

REPRESENTASI MOTIF POLENG PADA DESAIN KEMASAN 'AWANI' (KAJIAN SEMIOTIKA)

Ni Luh Desi In Diana Sari, A Dwita Krisna Ari,
Program Studi Desain Komunikasi Visual Fakultas Seni Rupa dan Desain
Institut Seni Indonesia Denpasar

Abstrak

Kemasan sebagai media komunikasi dan informasi produk ditandai lewat kehadiran elemen visual kemasan yang mampu membangun citra produk dibenak target konsumen. Elemen visual kemasan terdiri dari logo sebagai merek dan PDP (Panel Display Utama) terdiri dari tipografi, warna, bentuk, dan tata letak (layout). Komunikasi dan informasi produk yang dihadirkan melalui elemen visual kemasan dapat menciptakan identitas produk dibenak konsumen. Berfungsi untuk membedakan satu produk dengan produk lain sejenis yang ada di pasaran. 'Awani' merupakan merek produk kuliner yang ditawarkan sebagai oleh-oleh khas Bali kepada wisatawan. Dikemas menggunakan motif Poleng sebagai daya tarik elemen visual kemasan. Motif ini digunakan sebagai sarana untuk mengkomunikasikan citra produk 'Awani' dibenak target konsumen. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bentuk representasi motif poleng sebagai konsep kreatif desain kemasan 'Awani', dan untuk mengetahui makna yang tersirat dari representasi motif Poleng pada desain kemasan 'Awani'. Langkah pertama yang dilakukan adalah mengklasifikasi dan mengidentifikasi elemen visual pada desain kemasan kemudian menganalisis bentuk representasi motif poleng pada elemen visual kemasan 'Awani'. Tahap selanjutnya menganalisis makna representasi motif Poleng menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan semiotika interpretatif. Mengkaji tanda dan teks untuk ditafsirkan maknanya melalui kode (*decoding*) dibalik tanda dan teks tersebut. Kontribusi penelitian ini adalah memberikan pengetahuan teoritis mengenai hubungan antara penentuan konsep desain pada elemen visual kemasan dalam membentuk citra produk. Sehingga dapat dijadikan rujukan bagi sektor industri kecil dalam mengkomunikasikan citra produk dibenak target konsumen melalui desain kemasan.

Kata Kunci : *desain kemasan, awani, motif poleng*

Abstract

Packaging as a medium of communication and information products is characterized by the presence of visual elements of packaging that is capable to build the image of the product in the minds of target consumers. Packaging of visual element consists a logo as the brand and PDP (Main Display Panel) consists of typefaces, colors, shapes, and layout (layout). Communication and information the product presented through packaging visual elements can be creating identity of product in the minds of consumers. Design packaging serves to differentiate one product with another similar product on the market. 'Awani' is a brand of culinary product is offered as typical Balinese souvenirs to tourists. Packaging using the motif Poleng as visual appeal of the packaging elements. This motif is used as a tool to communicate the image of the product 'Awani' in the minds of target consumers. The purpose of this study was to determine the forms of representation of motive poleng as the Awani's creative packaging design concept and, to know the implied meaning of representation Poleng motif on Awani's packaging design. The first step is to classify and identify the visual elements in packaging design and then analyze the forms of representation poleng motif in the visual elements of 'Awani' packaging. The next stage of analyzing the meaning representation Poleng motif is using qualitative descriptive methods with interpretive semiotic approach. Semiotic approach is to examine the text for the sign and its meaning interpreted through code (*decoding*) and the sign behind the text. Contribution of this study is to provide theoretical knowledge about the relationship between design concepts in the determination of visual elements in forming the image of product packaging. So it can be a reference for the small industrial sector in communicating the product's image through the minds of the target consumer packaging design.

Keywords: *packaging design, awani, poleng motif*

PENDAHULUAN

Kehadiran kemasan saat ini tidak hanya dimanfaatkan untuk mengemas dan melindungi sebuah isi. Fungsi kemasan kini mulai bergeser sebagai media komunikasi dan informasi produk yang dikemas. Logo sebagai merek dan elemen visual kemasan, terdiri dari PDP (Panel Display Utama), tipografi, warna, bentuk, tata letak (layout) memegang peranan sangat penting dalam komunikasi dan informasi produk. Kehadiran logo dan elemen visual kemasan dapat menciptakan identitas produk dibenak konsumen. Berfungsi untuk membedakan satu produk dengan produk lain sejenis yang ada di pasaran. Eksistensi kemasan sebagai salah satu strategi membangun citra produk dibenak konsumen banyak dimanfaatkan oleh sektor industri kecil menengah (IKM) di Bali. Selaku produsen yang memproduksi produk oleh-oleh kepada wisatawan.

Salah satu sektor industri kecil yang memproduksi produk kuliner oleh-oleh khas Bali yang dijadikan studi kasus dalam penelitian ini adalah 'Awani'. Merek untuk produk kuliner berupa selai untuk

memenuhi kebutuhan wisatawan akan produk oleh – oleh khas Bali. Produk ‘*Awani*’ hanya dijual ditempat tertentu oleh karena ingin tetap menjaga eksklusifitas dari merek dan menjangkau target konsumen menengah keatas. Satu hal menarik yang membuat produk ‘*Awani*’ eksklusif adalah kemasan yang membungkus produk. Dimana ‘*Awani*’ mengadopsi salah satu unsur budaya lokal Bali yaitu motif Poleng sebagai daya tarik visual untuk kemasan produknya. Bagi masyarakat Bali dan wisatawan, penggunaan motif ini, sudah sangat familiar. Bahkan wisatawan yang datang ke Bali selalu mengidentikkan Bali dengan Poleng sebagai ciri khas yang melekat. Ciri khas motif poleng terletak pada bentuk motif kotak – kotak. Menyerupai papan catur, dengan kombinasi warna hitam, putih, merah dan abu - abu. Kombinasi warna motif poleng memiliki nama, makna dan fungsi yang berbeda – beda dalam kehidupan umat Hindu di Bali. Bagi masyarakat Hindu di Bali, motif poleng dimaknai sebagai simbol *Rwa Bhineda*. Simbol dualitas kehidupan saling mengisi dan melengkapi. Daya tarik kemasan identik dengan persepsi (suatu proses penerimaan rangsangan indrawi dan penafsirannya). Hukum persepsi menunjukkan bahwa mata dan otak membutuhkan kesederhanaan dan keseimbangan dalam segala hal yang dilihat. Setiap orang hanya akan melihat hal – hal tertentu yang akan direkam otak dan kemudian mempengaruhi pola pikir dan tindakan seseorang. Manusia 80% kegiatan pengindraannya dilakukan melalui penglihatan atau kasat mata (Wiryana, 1999:11). Dengan demikian elemen – elemen visual kemasan terdiri dari logo sebagai merek, PDP (Panel Display Utama), tipografi, warna, bentuk, tata letak (layout), merupakan unsur yang memegang peranan dalam proses penyampaian pesan kemasan secara visual.

Penggunaan elemen visual kemasan sebagai daya tarik produk, merupakan proses komunikasi dan gejala semiotika. Dengan kehadiran segenap tanda dan penanda yang diwakilkan melalui simbol – simbol tertentu. Secara tidak langsung kemasan tersebut menyampaikan pesan komunikasi dan informasi kepada target konsumen. Sehingga mampu mempengaruhi konsumen untuk membeli produk. Pada desain kemasan ‘*Awani*’, motif poleng sebagai objek kebudayaan digunakan sebagai daya tarik pada elemen visual kemasan untuk dapat menyentuh target konsumen. Motif ini mengandung serangkaian tanda bermakna yang diatur berdasarkan kode atau aturan – aturan tertentu. Motif poleng merupakan salah satu unsur budaya lokal Bali (teks) yang dijadikan sebagai sarana membangun citra produk ‘*Awani*’ dibenak target konsumen. Direpresentasikan lewat tanda dan simbol yang mewakili realitas kehidupan masyarakat Bali. Teks adalah suatu wujud penggunaan tanda dalam kehidupan sosial yaitu berupa kombinasi seperangkat tanda yang dikombinasikan dengan cara dan kode tertentu dalam rangka menghasilkan makna tertentu (Piliang, 2010:347).

Berdasarkan uraian pada latar belakang diatas, maka permasalahan pokok yang menarik untuk dikaji pada penelitian ini adalah a). Bagaimana bentuk representasi motif poleng sebagai unsur budaya lokal Bali pada elemen visual kemasan ‘*Awani*’ ? b). Bagaimana makna representasi motif poleng pada elemen visual kemasan ‘*Awani*’ dalam upaya membangun citra produk dibenak konsumen?. Pendekatan semiotika digunakan untuk menemukan jawaban atas rumusan masalah tersebut. Semiotika sebagai metode penelitian berangkat dari prinsip bahwa kemasan sebagai objek penelitian ini tidak saja mengandung fungsi utilitas, teknis, produksi, dan ekonomis. Tetapi juga aspek komunikasi dan informasi yang diwakilkan melalui kehadiran elemen visual kemasan, berfungsi sebagai medium komunikasi (Piliang, 2010:300).

METODE PENELITIAN

Untuk mencapai tujuan dalam penelitian ini, adapun tahapan – tahapan yang dilakukan adalah pertama, menentukan masalah penelitian dengan merumuskan permasalahan. Ke-dua, teknik sampling dilakukan untuk memfokuskan objek penelitian dalam hal ini desain kemasan ‘*Awani*’ yang menggunakan motif Poleng sebagai identitas produk. Ke-tiga menentukan jenis data sebagai tahapan penting dalam penelitian untuk mendapatkan jawaban dari rumusan masalah yang ditentukan. Jenis data yang digunakan terdiri dari data primer dan data sekunder. Tahap ke-empat menentukan alat pengambilan data yang dilakukan dengan metode survey, observasi, wawancara, kajian pustaka dan dokumentasi. Tahapan kelima menentukan teknik analisis data menggunakan pendekatan semiotika. Lokasi penelitian dilaksanakan di dua tempat. Pertama di tempat penjualan produk ‘*Awani*’, berlokasi di Alun – Alun Indonesia, Sogo Departemen Store Nusa – Dua Bali. Lokasi kedua, di PT. Bali Fruit sebagai kantor distributor dan pemasaran. Terletak di Jl. Tangkuban Perahu Kerobokan Kuta – Badung. Waktu penelitian dilakukan pada bulan Mei - September 2013.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Data Profil PT. Bali Fruit

Nama Perusahaan : PT. Bali Fruit
Pemilik : Lee Yip Wung
Alamat : Luwus, Baturiti, Tabanan Bali
82191,
Indonesia
Tel/Fax : +62-361-16119505 / +62-361-
8446406
Website : www.awani.com



Gambar 1. Logo Merek
'Awani' Sumber :
www.awani.com/

diakses pada 15
Sepetember 2013

PT. Bali Fruit berdiri tahun 2006, didirikan oleh Lee Yip Wung kebangsaan Malaysia. Ide awal berdirinya perusahaan ini karena melihat potensi sumber daya alam Bali yang subur dan kaya akan buah tropis dengan kualitas rasa dan jenis beragam. Buah tropis Bali menjadi salah satu daya tarik bagi wisatawan yang berkunjung ke Bali. Berdasarkan atas hal tersebut, Lee Yip Wung kemudian mengolah buah – buahan tropis tersebut menjadi produk kuliner berupa selai yang dikemas sebagai produk oleh – oleh khas Bali.

Eksotisme Bali menjadi sumber inspirasi bagi PT. Bali Fruit dalam menciptakan merek produk mengacu pada konsep tropikal, eksotik, dan modern. Ditujukan bagi target konsumen golongan menengah keatas. Konsep ini terefleksikan pada nama merek 'Awani' dalam bahasa Kawi berarti Bumi. Mencerminkan penghormatan Bali untuk tanah. Prinsip ini menjadi landasan bagi 'Awani' untuk tetap mempertahankan eksistensinya. Hal ini ditunjukkan lewat kehadiran identitas perusahaan berupa logo dan elemen komunikasi visual. Logo 'Awani' diciptakan dengan mengambil bentuk kaligrafi modern yang bersumber dari script Kawi Kuno.

Sedangkan identitas lain sebagai elemen komunikasi visual menggunakan motif Poleng yang menjadi ciri khas Bali. Motif Poleng dipilih karena 'Awani' sebagai sebuah perusahaan yang berdiri di Bali ingin menciptakan brand yang unik dengan mengadopsi nilai pilosofi yang terkandung pada motif Poleng. Untuk mengemas produknya, 'Awani' mengambil inspirasi dari benda – benda budaya yang lekat dengan tradisi masyarakat Bali, seperti *keben*, *kul-kul* kemudian dimodifikasi dengan ciri khas 'Awani'.

Selai buah yang diproduksi 'Awani' semuanya menggunakan bahan baku terbaik tanpa pengawet dan pemanis buatan yang dipersembahkan bagi target konsumen sesuai dengan tagline 'Awani is offering to you'. 'Awani' memiliki delapan pilihan rasa selai, dimana tiap – tiap selai memiliki perpaduan bahan yang berbeda – beda sehingga menghasilkan sensasi rasa yang beragam. Adapun kedelapan rasa selai yang di produksi 'Awani' terdiri dari : 1). *Manggo Jam*, memberikan sensasi kenikmatan buah. 2). *Ginger & Pineapple Jam*, memberikan sensasi berapi – api dan eksotis. 3). *Guava & Passionfruit Jelly*, memberikan kesan ringan dan harum. 4). *Lime Marmalade*, memberikan kesan hidup dan menyegarkan. 5). *Lime & Ginger Marmalade*, memberikan kesan tajam dan pedas. 6). *Lime & Guava Marmalade*, memberikan kesan keemasan dan *musky*. 7). *Strawberry & Kaffir Lime Jam*, memberikan rasa mengejutkan dan menyenangkan. 8). *Tangerine Marmalade*, memberikan kesan intens dan canggih. Produk 'Awani' hanya dijual ditempat – tempat tertentu dan dapat dibeli dalam kemasan *Giftpacks*, yang memudahkan dan aman bagi wisatawan untuk dibawa ke negara asalnya sebagai oleh – oleh.

Jenis – Jenis Desain Kemasan Produk 'Awani'

Desain Kemasan 'Gift Packs Black & White Keben'

'Black & White Keben' merupakan salah satu jenis produk dalam kategori *gift packs* yang dapat dijadikan sebagai oleh – oleh dengan ciri khas Bali. Pada desain '*Gift Packs Black & White Keben*' terdapat tiga jenis kemasan terdiri dari;

a). *Primary packaging* merupakan kemasan yang bersentuhan langsung dengan produk selai. Berbentuk menyerupai toples bulat kecil, terbuat dari kaca, diameter toples 4.5 cm, dan tinggi 4 cm. Pada kemasan '*Gift Packs Black & White Keben*' terdapat 4 jenis *primary packaging* dengan rasa selai yang berbeda diantaranya: *Mango Jam, Ginger & Pineapple Jam, Guava & Passionfruit Jelly*, dan *Lime Marmalade*. PDP berupa label, yang ditempel vertikal berukuran 12 x 1.8 cm menutupi bagian tutup toples. Berisi Informasi jenis rasa dengan warna teks yang berbeda – beda pada tiap rasa, berat bersih tertera net 28 g. Label ini berfungsi sebagai segel, agar produk tidak mudah dibuka tutup yang dapat mempengaruhi isi produk. Pada bagian bawah kemasan, terdapat informasi mengenai kadaluarsa produk dan ijin sanitasi dengan kode P.IRT 108550201068. b). *Secondary Packaging*, merupakan kemasan kedua yang membungkus kemasan pertama. *Secondary Packaging* pada kemasan ini berupa kotak karton berwarna putih dengan ukuran fisik 9 x 9 x 4 cm. PDP (Panel Display Utama) berupa selembar kertas berbentuk persegi berukuran 8.5 x 8.5 cm. Pada area PDP terdapat informasi mengenai penjelasan merek dan bahan dari produk tertulis. Pada tutup kemasan terdapat merek produk '*Awani*' beserta logo yang tercetak dengan tinta warna hitam. c). *Tertiary Packaging*, merupakan kemasan luaryang membungkus *primary* dan *secondary packaging*. *Tertiary Packaging* pada kemasan ini berupa selembar kain dengan motif *Poleng Sudhamala*. Kombinasi warna terdiri dari warna hitam, putih dan abu – abu. Membungkus *secondary packaging* berbentuk seperti *keben* (kotak). Berukuran 35 x 35 cm, ukuran masing – masing kotak motif *Poleng Sudhamala* pada kemasan ini adalah 6.5 x 6.5 cm. *Keben* bagi masyarakat Bali merupakan wadah berbentuk persegi, terbuat dari bambu dan kerap digunakan untuk membawa persembahan *Yadnya*, kepada Para Dewa dan untuk acara adat lainnya. Nama merek '*Awani*' berupa logo pada *tertiary packaging* ini ditempatkan di bagian pojok pada salah satu sisinya. Dibordir dengan benang emas berukuran 3.5 x 1.5 cm. PDP (Panel Display Utama) pada kemasan ini, berbentuk label tag berukuran 7 x 4.5 cm berisi informasi mengenai merek '*Awani*' beserta alamat website, info produk dan tanggal kadaluarsa produk. Label Tag ini dijaritkan pada *tertiary packaging* dengan benang hitam putih. Kegunaan dari label tag ini adalah untuk memudahkan target konsumen mengetahui isi produk. *Gift packs* ini dijual dengan harga Rp 105.0000 per set. Pada bagian bawah kemasan terdapat label nama produk dan keterangan isi produk beserta barcode untuk harga.

Desain Kemasan '*Gift Packs Kul – Kul*'

Poleng yang dililitkan pada *Kul – Kul* (kentongan) menjadi inspirasi '*Awani*' untuk menciptakan bentuk kemasan yang menyerupai bentuk *Kul – Kul*. Dalam tradisi budaya Bali *Kul – Kul* berfungsi sebagai alat komunikasi di setiap Banjar dan Desa Pakraman. Secara fisik *Kul – Kul* berbentuk bulat memanjang dengan rongga ditengah sebagai sumber bunyi. *Kul – Kul* umumnya terbuat dari bambu dan kayu pilihan yang dapat menghasilkan bunyi. Bentuk ini kemudian diadopsi menjadi desain kemasan '*Gift Packs Kul – Kul*'. Jenis kemasan pada produk ini terdiri dari:

a). *Primary Packaging*, pada desain kemasan ini sama dengan desain kemasan '*Gift Packs Black & White Keben*' berupa toples kaca bulat berukuran kecil. Membungkus 6 pilihan rasa selai terdiri dari; *Mango Jam, Lime & Ginger Marmelade, Lime & Guava Marmelade, Ginger & Pineapple Jam, Guava & Passion Fruit Jelly, Lime Marmalade*. Dengan berat masing – masing produk net 25gr. Pada tiap kemasan terdapat label yang berfungsi sebagai segel produk, dengan informasi rasa selai yang berbeda – beda ditunjukkan dengan warna teks sesuai dengan jenis rasa selai. Misalnya selai dengan rasa mangga (*Mango Jam*), teks pada label dibuat berwarna oranye dst. Mengacu pada warna buah yang dijadikan bahan pembuatan selai. b). *Secondary Packaging*, pada desain kemasan ini, berbentuk kotak persegi panjang berwarna putih berukuran 27.5 x 4.5 x 4.5 cm untuk mengemas enam jenis rasa selai. PDP yang memuat informasi produk pada kemasan ini berupa selembar kertas berukuran 4,5 x 27 cm yang diletakkan diatas *primary packaging*. c). *Tertiary Packaging*, pada kemasan ini berupa kain berbentuk persegi. Menggunakan motif *Poleng Sudhamala* yang terdiri dari tiga warna, hitam, putih dan abu – abu. Kain berukuran 75 x 75 cm dan ukuran masing – masing kotak dengan warna hitam - putih - abu – abu pada motif ini adalah 5 x 5 cm. Kain ini digunakan untuk mengemas *secondary packaging* yang dikemas menyerupai bentuk *Kul – Kul* dengan ciri khas bentuk memanjang. Identitas merek berupa logo '*Awani*' terdapat ditengah – tengah berukuran 3 x 7 cm dibordir dengan benang berwarna kuning keemasan. Posisi logo pada *secondary packaging* terletak pada bagian ujung. Pada bagian ikatan terdapat label tag sebagai panel display utama yang dijahitkan dengan benang hitam putih. Terbuat dari kertas berukuran 7 x 4.5 cm berisi informasi tentang produk '*Awani*'. Pada bagian belakang kemasan terdapat label berwarna putih berisi informasi mengenai jenis rasa yang terdapat pada kemasan ini dan label untuk barcode harga. *Gift Packs* ini dijual seharga Rp. 160.000.

Kemasan Toples Kaca

Selain berbentuk *gift packs*, produk selai 'Awani' juga dijual dalam kemasan yang tergolong kedalam jenis *primary packaging*. Berbentuk toples kaca berukuran diameter 6 cm, tinggi 10.5 cm berbentuk tabung, dengan berat net 255g. Masing – masing rasa dijual dalam kemasan terpisah. Panel Display Utama (PDP) pada kemasan ini berupa label berbahan kertas diberi perekat, berukuran 26.5 x 3.5 cm. Melingkar vertikal mengelilingi badan dan tutup toples. Motif Poleng pada desain kemasan ini dapat ditemui pada label produk sebagai panel display utama (PDP) yang berisi informasi tentang produk. Mulai dari nama merek, rasa, penjelasan merek, kandungan bahan, berat bersih, tanggal kadaluarsa dan ijin sanitasi, dengan kode Diskes P.IRT 108510201068. Untuk teks informasi rasa, dibedakan berdasarkan warna yang mengacu pada warna bahan utama pembuatan selai. Misalnya produk selai dengan rasa *Guava & Passion Fruit Jelly*, menggunakan warna merah muda, karena bahan utamanya adalah jambu merah. Label pada kemasan ini ditempel secara vertikal berfungsi sebagai segel. Ketika konsumen ingin membuka produk, cukup dengan merobek bagian atas label yang terdapat garis – garis pendek sebagai tanda untuk membuka segel. Sehingga bagian label yang berisi informasi produk tetap menempel pada *primary packaging*. Pada bagian bawah toples terdapat informasi berupa barcode yang ditempel. Produk ini dijual dengan harga Rp 48.000. Produk ini terdiri dari delapan pilihan rasa diantaranya *Mango Jam, Ginger & Pineapple Jam, Guava & Passionfruit Jelly, Lime Marmalade, Lime & Ginger Marmalade, Lime & Guava Marmalade, Strawberry & Kaffir Lime Jam, Tangerine Marmalade*. Untuk membedakan kedelapan rasa ini, masing - masing label diberikan warna untuk logo dan teks rasa sesuai dengan warna buah yang digunakan sebagai bahan baku selai,

Analisis dan Interpretasi Tanda Elemen Visual Desain Kemasan 'Awani'

Identifikasi dan Klasifikasi Tanda Desain Kemasan 'Gift Packs'

Identifikasi dan Klasifikasi tanda dilakukan pada desain '*gift packs black & white Keben dan gift packs Kul – Kul*'. Untuk mengidentifikasi dan mengklasifikasi jenis tanda visual, verbal pada elemen visual kemasan ini. Terlebih dahulu kemasan dalam kategori '*Gift Packs*' dikelompokkan kedalam tiga jenis kemasan terdiri dari *primary packaging*, *secondary packaging* dan *tertiary packaging* kemudian tanda tersebut diklasifikasikan kedalam tipe tanda ikon, indeks dan simbol. Tahapan selanjutnya adalah mencari hubungan (interpretasi), melalui proses semiosis yang dikenal dengan trikotomi Pierce (segitiga makna). Tahapan ini juga berlaku untuk jenis Kemasan Toples Kaca.

Primary Packaging 'Gift Packs Black & White Keben dan Gift Packs Kul – Kul'



Gambar 2. *Primary Packaging*, Sumber : Dokumen Penulis

Primary Packaging merupakan kemasan yang bersebutuhan langsung dengan isi produk. Contohnya botol, kaleng, *aerosol spray*, amplop, bungkus permen, plastik pembungkus makanan, *skin pack*, *wrappers* dll (Concept, 2007:13. 1). *Primary Packaging* pada kemasan produk 'Awani' berupa toples kaca berbentuk bulat kecil yang mampu menampung isi 28 gr. Elemen visual kemasannya terdiri dari ikon (Tanda yang mirip dengan obyek yang diwakilinya, dan memiliki ciri – ciri sama dengan apa yang dimaksud (Tinarbuko, 2009:16). Berupa label sebagai Panel Display Utama (PDP) yang memuat informasi produk. Terdapat lima tipe ikon pada PDP diantaranya; 1). Ikon tipografi untuk teks dengan jenis huruf tanpa kait. 2). Ikon teks rasa, merek, isi produk, alamat website dan logo. 3) Ikon warna pada teks (oranye, hijau muda, merah muda, dan kuning, 4). Ikon motif kotak – kotak dalam dua ukuran yang berbeda dengan warna hitam dan putih. 5). Ikon layout elemen visual kemasan yang dibuat vertikal.

Kelima ikon ini memiliki hubungan indeksikal atau hubungan sebab akibat dengan apa yang diwakilinya. Tanda ini dinamakan indeks (Tinarbuko, 2009:16). Bentuk toples bulat indeksikal dengan Bumi yang berarti bulat ini mengacu pada arti nama 'Awani' dalam bahasa sansekerta yang berarti Bumi. Penggunaan bahan kaca untuk material kemasan indeksikal dengan tujuan 'Awani' memperlihatkan isi produk yang sesungguhnya kepada target konsumen, selain itu agar produk selai yang merupakan produk makanan tidak terkontaminasi dengan bahan – bahan kimia. Salah satu kelebihan dari bahan kaca adalah sifat inert yaitu sifat yang tidak bereaksi dengan isi yang dikemas (Klimchuck dan Krasovec, 2007:152). Kehadiran PDP berupa label indeksikal dengan segel berfungsi sebagai pelindung yang dapat mempengaruhi isi

produk.PDP yang berbentuk label juga difungsikan sebagai sarana informasi dan komunikasi produk lewat kehadiran segenap elemen visual kemasan terdiri dari teks rasa untuk menginformasikan rasa yang terdapat pada kemasan. Perbedaan jenis rasa ditandai dengan kehadiran warna yang berbeda – beda. Penggunaan warna ini indeksikal dengan warna buah sebagai bahan baku produk. Misalnya selai rasa mangga ‘*Manggo Jam*’, warna yang digunakan pada teks rasa, merek, logo dan alamat website adalah kuning menyerupai warna buah mangga yang telah matang.Ikon warna hitam sebagai latar belakang label indeksikal dengan kesan elegan dan mewah serta mengkomunikasikan kekuatan dan kejelasan (Dameria, 2007:36).Pada desain produk warna hitam mengimplikasikan produk yang serius dan dapat diandalkan(Klimchuck dan Krasovec,2007:107,115).Kehadiran elemen tipografi pada teks menggunakan jenis huruf sanserif yang dapat mempengaruhi keterbacaan informasi yang disampaikan.Motif kotak – kotak dengan warna hitam, putih dan abu – abu indeksikal dengan motif *Poleng* Sudhamala yang memiliki cirikhias bentuk dan warna tersebut.Elemen visual yang terakhir adalah layout yang disusun secara vertikal menyerupai huruf ‘I’.Hal ini mempengaruhi urutan keterbacaan informasi yang disajikan. Kehadiran elemen visual kemasan ini membentuk simbol identitas produk yang membedakan produk ‘Awani’ dengan produk sejenis yang ada dipasaran.Penggunaan motif Poleng dijadikan sebagai simbol identitas Bali yang dijadikan sebagai sumber inspirasi bagi ‘Awani’ dalam segala aspek perusahaan.

Secondary Packaging ‘*Gift Packs Black & White Keben dan Gift Packs Kul – Kul*’



Gambar 3 *Secondary Packaging Gift Packs Black & White Keben*. Sumber :Dokumen Penulis



Gambar 4.*Secondary Packaging Gift Packs Kul – Kul*. Sumber :Dokumen Penulis

Secondary Packaging adalah kemasan yang membungkus *primary packaging* atau kemasan yang ukurannya lebih besar dan mewadahi beberapa *primary packaging* sekaligus.Contohnya : kardus, *shrink wrap*, dan kantong plastik yang sering digunakan untuk mewadahi produk (Concept, 2007;131).Pada desain kemasan ‘*Gift Packs Black & White Keben dan Gift Packs Kul – Kul*’*Secondary Packaging*nya sebagai ikon, berbentuk kotak persegi untuk kemasan *Gift Packs Black & White Keben* dan kotak persegi panjang untuk *Gift Packs Kul – Kul*.Bahan yang digunakan adalah kertas berwarna putih dengan ketebalan 260gr dibuat dengan teknik lipat menggunakan lem.Pada kemasan *Gift Packs Black & White Keben* terdapat ikon setengah lingkaran dibagian ujung tutup kemasan. PDP (panel display utama) berupa selembar kertas, memuat elemen visual desain kemasan sebagai sarana komunikasi dan informasi produk terdiri dari nama merek, logo, teks mengenai produk ‘Awani’ teks rasa beserta kandungan bahan dan sensasi yang ditawarkan tiap – tiap rasa.Tipografi pada teks menggunakan jenis huruf sanserif.Warna background hitam dengan warna teks putih. Pada tutup kemasan terdapat nama merek dan logo yang dicetak dengan warna hitam.Layout elemen visual kemasan dibuat dengan posisi center.

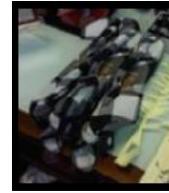
Kehadiran segenap tanda ikon pada kemasan ini memiliki hubungan sebab akibat dengan apa yang diwakilinya.Bahan dan bentuk kemasan indeksikal dengan kekuatan dan kekokohan sehingga dapat mengemas produk dengan baik.Teknik melipat tanpa menggunakan lem mengindikasikan bahwa produk ini ramah lingkungan, aman dan dapat dipergunakan kembali.Ikon setengah lingkaran yang terdapat pada *secondary packaging Gift Packs Black & White Keben* indeksikal dengan ibu jari berfungsi sebagai petunjuk untuk membuka kemasan. Pada kemasan *gift packs Kul – Kul* bentuk kemasan persegi panjang indeksikal dengan bentuk fisik *Kul – Kul* (Kentungan).Warna putih pada kemasan indeksikal dengan kebersihan dan higienis.Informasi yang terdapat pada PDP indeksikal dengan produk.Tipografi pada PDP menggunakan jenis huruf sanserif memberikan kesan informal/tidak kaku.Hal ini berhubungan dengan isi produk yang sifatnya cair indeksikal dengan lentur dan fleksibel.Penggunaan elemen warna hitam dan putih indeksikal dengan warna pada motif Poleng. Elemen visual dilayout center indeksikal dengan bentuk persegi yang memberi kesan seimbang.

Tanda ikon dan indeks pada kemasan ini dijadikan sebagai simbol identitas produk dan sebagai citra produk dibenak target konsumen. Kehadiran logo 'Awani' berbentuk tulisan disebut sebagai *lettermark* sebagai tanda kepemilikan. Teks 'Awani' berarti Bumi dalam bahasa Sansekerta. Warna putih pada kemasan menciptakan persepsi bersih, higienis dan klinis.

Tertiary Packaging 'Gift Packs Black & White Keben dan Gift Packs Kul – Kul'



Gambar 5. *Tertiary Packaging Gift Packs Black & White Keben* Sumber :Dokumen Penulis



Gambar 6. *Tertiary Packaging Gift Packs Kul - Kul*

Sumber :Dokumen Penulis

Tertiary Packaging pada kemasan jenis *giftpacks* ini dihadirkan lewat berbagai tanda berupa ikon selembur kain dengan motif kotak – kotak berwarna hitam, putih dan abu – abu digunakan untuk mengemas *secondary packaging*. Kain dengan motif seperti ini indeksikal dengan Motif *Poleng Sudhamala*. Bagi masyarakat Bali *Poleng Sudhamala* digunakan pada seragam Pecalang, dililitkan pada patung – patung penjaga pura. Jika dikaitkan dengan *tertiary packaging* pada kemasan ini, maka penggunaan kain poleng ini memiliki hubungan sebagai penjaga. Bentuk kotak untuk '*Gift Packs Black & White Keben*' indeksikal dengan *keben*. Bagi masyarakat Bali *keben* digunakan sebagai wadah *adnyadalam* upacara keagamaan. Yadnya bagi umat Hindu di Bali, merupakan persembahan yang dibuat dengan ketulusan hati dan keindahan sebagai wujud syukur kehadapan Sang Pencipta. Nilai – nilai ini direpresentasikan 'Awani' lewat kemasan '*Gift Packs Black & White Keben*' dengan maksud bahwa produk 'Awani' dipersembahkan dengan senantiasa menjaga kualitas dan mutu produk sebagaimana umat Hindu mempersembahkan yang terbaik untuk bumi. Penggunaan motif *Poleng Sudhamala* selain mewakili identitas Bali juga mengkomunikasikan produk makanan. Berdasarkan konvensi secara global, bahwa produk makanan identik dikemas dengan motif kotak – kotak menyerupai motif *Poleng*. *Poleng sudhamala* umumnya digunakan sebagai wastra yang dililitkan pada patung penjaga Pura di Bali dan seragam Pecalang bertugas untuk mengamankan wilayah. Representasi *Poleng* pada kemasan 'Awani' mengacu pada fungsinya sebagai penjaga. Penjaga yang dimaksudkan disini adalah melindungi isi produk agar tetap terjaga kualitasnya. Bentuk memanjang pada kemasan *Gift Packs Kul – Kul* indeksikal dengan bentuk fisik *kul – kul* yang dijadikan sebagai alat komunikasi dalam tradisi Bali. Kehadiran Ikon logo dan nama merek 'Awani' dibordir dengan benang berwarna kuning keemasan memberikan kesan agung dan mewah. Ikon PDP berupa label tag yang dijaritkan dengan benang warna hitam dan putih indeksikal dengan warna *Poleng*. Teks informasi produk pada PDP menggunakan jenis huruf sanserif. Keseluruhan elemen ini merupakan simbol atribut produk yang nantinya dapat dijadikan sebagai sarana membangun citra produk dibenak konsumen.

Identifikasi dan Klasifikasi Tanda Desain Kemasan Toples Kaca

Kemasan Toples Kaca merupakan jenis *primary packaging*, karena bersentuhan langsung dengan produk selai. Kemasan ini digunakan untuk mengemas delapan pilihan rasa selai buah produksi 'Awani'. Pada desain kemasan toples kaca, terdapat elemen visual desain kemasan sebagai tanda banda tipe ikon terdiri dari struktur fisik kemasan terbuat dari bahan kaca berbentuk toples tabung. Indeksikal dengan isi produk yang dikemas yaitu net 255gr. Bahan kaca bening transparan menunjukkan isi produk yang sesungguhnya. PDP berupa label dari kertas melingkar vertikal mengelilingi bahan dan tutup toples indeksikal sebagai segel produk. Pada PDP terdapat informasi berupa teks rasa *Guava & Passionfruit Jelly*. Teks *Awani is our offering to you....dst.* Teks bahan baku produk *Guava & Passionfruit Jelly....dst.* Teks berat bersih 255g, teks kadaluarsa 05 Jun 2015 dan teks Diskes P-IRT 1085102201068. Elemen teks pada PDP indeksikal dengan informasi produk yang disampaikan kepada target konsumen. Warna teks untuk logo merek dan rasa *Guava & Passionfruit Jelly* adalah merah muda. Indeksikal dengan bahan baku produk. Dimana selai rasa *Guava & Passionfruit Jelly* merupakan selai rasa jambu merah dan markisa. Penggunaan warna merah muda disini mengacu pada warna jambu merah yang digunakan sebagai bahan baku produk. Sedangkan teks yang lain berwarna putih dengan latar belakang warna hitam yang kuat. Elemen tipografi yang digunakan pada teks adalah jenis sanserif/ tanpa kait berkesan informal/tidak kaku. Hal ini berhubungan dengan isi produk bersifat cair. Selain teks terdapat pula tanda tipe ikon, berupa logo dan merek disebut dengan *lettermark* (logo berupa teks) merupakan simbol atribut produk sebagai identitas. Terdapat dua kombinasi motif kotak – kotak

berwarna hitam, putih, abu – abu sebagai elemen estetis pada label. Terdiri dari kombinasi motif berukuran besar pada posisi tutup hingga sebagian badan toples dan kombinasi motif berukuran kecil pada bagian depan yang terdapat logo merek dan teks rasa dan bagian belakang berisi teks penjelas produk. Motif kotak – kotak sebagai elemen estetis indeksikal dengan motif *Poleng Sudhamala* karena memiliki ciri khas sama. Simbol *Poleng Sudhamala* sebagai elemen estetis pada label umumnya digunakan sebagai seragam oleh para pecalang yang bertugas menjaga keamanan dan dililitkan pada patung penjaga Pura di Bali. Hal ini berhubungan dengan fungsi label sebagai segel produk, yakni sama – sama dalam konteks menjaga/melindungi. Label disini digunakan untuk melindungi isi produk agar tidak mudah dibuka tutup ketika pemajangan ditempat penjualan sehingga dapat mempengaruhi isi produk. Layout elemen visual pada label dibuat vertikal indeksikal dengan huruf ‘I’ dan urutan pembacaan informasi dari atas kebawah. Posisi logo merek dan teks rasa diletakkan diatas bidang vertikal dan horizontal dengan warna dasar hitam. Menumpuk diatas motif poleng. Layout ini dinamakan *sequence ‘I’* dalam prinsip layout disebut urutan (Rustan, 2008:74).



Gambar 7. Kemasan Toples Kaca, Sumber :Dokumen Penulis

SIMPULAN

Citra produk ‘*Awani*’ sebagai merek produk kuliner yang dijadikan oleh – oleh khas Bali diwakili lewat kehadiran elemen visual kemasan yang terdiri Logo sebagai merek dan elemen visual kemasan, terdiri dari PDP (Panel Display Utama), tipografi, warna, bentuk, tata letak (layout). Mengacu pada konsep tropikal, modern, eksotik dengan motif *Poleng* sebagai daya tarik elemen visual kemasannya. Representasi motif *poleng* pada elemen visual kemasan produk ‘*Awani*’ ditampilkan disemua jenis kemasan terdiri dari *primary packaging, secondary packaging, dan tertiary packaging*. Pada kemasan Gift Packs bentuk representasi motif *Poleng* ditiap – tiap jenis kemasan berbeda – beda. Tergantung pada elemen visual yang dijadikan sebagai sarana komunikasi dan informasi produk. *Poleng Sudhamala* merupakan motif dengan ciri khas warna hitam, putih, dan abu – abu. Kehadiran warna abu – abu pada motif ini berfungsi sebagai penyalur antara kebaikan dan keburukan agar berjalan berdampingan. Jika dikaitkan dengan merek ‘*Awani*’, hal ini menginterpretasikan makna bahwa produk ‘*Awani*’ merupakan produk asli Bali mengadopsi pencitraan Bali dengan ciri khas *Poleng* yang kaya makna filosofis. Diproduksi dengan senantiasa menjaga kualitas dan mutu produk. Hal ini terlihat dari cara mengemas produknya yang mencerminkan nilai – nilai craftsmanship. *Poleng Sudhamala* di Bali umumnya digunakan untuk seragam pecalang sebagai penjaga keamanan dan ketertiban desa pekraman. Motif *Poleng* pada label mengindikasikan makna sebagai penjaga keamanan produk dalam kemasan dikenal dengan istilah segel berfungsi untuk melindungi produk agar tidak tumpah dan mudah dibuka tutupnya yang dapat mempengaruhi kualitas isi produk.

Poleng pada *Secondary Packaging* kehadirannya diwakilkan pada bentuk kemasan yang berbentuk kotak persegi. Ciri khas *Poleng* dapat dikenali dari bentuk motif kotak – kotak yang disusun berdampingan dengan perbedaan warna hitam – putih yang mencolok. Bentuk persegi menyimbolkan keseimbangan dan kesempurnaan. Karena bentuk persegi panjang sisinya sama. Segi empat atau kotak mengkomunikasikan kokoh, stabil, dan kejujuran. Bentuk kotak pada *Secondary Packaging* merepresentasikan makna, bahwa produk ‘*Awani*’ merupakan produk kuliner dengan kualitas rasa yang konsisten dan menggunakan bahan – bahan baku pilihan tanpa pengawet, bermakna keaslian dan kejujuran.

Bentuk representasi *Poleng* pada *Tertiary Packaging* dihadirkan pada kemasan luar, berupa wastra atau kain yang membungkus *Secondary Packaging*. *Poleng* pada *Tertiary Packaging* adalah *Poleng Sudhamala* dengan warna hitam, putih, dan abu – abu. Motif *Poleng* ini dalam tradisi budaya Bali digunakan sebagai atribut pakaian Pecalang, dililitkan pada patung penjaga Pura di Bali. Pada kemasan ‘*Awani*’ *Poleng Sudhamala* menginterpretasikan makna sebagai penjaga produk. Bahwa penggunaan motif *Poleng* ini dimaksudkan untuk menjaga keseluruhan kemasan produk agar tetap terjaga kualitas rasanya. Penggunaan *Poleng* memberikan citra positif bagi merek, karena Bali terkenal akanciri khas *Poleng* yang sarat makna dan nilai filosofis yang mampu mewakili image produk dibenak konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

Bungin, Burhan. (2010), *Penelitian Kualitatif, Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial*

Lainnya, Kencana, Yogyakarta.

- Klimchuk, Rosner & Krasovec. A. Sandra. (2006), *Packaging Design Successful Product Branding From Concept to Shelf* atau *Desain Kemasan Perencanaan Merek Produk yang Berhasil Mulai dari Konsep Sampai Penjualan*, terjemahan Bob Sabran. (2007), Erlangga, Jakarta.
- Piliang Amir, Yasraf.(2010), *Semiotika dan Hipersemiotika, Kode Gaya dan Matinya Makna*, Matahari, Bandung.
- Rupawan, Ketut. (2008), *Saput Poleng Dalam Kehidupan Beragama Hindu Di Bali*, Pustaka Bali Post, Denpasar.
- Rustan, Surianto. (2008), *Layout Dasar dan Penerapannya*, PT. Gramedia, Jakarta.
- _____. (2009), *Mendesain Logo*, PT. Gramedia, Jakarta.
- _____. (2010), *Hurufonttipografi*, PT. Gramedia, Jakarta.
- Tinarbuko, Sumbo. (2009), *Semiotika Komunikasi Visual*, Jala Sutra, Yogyakarta.
- Wirya, Iwan. (1999), *Kemasan yang Menjual*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- _____. "Wajah Kemasan Tradisional Perlu diUbah" (vol 03 edisi 18,2007), *Concept*.
-