandakan bahwa makanan ini sudah terdaftar sebagai makanan layak konsumsi oleh Departemen Kesehatan RI.
4. Tulisan PIALA memang dibuat agak besar sebagai kesatuan dari ilustrasi logo yang ada di atasnya. Dianggap cukup penting, meski tidak sepenting nama Kemenangan. Memakai jenis huruf *Arial Black*, ukuran 14 poin dan juga dibuat *Uppercase*.
5. Tulisan harga Rp. 2.500 memakai jenis huruf *Bank Gothic Medium BT*, ukuran 12 poin dengan cara penulisan *titlecase*.
6. Tulisan komposisi bahan memakai jenis huruf *Arial* ukuran 9 poin. Juga ditulis dengan *titlecase*. Ditulis tegak lurus di sisi sebelah kanan dari keseluruhan ilustrasi dan tulisan di kemasan Pia Kemenangan.
7. Tulisan tanggal kadaluarsa merupakan tulisan stempel warna hitam, biasanya dicapkan pada sisi sebelah kiri dari keseluruhan ilustrasi dan tulisan.

#### 4.1.1.3. Bahan

Pia yang berdiri tahun 1978 ini mempunyai dua macam jenis kemasan ditinjau dari sudut bahan yakni kemasan tradisional dengan bahan pembungkus

dari kertas minyak dan kemasan modern yang berbahan karton atau lazim disebut dos/pak.

Kemasan yang berbahan pembungkus dari kertas minyak disebut tradisional karena bahan kemasan ini adalah bahan yang pertama dipakai oleh produsen Pia di Surabaya. Untuk jenis kemasan kertas minyak, produsen Pia Kemenangan memakai rangkap 3 (tiga). Terdiri dari:

1. Plastik tipis 0,2 mili, yang didalamnya diisi lima buah Pia. Plastik ini berfungsi untuk mencegah minyak keluar mengotori kertas minyak sekaligus untuk membuat makanan lebih higienis dan tahan lama tanpa diberi pengawet, sebab pengawet dianggap berbahaya atau bisa merusak rasa asli Kue Pia oleh produsen Pia Kemenangan.
2. Kertas minyak dua lapis dengan ketebalan sama 70 gram. Diantara kedua kertas minyak ini, disisipkan kertas HVS 80 gram berukuran 11,2 cm x 13,1 cm, sebagai alas agar logo dan nama perusahaan yang dicetak terlihat jelas. Pada kertas minyak pertama yang berada paling luar dari keseluruhan kemasan ada ilustrasi dan informasi yakni logo, nama perusahaan, komposisi, harga, isi Pia dan Dep.Kes RI. Kesemuanya itu dicetak dengan teknik sablon. Sedangkan untuk tanggal kadaluarsa dicap dengan stempel warna hitam. Untuk kertas minyak lapis kedua tidak diberi tulisan maupun ilustrasi apapun atau polos, berfungsi untuk memberi ketebalan pada kemasan agar isi lebih terlindung dan untuk menyerap minyak yang terlewat oleh plastik, sehingga kertas minyak pertama tidak temoda minyak. Sebab kertas minyak yang temoda oleh minyak akan timbul lingkaran-lingkaran yang sedikit lebih gelap dari warna aslinya dan terlihat kotor. Adapun alasan pemakaian kertas minyak sebagai bahan luar hanya karena tradisi turun-temurun, dan apabila diganti dengan kertas jenis lain akan kurang disukai oleh konsumen.

#### 4.1.1.4. Logo

Pia Kemenangan pada mulanya mempunyai nama Pia Sumber Urip dan tidak mempunyai logo. Namun sejak diganti dengan nama Pia Kememangan, logo yang baru dibuat dan dipakai hingga saat ini. Pada kemasan Pia Kemenangan ada dua unsur yang dipakai yakni ilustrasi dan tulisan. Ilustrasi pada kemasan adalah

logo dan ilustrasi pendukung, sedangkan tulisan menginformasikan nama perusahaan, isi Pia, harga, nama logo, komposisi, tanggal kadaluarsa dan Dep.Kes RI.



Gambar 4.2. Logo Kemenangan

Logo Pia Kemenangan adalah sebuah Piala dengan paduan warna merah dan kuning yang didiskripsikan sebagai warna emas. Kemudian dua ekor burung Hong atau burung api yang berhadapan dengan warna senada dengan simbol Piala, disertai ilustrasi beberapa awan.

Ilustrasi piala dipakai sebagai simbol dari kemenangan dari sebuah kompetisi, karena ilustrasi piala umumnya diidentifikasi sebagai hadiah atas kemenangan seseorang atau sebuah instansi. Simbol ini dipakai dengan harapan bahwa Pia Kemenangan akan menang dari para kompetitornya yakni para produsen Pia yang lain di Surabaya. Menang disini dimaksudkan sebagai menang dalam angka penjualan.

Dua ekor burung Hong atau burung api yang sedang terbang (kesan terbang diberikan oleh ilustrasi awan-awan disekitar burung Hong) juga dipakai karena terkait dengan sejarah binatang itu sendiri di dalam budaya Cina. Burung Hong atau *Phoenix* dalam bahasa Inggris atau burung api dalam bahasa Indonesia, dikenal sebagai burung mulia dan agung dalam legenda yang mampu bereinkarnasi atau lahir kembali, setiap 500 tahun sekali dari abunya. Kebiasaan

burung Hong inilah yang diadaptasi oleh produsen Pia Kemenangan, agar Pia Kemenangan langgeng untuk waktu yang lama.

Pemakaian ilustrasi burung api ini juga dimaksudkan untuk mencapai keberuntungan dan menempati posisi yang tinggi dalam persaingan pasar Kue Pia di Surabaya. Atau dengan kata lain agar dapat sukses dan makmur dalam menjalankan usaha.

#### 4.1.1.5. *Layout* atau Tata Letak

Tata letak pada kemasan Pia Kemenangan, jika dilihat secara keseluruhan atau jika seluruh elemen grafisnya dilihat sebagai satu kesatuan, membentuk sebuah kotak, dengan rincian ukuran vertikal atau panjang yaitu 12 centimeter, dan horizontal atau lebar sisi atas yaitu 10 centimeter, sisi bawah 10,25 centimeter. Dan dicetak dengan kemiringan 45 derajat. Label yang memuat ilustrasi dan ilustrasi ini diletakkan di sisi kiri atas dari kertas minyak keseluruhan.



Gambar 4.3. Label Pia Kemenangan

Komposisi label pada dasarnya memakai prinsip umum, yang tercetak besar adalah informasi ilustrasi atau tulisan yang penting. Sehingga yang terletak pada posisi paling atas, yakni tulisan Kemenangan adalah yang paling penting,

diletakkan paling atas, karena konsumen bisa membacanya pertama kali, dan kemudian mengingatnya. Dibawah tulisan Kemenangan adalah tulisan rasa Kue Pia didalamnya, sebagai petunjuk pilihan rasa untuk konsumen yang membelinya.

Kemudian dibawahnya lagi adalah keterangan dari Departemen Kesehatan RI, yang menyatakan bahwa makanan ini layak dikonsumsi, sebelum tanggal kadaluarsa. Kemudian ilustrasi logo dan ilustrasi burung Hong diletakan berdampingan, ilustrasi piala ditengah dan diapit oleh dua burung Hong, tentunya penataan, yang seolah kedua burung Hong ini mengawal piala ke langit, ini dimaksudkan agar Kue Pia Kemenangan ini bisa sukses dan berada di atas pesaingnya, dengan mengadaptasi sifat-sifat burung Hong sebagai pangkal keberuntungannya.

Pada bagian paling bawah, diletakan harga produk tersebut, yang agak dibuat besar, agar konsumen mengetahui harganya, apabila dijual di luar toko pusat. Di bagian samping sebelah kanan, ada komposisi yang dicantumkan, sebagai informasi bahan apa saja yang dipakai pada pembuatan Kue Pia ini. Informasi komposisi ini, bagi beberapa konsumen merupakan informasi yang penting, agar mereka bisa mempertimbangkan apakah akan mengkonsumsinya atau tidak, sebab ada kemungkinan mereka mengidap alergi terhadap suatu bahan.

#### 4.1.2. PiaSariMurni



Gambar 4.4. Kemasan Pia Sari Murni

minyaknya. Wama-wama ini pun dipakai oleh produsennya dengan maksud tertentu. Waraa merah dipakai dengan beberapa makna, pertama sebagai simbol identitas etnis Cina, bahwa makanan tersebut merupakan budaya etnis Cina. Kedua, produsen Kue Pia Sari Murni juga mempunyai anggapan bahwa wama merah, akan membawa kebahagiaan dan peruntungan yang bagus bagi kelangsungan perusahaannya. Sebab warna merah merupakan warna meriah dan gembira, kesuburan dan kebahagiaan.

Kemudian, wama putih dipakai sebagai wama latar atau warna kertas minyak dengan maksud menimbulkan kesan bersih dan efek transparan. Kesan bersih ini diperlukan agar konsumen juga meyakini bahwa makanan ini layak dikonsumsi. Efek transparan pada kemasan Kue Pia Sari Murni ini sangat ditonjolkan dengan hanya memakai satu lapis kertas minyak, sebab produsen ingin menampakkan produk Kue Pia yang ada didalamnya, sehingga konsumen semakin mantap untuk membeli, karena setidaknya konsumen merasa sudah melihat isinya.

Wama merah yang dipakai pada kemasan Kue Pia Sari Murni menggunakan warna R (*red* atau merah) = 139, G (*green* atau hijau) = 30, B (*blue* atau biru) = 33. sedangkan wama putih didapat dari wama kertas minyaknya.

#### 4.1.2.2. Tipografi

Seperti kemasan produk lain, pada kemasan Kue Pia Sari Murni ini salah satu elemen desain grafis yaitu tipografi juga ditata sedemikian rupa sehingga merupakan satu kesatuan yang bisa dibaca dan dipahami secara baik oleh penerima informasinya atau konsumennya. Masing-masing tulisan menyampaikan pesan yang berbeda namun mempunyai misi yang sama yaitu meyakinkan pembeli bahwa produk ini enak dan sehat.

Jenis tipografi yang dipakai oleh Kue Pia Sari Murni hanya ada satu macam, namun dengan ukuran yang berbeda. Rinciannya adalah sebagai berikut:

1. Tulisan PERUSAHAAN KUE<sup>2</sup> DAN PIA, memakai jenis huruf *SanSerif*, ukuran 14 poin. Dibuat *Uppercase*. Dibuat tidak terlalu besar, supaya konsumen tahu bahwa perusahaan Sari Murni hanya memproduksi makanan ringan saja.

2. Tulisan SARI MURNI, memakai jenis yang sama yakni *SanSerif*, ukuran 24 poin, juga dibuat *Uppercase*, karena merapakan pusat perhatian bahwa ini adalah nama pia sekaligus nama perusahaannya,
3. Tulisan DAFTAR No. 312606, juga memakai jenis huruf *SanSerif*, ukuran 10 poin, dibuat *uppercase* kecuali tulisan no., memakai *Titlecase*.
4. Tulisan JL. KEMBANG JEPUN 34, nomer telepon dan nama kota asal Pia ini memakai jenis *SanSerif* juga, ukuran 12 poin, dibuat *uppercase* supaya konsumen tahu alamat dan nomer yang bisa dihubungi apabila hendak memesan salah satu produk makanan yang dijual.
5. Tulisan DEPKES RI SP. No. 134/13.01/90, memakai jenis *SanSerif*, ukuran 9 poin, dibuat *Uppercase* kecuali tulisan no., dibuat *Titlecase*. Untuk menunjukkan bahwa makanan ini sudah terdaftar di Departemen Kesehatan RI, dan layak dikonsumsi sebelum tanggal kadaluarsa.
6. Tulisan rasa pia, ditulis dengan jenis huruf sama yakni *SanSerif*, ukuran 14 poin. Dibuat *Uppercase*, agar konsumen tahu rasa Kue Pia yang akan dibelinya. Sebab rasa Pia yang diproduksi oleh Sari Murni banyak dan bervariasi.

#### 4.1.2.3. Bahan

Pia Sari Murni mempunyai dua bentuk kemasan yakni silinder dan kotak. Namun keduanya mempunyai logo dan kemasan dengan warna sama. Kemasan ini berwarna dasar putih dengan desain grafis berwarna merah. Hanya terdapat dua lapis, karena plastik yang dipakai tebal, sehingga produsen menganggap tidak perlu diberi lapisan tambahan, yakni kertas minyak dan plastik, dengan keterangan sebagai berikut:

1. Plastik dengan ketebalan 0,5 mili sebagai lapisan pembungkus pertama yang didalamnya terdapat kue Pia. Seperti pada kemasan yang lain, alasan pemakaian plastik ini adalah agar minyak dari Pia tidak sampai merembes keluar mengotori kertas minyak.
2. Kertas minyak satu lapis dengan ketebalan 70 gram. Dan pada kertas inilah logo dan tulisan dicetak. Tidak seperti kemasan Pia yang lain, pada kemasan Sari Murni, tidak diberi selambar kertas putih polos untuk tatanan agar

ilustrasi dan logo terlihat jelas, karena menurut produsennya, tanpa diberi kertas tersebut pun grafis yang ada sudah dapat dilihat jelas. Penambahan kertas sisipan itu hanya akan memberi kesan rumit pada tampilan kemasan secara keseluruhan. Produsen Pia Sari Murni juga menambahkan alasan dipakainya kertas minyak adalah agar pembeli dapat melihat isinya meski samar atau lebih sering disebut faktor transparan. Grafis pada kemasan Pia Sari Murni dicetak dengan teknik sablon, dengan mempertimbangkan harga yang murah, sehingga tidak membebani konsumen dengan harga jual yang tinggi. Namun untuk tanggal kedaluarsa distempel warna merah, karena Kue Pia yang diproduksi hari ini tanggal kadaluarsanya lain dengan Kue Pia yang diproduksi besoknya.

Lain halnya dengan Kue Pia yang lain, Pia Sari Murni tidak menambahkan selembar kertas putih pada bagian belakang label, karena oleh pihak produsen dianggap mengurangi efek transparan dan kesan bersihnya. Lagipula, menurut produsennya, tanpa diberi kertas putih pun, label ini sudah terlihat dengan jelas, karena ukurannya dianggap cukup besar untuk dibaca.

#### 4.1.2.4. Logo

Pada kemasan Kue Pia Sari Murni pun, logo juga menempati posisi penting sebagai simbol misi dan harapan-harapan pemiliknya terhadap perusahaan yang dimilikinya. Ilustrasi yang dipakai adalah dua ekor burung Hong sedang bercengkerama di sebuah padang yang indah dan dengan cuaca yang cerah. Padang yang indah disimbolkan dengan adanya bunga yang mekar diantara kedua burung Hong tersebut. Cuaca yang cerah diberikan oleh ilustrasi awan dan langit yang bersih.

Burung Hong merupakan simbol keberuntungan yang bagus, keanggunan dan merupakan wujud hewan yang sangat mulia. Dianggap sebagai penguasa arah mata angin utara, yakni arah mata angin yang dianggap sebagai penguasa arah mata angin yang lainnya. Keadaan burung ini, yang sering ditempatkan manusia pada posisi serba tertinggi dan serba agung, membuat produsen Kue Pia Sari Murni memakainya sebagai ilustrasi kemasannya. Keadaan yang damai dan penuh

mata angin utara, yakni arah mata angin yang dianggap sebagai penguasa arah mata angin yang lainnya. Keadaan burung ini, yang sering ditempatkan manusia pada posisi serba tertinggi dan serba agung, membuat produsen Kue Pia Sari Murni memakainya sebagai ilustrasi kemasannya. Keadaan yang damai dan penuh ketentraman yang tersirat pada ilustrasi tersebut juga dimaksudkan untuk membantu membawa keberuntungan dan kebahagiaan bagi pemiliknya.



Gambar 4.5. Logo Pia Sari Murni

#### 4.1.2.5. *Layout* atau tata letak

Kue Pia Sari Murni mempunyai dua bentuk kemasan, yakni kotak dan silinder. Kedua kemasan ini mempunyai elemen grafis yang sama, namun dengan tata letak yang berbeda, karena bentuk yang berbeda. Seluruh tulisan yang ada pada kemasan kecuali tulisan yang menunjukkan rasa Kue Pia, mengikuti bentuk lingkaran di tengah yang berisi ilustrasi burung Hong. Lingkaran ini berdiameter enam centimeter.

Kedua tulisan yang paling penting diletakkan pada bagian atas, dengan tulisan Sari Murni yang merupakan tulisan paling besar daripada tulisan yang lainnya, karena dianggap paling penting, sebagai identitas produk. Kemudian dibawah kedua tulisan tersebut terdapat ilustrasi burung Hong. Dibawah ilustrasi terdapat sejumlah informasi yang dibutuhkan oleh konsumen seperti alamat, Dep Kes RI dan rasa Kue Pia. Informasi ini diletakkan dibawah karena hanya

ditujukan pada konsumen tertentu saja, misalnya yang menginginkan pesan dalam jumlah banyak, sehingga bisa menghubungi alamat yang ada. Kemudian tulisan rasa kembali diperbesar karena informasi ini ditujukan kepada semua konsumen.

Pada kemasan dengan bentuk kotak, label berada pada tengah-tengah dari kertas minyak. Dengan kemiringan 45 derajat. Namun pada kemasan silinder, label ini berada pada bagian sebelah kiri bawah, namun dengan kemiringan yang sama yakni 45 derajat. Diluar letak label, kedua kemasan Kue Pia sari Murni adalah sama, baik dari aspek grafisnya, maupun dari aspek visualnya.



Gambar 4.6. Label Pia Sari Murni

#### 4.1.3. PiaCengLong



Gambar 4.7. Kemasan Pia Ceng Long

#### 4.1.3.1. Warna

Pada desain visualisasi kemasan Kue Pia yang berdiri pada tahun 1926 ini, terdapat tiga warna yang dipakai, yaitu warna merah, warna putih dan warna emas. Warna putih adalah warna latar atau warna kertas minyak pada kemasan dengan bentuk kotak. Pemakaian warna ini mempunyai maksud yang sama dengan Pia Sari Murni dan Pia Kemenangan, yaitu memberikan kesan bersih dan efek transparan, sehingga konsumen merasa seolah telah melihat produk secara langsung, dan kemudian semakin mantap untuk membeli dan mengkonsumsinya. Warna merah yang dipakai adalah untuk warna label pada kemasan berbentuk kotak dan sebagai warna latar atau warna kertas minyak pada kemasan dengan bentuk silinder. Warna merah ini dipakai sebagai identitas bahwa makanan ini berasal dari kebudayaan Cina, demikian juga dengan produsennya. Apalagi perpaduannya dengan warna emas membuat identitas itu semakin tampak jelas, sebab di dalam budaya Cina, perpaduan kedua warna ini dianggap paling lazim dan paling menguntungkan.

Warna merah juga dipakai untuk simbol kesuburan dan kegembiraan. Dengan harapan bahwa baik dari segi konsumennya maupun dari segi produsennya dapat memperoleh kebahagiaan, yang dianggap akan muncul karena adanya kemakmuran. Karena sebab inilah mengapa warna merah dijadikan warna dominan dalam upacara perkawinan adat kebudayaan Cina. Warna merah yang dipakai pada kemasan Kue Pia Ceng Long mempunyai komposisi  $R$  (*red* atau merah) = 194,  $G$  (*green* atau hijau) = 41,  $B$  (*blue* atau biru) = 44.

Warna emas yang dipakai oleh produsen Kue Pia Ceng Long, seperti pada umumnya kebudayaan Cina, memiliki arti keberuntungan, kelimpahan harta, kekayaan, dan kelancaran rejeki pada orang yang menggunakannya.

#### 4.1.3.2. Tipografi

Pada kemasan Kue Pia Ceng Long, tipografi yang dipakai ada beberapa macam jenis maupun ukuran. Yang terbesar adalah nama pia yang juga diletakkan paling atas dari keseluruhan label. Rincian jenis dan ukurannya adalah sebagai berikut:

1. Tulisan PIA ASLI SUROBOYO CENG LONG, menggunakan jenis huruf *Century Schoolbook*, ukuran 40 poin. Dibuat *Uppercase bold*, karena merupakan nama perusahaan sekaligus nama merk Kue Pia.
2. Tulisan DEP.KES RI. NO. 313/13.01/93, menggunakan jenis huruf sama yaitu *Century Schoolbook*, ukuran 14 poin. Dibuat *Uppercase*.
3. Tulisan Terkenal sejak tahun 1926, menggunakan jenis huruf yang sama pula *Century Schoolbook*, ukuran 14 poin, namun dibuat *Titlecase*, menunjukkan tahun berdirinya yang juga menandakan bahwa kualitasnya bagus, karena merupakan warisan turun temurun.
4. Tulisan alamat, nomor telepon dan nama kota tempat berdirinya, menggunakan jenis huruf *Arial*, ukuran 14 poin. Dibuat *Titlecase bold*, kecuali untuk nama kota dibuat *Uppercase bold*.
5. Tulisan rasa Pia, menggunakan jenis huruf *Century Schoolbook*, ukuran 18 poin. Ditulis dua kali di bawah tengah dan di sebelah kiri tengah, dengan ukuran dan jenis yang sama, yaitu dibuat *Uppercase*.
6. Tulisan komposisi bahan yang diletakkan pada sisi sebelah kanan label, menggunakan jenis huruf *Arial*, ukuran 9 poin. Dibuat *Titlecase*.
7. Tulisan BERAT 225 Gram, menggunakan jenis huruf *Century Schoolbook*, ukuran 12 poin, dibuat *Uppercase*, kecuali tulisan gram-nya, dibuat *Titlecase*. Tulisan ini diletakkan tepat dibawah komposisi.

Seluruh tulisan yang ada dalam label Kue Pia Ceng Long berbentuk kotak satna dengan yang berbentuk silinder, kecuali logonya ada beberapa perubahan, meskipun ikonnya tetap.

#### 4.1.3.3. Bahan

Bentuk kemasan Kue Pia Ceng Long ada dua, yaitu kotak dan silinder. Kedua bentuk ini memiliki jenis kertas yang sama dan berat yang sitna, namun lain warna. Untuk yang berbentuk kotak diberi kertas minyak wama putih dengan label merah, sedangkan untuk bentuk silinder diberi kertas minyak warna merah dengan label benwarna emas. Rincian bahannya adalah sebagai berikut:

1. Sebagai lapisan pertama adalah plastik dengan ketebalan 0,2 mili. Terdapat pada kedua jenis Kue Pia Ceng Long, baik yang berbentuk silinder maupun



ilustrasi yang tergambar adalah seekor burung Hong, seekor naga dan tiga buah lampion yang terpasang bertumpukan satu sama lain. seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, burung Hong adalah hewan mulia pembawa keberuntungan, hewan yang agung dan menempai posisi tertinggi diantara tiga penguasa arab mata angin yang lain. Gambar burung Hong ini melambangkan misi perusahaan yaitu menjadikan perusahaan Kue Pia Ceng Long sebagai yang teratas dalam persaingan sesama perusahaan Pia.

Wujud naga yang dipakai pun dimaksudkan untuk membawa kesejahteraan hidup kepada pemiliknya. Ini terkait dengan mitos yang mengatakan bahwa dimana wujud naga pernah terlihat, tanah di tempat itu akan dianugerahi kelimpahan, kekayaan dan kesejahteraan selama beberapa generasi.

Kombinasi antara burung api dan naga juga umum dipakai sebagai yin-yang, simbol keseimbangan dan kesatuan yang kuat. Oleh karena itu, produsen Kue Pia Ceng Long memakainya agar keberuntungan, kelimpahan kekayaan dan kemakmuran datang pada perusahaan miliknya.

Logo lain yang dipakai oleh Kue Pia Ceng Long adalah lampion. Semenjak jaman dahulu, masyarakat Cina mengenal lampion sebagai alat penerangan dan lampion yang tergantung merupakan simbol sinar yang menyala dan menerangi.

Ada pula kepercayaan yang dianut oleh masyarakat Cina bahwa para dewa sesekali turun ke bumi untuk mengawasi, sehingga di rumah-rumah yang nyala sinarnya terang, dewa-dewa tersebut akan tertarik dan memberkatinya dengan kesejahteraan dan kemakmuran. Kepercayaan inilah yang diharapkan oleh produsen Pia Ceng Long terjadi pada perusahaannya.

Pada kedua kemasan Kue Pia Ceng Long, ada tulisan Cina yang berbeda. Pada kemasan kotak atau yang berwarna putih, terdapat tulisan Cina *Shuang Xi*, yang berarti *double happiness*, atau kebahagiaan yang berlimpah. Tulisan Cina ini sering digunakan pada pesta-pesta perkawinan, dan acara-acara yang menyangkut kebahagiaan seseorang atau perusahaan tertentu. Pemakaian huruf ini tentu saja mempunyai maksud agar perusahaan yang bersangkutan selalu dilimpahi kebahagiaan.

Kemudian pada kemasan wama merah atau yang berbentuk silinder terdapat tiga buah huruf Cina. Yang paling atas adalah *fu*, yang berarti hoki atau rejeki.

Yang tengah adalah *lu*, yang berarti pangkat atau kedudukan yang tinggi. Dan yang paling bawah adalah *shou*, yang berarti panjang umur. Ketiga huruf tersebut juga mewakili harapan produsen terhadap perusahaannya. Harapan yang menginginkan rejeki yang baik dan penjualan yang tinggi, kedudukan yang tinggi dalam persaingan pasar penjualan Kue Pia, serta umur perusahaan yang panjang atau tidak cepat bangkrut.

#### 4.1.3.5. *Lccyout* atau tata letak

Tata letak pada kedua kemasan Kue Pia Ceng Long, secara umum sama, yakni tulisan PIA ASLI SUROBOYO CENG LONG, DepKes RI dan Terkenal sejak 1926 yang dibuat melengkung rapi, seolah mengelilingi logo yang ada meskipun logo pada kedua kemasan tersebut berbeda. Tulisan Pia asli dan nama perusahaan dianggap sebagai informasi yang paling penting sehingga diletakkan di posisi paling atas dengan ukuran yang besar pula, sehingga diharapkan menjadi pusat perhatian pertama konsumen.

Untuk nama jalan, produsen Kue Pia Ceng Long meletakkannya di bawah logo dan Dep Kes RI, menggunakan huruf dengan ukuran yang cukup besar, sebab informasi ini hanya ditujukan bagi konsumen yang akan memesan dalam jumlah banyak atau yang ingin berlangganan. Informasi alamat ini umumnya tidak menjadi perhatian utama dalam pandangan konsumen. Sedangkan untuk rasa dan komposisi bahan, diletakkan miring 90 derajat menghadap kiri untuk rasa dan menghadap kanan untuk komposisi. Peletakkan ini dimaksudkan bahwa kedua informasi ini umumnya tidak terlalu dibutuhkan oleh konsumen. Sebab untuk rasa, konsumen biasanya menyebutkan langsung kepada penjualnya atau penjualnya menyebutkan satu per satu rasa Kue Pia kepada konsumen.



Gambar 4.9. Label Pia Ceng Long

Secara keseluruhan, label Kue Pia Ceng Long merah atau silinder terletak di pojok sebelah kiri bawah, dengan kemiringan 45 derajat, sedangkan untuk Pia Ceng Long putih atau yang berbentuk kotak diletakkan pada kemiringan yang sama 45 derajat namun pada posisi di tengah-tengah kemasan.

## 4.2. Pembahasan Visualisasi Kemasan Kue Pia Produksi Surabaya

### 4.2.1. Warna

Ada beberapa warna yang dipakai secara dominan pada ketiga kemasan Kue Pia Sari Murni, Kemenangan dan Ceng Long. Warna-warna tersebut adalah merah, emas atau kuning yang diidentifikasi sebagai emas dan putih. Ketiga warna ini mempunyai makna yang dalam dan juga mewakili harapan-harapan pemiliknya.

Warna merah, sejak dulu merupakan warna yang berarti larangan, untuk menunjukkan perhatian yang lebih, atau juga warna eksotis. Namun selain warna dengan makna tersebut warna merah, dengan paduan kuning, diidentifikasi dengan negara atau komunitas Cina, sampai ada istilah memanggil bangsa Cina dengan nama *Red China*. Sebab di banyak negara, komunitas Cina atau juga sering disebut *chinatown*, menggunakan paduan warna merah dan kuning. Paduan warna

api, musim panas, arah mata angin utara, keberuntungan, kegembiraan dan kesuburan/fertilitas, oleh sebab itu warna merah dipakai pada salah satu upacara besar yakni perkawinan. Warna merah dalam kemasan bermakna kegembiraan atau suasana yang gembira saat memakannya<sup>1</sup>.

Warna merah pada kemasan dianggap mempunyai daya tarik dan keterlihatan yang baik. Mempunyai daya impuls yang sangat tinggi dan merupakan warna yang disukai secara universal di seluruh dunia. Warna merah medium yang digunakan pada kemasan-kemasan Kue Pia, sangat direkomendasikan untuk dipakai pada kemasan makanan. Secara umum juga diasosiasikan sebagai kegembiraan dan asmara<sup>2</sup>.

Warna kuning atau diidentifikasi sebagai emas, merupakan warna yang melambangkan prestise, status tinggi, kekayaan harta benda, kemakmuran, musim semi dan arah mata angin barat. Warna kuning, sangat direkomendasikan sebagai salah satu warna istimewa untuk pengemasan karena mempunyai keterlihatan yang tinggi.

Kuning sebagai warna emas muncul sebagai warna kekayaan, terkait dengan asal mata uang yang dibuat oleh bangsa Cina. Mata uang kekaisaran Cina jaman dahulu terbuat dari logam mulia atau juga bahan lain seperti perunggu yang juga memiliki warna kilap emas. Sehingga kemudian warna emas identik dengan kekayaan.



Gambar 4.10. Koin Uang kekaisaran Cina

Sumber: [www.chineseonline.com](http://www.chineseonline.com)

<sup>1</sup> Peterson, L. K. and Cullen, Cheryl Dangel, Global Graphic: Color. Rockport Publishers, Inc, Massachusetts, 2000.

<sup>2</sup> Wirya, Iwan. Kemasan yang Menjual: Menang Bersaing Melalui Kemasan. PT. Gramedia Pustaka Utama : Jakarta, 1999.

Wama putih yang juga dipakai sebagai kemasan, sering diidentikan dengan logam, selain juga konotasi negatif berupa wama kematian dan kehidupan setelah kematian dan merupakan simbol arah mata angin selatan. Namun pada makanan, putih lebih sering diartikan sebagai warna netral dan lembut, warna susu dan memiliki kesan bersih.

Secara umum, putih merupakan wama kontras yang istimewa dan sangat cocok digunakan sebagai wama latar belakang, karena bisa dipadukain dengan wama dan corak apa pun. Dan kesan umum yang terdapat pada wama ini adalah kesan bersih, asli dan suci.

#### 4.2.2. Tipografi

Ada banyak jenis huruf yang dipakai dalam kemasan Kue Pia. Secara umum, penggunaan tipografi pada kemasan hanya berdasarkan ukurannya saja, namun apakah kesan yang dihasilkan itu kokoh atau feminin, agak dikesampingkan.

Ukuran huruf dipertimbangkan berdasarkan penting tidaknya informasi yang dibawa oleh sebuah kata atau kalimat. Semakin penting informasi yang dikandung, semakin besar ukuran hurufnya. Penggunaan huruf juga memuat unsur 'harus dapat dibaca dengan jelas' tanpa harus berpikir terlebih dahulu. Unsur ini penting pada kemasan karena informasi yang harus ditampilkan dalam sebuah kemasan sangat banyak, seperti komposisi bahan, kadar gula, kadar lemak, karbohidrat, ijin dari DepKes RI, tanggal kadaluarsa, membuat konsumen lebih malas untuk mengolah informasi yang tidak jelas.

#### 4.2.3. Logo

Secara umum, kecuali kemasan Kue Pia Kemenangan, kedua perusahaan Kue Pia yang lain menggunakan logo atau ilustrasi yang masih berkaitan erat dengan kebudayaan masyarakat Cina, seperti lampion, naga dan burung Hong. Pemilihan setiap ilustrasi dikaitkan langsung dengan misi dan harapan yang ingin dicapai oleh perusahaan.

Burung Hong atau *Phoenix* dalam bahasa Inggris atau burung api dalam bahasa Indonesia, dikenal sebagai burung mulia dan agung dalam legenda yang mampu bereinkarnasi atau lahir kembali , setiap 500 tahun sekali dari abunya. Dan burung api yang baru dan muda, hidup dari abu pendahulunya. Burung api ini tidak pernah punya tempat tinggal yang tetap, ia melakukan perjalanan penuh keajaiban di tiap siklus hidupnya. Di Cina, burung ini dikenal sebagai burung Hong dan menempati tempat tertinggi dari segala jenis burung. Melambangkan kecantikan, keberuntungan, ratu, wanita yang anggun, energi kewanitaan dan sebagai penguasa mata angin utara<sup>3</sup>.

Burung api ini sering diilustrasikan sebagai burung agung yang berukuran besar dengan bentuk badan seperti elang. Ia mempunyai warna bulu yang sangat indah dan bercahaya. Burung ini juga sering diberi nama Feng-Hwang. Feng adalah burung api laki-laki dan Hwang adalah burung api wanita dan diasosiasikan juga sebagai kesatuan yin-yang. Burung ini juga terkenal sebagai burung penyanyi dan merupakan raja dari semua burung. Ia adalah burung yang digunakan sebagai pertanda dan pengirim pesan dari nirwana. Dari empat hewan yang dipuja di Cina, naga, unicorn, kura-kura dan Feng - Hwang, burung api ini adalah yang paling agung dan mulia<sup>4</sup>.

Hewan mulia kedua yang dipakai adalah naga. Wujud naga, pada kebudayaan Cina, sering digambarkan sebagai monster reptil legenda yang dipakai sebagai sosok dewa pada ajaran taoist dan sebagai simbol nasional kerajaan Cina. Dalam kebudayaan masyarakat Cina, naga merupakan simbol kreatif, keberuntungan, raja, laki-laki yang gagah dan tampan, energi laki-laki, sebagai penguasa mata angin timur. Pada masa kuno, naga adalah hewan yang sakral yang dipakai sebagai lambang kekaisaran Cina. Lain dengan asumsi naga yang pada daerah barat dianggap sebagai hewan iblis, di Cina, naga adalah hewan agung penguasa air, laut, danau dan sungai. Ia yang berkuasa menurunkan hujan di bumi, dan membantu memanen. Naga juga salah satu bentuk yang paling populer dalam kesenian Cina, baik musik, seni pahat, seni lukis maupun seni tari.

Sesuai dengan gambaran masyarakat Cina, kepala naga berbentuk kepala unta, bertanduk seperti rusa, ftiata yang berapi-api dan dua helai kumis yang

<sup>3</sup> [www.holytn.com/teapots/legendphoenixdragon.htm](http://www.holytn.com/teapots/legendphoenixdragon.htm).

<sup>4</sup> [www.nighttimedesign.com/aphoenixrain/legend.htm](http://www.nighttimedesign.com/aphoenixrain/legend.htm).

panjang. Telinganya menyerupai telinga kerbau, cakar kaki seperti singa dan ketajaman kukunya seperti elang, runcing. Naga melambangkan keberuntungan yang baik, dimana ia menampilkan diri pada manusia, di tempat itulah tanah diberkati dengan kedamaian dan kekayaan untuk beberapa generasi<sup>5</sup>.

Ada benda lain yang sangat identik dengan masyarakat Cina, yaitu lampion. Lampion yang tergantung adalah simbol cahaya. Terdapat beberapa sejarah tentang keberadaan lampion di dalam kebudayaan Cina, yang bahkan ada festival lampion yang diselenggarakan pada hari ke- 15, bulan *^lunaf* (bulan yang mempunyai 28 hari). Sejarah lampion sangat lekat dengan suasana religius dan merupakan tradisi turun-temurun. Sebuah legenda, mengkaitkan festival lampion dengan ajaran Taoism. Seorang ahli Taoism bernama Tianguan menganut paham bahwa sikap yang bertanggung jawab terhadap kelakuan diri sendiri akan mendatangkan keberuntungan. Ulang tahun Tianguan, jatuh pada tanggal 15 bulan *'lunar*\ Dan ia dianggap sebagai ahli Taoism yang menyukai beragam hiburan. Oleh karena itu, masyarakat Cina merayakan ulang tahunnya dengan mengadakan festival lampion yang berisi berbagai macam hiburan dengan harapan bisa memperoleh kebijaksanaan sesuai karakter Tianguan dan itnemeroleh keberuntungan yang baik seperti keberuntungan yang didapat Tianguan<sup>6</sup>.

Legenda lain tentang lampion, mengisahkan masuknya ajaran Buddhism pada masa pemerintahan seorang Kaisar bernama Mingdi, Kaisar dari dinasti Han. Peristiwa ini terjadi pada abad pertama sesudah masehi. Suatu hari, Kaisar Mingdi bermimpi tentang seorang manusia emas yang masuk dan berdiam di istananya. Kemudian Kaisar Mingdi bertanya siapakah siapakah sosok misterius itu, kemudian manusia emas itu tiba-tiba menjadi mawar di langit dan menghilang di arah barat. Hari berikutnya, Kaisar Mingdi mengirim seorang cendekiawan ke India untuk mencari manuskrip tentang Buddist. Perjalanan ribuan kilometer pun ditempuh dan kemudian cendekiawan tersebut berhasil menemukan manuskrip tentang Buddhist dan membawanya pulang ke Cina. Kemudian Kaisar Mingdi membangun sebuah kuil untuk meletakkan patung Buddha, kemudian memujanya. Manuskrip yang dibawa pulang tersebut dipelajari oleh Kaisar Mingdi, dan kemudian ia menemukan dan mempercayai kekuasaan Buddha yang

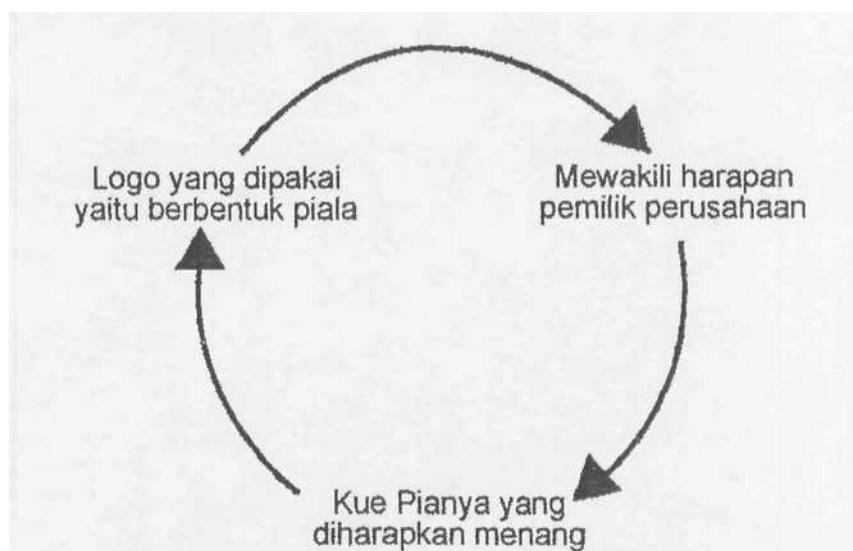
[www.moonfestival.org/legend/dragons.htm](http://www.moonfestival.org/legend/dragons.htm)

<sup>6</sup> [www.chinavoc.com](http://www.chinavoc.com)

dapat menghancurkan kegelapan. Oleh karenanya, Kaisar Mingdi mengadakan festival lampion untuk memujanya dan menjadikannya simbol terang<sup>7</sup>.

Satnpai saat ini, festival lampion masih dirayakan sebagai salah satu perayaan besar dalam kebudayaan Cina. Demikian pula dengan lampion yang masih digunakan sebagai dekorasi dan alat penerangan, sebab memasang lampion dianggap memanggil terang, mengusir kegelapan dan mendatangkan keberuntungan. Karena terang dianggap sebagai kebahagiaan, keberuntungan dan keceriaan. Para dewa yang dipercaya bahwa mereka sesekali turun ke bumi akan melihat rumah yang terang dan memberkatinya dengan kelimpahan rejeki dan kebahagiaan.

Seperti yang diketahui, ada beberapa jenis logo menurut John Murphy. Perusahaan Pia Kemenangan menggunakan jenis *Allusive Logos*, yakni logo yang menghubungkan secara tidak langsung bentuk dengan jenis usaha. Bentuk piala ini jika dikaitkan langsung memang tidak terlihat hubungannya dengan produk yang diwakili, namun logo piala ini mewakili harapan pemilik perusahaan terhadap perusahaan miliknya agar berkembang dan menjadi pemenang dari Kue Pia lainnya. Jadi hubungan yang didapat bila dibentuk dalam diagram adalah :



Tabel 4.1. Hubungan Tidak Langsung Logo Pia Kemenangan

<sup>7</sup>Ibid.

Untuk Kue Pia Sari Murni dan Kue Pia Ceng Long, juga mengacu pada *Allusive Logos*, namun hubungan tidak langsung yang didapat berbeda satu fase dengan Kue Pia Kemenangan.



Tabel 4.2. Hubungan Tidak Langsung Logo  
Pia Sari Murni dan Pia Ceng Long

Logo yang dipakai adalah wujud makhluk yang dipuja di Cina sebagai hewan mulia, yang juga menjadi harapan pemilik perusahaan agar perusahaan pimpinannya menjadi yang tertinggi dari perusahaan lain yang sejenis, Logo juga dipakai sebagai identitas makanan yang berasal dari budaya Cina. Hal ini melambangkan makanan Pia merupakan makanan yang diadaptasi dari tradisi Cina.

#### 4.2.4. *Layout* atau tata letak

Tata letak bisa diartikan sebagai suatu susunan unsur desain yang digunakan dalam perancangan komposisi, yang ditata atau *dilayout* secara serasi dan harmoni dengan berlandaskan prinsip-prinsip desain<sup>8</sup>. Tata letak memuat peraturan-peraturan mengenai pemakaian elemen-elemen didalamnya seperti warna, tipografi, ilustrasi dan logo. Setiap posisi dan ukuran yang dipakai dalam suatu desain tata letak harus dapat menunjukkan informasi atau ilustrasi mana yang penting, mana yang kurang penting dan dapat dibaca dengan urutan yang jelas.

<sup>1</sup> Widya, Leonardo, S.Sn. Fundamental of Art and Design. Ediai 3, Oktober, 2002.

Dalam tiap desain tata letak, juga harus menunjukkan keseimbangan, proporsi dan kesatuan yang baik. Pada desain tata letak kemasan Kue Pia, keseimbangan dan proporsi umumnya sudah dicapai dengan baik terlihat dari adanya keseimbangan kanan dan kiri, atas dan bawah. Kemudian proporsi juga ditempatkan seharusnya, informasi yang penting diletakkan paling atas dan dengan ukuran huruf yang paling besar pula, hal ini sesuai dengan hukum proporsi yang dikemukakan oleh Iwan wirya .

*Focus* atau titik pandang adalah menonjolkan salah satu unsur untuk menarik perhatian. Misalnya merek atau ilustrasi. Pemenuhan hukum ini sudah dilakukan oleh ketiga perusahaan Kue Pia, meskipun belum sempurna. Sebab masih ada dua titik pandang yang dominan yakni huruf nama Pia dan ilustrasi yang cenderung besar.

Butir selanjutnya adalah tentang lawanan atau kontras. Kontras adalah pemakaian warna yang berbeda namun sesuai untuk memberikan keterbacaan maksimal pada sebuah kemasan. Kontras ini sudah dicapai oleh kemasan Kue pia yang memakai warna putih sebagai latarnya, namun untuk kemasan Kue Pia Ceng Long silinder yang memakai warna merah sebagai latarnya, kontras belum dicapai, karena cetakan labelnya berwarna emas buram, sehingga agak sulit dibaca.

Kesatuan umumnya dicapai oleh desain tata letak label yang cenderung mengkotak, namun jika dilihat secara khusus dalam satu label, kesatitan ini agak terganggu dengan adanya catatan yang dicetak miring 90 derajat atau vertikal seperti komposisi bahan dan rasa Kue Pia pada beberapa kemasan. Hal-hal kecil inilah yang mengurangi nilai keindahan sebuah kemasan.

<sup>9</sup> Wirya, Iwan. Op.Cit.