

KAJIAN VISUAL EVOLUSI DESAIN KEMASAN PADA TEH DANDANG, TEH TJATOET, DAN TEH NAGA DI JAWA

Aulia Parahita
STSRD VISI INDONESIA
E-mail: auliaprht@gmail.com

ARTICLE INFO	ABSTRAK
<i>Article history:</i>	
Received:	
Revised:	
Accepted:	
Keywords: Packaging Design Style Packaging Design Evolution	<i>Tea is a herbal drink that originated from China and entered Indonesia through trade, then tea became a popular drink in Indonesia until now there are many types and brands. Of the many brands that exist, this study examines the packaging of three existing brands, namely Dandang Tea, Tjatoet Tea and Naga Tea. This study uses a descriptive qualitative research method to find the design style used from time to time and whether there are changes in design style in the three packages. It was found that Dandang Tea made design changes from time to time and followed the development of the era which used to use a Victorian design style then now uses a corporate design style, then for Tjatoet Tea did not change style by maintaining its packaging using an art deco design style, and finally Naga Tea also did not change its design style but has several packages with various designs including using a combination of Victorian style and corporate style.</i>

1. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Nama awal Teh adalah *Thea*, nama tersebut diberikan oleh seorang peneliti dari Jerman yaitu E Kaempfer di tahun 1690 waktu ia sedang meneliti kebiasaan orang-orang Jepang meminum teh. Sedangkan nama lain teh yang juga disebut *Camellia sinesis* merupakan nama pemberian seorang botanis yaitu C.Linne tahun 1753. Awal mula teh ditemukan ada di beberapa wilayah yaitu China, menuju selatan melintasi pegunungan Myanmar, Thailand hingga Vietnam. Ada juga teh yang berasal dari Assam yang memiliki bentuk daun lebih lebar dari daun teh yang berasal dari China, lalu R.Bruce memberi sebutan untuk teh ini *C. sinesis var. assamica* pada tahun 1823.

Lalu pada abad ke-16 teh mulai masuk di Eropa, pertama kali dikenalkan oleh pedagang dari portugis kepada pendeta di China namun pada saat itu teh masih dianggap sebagai barang eksotis yang mahal dan penikmatnya hanya keluarga bangsawan dan

orang-orang kaya. Di abad ke-17 minum teh baru menjadi sebuah trend di Inggris karena mereka mulai mengimpor teh dari Tiongkok dan dengan harga yang lebih terjangkau. Akhirnya mulai banyak budaya minum teh di Eropa hingga ada banyak yang mulai membuka kedai teh. Baru setelah abad ke-17 itu teh mulai memasuki Indonesia.

Teh merupakan minuman yang cukup popular di Indonesia, budaya minum teh awalnya dibawa oleh Jepang ke Indonesia pada tahun 1684 dengan menanam tanaman teh di Indonesia. Teh dibawa ke Indonesia oleh saudagar kaya VOC yang berasal dari Jerman bernama Andreas Cleyer yang juga merupakan seorang dokter, pengajar, dan juga ahli botani. Awalnya teh dibawa dalam bentuk benih dan hanya dikenal sebagai tanaman hias, namun pada abad 18 mulai berdiri pabrik-pabrik yang mengolah teh yang dapat di konsumsi dibawah dukungan VOC, lalu semenjak saat itu teh semakin berkembang pesat di Indonesia dan makin banyak perkebunan teh di Indonesia.

Setelah semakin berkembangnya teh, tentu saja produk teh mebutuhkan juga kemasan untuk produknya sebelum beredar dipasaran serta didistribusikan. Peran penting desain kemasan selain dari segi estetikanya guna menarik mata calon konsumen, desain kemasan dapat mencantumkan informasi mulai dari identitas produk atau nama produk agar lebih mudah dikenali oleh konsumennya, hingga memberikan informasi kandungan yang terdapat dalam produk tersebut. Penggunaan desain kemasan sudah diterapkan sejak jaman pemerintahan VOC yang menganut politik merkantilisme di Indonesia.

Menurut Hardoyo (2013) dalam penelitiannya, industri teh banyak berkembang di Indonesia pada masa kolonial Belanda dengan adanya percampuran budaya Eropa, China, dan budaya Lokal pada saat itu dari ada percampuran budaya tersebut ada beberapa kelompok dan individu menyimpulkan sebagai sesuatu yang menarik serta layak untuk ditampilkan pada kemasan teh seduh.

Dari sekian banyak merk teh yang beredar di Indonesia ada tiga merk yang cukup menarik perhatian karena namanya yang cukup besar khususnya di Pulau Jawa yaitu Teh Dandang, Teh Naga, dan Teh Tjatoet. Teh Dandang diproduksi oleh Perusahaan Teh Kartini sejak tahun 1957 lalu sejak tahun 2012 berubah statusnya menjadi PT. Kartini Teh Nasional yang ada di Batang, Jawa Tengah, lalu Teh Naga diproduksi sejak tahun 1970 oleh PTPN XII di Lawang, Jawa Timur, dan untuk Teh Tjatoet PT Tunggul Naga atau CV Duta Java Tea Industri yang berada di Tegal, Jawa Tengah dan sudah diproduksi sejak tahun 1942. Ketiga kemasan teh tersebut dikaji guna mengetahui evolusi gaya

desain pada kemasannya dan menganalisa apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi perubahan gaya desainnya.

2. METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Dari rumusan masalah yang ada didalam penelitian ini maka penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, karena pendekatan yang digunakan di metode ini memiliki karakteristik yang sesuai dengan tujuan penelitian ini yaitu memperoleh data-data gambar maupun tulisan yang diperoleh dari hasil pengamatan.

Menurut Sahir (2022), metode penelitian kualitatif merupakan penelitian yang proses penelitiannya berdasarkan presepsi yang ada pada suatu fenomena menggunakan pendekatan data yang menghasilkan kalimat analisis diskriptif secara lisan maupun tulisan dari suatu objek penelitian, pengetahuan yang luas dari peneliti juga sangat diperlukan dalam penelitian kualitatif.

B. Objek Penelitian

Objek penelitian disini adalah kemasan dari Teh Dandang, Teh Tjatoet dan Teh Naga dari berbagai periode yang berbeda-beda.

C. Teknik Pengumpulan data

Untuk mengumpulkan data-data yang relevan dengan penelitian ini maka dilakukan pengumpulan data dengan cara mengumpulkan serta mempelajari dari sumber informasi tertulis dan data-data serta informasi yang berhubungan dengan masalah yang ada dalam penelitian ini. Sumber data tersebut meliputi buku-buku yang relevan dengan masalah yang dibahas, tentang prosedur penelitian, seni, desain kemasan, dan gambar-gambar yang relevan dengan materi, jurnal, serta data-data relevan lainnya yang bersumber di internet. Untuk pencarian gambar penelitian ini bersumber di internet melalui website milik masing-masing brand yang ada dalam penelitian ini.

3. PEMBAHASAN

3.1 Landasan Teori Sejarah Kemasan

Menurut Banindro (2021) kemasan sudah digunakan sejak jaman manusia purba menggunakan kulit binatang dan anyaman daun yang untuk membawa hasil buah-buahan yang dikumpulkan dari hutan. Lalu orang Mesir kuno sudah mengenal daun Papyrus pada 500 SM,

sedangkan orang-orang Yunani menggunakan lembaran kulit binatang tipis yang disamak biasa disebut perkamen, berabad-abad yang lalu bangsa Yahudi menggunakan kulit hewan yang dikeringkan dan diawetkan lalu dibentuk menyerupai bejana untuk menyimpan air anggur sama seperti orang arab menyimpan kefir. Lalu di China pada 868 M pertama kalinya menggunakan kertas untuk membungkus teh, sementara itu di Nusantara banyak pedagang menggunakan bumbung bambu sebagai wadah untuk benda cair. Selain itu banyak kemasan tradisional alami yang dapat dijumpai yaitu dari daun pisang, pelepas daun jagung, daun jambu serta daun jati.

Fungsi Kemasan

Said (2016) mengatakan dalam bukunya yang berjudul “Desain Kemasan” fungsi kemasan dibagi menjadi dua yaitu :

1. Fungsi praktis kemasan

Kemasan berfungsi sebagai wadah sebuah barang atau produk yang dapat menjaga hingga mengawetkan barang atau produk tersebut selama proses distribusi dan penjualannya. Dan meningkatkan efisiensi barang atau produk tersebut selama proses distribusinya, seperti pengelompokan satu lusin satu karton dan lain sebaginya untuk memudahkan proses pengawasan distribusi produk tersebut.

2. Fungsi estetika kemasan

Di dalam fungsi ini penting bagi suatu produk memiliki kemasan yang menarik karena saat pemasarannya di toko-toko produk akan diletakan pada rak berisikan produk-produk sejenis, jika kemasan tidak mampu bersaing maka produk tersebut bisa tenggelam oleh produk lainnya karena rata-rata konsumen akan tertarik dari penampilannya sebelum mengetahui kualitas produk tersebut. Fungsi estetika juga berfungsi sebagai media promosi produk hingga menyampaikan informasi kandungan didalam produk tersebut.

Desain Kemasan

Karena adanya perkembangan teknologi maka fungsi kemasan yang awalnya hanya sebagai wadah atau tempat penyimpanan, sekarang juga sebagai identitas dan sumber informasi suatu produk yang ingin ditawarkan pada konsumen. Oleh karena itu nilai estetik suatu kemasan sekarang menjadi hal yang penting untuk menarik seorang konsumen dan juga menggambarkan citra produk dihadapan calon konsumen.

Juliantri (2014) mengatakan , selain kemasan yang berfungsi menjaga kualitas produk hingga lebih tahan lama, kemasan juga menjadi sarana komunikasi dengan konsumen hingga

branding. Desain yang lebih menarik dan menggunakan bahan yang indah dapat menaikkan nilai *positioning brand* yang baru. Karena keinginan mencoba konsumen tidak hanya setelah melihat iklan, namun kemasan yang menarik bisa membuat konsumen penasaran ingin mencoba. Menurut Soecahyadi (2015) kemasan menjadi salah satu pemecah masalah dalam menarik konsumen, karena berhadapan langsung dengan calon konsumen. Masyarakat di Indonesia merupakan “*low involvement view of a passive consumer*” memiliki kecenderungan lebih banyak menerima dari melihat sesuatu yang lebih menarik kemudian rasa percaya pada produk muncul.

Gaya Desain

Gaya desain itu memiliki peran yang penting karena dengan gaya desain kita dapat memiliki suatu ciri khas atau identitas dalam sebuah karya. Desainer dapat memadukan banyak elemen visual seperti warna, ilustrasi, tipografi, bentuk dan komposisi layoutnya. Tidak hanya sebagai identitas seorang desainer namun dalam industri gaya desain juga dapat menjadi identitas perusahaan dengan konsisten menerapkan satu gaya desain untuk semua keperluan visual dalam perusahaan dapat menciptakan kesan yang professional dan terpercaya pada calon konsumen nantinya.

“Gaya desain secara umum adalah cara berkespensi yang tetap memperhatikan estetikanya, dan dapat memunculkan ciri khas pada suatu karya seni karena konsep visualnya. Gaya desain dapat menjadi petunjuk untuk periode, tempat, negara hingga suatu aliran tertentu. Oleh karena itu gaya desain dibedakan berdasarkan: Gaya Zaman (*Period Style*), Gaya Tempat (*Regional Style / National Style*), Gaya karena Gerakan Pemikiran (*Movement*), Gaya Pribadi (*Personal Style*). Keempat gaya tersebut memiliki kesinambungan hingga masa kini yaitu, Gaya Zaman dan Gaya Tempat cenderung stabil dan memiliki kesinambungan satu dengan lainnya yang merupakan pengaruh alamiah, sedangkan Gaya Pemikiran dan Gaya Pribadi lebih condong ke trobosan konseptual dan inovasi individual maupun kelompok yang memberi alternatif baru dalam perkembangan desain.” (Sunarto, 2013)

Sejarah Teh Dandang

Teh Dandang sudah berdiri sejak tahun 1957 dibawah naungan Perusahaan Teh Kartini, lalu pada tahun 2021 status perusahaan berubah menjadi Persero Terbatas sehingga menjadi PT.Kartini Teh Nasional yang berada di Batang, Jawa Tengah. Pada tahun 2004 PT.Kartini mulai mengelola perkebunan teh sendiri untuk menjaga kualitas teh nya, ada dua kebun teh yang pertama PT.Agrotea Bukit Daun di Provinsi Bengkulu, dan PT.Pecconina Baru di Provinsi

Sumatera Barat. Dan untuk memenuhi kebutuhan bahan baku Teh Dandang juga memiliki pabrik pengolahan teh yang berada di Bandung dan Cianjur yang disupply oleh petani-petani sekitar yang sudah mengikuti program pelatihan agar mutu pucuk daun teh yang nanti digunakan tetap terjaga. Selain menjaga kualitasnya Teh Dandang juga melakukan banyak inovasi produknya sesuai dengan perkembangan zaman.

Sejarah Teh Tjatoet

Teh Tjatoet sudah mulai berproduksi sejak 1942 bersama PT.Tunggul Naga atau juga dikenal CV.Duta Java Tea Industri yang berdomisili di Tegal, Jawa Tengah. Di Tegal khususnya daerah Slawi memang sudah dikenal sebagai daerah yang banyak memproduksi teh di Indonesia. Karena pada saat masa penjajahan Belanda yang menganut politik tanam paksa, banyak warga yang menanam tanaman perkebunan salah satunya tanaman teh di daerah tersebut. Setelah kemerdekaan Indonesia perusahaan teh tersebut semakin berkembang hingga sekarang salah satunya adalah Teh Tjatoet, yang mengolah hasil perkebunan teh para petani di sekitar Tegal dan Jawa Tengah.

Sejarah Teh Naga

Teh Naga sudah hadir sejak tahun 1970 di Malang, Jawa Timur karena banyaknya perkebunan teh yang subur dan berkualitas di pegunungan malang, lebih tepatnya dibawah perusahaan PTPN XII di Lawang, Jawa Timur. Teh Naga dikenal dengan teh nya yang memiliki aroma vanilla yang kuat karena didalam teh nya mengandung vanili asli yang dikombinasikan dengan daun teh. Hingga sekarang Teh Naga masih mempertahankan teh nya yang memiliki aroma vanilla yang kuat memberikan sensasi baru dan unik saat meminum teh, selain itu Teh Naga juga berinovasi dengan menciptakan teh celup.

3.2 Pembahasan

Analisis Teh Dandang

Kemasan Teh Dandang memiliki gaya desain yang berubah, namun perubahannya tidak melupakan ciri khas kemasan terdahulu. Desain yang berubah mengikuti perkembangan zaman namun materialnya tetap menggunakan kertas untuk membungkus produknya. Tetapi untuk jenis teh celup, tidak menggunakan kertas sehingga menggunakan kemasan box. Ada satu ilustrasi yang tetap dipertahankan oleh Teh Dandang hingga sekarang yaitu ilustrasi dari dandang itu sendiri, walaupun tetap menampilkan ilustrasi dandang hingga sekarang tetapi teknik

menggambar yang digunakan berbeda. Untuk pembahasan yang lebih mendalam akan dipaparkan sebagai berikut :

1. Elemen visual ilustrasi :

Dandang Lama	Dandang Baru	Dandang Kraff	Dandang 2in1
			

- Ilustrasi frame perisai

Menurut Sunarto (2013), penggunaan frame pada desain merupakan tipikal yang gaya desain Victorian yang berkembang karena reaksi para seniman masa revolusi industri abad ke-18. Visualisasinya belum mencerminkan zaman mesin dan teknologi, gaya desain Victorian menggambarkan kesuburan dan kemakmuran ornament yang digunakan berbentuk menyerupai tumbuh-tumbuhan, tidak menyisakan ruang kosong. Ciri khas tersebut terlihat pada ilustrasi border yang digunakan pada kemasan Teh Dandang terdahulu.

- Ilustrasi Dandang

Dandang itu sendiri menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) bisa disebut juga dengan periuk besar yang digunakan sebagai alat memasak nasi atau mengukus biasa digunakan di dapur tradisional Indonesia. Dandang yang masih tradisional menggunakan tembaga sedangkan yang modern sudah menggunakan aluminium bentuknya tabung dengan lubang-lubang kecil yang berada ditengahnya untuk menyalurkan uap air yang digunakan untuk mengukus beras atau masakan lainnya. Ilustrasi dandang ini dipertahankan dari dulu hingga sekarang menjadi logogram dari Teh Dandang dengan teknik menggambar stilasi.

Dalam penelitiannya Sudarwanto (2018), stilasi merupakan teknik menggambar yang menggayaikan objek yang digambar agar mendapatkan bentuk yang indah dengan cara merubah gambarannya menjadi lebih sederhana namun tetap tidak melupakan identitas atau ciri khas dari bentuk asli objek. Wahyuni (2015) juga mengatakan dalam bukunya yang berjudul “Desain Komunikasi Visual”, teknik menggambar stilasi adalah penyederhanaan

bentuk yang harus dikuasai oleh para desainer agar konsep ide yang ada dapat tersampaikan dengan baik kepada para audiens. Teknik stilasi bukanlah konsep yang baru dalam seni, teknik ini sudah digunakan dari berbagai zaman dan budaya. Seperti pada zaman mesir kuno yang paling terkenal adalah bagaimana cara menggambarkan figur manusia dengan sangat sederhana.

- Border text pita

Selain penggunaan boder pada desainnya, terdapat penggunaan boder pita pada tipografi yang merupakan salah satu ilustrasi ciri dari gaya desain Victorian pada masa itu. Salah satu yang merupakan tipikal gaya Victorian adalah merangkai huruf yang disusun melengkung pada stilasi spanduk atau pita, ilustrasi pita yang digunakan juga menggambarkan jauh dekatnya gambar dapat dilihat dari ilustrasi tersebut pada penulisan “DANDANG” yang terlihat lebih besar dan adanya efek gelap terang mengilustrasikan bahwa untuk penulisan “Harum dan Sedap” posisinya sedikit kebelakang.

2. Elemen visual warna

Dandang Lama	Dandang Baru	Dandang Kraff	Dandang 2in1
			

Erlyana dan Ressiani (2020) dalam penelitiannya yang berjudul “Perancangan Buku Desain Kemasan ‘Basic of Packaging’ ” mengatakan, warna merupakan salah satu elemen penting dalam desain karena warna dapat mempengaruhi psikologi manusia saat melihat suatu visual. Selain itu warna juga dapat mempengaruhi nilai estetika pada suatu desain.

- Warna kemasan Teh Dandang lama

Dilansir dari umn.ac.id dalam artikel “Perkembangan Aliran Style Desain Grafis dari masa ke masa” warna yang digunakan pada gaya desain Victorian cenderung warna gelap dan kaya, seperti warna coklat, merah tua, merah maroon, hijau tua dan lain sebagainya. Sedangkan warna pada kemasan ini adalah warna-warna yang cenderung gelap, ada perpaduan 5 warna yaitu orange, hitam, kuning keemasan, biru dan hijau.

- Warna kemasan Teh Dandang baru

Penggunaan warna pada kemasan dandang yang sekarang adalah warna-warna pop yang memiliki karakteristik warna-warna yang cerah, dan terkesan modern. Penggunaan warna pop bersamaan dengan munculnya Pop Art didunia pada tahun 1950an awal yang merupakan awal mula era *post modern art* karena banyak orang yang mulai bosan dengan gaya modern dan Pop Art merupakan gebrakan baru dari para seniman. Menurut Dawami

(2017), Pop Art muncul karena pemikiran industrial Amerika dan Inggris yang sudah mulai masuk kedalam kehidupan sehari-hari masyarakat dan para seniman bereaksi akan hal tersebut. Kemunculan Pop Art merebak pada saat itu sebagai bentuk perlawanan abstrak oleh para seniman.

Warna yang digunakan untuk setiap kemasan yaitu : kemasan kertas terdapat 5 varian warna antara lain ialah Hijau Tua untuk varian selection, lalu Merah, Biru Muda, Hijau Muda dan Abu-Abu penggunaan warna yang berbeda-beda pada kemasan kertas milik Teh Dandang untuk membedakan tingkat kewangian dan kepekatan tehnya. Lalu teh tabur dalam kemasan box terdapat dua varian yaitu Vanilla Tea menggunakan warna pink dan Green Tea menggunakan warna hijau tua. Kemudian kemasan box teh celup terdapat 2 ukuran kemasan yaitu *Family Pack* yang berisikan 100 *tea bag* dan kemasan reguler yang berisikan 25 *tea bag*, untuk warna yang digunakan pada dua kemasan itu sama pada setiap varian rasanya yaitu : Pink untuk Vanilla Tea, Orange untuk Jasmine Tea, Hijau Tua untuk Green Tea, dan merah maroon untuk Black Tea.

3. Elemen visual tipografi

Dandang Lama	Dandang Baru	Dandang Kraff	Dandang 2in1
			

Menurut Latifah (2020), tipografi merupakan elemen visual yang tidak kalah penting dibandingkan dengan elemen visual lainnya. Tipografi memiliki peran untuk menyampaikan pesan, lalu untuk pengaplikasian tipografi perlu memperhatikan beberapa hal seperti penggunaan huruf, penggunaan huruf kapital, penggunaan huruf dekoratif, spasi, tanda baca dan lain sebagainya menyesuaikan dengan pesan yang ingin disampaikan.

- Tipografi kemasan Teh Dandang lama

Pada kemasan lamanya font yang digunakan adalah font jenis sans serif, font ini memiliki karakteristik yang bersih dan kasual. Font sans serif sudah mulai digunakan pada abad ke

19 dari bentuk yang digunakan merupakan *font sans serif transitional* dimana fontnya sudah mengalami perubahan bentuk yang lebih terstruktur, rasional, dan fungsional.

- Tipografi kemasan Teh Dandang baru

Penggunaan tipografi pada kemasan baru sekaligus menjadi logotype untuk Teh Dandang yang konsisten menggunakan jenis font sans serif untuk penulisan merk “DANDANG” dan menggunakan font serif untuk menuliskan “Sejak 1957” yang merupakan tahun berdirinya Teh Dandang. Ada pula penggunaan font jenis script untuk penulisan varian masing-masing rasa, font berbentuk menyerupai tulisan tangan manusia, sering untuk memberikan kesan kreatif, romantis, dan personal. Untuk desain yang memerlukan setuhan artistic font ini juga cocok digunakan karena bentuknya yang menyerupai huruf sambung dan dapat mencakup berbagai gaya lettering atau kaligrafi. Khusus pada kemasan Teh Dandang 2in1 menggunakan font decorative untuk penulisan “teh Dandang”, font ini memiliki karakteristik yang eksentrik, berkarakter dan mementingkan estetikanya. Font dekoratif memperhatikan kreasi pada detailnya seperti penggunaan outline, tektur, hingga bentuk tulisan tangan. Jenis font ini biasa digunakan untuk menuliskan judul atau teks yang besar karena visualnya yang kuat, unik, berani dan mencolok.

Gaya desain yang digunakan pada desain kemasan Teh Dandang mengalami perubahan desain dari waktu ke waktu atau *period style*, gaya desain yang digunakan sebelumnya merupakan gaya desain pra-modern yaitu gaya desain Victorian. Visualisasi yang menggunakan border dekoratif pada desainnya dengan ornament meliuk-liuk yang merupakan ciri khas dari gaya desain Victorian begitu juga penggunaan ornament pita untuk penempatan text nya. Sedangkan untuk kemasannya yang sekarang karena mengikuti perkembangan zaman mengalami perubahan desain yang cukup signifikan, desainnya mengalami modernisasi yang dipengaruhi oleh budaya dan kebutuhan industri sekarang. Gaya desain yang digunakan pada kemasan Teh Dandang sekarang termasuk pada gaya desain modern akhir yaitu gaya desain *corporate style*, dapat dilihat dari desainnya yang banyak menggunakan kombinasi font dengan minim ilustrasi dan juga dipadukan dengan teknologi fotografi yang merupakan ciri dari *corporate style* seperti yang disampaikan oleh Sunarto dalam bukunya. Selain itu kemasan Teh Dandang sekarang juga menerapkan konsistensi pada desain kemasannya yang dapat memberikan kesan profesionalisme dari perusahaannya kepada audiens atau calon konsumen.

Khusus pada kemasan Teh Dandang Kraff menggunakan kertas sampul tradisional coklat untuk kemasannya lalu ditempel sticker sebagai perekat dan memberi keterangan produknya.

Kemasannya yang tradisional ini memiliki alasan produksi tehnya yang masih menggunakan cara pengolahan teh tradisional. Untuk merepresentasikan kesan “tradisional” dari produk Dandang Kraff maka digunakan kemasan dari kertas coklat yang dapat memberikan kesan klasik dan vintage.

Sunarto (2013) mengatakan dalam bukunya bahwa adanya perubahan pada gaya desain dapat disebabkan oleh beberapa hal yaitu karena kodisi kultur sosial setempat, kemajuan teknologi atau peradaban yang meliputi aktifitas perdagangan dan pengaruh gaya serta budaya seni daerah lain, dan inovasi atau statement kelompok atau individu tertentu.

Analisis Teh Tjatoet

Untuk kemasan Teh Tjatoet tidak banyak perubahan yang dilakukan dengan desainnya namun menambah beberapa variasi teh nya yang dibedakan berdasarkan warnanya yaitu kombinasi warna merah biru, hijau merah, kuning merah, dan merah putih. Ilustrasi yang terdapat pada kemasan Teh Tjatoet adalah sebuah tang yang digambarkan menggunakan teknik menggambar yang masih sangat sederhana dari penggunaan warna yang tidak banyak dan warnanya yang tidak menggunakan gradasi atau flat. Untuk penjelasan yang lebih detail akan dipaparkan berikut ini :

1. Elemen visual ilustrasi

Sisi Depan Kemasan	Sisi Samping Kemasan
	

- Ilustrasi tang (sisi depan kemasan)

Pada ilustrasi kemasan Teh Tjatoet terlihat menggunakan teknologi visual yang tidak mengikuti trend masa kini. Teknik yang digunakan dalam desain kemasan Teh Tjatoet merupakan penyederhanaan gambar atau bisa disebut dengan stilasi dan juga pengguna ‘tone’ pada ilustrasinya. Teknik ini digunakan pada masa gaya desain Art Deco, pada masa ini para desainer juga sering menggunakan efek air brush pada latar belakangnya. Gaya desain Art Deco lahir pada masa modernisme di tahun 1925, gaya ini merepresentasikan

keanggunan dan optimisme pada zaman itu penuh dengan gaya serta gairah hidup oleh sekelompok masyarakat yang sukses dan makmur.

- Ilustrasi border persegi (sisi samping kemasan)

Pada border ini terdapat ornament dekoratif yang menghiasi tepi desain kemasan dari Teh Tjatoet. Seperti yang dijelaskan oleh Sunarto (2013) dalam bukunya, gaya desain Art Deco tetap menggunakan ornament dekoratif namun telah disederhanakan dan tidak harus menggunakan kesan dekoratif yang padat. Dekorasi pada gaya desain Art Deco mengolah teknik stilasi gambar dan juga permainan garis dan bentuk.

- Ilustrasi border lingkaran (sisi samping kemasan)

Ornament yang digunakan pada border berbentuk lingkaran ini merupakan stilasi dari gambar kepala tang yang sedang terbuka kemudian disusun melingkar mengelilingi lingkarannya.

2. Elemen visual warna



Penggunaan warna pada desain kemasan Teh Tjatoet ini merupakan warna yang cerah namun juga tetap ada warna-warna yang gelap yang digunakan. Memadukan warna-warna yang kontras merupakan karakteristik gaya desain Art Deco, contohnya memadukan coklat hangat dengan nuansa hijau atau dengan aksen warna murni yang kuat seperti merah menyala, biru kobalt dan kuning keemasan.

Ada 4 jenis kemasan yang menggunakan warna dominan yang berbeda-beda pada setiap kemasannya yaitu warna kombinasi orange kuning, lalu ada hijau merah dan sedikit coklat, kombinasi biru merah dan hitam, serta terakhir warna merah dan putih. Di kalangan masyarakat perbedaan warna ini berpengaruh pada wangi nya setiap warna yang memiliki wangi yang berbeda-beda.

3. Elemen visual tipografi

Sisi Depan Kemasan	Sisi Samping Kemasan



- Penggunaan font sans serif

Keluarga font sans serif yang mempunyai karakteristik gaya desain Art Deco terletak pada bentuknya yang geometris, sudut yang tajam, garis bersih dan pola yang simetris. Karakteristik ini merupakan gaya Art Deco yang berkembang pada tahun 1920an yang merepresentasikan semangat dan optimis pada masa itu. Font yang sangat populer pada tahun itu adalah ‘Metropolis’ dan ‘Broadway’ sedangkan font yang digunakan pada desain “Teh Tjatoet” adalah ‘Code Pro Black’. Selain untuk penulisan merk “Teh Tjatoet” font ini juga digunakan untuk penulisan “Teh Tjatoet Kwaliteit” dan juga “Kweepekhoe”.

- Penggunaan font serif

Font ini digunakan untuk penulisan “Teh Pabrik” pada sisi samping kemasan, font serif merupakan keluarga font yang memiliki ekor pada setiap ujung hurufnya seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya pada Analisa kemasan Teh Dandang.

- Penggunaan font script

Lalu jenis font script digunakan untuk menuliskan “Baru”, “Asli”, “Istimewa”, dan “Tjatoet”. Font jenis script memiliki karakter seperti tulisan tangan manusia dan dapat menambah setuhan artistik pada desain kemasannya.

Untuk kemasan Teh Tjatoet tidak mengalami perubahan pada desain kemasannya pada waktu ke waktu. Gaya desain yang digunakan pada desain kemasan Teh Tjatoet adalah gaya desain art deco yang termasuk pada gaya desain modern akhir, gaya desain ini masih menggunakan ornamen hias namun tidak mendominasi seperti yang digunakan pada gaya desain victorian, gaya desain art deco lebih berfokus pada penggunaan blok tipografi, penyederhanaan bentuk, tekstur dan nuansa warna. Dapat dilihat pada desain kemasan Teh Tjatoet yang menggunakan font yang tegas berbentuk geometris dan bold yang merupakan karakteristik dari

gaya desain art deco, pada ilustrasi yang digunakan terdapat efek airbrush dan gradasi warna yang juga termasuk karakteristik dari gaya desain art deco.

Analisis Teh Naga

Kemasan Teh Naga ini memiliki beberapa jenis kemasan yaitu kertas, box, dan kemasan plastik. Untuk perbedaannya hanya pada kemasan box tehnya adalah teh celup sedangkan untuk kemasan lainnya merupakan teh tubruk. Ilustrasi yang terdapat pada kemasan kertas dan plastik tidak terlalu ada perbedaan yaitu, gambar naga yang paling menonjol dan dilengkapi ilustrasi lainnya yang cukup berbeda antara keduanya. Untuk kemasan box juga terdapat ilustrasi naga namun lebih menonjol ke fotografi produknya didalam desain kemasannya. Untuk pemaparan yang lebih detail ada di berikut ini :

1. Elemen visual ilustrasi

Kemasan Kertas	Kemasan Plastik Besar	Kemasan Plastik Kecil	Kemasan Box
			

- Ilustrasi Naga dan latar belakang

Ilustrasi yang ada pada sisi depan kemasan teh naga terlihat padak dan bertumpuk, ilustrasinya juga memiliki makna naratif yang berusaha menjelaskan cerita sejelas-jelasnya yang merupakan salah satu ciri khas dari gaya desain Victorian. Ilustrasi yang ingin diceritakan pada desain kemasan Teh Naga ini terletak pada latar belakang ilustrasi naga itu sendiri, terdapat gambar pepohonan dan pegunungan hijau yang ingin merepresentasikan pegunungan tinggi di Malang yang merupakan tempat perkebunan teh yang digunakan untuk memproduksi Teh Naga itu sendiri.

- Ilustrasi Naga

Naga merupakan makhluk mitologi yang banyak dijumpai pada berbagai macam tradisi yang ada di dunia. Naga adalah salah satu figur yang sering digunakan sebagai simbol dunia bawah yang merepresentasikan air dan kesuburan. Di Indonesia naga banyak

dijumpai di kisah rakyat yang biasanya menjadi analogi untuk penyebab terjadinya bencana alam seperti gempa bumi dan juga dijadikan untuk menceritakan kembali asal usul suatu tempat. Naga juga sering menjadi ornament visual pada suatu karya, yang dapat memiliki makna atau nilai simbolik tersendiri seperti yang ada di mitologi Hindu atau Jawa, naga sebagai Sengkalan atau dapat diartikan sebagai delapan naga yang menjadi penyanga dunia yang berada di delapan arah mata angin. Ilustrasi nag aini pun masih digunakan hingga sekarang dan mengalami stilasi hingga dijadikan sebagai logogram dari Teh Naga itu sendiri.

- **Ornamen border naga**

Ornamen ini terdapat pada dua kemasan yaitu kemasan plastik besar dan kemasan kecilnya. Ilustrasi pada border ini sangatlah padat dan tidak menyisakan ruang kosong dalam desainnya yang merupakan karakteristik dari gaya desain Victorian. Ornament yang digunakan pun beraneka ragam dimulai dari ornament tumbuh-tumbuhan yang merepresentasikan kesuburan pada masa Victorian style, selain itu penggunaan warna gold dan ilustrasi yang simetris kanan kirinya memberikan kesan megah dan mewah merupakan karakteristik dari gaya desain Victorian style. Tidak lupa juga terdapat stilasi dari teko dan cangkir yang dapat dinarasikan sebagai penyajian teh.

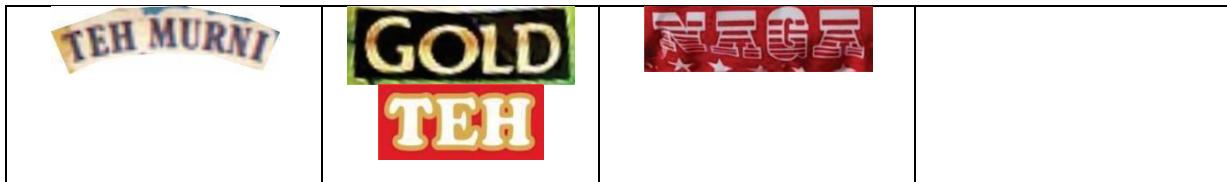
2. Elemen visual warna

Kemasan Kertas	Kemasan Plastik Besar	Kemasan Plastik Kecil	Kemasan Box

Penggunaan warna pada kemasan Teh Naga didominasi dengan penggunaan warna yang cerah dan menarik mata. Seperti yang sudah dijelaskan pada analisis Teh Dandang warna pop muncul bersamaan dengan era gaya desain Pop Art tahun 1950 yang merupakan era protes para seniman pada masa industrial Inggris dan Amerika. Namun pada kemasan plastik besar terdapat penggunaan warna gold untuk memberikan kesan mewah pada jenis teh ini.

3. Elemen visual tipografi

Kemasan Kertas	Kemasan Plastik Besar	Kemasan Plastik Kecil	Kemasan Box



- Penggunaan font slab serif

Font ini merupakan perpaduan antara font sans serif dan serif. Font jenis ini populer pada abad ke 19, banyak digunakan sebagai headline judul, papan iklan, hingga billboard karena karakteristik fontnya yang tebal dan berbentuk seperti blok membuatnya mudah terbaca dari jarak yang jauh. Penggunaan font ini terdapat pada semua kemasan Teh Naga karena sudah menjadi logotype untuk penulisan “NAGA”

- Penggunaan font serif

Seperti yang sudah dijelaskan pada Analisa sebelumnya untuk Teh Dandang dan Teh Tjatoet, font serif merupakan font yang memiliki ekor kecil di setiap ujung hurufnya, font ini digunakan Teh Naga untuk menuliskan “Teh” pada kemasan plastik serta “Teh Murni” untuk kemasan kertas.

- Penggunaan font script

Font script adalah font yang bentuknya menyerupai tulisan tangan manusia yang dapat memberikan kesan romantic, artistic dan personal. Font ini digunakan Teh Naga untuk penulisan “Teh Celup Wangi” pada kemasan box nya.

Berbeda dengan Teh Dandang, Teh Naga tidak mengalami perubahan desain pada kemasannya namun menambah jenis kemasan dengan media dan desain yang berbeda. Pada kemasan kertasnya dengan ilustrasi pada sisi depan yang penuh, menggunakan ilustrasi naga sebagai center of interest pada desainnya lalu dilengkapi dengan ilustrasi pegunungan atau kebun teh pada latar belakangnya serta pepohonan dan langit menjadi pelengkapnya. Penggunaan ilustrasi yang penuh ini merupakan ciri dari gaya desain Victorian yaitu penggunaan ornament secara berlebihan, tipografi nya juga bertumpuk dengan ilustrasi yang terdapat pada latar belakangnya sehingga semakin menambah kesan penuh, dan juga didukung dengan penggunaan border untuk ilustrasinya.

Lalu pada kemasannya yang menggunakan media plastik ini mempunyai dua desain kemasan yang berbeda karena fungsionalnya yang berbeda yaitu kemasan yang besar dan kemasan saset. Untuk kemasan plastik yang berukuran besar menggunakan perpaduan dua gaya desain yaitu corporate style dan juga Victorian style. Corporate style dapat dilihat dari penggunaan fotografi produknya pada kemasan dan juga penggunaan font yang sederhana dan

memperhatikan keterbacaannya, lalu Victorian style digunakan pada ilustrasi yang menjadi frame untuk logo Teh Naga itu sendiri dapat dilihat bahwa ornament yang digunakan itu cukup rumit dan padat, penggunaan ornament yang meliuk liuk serta background yang diisi dengan garis-garis penuh merupakan ciri dari Victorian style. Sama juga pada kemasan plastik saset untuk Teh Naga menggunakan gaya desain Victorian style, dapat dibuktikan dengan logo Teh Naga itu sendiri yang menjadi center of interest pada desain kemasan tersebut dan menggunakan border yang padat dengan ornament yang meliuk liuk di sekelilingnya.

Terakhir untuk kemasan box atau kemasan teh celupnya menggunakan corporate style karena didominasi dengan penggunaan fotografi produk pada desain kemasannya, dan juga tidak banyak menggunakan ornamen-ornamen justru banyak memanfaatkan ruang kosong dan melakukan kombinasi font untuk tipografi nya.

Fotografi Dalam Desain



*Gambar 10. Desain Kemasan yang Menggunakan Fotografi Produk a. Teh Dandang Celup
b. Teh Dandang Tabur kemasan kardus c. Teh Dandang Celup family pack d. Teh Naga Celup*

Sumber : data dari internet

Harsanto (2019) mengatakan dalam bukunya yang berjudul “Fotografi Desain”, fotografi mulai digunakan dalam kepentingan industry atau desain grafis pada menjelang abad ke 20. Disini fotografi mulai menggantikan peran para illustrator atau seniman pada masa itu karena ilustrasi iklan yang menggunakan teknik fotografi mampu memberikan sugesti tentang fakta sesuai dengan kenyataan, oleh karena itu fotografi dapat lebih menarik perhatian.

“Fotografi produk dapat diartikan sebagai seni dan praktik mengambil gambar produk untuk tujuan pemasaran dan promosi. Fotografi produk memainkan peran yang sangat penting dalam mempromosikan dan memasarkan produk. Tren estetika dan kreativitas dalam fotografi produk cenderung mencerminkan keunggulan dan inovasi merek. Tujuan utama fotografi produk adalah untuk menyoroti dan memperlihatkan produk secara estetis, menarik, dan informatif.

Fotografi produk dapat dilakukan untuk berbagai jenis produk, mulai dari pakaian, perhiasan, elektronik, makanan, dan banyak lagi” (Mahadiva et al, 2024).

4. KESIMPULAN

Menurut Banindiro (2021) desain kemasan memiliki peranan yang penting dalam strategi pemasaran karena fungsinya yang akan berhadapan langsung dengan calon konsumen maka desain kemasan harus mampu menarik perhatian dan menggambarkan keistimewaan produk hingga dapat membujuk konsumen. Latifah (2020) mengatakan dalam penelitiannya, desain kemasan sebagai alat komunikasi harus berfungsi sebagai sarana yang memperhatikan estetika namun juga tidak menggesampingkan bagaimana cara mengkomunikasikan pesan yang ingin disampaikan oleh produk kepada para calon konsumen.

Begitu juga dengan yang dikatakan oleh Supriono (2017) dalam penelitiannya, kemasan adalah hal pertama yang akan dilihat oleh para calon pembeli oleh karena itu kemasan dapat menarik atau bahkan menyingkirkan pembeli. Maka diperlukan desain kemasan yang semenarik mungkin untuk meningkatkan pembelian produk, maka perusahaan akan berusaha untuk menciptakan kesan pertama pada kemasan dengan menciptakan kemasan yang berbeda dengan produk pesaingnya.

Ketiga kemasan yang dikaji dapat disimpulkan ada merk yang merubah gaya desain kemasannya ada pula yang tidak merubah gaya desain kemasannya. Pertama Teh Dandang yang melakukan perubahan gaya desain dari menggunakan Victorian Style menjadi corporate style mengikuti perkembangan zaman dan kebutuhan industry karena adanya perubahan selera target audience dari Teh Dandang yang merupakan menegah keatas dengan gaya desain Victorian menjadi corporate dan clean design. Kemudian Teh Tjatoet yang tidak merubah gaya desainnya mempertahankan dengan gaya desain Art Deco. Terakhir untuk kemasan Teh Naga menggunakan kombinasi dua gaya desain yaitu Victorian style dan corporate style. Perubahan gaya desain yang terjadi pada masing-masing tersebut dapat dipengaruhi individu dan keperluan industry untuk masing-masing merk.

DAFTAR PUSTAKA

Referensi dari buku:

- Sahir, Syafrida Hafni., 2021. *Metodologi Penelitian*. Jogjakarta: KBM Indonesia.
- Banindro, Baskoro Suryo., 2021. *Pengantar Desain Kemasan*. Jogjakarta: BP ISI Yogyakarta.
- Harsanto, Prayanto Widyo., 2019. *Fotografi Desain*. Jogjakarta: PT Kanisius.

- Said, Abdul Azis., 2016. *Desain Kemasan*. Makasar: Badan Penerbit UNM Makasar.
- Soecahyadi., 2015. *Desain Kemasan*. Jakarta Selatan: Universitas Sahid Jakarta.
- Wahyuni, Sri., 2015. *Desain Komunikasi Visual*. Madura: UTM Press
- Juliantri, Sri., 2014. *The Art of Packaging*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Sunarto, Wagiono., 2013. *Gaya Desain Tinjauan Sejarah*. Jakarta Pusat: Pascasarjana IKJ.

Referensi dari artikel jurnal:

- Mahadiva, *et al.*, 2024. *Perancangan Fotografi Produk Untuk Kontek Media Sosial Falala Chocolate di Quarantesix Studio*.
- Latifah, Ayu., 2020. *Kajian Visual Kemasan Teh Tubruk Lokal*. *Jurnal Desain*, Vol. 23, No. 2.
- Erlyana & Ressiani., 2020. *Perancangan Buku Desain Kemasan “Basic of Packaging”*. *Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, Vol. 6, No. 2.
- Sudarwanto, Aan., 2018. *Penerapan Model Bentuk Transformasi Menggunakan Teknik Karakter Terkuat Untuk Menghasilkan Motif Batik Yang Digunakan Pada Batik Tulis Alusan*.
- Supriono, A.D.K., 2017. *Pengaruh Desain Kemasan Produk dan Daya Tarik Iklan Terhadap Brand Awareness Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Wardah Exclusive Matte Lip Cream*. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 49, No. 2.
- Dawami, Angga Kusuma., 2017. *Pop Art di Indonesia*. *Jurnal Desain*, Vol. 4, No. 3.
Hal: 143-152
- Hardoyo, Adityo B., 2013. *Desain Vernakuler pada Media Kemasan Teh Seduh*. Vol. 5, No.1.
Hal: 1-12