

Tinjauan Ilustrasi Pada Desain Kemasan Teh Tjap Gardoe Ditinjau dari Elemen Visual

Indriati Suci Pravitasari

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa dan Desain
Institut Seni Indonesia, Surakarta, Indonesia
indriati.suci.p@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji visual kemasan dalam teh Tjap Gardoe. Produk teh lokal tersebut dikaji guna mengetahui apakah makna visual yang terdapat dalam visual kemasan teh Tjap Gardoe, dan apakah makna visual tersebut memiliki kaitannya dengan latar belakang sosial didalamnya. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif dengan menggunakan teknik pengumpulan data studi pustaka dan observasi. Dalam penelitian ini, pengaplikasian teori kepada objek yang dikaji hanya menggunakan salah satu dari teori metode visual Gillian Rose yaitu *site of image itself*. Hasil pada penelitian ini bahwa teh tjap gardoe mengadaptasi Gaya desain grafis indies merupakan gaya hasil campuran dari gaya Victorian, gaya Art Nouveau, gaya Plakatstil, dan gaya Art Deco, keempat gaya tersebut merupakan gaya desain modern yang berkembang di Eropa pada abad 19 sampai awal abad ke-20.

Kata Kunci: desain kemasan, teh tubruk, kajian visual, makna visual, ilustrasi desain kemasan, kemasan teh tubruk.

ABSTRACT

*This study examines the visual packaging of Tjap Gardoe tea. The local tea product is studied to find out whether the visual meaning contained in the visual of the Tjap Gardoe tea packaging, and whether the visual meaning has something to do with the social background in it. This study used a descriptive research method with a qualitative approach using data collection techniques and observation literature. In this study, the application of theory to the object under study only uses one of Gillian Rose's visual method theories, namely the *site of image itself*. The results of this study are that the tjap gardoe adapted the Indies graphic design style, which is a mixed style of Victorian, Art Nouveau, Plakatstil, and Art Deco styles. These four styles were modern design styles that developed in Europe in the 19th century to the early 19th century. 20th.*

Keywords: *packaging design, brewed tea, visual assessment, visual meaning, packaging design illustration, packaging brewed tea.*

Pendahuluan

Teh adalah minuman yang dibuat dari seduhan daun muda yang dikeringkan dari tumbuhan perdu yang tumbuh dengan baik di kawasan Asia Tenggara pada ketinggian sekitar 2.000 meter di atas permukaan laut. Di Indonesia teh tumbuh dengan baik di beberapa daerah seperti; Jawa Barat (Bogor, Sukabumi, Garut), Jawa Tengah (Pegunungan Dieng, Wonosobo, Temanggung, Pekalongan), Sumatera Utara (Pematang Siantar), dan Sumatera Barat. Banyaknya daerah di Indonesia yang menjadi penghasil teh semenjak ditetapkannya sistem tanam paksa (*culture stelsel*) pada masa kependudukan VOC saat masa pemerintahan

Gubernur Van Den Bosh tahun 1828, teh menjadi tanaman yang wajib ditanam oleh petani, hal ini menyebabkan tumbuh suburnya keberagaman desain kemasan teh. (Adityo, 2013:1).

Sebagaimana pada barang industri lainnya, industri teh juga memerlukan kemasan untuk produk yang akan didistribusikan dan dipasarkan. Desain kemasan sudah mendapatkan peran pentingnya sebagai media komunikasi visual sejak VOC menerapkan politik merkantilisme di Nusantara Desain kemasan sebagai bagian dari desain komunikasi visual, tidak hanya mempunyai fungsi estetik dan menarik konsumen namun juga mampu menyajikan informasi didalamnya. (Latifah, 2020:63).

Sejarah Teh di Indonesia

Pada awal abad ketujuh belas Perusahaan Hindia Timur Belanda (VOC) berdagang komoditas Cina, termasuk teh. Mereka juga mendirikan perkebunan teh pertama di sana pada awal abad kedelapan belas. Pada awalnya benih dari Cina tumbuh tetapi tidak berkembang, dan varietas Assam dari India dibudidayakan. Kemudian penanaman teh diperkenalkan ke Sumatera dan produksinya berkembang sampai ke Sulawesi. Indonesia menjadi salah satu negara di Asia Tenggara yang mendominasi pasar teh dunia hingga Perang Dunia Kedua. Perang mengakibatkan hancurnya perkebunan teh di Indonesia, dan banyak pabrik yang tutup sehingga tanaman teh tidak terawat. Tahun 1984 Indonesia membentuk dewan khusus untuk meningkatkan kualitas teh, dengan kloning bibit unggul teh dan pabrik-pabrik diperbaharui dengan mesin-mesin baru. Di masa lalu Indonesia hanya memproduksi teh hitam, tetapi karena permintaan dan manfaat kesehatan yang diakui, produksi teh hijau diperkenalkan pada tahun 1988. Teh di Indonesia memiliki citarasa yang ringan dan harum. Sebagian besar dijual kedalam kemasan teh tubruk yang dikemas dengan kertas dan juga dalam bentuk kemasan celup. (Saber, 2010:143)

PEMBAHASAN

Desain Kemasan

Sebelum diciptakan berbagai desain kemasan yang canggih dengan dengan bentuk dan material bahan yang beraneka ragam seperti sekarang, manusia telah mengenal kemasan dari apapun yang ada disekitarnya guna memenuhi kebutuhannya, seperti daun dari pohon jati dan daun pisang untuk membungkus daging, bungkus tempe, dan merujuk pada KBBI sering juga digunakan sebagai alat dan tempat makan yang disebut *pincuk* (wadah). Menurut Julianti (2014:9) sejarah kemasan di Indonesia tidak jauh berbeda perkembangannya dengan sejarah kemasan di dunia. Bahan kemasan yang umum digunakan di Nusantara adalah daun, kayu, bambu, gerabah, kertas, kaca, gelas dan kaleng.

Desain Kemasan sebagai Sarana Promosi dalam pemasaran

Sebagaimana menurut Klimchuk & Krasovec (2007:35) produk telah menyatu kedalam semua aspek kehidupan kita sehingga produk bukan lagi merupakan barang kebutuhan tetapi keinginan. Dengan banyaknya pilihan konsumen maka muncullah kompetisi produk. Kompetisi pada akhirnya mendorong kebutuhan untuk diferensiasi pasar dan kebutuhan untuk berbeda dari pasaran. Hal ini turut mendorong produsen berlomba-lomba dengan kompetitor untuk membuat desain kemasan yang berbeda supaya melekat dibenak konsumen, promosi dalam bentuk desain kemasan tentu untuk merebut perhatian konsumen ketika berbelanja, kompetisi desain kemasan ini dapat diamati secara langsung di rak *department store*, toko grosir, swalayan, *outlet* dan internet.

Keterkaitan Desain Kemasan dan Merk pada Produk

Desain kemasan dan merk produk merupakan satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan, keduanya memegang peranan penting dalam menarik minat konsumen, bagaimana sebuah merk produk dapat melekat dan menjadi sesuatu yang bersifat primer dalam klasifikasi “kebutuhan” konsumen akan suatu produk. Masyarakat tentu sudah tak asing lagi dengan beberapa merk produk seperti sabun mandi lifebuoy, pasta gigi pepsodent, detergent bubuk rinso dan masih banyak lagi produk-produk yang menempati kasta primer dibenak ingatan konsumen. Beberapa merk produk diatas tentu dapat melekat dibenak konsumen karena memiliki desain kemasan yang khas, yang membuat masyarakat langsung teringat dengan merek tersebut ketika membutuhkan.

Dari perspektif desain kemasan, merk didefinisikan oleh kehadirannya dalam masyarakat konsumen, oleh atribut fisik produk dan konotasi emosional dan oleh bagaimana merk itu berkaitan dengan aspirasi konsumen. Merk menjadi sarana bagi sebuah perusahaan untuk membedakan dirinya sendiri dalam pikiran konsumen. (Klimchuk & Krasovec, 2007:38) Sementara itu, agar dapat dikatakan berhasil, maka penampilan kemasan berbasis budaya tetap harus mempunyai daya tarik. Daya tarik kemasan menurut Wirya (1999: 12-15) dalam buku “Kemasan yang Menjual”, kemasan dapat digolongkan menjadi dua, yaitu sebagai berikut:

1. Daya Tarik Visual (Estetika)

Daya tarik visual mengacu pada penampilan kemasan atau label suatu produk, yang mencakup warna, bentuk, merk, ilustrasi, teks, serta tata letak. Seluruhnya dikombinasikan untuk menciptakan suatu kesan menyeluruh untuk memberikan mutu daya tarik visual secara optimal. Daya tarik visual inilah sebuah citra dapat dibangun dan selanjutnya dikuatkan oleh kualitas produk.

2. Daya Tarik Praktis (Fungsional)

Daya tarik praktis merupakan efektivitas dan efisiensi suatu kemasan yang ditujukan konsumen maupun distributor. Misal untuk kemudahan penyimpanan atau pemajangan produk

Gaya Grafis Indies

Gaya desain grafis Indies berkembang di masa kolonial Hindia Belanda dan mengalami puncak perkembangannya di tahun 1930-an. Sebutan Indies merupakan bentuk ungkapan dari pelecehan atau penghinaan para penjajah kulit putih terhadap warga pribumi (inlander) atau kaum indo/mestizo hasil perkawinan campuran antara pria kulit putih dengan perempuan pribumi yang menempati stratifikasi sosial di bawah warga kelas satu kulit putih dan warga kelas dua Cina dan Arab (vremde-oosterlingen). (Riyanto, 2017:32). Pada abad 19 lahirlah gerakan realisme yang melanda Eropa dipelopori oleh pelukis yang bernama Gustave Courbet (1819-1877), gerakan yang tidak hanya memandang realitas kehidupan yang indah dan menyenangkan saja, namun juga realita lain seperti kemiskinan, penderitaan dan kesengsaraan masyarakat miskin kelas bawah, pada masa itu gerakan ini mempengaruhi para seniman di Hindia Belanda untuk mengeksploitasi perbedaan fisik kaum inlander dengan semangat mengolok-olok dan menghina.

Menurut Bedjo Riyanto dalam jurnalnya yang berjudul *Gaya Indies: Gaya Desain Grafis Indonesia Tempo Doeloe*, gaya desain grafis Indies adalah :

1. Gaya desain grafis indies merupakan gaya hasil campuran dari gaya Victorian, gaya Art Nouveau, gaya Plakatstil, dan gaya Art Deco, keempat gaya tersebut merupakan gaya desain modern yang berkembang di Eropa pada abad 19 sampai awal abad ke-20.
2. Berkembangnya gaya desain grafis Indies yang mencapai puncaknya pada tahun 1930-an didukung oleh pesatnya industri pers (surat kabar dan majalah) dengan berbagai macam Bahasa pengantar (pers Belanda, pers Tionghoa, pers Melayu, pers Jawa, pers Sunda, dan sebagainya).
3. Tema-tema yang diangkat pada umumnya mengangkat eksotisme kehidupan masyarakat pribumi dengan segala atribut yang merupakan identitas culturalnya dengan pandangan yang sangat colonial sentris (cenderung melecehkan dan menganggap kaum pribumi sebagai “*the other*” dengan segala perbedaan ciri-ciri genetiknya).
4. Eksotisme gaya Indies pada rancangan desain grafis memiliki ciri kekuatan kontur garis pembentuk obyek yang sangat luwes, rapi, dan artistik dipadu dengan warna-warna datar cenderung kusam proses cetak *handpress*.

Metode Visual Gillian Rose

Menurut Gillian Rose (2002) dalam bukunya yang berjudul *Visual Methodologies*, mengungkapkan ada tiga area yang dapat dilakukan dalam interpretasi visual. Area ini menggambarkan dari sudut pandang mana atau posisi mana yang akan diambil peneliti ketika melakukan interpretasi visual atau memperlakukan objek visual yang sedang dialaminya, yaitu: (1) *site of production of an image* (proses produksi dibalik materi visual), (2) *site of image itself* (materi visual yang tampak dan merupakan hasil produksi), (3) *site where it is seen by various audiences* (bagaimana audiens memaknai materi visual tersebut). Ketiga ranah tersebut saling berkaitan dalam memaknai materi visual dan merupakan penelitian besar dalam metode untuk mengkaji visual. Ketiga ranah tersebut diikat dalam 3 modalitas yaitu teknologi, komposisi dan makna visual seperti yang tertera pada tabel dberikut ini:

Tabel 1. Tabel modalitas area site of images itself

No	Modalitas	Site of image itself
1.	Teknologi	Efek Visual
2.	Komposisi	Interpretasi komposisi ruang
3.	Makna sosial	Makna sosial

Penelitian ini mengkhususkan pada site of image itself dengan modalitas seperti pada tabel. Berdasarkan tabel tersebut secara singkatnya dijabarkan sebagai berikut, seperti yang dipaparkan oleh Rose (2002:17):

- a. Teknologi
Mirzoeff dalam Rose (2001:17) mendefinisikan teknologi visual sebagai segala bentuk peralatan yang dirancang baik untuk dilihat atau untuk meningkatkan visi alami dan visual dari foto, lukisan cat minyak, komik, televisi, dll.
- b. Komposisi
Ketika sebuah gambar dibuat, gambar itu didasarkan pada sejumlah strategi formal: konten, warna dan organisasi spasial, misalnya.

c. Sosial

Istilah singkat ini dimaksudkan untuk merujuk pada berbagai hubungan ekonomi, sosial dan politik, institusi dan praktik-praktik yang terkandung dalam gambar dan melalui hal tersebut gambar dapat dilihat dan digunakan sesuai dengan tujuannya. Untuk mengetahui makna yang terkandung dalam suatu gambar visual bisa dilihat secara eksplisit atau implisit, kemudian dapat dirasakan sebagai kebenaran, ilmu pengetahuan ataupun logika umum. Makna tersebut dibawa melalui pembicaraan sehari-hari, kondisi sosial, seni tinggi, media komunikasi massa dan kelompok yang berbeda dalam masyarakat, lalu dimaknai melalui cara yang berbeda satu dengan yang lainnya sehingga memunculkan opini yang tumbuh dalam masyarakat.

The production of the image

Interpretasi komposisi adalah cara yang sangat khusus dalam memandang gambar. Ini berfokus paling kuat pada gambar itu sendiri (*site of image itself*) yang juga memberikan perhatian pada proses produksinya. Biasanya sebuah catatan dibuat dari aspek modalitas sosial dari produksinya: siapa yang menugaskannya, mengapa, siapa yang melukisnya, dan apa yang kemudian terjadi padanya sebelum berakhir di lokasi saat ini (berbagai pemilik dan lokasi lukisan diketahui sebagai asalnya). (Rose, 2002: 37)

Penting untuk mengetahui materi dan teknik apa yang dibuat gambar karena hal itu dapat mempengaruhi dampak yang dimiliki gambar. Joshua Taylor (1957) dalam Rose (2002: 38) memberikan beberapa diskusi yang sangat berguna tentang berbagai teknologi yang telah digunakan untuk menghasilkan gambar bergambar. Ia mengeksplorasi kualitas-kualitas khusus dari media tertentu - menggambar, melukis, seni grafis, patung dan arsitektur ± dan berbagai cara penggunaannya.

Pembahasan tentang melukis, misalnya, meneliti berbagai teknik fresco, cat air, tempera, minyak, encaustic dan kolase. James Monaco (2000) meneliti teknologi dengan memindahkan gambar dengan detail serupa. Namun, seperti yang dicatat oleh Taylor (1957:70), satu-satunya alasan untuk memberi banyak perhatian pada teknologi produksi gambar adalah ketika pengetahuan tentang teknik ini membantu dalam menggambarkan karakteristik tertentu dari karya tersebut. (Rose, 2002: 38)

The image itself

Pengertian komposisi mengacu pada semua elemen yang digunakan dalam kombinasi. Ketika suatu gambar dibuat, gambar itu menarik sejumlah strategi formal: konten, warna dan organisasi spasial.

Konten

Seperti yang diungkapkan oleh Acton (1997) dalam Rose (2002:39) beberapa gambar menggambarkan tema atau peristiwa keagamaan, sejarah, mitologis, moral atau sastra atau pada kejadian tertentu yang dapat memecahkan suatu simbol visual yang merujuk kepada tema atau acara pada gambar tersebut. Beberapa gambar tertentu yang membutuhkan observasi yang lebih seksama, seperti halnya isi dari sebuah objek visual dapat diketahui maknanya dengan melakukan serangkaian proses dengan cara mengambil beberapa bagian gambar pada objek baik itu objek bergerak dan berlanjut ke tahapan proses analisis.

The Good Eye

Melihat gambar atau mengkaji objek visual menggunakan interpretasi komposisi yang didasarkan pada 5 komponen dengan 3 komponen utama sesuai urutannya yaitu; konten, warna, organisasi spasial, cahaya dan konten ekspresif.

Warna

Warna adalah komponen penting lainnya dari komposisi suatu gambar. Lebih jelasnya, Taylor (1957) dalam Rose (2002:39) mendeskripsikan tiga cara untuk menggambarkan warna-warna lukisan:

- Rona (Hue) Mengacu pada warna aktual dalam sebuah lukisan. Dengan demikian warna dominan yang digunakan dalam potret Rembrandt yang direproduksi untuk ulasan Searle adalah cokelat, biru, dan hitam.
- Saturasi (Saturation) Saturasi mengacu pada kemurnian warna dalam kaitannya dengan penampilannya dalam spektrum warna. Jadi saturasi tinggi jika suatu warna digunakan dalam bentuk warna yang jelas, dan rendah jika hampir netral.
- Nilai (Value) Nilai mengacu pada terang atau gelapnya suatu warna. Jika suatu warna dalam bentuk hampir putih, maka nilainya tinggi; jika dalam bentuk hampir hitam, nilainya rendah. Istilah-istilah tersebut dapat menggambarkan warna yang digunakan dalam sebuah lukisan yang juga diperlukan untuk menggambarkan efek warna dalam suatu gambar. Warna dapat digunakan untuk menekankan elemen-elemen tertentu dari suatu gambar, misalnya. Ada juga pertanyaan tentang seberapa serasi kombinasi warnanya dari sebuah lukisan.

The site where it is seen

Merupakan situs terakhir di mana makna dan efek dari suatu gambar dibuat, karena kita adalah penonton/pengamat dari foto itu dan, seperti semua audiens dengan masing-masing caranya tersendiri melihat dengan jenis pengetahuan yang beragam. (Latifah, 2002: 38)

Fiske, John dalam bukunya yang berjudul *Media matters: everyday culture and political change* menyarankan, bahwa ini adalah situs yang paling penting di mana makna gambar dibuat, dan menggunakan istilah audiensi untuk merujuk pada proses di mana gambar visual memiliki makna yang dapat dinegosiasikan atau bahkan ditolak oleh khalayak tertentu yang mengamati dalam keadaan tertentu.

Sampel

Penelitian ini berfokus terhadap satu sampel. Dari data yang ada, diambil satu sampel yang dianggap menarik untuk dikaji visual kemasannya dan dinilai memiliki unsur sosiohistoris yang kuat yaitu Teh Tjap Gardoe varian teh tubruk.



Gambar 2. Teh Tjap Gardoe
Sumber: Dokumentasi Indriati Suci Pravitasari

Analisis Sampel Teh Tjap Gardoe

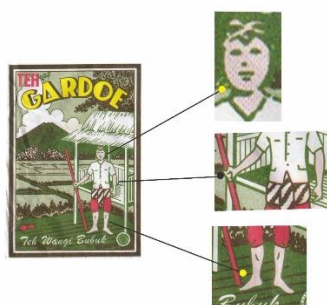
Teh tjap Gardoe diproduksi oleh PT. Gunung Subur Sejahtera yang beralamat di Jaten KM 9 Karanganyar, melansir pada website pangkalan data kekayaan intelektual Teh Tjap Gardoe terdaftar milik Liem Po Tjo dengan tiga keturunannya yang bernama Henry Gunawan Wibisono, Lily Gunawan dan Lisa Gunawan yang merupakan warga keturunan Tionghoa. Pada bagian depan kemasan teh tjap gardoe, menampilkan ilustrasi seorang pria dalam posisi siap siaga menjaga sdengan memegang bambu runcing berwarna merah dan juga mengenakan blangkon, baju berwarna putih, jarik bermotif batik, celana berwarna merah yang dilipat sampai sebatas lutut. Terlihat dibelakang pria terdapat objek gardu. Latar belakang ilustrasi tersebut menampilkan pemandangan gunung, areal persawahan, dan juga pohon. Secara lebih jelasnya akan dipaparkan melalui tahapan sebagai berikut:



Gambar 3. Kemasan lipat teh tjap Gardoe
Sumber: Dokumentasi Indriati Suci Pravitasari

Teh tjap Gardoe diproduksi oleh PT. Gunung Subur Sejahtera yang beralamat di Jaten KM 9 Karanganyar, melansir pada website pangkalan data kekayaan intelektual Teh Tjap Gardoe terdaftar milik Liem Po Tjo dengan tiga keturunannya yang bernama Henry Gunawan Wibisono, Lily Gunawan dan Lisa Gunawan yang merupakan warga keturunan Tionghoa. Pada bagian depan kemasan teh tjap gardoe, menampilkan ilustrasi seorang pria dalam posisi siap siaga menjaga sdengan memegang bambu runcing berwarna merah dan juga mengenakan blangkon, baju berwarna putih, jarik bermotif batik, celana berwarna merah yang dilipat sampai sebatas lutut. Terlihat dibelakang pria terdapat objek gardu. Latar belakang ilustrasi tersebut menampilkan pemandangan gunung, areal persawahan, dan juga pohon. Secara lebih jelasnya akan dipaparkan melalui tahapan sebagai berikut:

1. Teknologi Visual

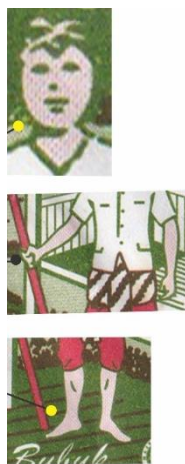


Gambar 4. *Halftone* pada dalam visual kemasan teh tjap gardoe yang terdapat pada seluruh tubuh pria yang sedang berjaga di gardu.

(Sumber: Dokumentasi Indriati Suci Pravitasari)

Perkembangan memiliki dampak yang cukup besar di beberapa hal. Namun hal tersebut tidak mempengaruhi gaya visual pada Teh Tjap Gardoe. Namun teknologi visual memiliki keterkaitan dengan unsur bentuk, makna, dan efek visualnya. Visual kemasan teh cap Gardoe menggunakan teknik ilustrasi manual yang kemudian dicetak menggunakan teknik *offset*. Terlihat dari gambar yang ditampilkan seperti sebagaimana tampilan ‘realita’ dalam kehidupan sehari-hari. Gambar realis merepresentasikan keadaan keadaan yang sebenarnya dalam kehidupan nyata sehari-hari, yang membedakan adalah gambar bersifat dua dimensi, lebih kecil, dan tidak bergerak. Terdapat beberapa efek visual dalam visual kemasan teh Cap Gardoe yaitu:

a. Half-tone



Gambar 5. *Half-tone* pada beberapa bagian tubuh pria pada visual kemasan teh tjap gardoe. (Sumber: Dokumentasi Indriati Suci Pravitasari)

Half-tone nampak pada bagian wajah dan tubuh pria yang sedang berjaga di gardu yaitu pada bagian wajah, leher, tangan kanan dan kiri dan serta kedua kaki. Pada bagian wajah dan leher terlihat cahaya berada tepat dari arah sebelah kiri, hal ini nampak pada bagian leher sebelah kanan terdapat bayangan, dan bayangan juga terdapat pada bagian hidung yang lebih condong berbentuk segitiga agak oval mengarah kebagian kanan, pada bagian tangan bayangan tidak nampak namun *half-tone* pada bagian tangan memberikan kesan bervolume sehingga gambar terlihat lebih realis. Sedangkan garis pada bagian kaki mempertegas bayangan dari arah sebelah kiri si pria.

b. Penggunaan Motif

Motif atau corak dapat mengidentifikasi suatu gambar. Motif pada gambar biasanya merujuk pada suatu gambar yang sama dan konsisten jaraknya antara satu gambar dengan gambar yang lain sehingga membentuk suatu pola. (Latifah, 2020:70).

Dalam visual kemasan teh tjap gardoe terdapat dua motif terdapat dua macam motif yang berbeda, yaitu motif batik pada blangkon dan kain jarit yang dikenakan di pinggang. Motif batik yang dikenakan pada kain jarit yaitu motif batik parang lereng dengan ciri (1) memiliki sudut kemiringan 45°, (2) motif seperti huruf S yang saling bersambungan dan memiliki bentuk ciri khas seperti senjata parang, namun sudutnya tidak tajam seperti parang melainkan yang memiliki sudut halus dan melengkung.

Jika diamati dari jauh motif kedua terdapat pada blangkon yang dikenakan oleh pria pada visual kemasan teh tjap gardoe, yaitu jenis blangkon dengan bentuk batik sliwir koncer gaya Surakarta dan memiliki motif parang klasik gaya Surakarta. Penggunaan kedua motif tersebut sebagai background memberikan efek visual yang harmonis dan tidak membosankan.

c. Hiasan tepi (border)

Dalam visual kemasan teh tjap gardoe terdapat ilustrasi sebuah border atau hiasan tepi gambar yang menjadi tepi batas yang mengelilingi keseluruhan ilustrasi dalam visual kemasan teh tjap gardoe. Terdapat dua border, pada bagian luar berupa border yang garis hitam tebal dan pada bagian dalam border garis hitam tipis, yang berjajar dan membentuk garis luar dan dalam sebagai batas ilustrasi dalam kemasan teh tjap gardoe.



Gambar 6. A.H.M.C. MURDO, Sampul muka buku 'Wren City Church', 1883.
Sumber: (Latifah, 2020:65)

Penggunaan border tersebut memberikan kesan ilustrasi yang sederhana, penuh dan harmonis dikarenakan menggunakan warna yang memiliki dominasi yang digunakan dalam visual kemasan teh tjap gardoe, yaitu warna hijau. Penggunaan border juga merujuk pada gaya Art Nouveau dimana salah satu cirinya adalah adanya penggunaan *framing* pada gambar dan biasanya berupa garis tebal maupun tipis. Sedangkan pada bagian visual kemasan yang menerangkan perusahaan yang memproduksi teh tjap gardoe menggunakan border gaya Penggunaan border juga merujuk pada gaya Victorian, dimana salah satu cirinya adalah adanya penggunaan *framing* pada gambar dan biasanya berupa ornamen.



Gambar 7. Penggunaan border gaya Victorian pada poster
(Sumber: <http://poulwebb.blogspot.com>)



Gambar 8. Penggunaan border dalam visual kemasan teh tjap gardoe (Sumber: Dokumentasi Indriati Suci Pravitasari)

2. Komposisi

Komposisi dalam visual kemasan teh tjap gardoe terdiri dari komponen-komponen sebagai berikut yaitu

a. Warna

Warna yang digunakan pada visual kemasan teh tjap gardoe menggunakan dominasi warna hijau muda dan tua, merah, kuning, hitam dan putih. Warna merah digunakan pada celana yang digunakan pria, bambu runcing, tulisan “teh” pada tampilan depan kemasan, lingkaran dan tulisan keterangan pada bagian samping kemasan, tulisan keterangan dan bentuk geometri jajaran genjang pada latar tulisan gardoe.



Gambar 9. Dominasi warna hijau muda dan tua, merah, kuning, hitam dan putih pada visual kemasan teh tjap gardoe. (Sumber: Dokumentasi Indriati Suci Pravitasari)

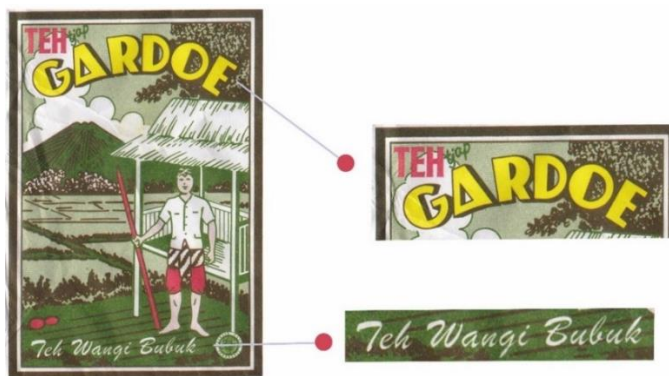
Kemudian warna kuning pada bagian merek “Gardoe” pada tampilan kemasan depan dan samping. Warna merah mempunyai karakter semangat, cepat, kuat, berani, positif, agresif. Sedangkan warna kuning mempunyai kesan ceria, cerah, ramah, gembira, riang, hangat selain itu memiliki tingkatan yang paling menarik *eye catching* ketika diletakkan diantara warna dominasi di kemasan teh tjap gardoe yang dominan

hijau. Warna hijau dominan pada hampir seluruh tampilan visual kemasan, pada tampilan utama kemasan mendominasi pada bagian gambar gunung, sawah, rumput, langit, pohon dan gardu, selain itu warna hijau juga terdapat pada bagian sisi kanan, kiri dan juga belakang. Paduan warna panas (kuning, merah) serta warna netral (hitam, putih) dan warna hangat (hijau: biru +kuning) memberikan kesan memberikan kesan santai, nyaman dan ‘hangat’ dalam visual kemasan teh tjap gardoe.

3. Tipografi

Dalam sebuah karya desain, tipografi memegang peranan penting. Dalam desain tipografi memiliki peranan sebagai penyampai pesan dan juga informasi. Dalam pengaplikasiannya perlu memerhatikan beberapa hal antara lain ukuran huruf, penggunaan huruf kapital, penggunaan huruf dekoratif, spasi, tanda baca dan sebagainya untuk disesuaikan dengan konteks pesan atau informasi yang akan disampaikan.

a. The Tjap GARDOE



Gambar 10. Tampilan visual desain kemasan utama teh tjap gardoe beserta elemen visual (Sumber: Dokumentasi Indriati Suci Pravitasari)

Pada tulisan “teh tjap gardoe” terdapat tiga karakter dan jenis huruf yang berbeda. Pada kata “Teh” dan “Gardoe” merupakan kategori huruf sans serif atau tanpa kaki yang mempunyai ciri tidak mempunyai kaki-kaki kecil di ujung garisnya. Sedangkan pada kata “Tjap” dan “Teh wangi bubuk” menggunakan jenis huruf *script* yang memiliki ciri bentuk yang menyerupai tulisan tegak bersambung, jenis font yang satu ini menggambarkan sesuatu yang elegan, natural, dan personal.

b. Alamat produksi dan berat bersih



Gambar 11. Tampilan visual desain kemasan samping teh tjap gardoe beserta elemen visual. (Sumber: Dokumentasi Indriati Suci Pravitasari)

Pada penulisan nama perusahaan “PT.Gunung Subur Sejahtera” dan “The Wangi Bubuk” termasuk jenis kategori font serif atau berkaki yang memiliki ciri kaki halus/kecil yang biasa disebut dengan *counterstroke* atau juga dikatakan memiliki ekor yang terletak di ujung dari garis fontnya. Sedangkan pada penulisan alamat perusahaan “Jl. KM 9 Karanganyar 57731 Jateng-Indonesia”, “Berat bersih:40g”, “BPOM RI MD 368211010091”, dan “keterangan diproduksi oleh” termasuk kategori jenis huruf sans serif huruf sans serif atau tanpa kaki yang mempunyai ciri tidak mempunyai kaki-kaki kecil di ujung garisnya. Sedangkan pada penulisan “tjap” menggunakan jenis huruf *script* yang memiliki ciri bentuk yang menyerupai tulisan tegak bersambung. Jenis font yang satu ini menggambarkan sesuatu yang elegan, natural, dan personal.

C. Tampilan sisi atas, belakang dan bawah kemasan



Gambar 12. Tampilan visual sisi atas (3), bawah (2) dan belakang (1) pada desain kemasan teh tjap gardoe beserta elemen visual.

(Sumber: Dokumentasi Indriati Suci Pravitasari)

Pada penulisan kalimat pada sisi bagian bawah (nomor 1) dan bagian bawah (nomor 2) pada desain kemasan teh tjap gardoe beserta nomor barcode termasuk kategori huruf sans serif atau tanpa kaki yang mempunyai ciri tidak mempunyai kaki-kaki kecil di ujung garisnya. Sedangkan pada bagian sisi atas atas pada desain kemasan teh tjap gardoe pada tulisan “teh wangi bubuk” menggunakan jenis huruf *script* yang memiliki ciri bentuk yang menyerupai tulisan tegak bersambung, jenis font yang satu ini menggambarkan sesuatu yang elegan, natural, dan personal. Pada tulisan “Teh” merupakan kategori huruf sans serif atau tanpa kaki yang mempunyai ciri tidak mempunyai kaki-kaki kecil di ujung garisnya. Pada tulisan “tjap” menggunakan jenis huruf *script* yang memiliki ciri bentuk yang menyerupai tulisan tegak bersambung, jenis font yang satu ini menggambarkan sesuatu yang elegan, natural, dan personal.

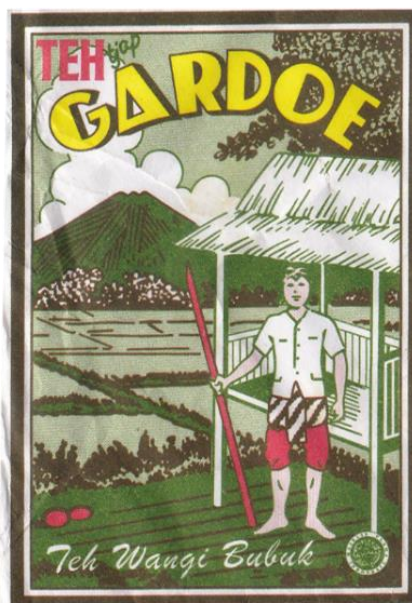
4. Ilustrasi

Ilustrasi merupakan visualisasi dari suatu tulisan yang menggunakan teknik sketsa, lukisan, fotografi atau teknik seni rupa lainnya yang lebih menekankan hubungan subjek dengan tulisan yang dimaksud. Ilustrasi dapat menjadi media yang tepat dalam menyampaikan isi pesan atau informasi yang ingin disampaikan. (Latifah, 2020:74) Ilustrasi pada desain kemasan teh tjap gardoe menggambarkan situasi pedesaan asri dan masih alami hal ini terlihat dari pegunungan, sawah dan pepohonan yang rindang. Seorang pria mengenakan baju kemeja berwarna putih, memakai blangkon atau blangko yang dalam istilah masyarakat Jawa berarti “sesuatu yang siap pakai”, blangkon yang digunakan yaitu jenis blangkon jenis *Koncer Sliwir* Panjang serta mengenakan celana merah dipadu dengan jarik yang dikenakan dipinggang sampai sebatas paha dengan lipatan ekor yang menjuntai

kedepan dengan motif batik parang lereng, kondisi pria dalam ilustrasi visual kemasan teh tjap gardoe sedang dalam posisi berjaga-jaga, bersiap-siaga hal ini dapat dilihat dengan senjata berupa bambu runcing yang berwarna merah yang sedang dipegang di pinggiran dekat areal persawahan dan dengan latar gardu tempat dimana warga khususnya kaum pria berkumpul untuk berjaga-jaga.



Gambar 13. Blangkon yang dikenakan pria pada visual kemasan teh tjap gardoe. (Sumber: www.tokopedia.com)



Gambar 14. Tampilan visual suasana pada ilustrasi kemasan teh tjap gardoe (Sumber: Dokumentasi Indriati Suci Pravitasari)

5. Makna Visual

Setelah memahami visual kemasan teh tjap gardoe melalui efek visual serta teknik-teknik yang digunakan, kemudian masuk dalam tahap memaknai visual dari gambar yang ditampilkan dalam visual kemasan teh tjap gardoe, sebagai berikut: Penggunaan kata “Gardoe” dalam merk teh tjap gardoe tidak hanya mencerminkan simbol namun didalamnya juga terkandung nilai budaya. Kata “Gardoe” termasuk dalam ejaan huruf lama Bahasa Indonesia yang apabila ditulis kedalam Bahasa Indonesia yang telah disempurnakan menjadi “Gardu”, yang menurut KBBI berarti rumah jaga (tempat berkawal), di tempat-tempat pedesaan maupun perkampungan, gardu tidak hanya sebagai

sarana berkumpul warga (tempat *basecamp*), namun juga sebagai tempat warga khususnya kaum pria berjaga-jaga diwilayahnya dari bahaya seperti pencuri misalnya.

Dalam visual kemasan teh tjap gardoe nampak seorang pria dalam posisi berjaga-jaga sembari memegang bambu runcing dengan latar suasana pada saat siang hari hal ini dapat dilihat dari adanya visual awan dan pemandangan areal persawahan, gunung, gardu, serta pepohonan dan rerumputan yang terlihat jelas, hal ini tentu tidak dapat nampak sejelas pemandangan disiang hari apabila latar suasana digambarkan pada malam hari. Visual pada kemasan yaitu berlatar pegunungan dan pepohonan dengan langit cerah yang menjadi latar belakang dari ilustrasi pria yang tengah berjaga tersebut merepresentasikan suasana siang hari yang asri dan jauh dari hiruk pikuk perkotaan, yang berarti latar tempat ilustrasi tersebut berada di sebuah pedesaan yang sejuk, asri dan nyaman.

Figur pria yang tengah berjaga pada visual kemasan teh tjap gardoe menjadi *point of interest* pada ilustrasi dalam visual kemasan teh tjap gardoe. Dalam tampilan visual, pria tersebut mengenakan jarik. Jarik merupakan kain khas Nusantara yang sangat melekat dalam kehidupan masyarakat Jawa, terutama Jawa Tengah dan Jawa Timur. Jarik adalah sebuah sebutan untuk kain khas Jawa yang mempunyai motif batik dengan berbagai corak. (Latifah, 2020:75).



Gambar 15. Motif batik parang lereng berasal dari Jawa
(Sumber: <https://www.orami.co.id>)

Dilansir oleh Kumparan.com, *jarik* dalam bahasa Jawa memiliki makna ‘Aja gampang sirik’, atau dalam Bahasa Indonesia berarti jangan mudah iri hati. Ketika memakai *jarik*, seseorang akan berjalan dengan hati-hati. Perempuan akan terkesan lemah lembut dan berjalan lebih anggun ketika memakai *jarik*. Namun saat ini, *jarik* hanya digunakan pada saat hari pernikahan dan acara-acara sakral lainnya. Pada jaman dahulu, masyarakat Jawa biasa menggunakan kain jarik dalam kehidupan sehari-hari, mulai dari dipakai sebagai bawahan, alas tidur bayi, kain untuk menggendong bayi, hingga alas dan kain penutup untuk orang meninggal. Tak hanya itu, perempuan yang baru selesai melahirkan juga dianjurkan untuk memakai *jarik* agar sikap tubuhnya terjaga dan untuk mempercepat proses pemulihan.

Dari zaman dahulu hingga saat ini, masyarakat desa begitu akrab dengan kain jarik. Dalam kesehariannya masyarakat desa khususnya kaum wanita biasa mengenakan kain jarik dari dada hingga lutut atau betis ketika mereka mandi di sungai, namun ketika tidak sedang mandi pada umumnya wanita mengenakan jarik dari batas pinggang hingga betis yang dipadukan dengan atasan kain kebaya. Sedangkan untuk fungsi penggunaan kain jarik bagi kaum pria, pada umumnya menggunakan kain jarik dari batas pinggang hingga lutut. Pada perkembangannya kain jarik tidak hanya dilipat dan dililitkan kebadan namun dijahit untuk dijadikan setelan baju, celana atau bahkan rok, selain itu kain jarik tidak hanya digunakan untuk keperluan menutup badan saat mandi, namun juga untuk keperluan seperti acara wisuda hingga acara pernikahan.

Jarik yang dikenakan oleh pria dalam visual kemasan teh tjap gardoe menggunakan motif batik parang lereng. Melansir dari website detik.com motif batik yang memiliki derajat

kemiringan 45% ini memiliki karakteristik garis diagonal dalam motif batik parang menggambarkan bahwa manusia harus memiliki cita-cita yang luhur, kokoh dalam pendirian, serta setia pada nilai kebenaran.

Motif batik parang merupakan batik asli Indonesia yang sudah ada sejak zaman Keraton Maratam Kartasura (Solo). Diciptakan oleh pendiri keratin Mataram, sehingga motif ini menjadi pedoman utama dalam menentukan derajat kebangsaawanan seseorang. Bahkan pada jaman dulu motif parang hanya boleh dikenakan raja dan keturunannya. Secara filosofis, motif batik Parang memang memiliki kandungan makna yang tinggi. Bahasa simbol yang terkandung didalamnya adalah sebuah pesan bahwa sebagai manusia hendaknya tidak menyerah dalam mengarungi kehidupan, sebagaimana ombak di samudera yang tak pernah lelah untuk bergerak. Bentuk motif parang yang saling berkesinambungan, menggambarkan jalinan hidup yang tidak pernah putus, selalu konsisten dalam upaya untuk memperbaiki diri, memperjuangkan kesejahteraan maupun hubungan antara alam, manusia dengan manusia dan manusia dengan Tuhannya. (Latifah, 2020:76)



Gambar 16. Visual pria di teh tjap gar DOE dengan latar posisi belakang gardu
(Sumber: Dokumentasi Indriati Suci Pravitasari)

Sosok pria yang memegang bambu runcing dengan latar gardu pos menegaskan kegiatan sekaligus kewajiban yang sedang dijalankan oleh pria tersebut, pada keseharian masyarakat baik di pedesaan maupun di perkampungan, para pria senantiasa bertugas secara bergiliran di gardu pos untuk menjaga kondisi keamanan lingkungannya dari hal-hal yang tidak diinginkan, misalnya pencuri. Tanah yang luas dengan visual hijau yang menggambarkan rumput dan kondisi tanah yang subur dan makmur sebagai latar tempat pada ilustrasi teh tjap gar DOE.



Gambar 20. Suasana latar rumput hijau yang luas
(Sumber: Dokumentasi Indriati Suci Pravitasari)

Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang ada pada bab sebelumnya maka terdapat beberapa aspek yang didapati yaitu yang pertama ialah aspek material dan yang kedua aspek formal. Aspek material berkaitan dengan desain dan karakter desain yang ada pada label kemasan teh tjap gardoe. Sedangkan dari segi formal ialah bagaimana konten atau makna dalam visual kemasan teh tjap gardoe itu ditampilkan.

Berdasarkan prinsip-prinsip desain pada sampel (teh tjap gardoe) untuk jenis tipografi dan ilustrasi pada produk tersebut. Tipografi pada pada teh tjap gardoe banyak menggunakan jenis sans serif, serif, *script* atau menyerupai tulisan tangan yang mengesankan keanggunan dan informal. Ilustrasi yang terdapat dalam kemasan teh tjap gardoe banyak menggunakan teknik manual, dengan pendekatan Gaya desain grafis indies merupakan gaya hasil campuran dari gaya Victorian, gaya Art Nouveau, gaya Plakatstil, dan gaya Art Deco, keempat gaya tersebut merupakan gaya desain modern yang berkembang di Eropa pada abad 19 sampai awal abad ke-20. Dalam visual kemasan teh tjap gardoe, menggunakan dominasi perpaduan warna hijau muda dan tua, merah, kuning, hitam dan putih.

Warna hijau dominan pada hampir seluruh tampilan visual kemasan, pada tampilan utama kemasan mendominasi pada bagian gambar gunung, sawah, rumput, langit, pohon dan gardu, selain itu warna hijau juga terdapat pada bagian sisi kanan, kiri dan juga belakang. Paduan warna panas (kuning, merah) serta warna netral (hitam, putih) dan warna hangat (hijau: biru +kuning) memberikan kesan memberikan kesan santai, nyaman dan 'hangat' dalam visual kemasan teh tjap gardoe.

Dalam visual kemasan teh tjap gardoe terdapat ilustrasi sebuah border atau hiasan tepi gambar yang menjadi tepi batas yang mengelilingi keseluruhan ilustrasi dalam visual kemasan teh tjap gardoe. Terdapat dua border, pada bagian luar berupa border yang garis hitam tebal dan pada bagian dalam border garis hitam tipis, yang berjajar dan membentuk garis luar dan dalam sebagai batas ilustrasi dalam kemasan teh tjap gardoe. Penggunaan border tersebut memberikan kesan ilustrasi yang sederhana, penuh dan harmonis dikarenakan menggunakan warna yang memiliki dominasi yang digunakan dalam visual kemasan teh tjap gardoe, yaitu warna hijau. Penggunaan border juga merujuk pada gaya Art Nouveau dimana salah satu cirinya adalah adanya penggunaan framing pada gambar dan biasanya berupa garis tebal maupun tipis. Sedangkan pada bagian visual kemasan yang menerangkan perusahaan yang memproduksi teh tjap gardoe menggunakan border gaya Penggunaan border juga merujuk pada gaya Victorian, dimana salah satu cirinya adalah adanya penggunaan framing pada gambar dan biasanya berupa ornamen.

Ilustrasi pada desain kemasan teh tjap gardoe menggambarkan situasi pedesaan asri dan masih alami hal ini terlihat dari pegunungan, sawah dan pepohonan yang rindang. Seorang

pria mengenakan baju kemeja berwarna putih, memakai blangkon atau blangko yang dalam istilah masyarakat Jawa berarti “sesuatu yang siap pakai”, blangkon yang digunakan yaitu jenis blangkon jenis Koncer Sliwir Panjang serta mengenakan celana merah dipadu dengan jarik yang dikenakan dipinggang sampai sebatas paha dengan lipatan ekor yang menjuntai kedepan dengan motif batik parang lereng, kondisi pria dalam ilustrasi visual kemasan teh tjap gardoe sedang dalam posisi berjaga-jaga, bersiap-siaga hal ini dapat dilihat dengan senjata berupa bambu runcing yang berwarna merah yang sedang dipegang di pinggirian dekat areal persawahan dan dengan latar gardu tempat dimana warga khususnya kaum pria berkumpul untuk berjaga-jaga.

Dalam visual kemasan teh tjap gardoe nampak seorang pria dalam posisi berjaga-jaga sembari memegang bambu runcing dengan latar suasana pada saat siang hari hal ini dapat dilihat dari adanya visual awan dan pemandangan areal persawahan, gunung, gardu, serta pepohonan dan rerumputan yang terlihat jelas, hal ini tentu tidak dapat nampak sejelas pemandangan disiang hari apabila latar suasana digambarkan pada malam hari. Visual pada kemasan yaitu berlatar pegunungan dan pepohonan dengan langit cerah yang menjadi latar belakang dari ilustrasi pria yang tengah berjaga tersebut merepresentasikan suasana siang hari yang asri dan jauh dari hiruk pikuk perkotaan, yang berarti latar tempat ilustrasi tersebut berada di sebuah pedesaan yang sejuk, asri dan nyaman.

Saran

Saran dari penulis diharapkan kedepannya akan semakin banyak penelitian serupa tentang teh tubruk produksi lokal sebagai sarana apresiasi terhadap karya desain dan juga produk lokal dalam negeri, dengan pendekatan sosio-historis atau latar belakang lainnya. Sehingga dapat dijadikan pembelajaran sekaligus wacana bersama bahwa sejarah memiliki dampak yang cukup besar terhadap perkembangan gaya desain. Penelitian ini masih memiliki banyak kekurangan, seperti jangkauan yang kurang luas atau pembahasan yang kurang spesifik sehingga penulis mengharapkan semoga kajian ini dapat menjadi sumbangan pengetahuan untuk kepentingan praktik maupun penelitian desain.

DAFTAR PUSTAKA

- Rose, Gillian. (2002). *Visual Methodologies*. UK: SAGE Publications Ltd.
- Julianti, Sri. (2014). *The Art of Packaging*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Fiske, J. (1994). *Media matters: everyday culture and political change*. London: University of Minnesota Press.
- Leonard, Blusse. (1986). *Strange Company*. Holland: Foris Publications. Nochlin, Linda. (1978). *Realism*. Middlesex: Penguin.
- Riyanto, Bedjo. (2000). *Iklan Surat Kabar Dan Perubahan Masyarakat Jawa Masa Kolonial*. Yogyakarta: Tarawang.
- Saberi, Helen. (2010). *Tea: A Global History*. London: Reaktion Books Ltd.
- Sachari, Agus. (2007). *Budaya Visual Indonesia*. Jakarta: Erlangga.
- Soekiman, Djoko. (2000). *Kebudayaan Indis*. Yogyakarta: Bentang.

Jurnal

- Adityo B. Hardoyo.2013. Desain Vernakuler pada Media Kemasan Teh Seduh. *Jurnal Visualita* 5 (1): 1-12.
- Ayu Latifah. 2020. Kajian Visual Kemasan Teh Tubruk Lokal. *Jurnal ARS* 23 (2): 62-83.
- Bedjo Riyanto. 2005. Gaya Indies: Gaya Desain Grafis Indonesia Tempo Doeloe. *Jurnal Nirmana* 7 (2): 134.
- Bedjo Riyanto. 2017. Hibriditas Budaya Indies Dan Pengaruhnya Terhadap Gaya Desain Grafis Indonesia. *Jurnal Mudra* 32 (1):.
- Ayu Latifah. 2020. Kajian Visual Kemasan Teh Tubruk Lokal. *ARS: Jurnal Seni Rupa dan Desain*. 23 (2).

Webtografi

- <https://kumparan.com/kumparanstyle/mengenal-jarik-salah-satu-jenis-kain-indonesia-dari-tanah-jawa-1534589383979514824> Mengenal Jarik, Salah Satu Jenis Kain Indonesia dari Tanah Jawa. Diakses pada 14 Februari 2023 pukul 19:20 WIB.
- <https://pdkiindonesia.dgip.go.id/detail/R002012001699?type=trademark&keyword=teh+gardoe>. Diakses pada 14 Februari 2023 pukul 20:00 WIB.
- <https://news.detik.com/berita/d-6445838/tentang-batik-parang-yang-dilarang-dipakai-di-nikahan-kaesang-erina>. Diakses pada 14 Februari 2023 pukul 20:09 WIB.