

BAB I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Representasi merupakan sebuah cara yang biasanya digunakan untuk menjelaskan arti atau makna pada sebuah benda yang telah digambarkan. Hall (2005) menjabarkan bahwa representasi merupakan cara yang digunakan untuk memperlihatkan atau membayangkan, representasi sangatlah penting dikarenakan budaya selalu dibuat menggunakan makna serta bahasa, dalam faktor tersebut bahasa merupakan perwujudan simbol atau sebuah bentuk representasi (h.18-20). Dalam hal ini, representasi penting untuk menggunakan sebuah sarana komunikasi serta interaksi sosial sebagaimana hal tersebut merupakan kebutuhan dalam melakukan kegiatan sehari-hari.

Komunikasi merupakan proses dimana manusia biasanya saling tukar menukar sebuah informasi antara individu dengan individu, individu dengan kelompok, maupun kelompok dengan kelompok, dalam melakukan proses komunikasi biasanya manusia menggunakan beberapa simbol atau lambang yang telah dipahami. Komunikasi tanpa disadari telah menjadi aktifitas sehari-hari yang dilakukan dalam berbagai aspek kehidupan mulai dari bangun pada pagi hari hingga tidur dalam malam hari hal ini menunjukkan bahwa komunikasi hal yang sangat penting dalam menjalani kehidupan sebagai makhluk sosial baik sebagai individu ataupun sebagai kelompok yang memerlukan adanya orang lain sebagai proses berkomunikasi.

Komunikasi adalah proses pemilahan, memilih, dan simbol pengiriman sedemikian rupa yang membantu penerima menghasilkan makna pemahaman yang sama dengan yang dimaksudkan oleh komunikator (Raymond, 1984). Ada beberapa cara dalam melakukan komunikasi diantaranya dengan cara merepresentasi bahasa simbol atau visual kemasan yang digunakan harus menyampaikan makna dengan efektif. Hal ini sering dilakukan oleh penjual untuk dapat menarik minat pembeli. Mendesain sebuah kemasan adalah upaya perusahaan memberikan informasi kepada konsumen mengenai produk yang dibuat didalamnya (Wijayanti, 2012).

Untuk membuat kemasan biasanya diperlukan beberapa unsur atau elemen dari seni rupa yaitu bidang, ruang, ilustrasi, tulisan, dan garis. Desain kemasan ini biasanya dibuat dengan cara membuat sebuah daya tarik pada sebuah visual yang terlihat.

Selain itu desain kemasan biasanya dibuat berdasarkan beberapa faktor selain membuat citra produk perusahaan yang diperlihatkan dan dipasarkan pada konsumen juga sebagai sarana promosi produk atau sebuah identitas yang dihasilkan dari sebuah perusahaan (label). Perusahaan adalah lembaga dimana tempat terjadinya proses kegiatan produksi sebuah barang atau jasa yang digunakan untuk masyarakat untuk berbagai macam motif. Perusahaan juga bisa disebut sebagai sebuah organisasi yang dapat terorganisir serta didirikan agar dapat diterima oleh masyarakat.

Organisasi adalah suatu sistem mengenai penguasaan sebuah pekerjaan diantara kelompok-kelompok dan orang yang mengkhususkan diri dalam tahap-tahap khusus dari suatu tugas bersama (Millet, 1953). Sedangkan perusahaan adalah sebuah usaha yang berbadan hukum baik swasta atau negeri yang mempekerjakan dengan membayar upah hasil kerja sehingga mampu memperoleh keuntungan dan memuaskan masyarakat. Akan tetapi perusahaan juga tidak bisa disamakan dengan sebuah lembaga pemerintahan atau lembaga sosial yang dimana hal ini sangatlah berbeda baik dari segi pengertian maupun kegiatan yang dilakukan.

Perusahaan biasanya terdiri dari beberapa industri mulai dari industri kecil, menengah dan besar. Ada beberapa jenis industri yang berkembang dengan pesat pada zaman sekarang ini diantaranya industri minuman, makanan, dan industri yang bergerak dalam bidang transportasi. Hanjuang merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang industri minuman tradisional yang berlokasi di kota Cimahi, Jawa Barat. Ada beberapa produk minuman tradisional yang dibuat oleh Hanjuang diantaranya adalah Bajigur, Bandrek, Sekoteng dan Beas Cikur. Dalam membuat desain kemasan Hanjuang mencoba menampilkan budaya Sunda sebagai representasi bahwa produk ini merupakan produk minuman tradisional khas Sunda. Cara Hanjuang melakukan pendekatan dengan konsumennya adalah dengan cara

pendekatan yang memiliki keterkaitan dengan budaya konsumen yang bertujuan untuk menimbulkan kesan yang menarik serta untuk menampilkan budaya konsumen dengan pesan yang ditampilkan.

Dalam hal ini Hanjuang menampilkan hal yang berkaitan dengan budaya Sunda diantaranya adalah adanya seorang pria yang menggunakan pangsi yaitu baju adat khas Jawa Barat yang digunakan khusus untuk laki-laki dalam desain kemasannya.



Gambar I.1 Kemasan Hanjuang
Sumber : Pribadi (2021)

Hal tersebut yang membuat penulis memilih penelitian ini yang bertujuan untuk memahami representasi dan makna dalam kebudayaan Sunda yang ditunjukkan pada desain kemasan Hanjuang. Kebudayaan Sunda kini sudah mulai dilupakan oleh masyarakat yang disebabkan oleh berkembang pesatnya pengaruh globalisasi yang dapat dengan mudah diakses oleh teknologi. Choerunisa dan Dahliyana (2016) menjabarkan bahwa masyarakat dan generasi muda cenderung tidak bisa lepas dari pengaruh budaya yang sudah mengalami modernisasi, hal tersebut dikarenakan pengaruh kemajuan pada teknologi yang lebih cepat dibandingkan dengan kemajuan pada nilai aspek budaya dan norma (h.9).

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan hal tersebut, maka identifikasi masalah yang didapat dari penelitian ini diantaranya adalah :

- Budaya Sunda mulai dilupakan oleh masyarakat dikarenakan mudahnya pengaruh globalisasi yang membuat masyarakat cenderung mulai melupakan budayanya sendiri
- Hanjuang membuat desain kemasan yang berkaitan dengan budaya Sunda, tetapi dikarenakan kurangnya pemahaman masyarakat terkait dengan budaya Sunda membuat produk kurang diketahui dari mana asal pembuatan produk tersebut.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian identifikasi masalah diatas, maka penulis dapat merumuskan masalah sebagai berikut, yaitu:

- Apakah desain kemasan Hanjuang sudah merepresentasikan budaya Sunda dari teori representasi reflektif dari Stuart Hall?

1.4 Batasan Penelitian

Penelitian ini akan lebih difokuskan serta dikerucutkan. Untuk itu, yang merupakan batasan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- Desain pada kemasan Hanjuang akan menjadi kajian utama pada penelitian ini.
- Penelitian ini berfokus pada elemen desain komunikasi visual yang ada pada desain kemasan Hanjuang khususnya yang berfokus kepada budaya Sunda yang ditampilkan dalam desain kemasan Hanjuang.
- Penelitian ini hanya berfokus kepada produk bajigur, bandrek, sekoteng, dan beas cikur

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian tentang desain kemasan Hanjuang ini adalah untuk memberikan penjelasan tentang representasi budaya Sunda pada visual, tipografi, warna, dan representasi makna yang ada pada desain kemasan Hanjuang

1.6 Manfaat Penelitian

Penulis berharap penelitian ini dapat bermanfaat tidak hanya untuk umum tetapi juga bagi penulis selanjutnya. Manfaat dari penelitian ini antara lain:

- Penelitian ini dapat digunakan untuk menjadi sebuah referensi yang akan digunakan untuk penulis lain yang memiliki penelitian yang serupa
- Menjadi sebuah informasi yang berkaitan dengan bagaimana cara mengungkapkan makna dalam desain sebuah kemasan
- Memahami budaya Sunda apa saja yang terdapat dalam kemasan Hanjuang

1.7 Penelitian Terdahulu & Posisi Penelitian

Penelitian terdahulu ditulis sebagai acuan untuk penulis, agar dapat mempermudah proses pengerjaan penelitian yang dilakukan oleh penulis. Penulis menemukan beberapa penelitian yang serupa dan membahas makna visual pada desain kemasan Hanjuang yang dilakukan oleh Novan Edo dan Inamul Haqqi Hassan dan Kulsum Choerunisa serta Asep Dahliyana dalam kebudayaan Sunda

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu
 Sumber: Dokumentasi Pribadi (2021)

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Alat Analisis	Hasil Penelitian
Novan Edo Pratama dan Inamul Haqqi Hasan (2012)	"Tinjauan Desain Kemasan Bandrek Hanjuang Menggunakan Analisis Semiotika"	Metode yang digunakan dalam jurnal ini adalah pendekatan semiotik dengan tanda dan kode	Hasil penelitian pada jurnal ini adalah mengetahui makna visual yang dibangun oleh Hanjuang yang menggunakan permainan tanda, kode dan ilustrasi pada desain kemasan Hanjuang.
Persamaan Penelitian		Perbedaan Penelitian	
Dalam penelitian ini memiliki persamaan, yaitu pengungkapan makna visual yang dibangun oleh Hanjuang		Dalam Penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah penulis menjelaskan tentang budaya yang terdapat pada visual kemasan sedangkan yang terdapat pada jurnal ini menjelaskan tentang keunggulan kemasan	

Tabel 1.2 Penelitian Terdahulu
 Sumber: Dokumentasi Pribadi (2021)

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Alat Analisis	Hasil Penelitian
Kulsum Choerunisa dan Asep Dahliyana (2016)	"Internalisasi Nilai Kebudayaan Sunda Dalam Program Rebo Nyunda Kota Bandung"	Metode yang digunakan dalam jurnal ini adalah pendekatan kualitatif yaitu dengan memahamai data sebagai deskripsi, uraian, dan gambaran di lapangan.	Hasil penelitian pada jurnal ini adalah bahwa generasi muda cenderung menggunakan modernisasi budaya daripada budaya Sunda
Persamaan Penelitian		Perbedaan Penelitian	
Dalam penelitian ini memiliki persamaan, yaitu dengan mengungkap kebudayaan Sunda		Dalam Penelitian yang dilakukan oleh penulis menampilkan representasi yang diambil dari budaya Sunda pada kemasan Hanjuang sedangkan pada jurnal ini menjelaskan tentang penerapan budaya Sunda pada masyarakat serta generasi muda	

1.8 Metode Penelitian

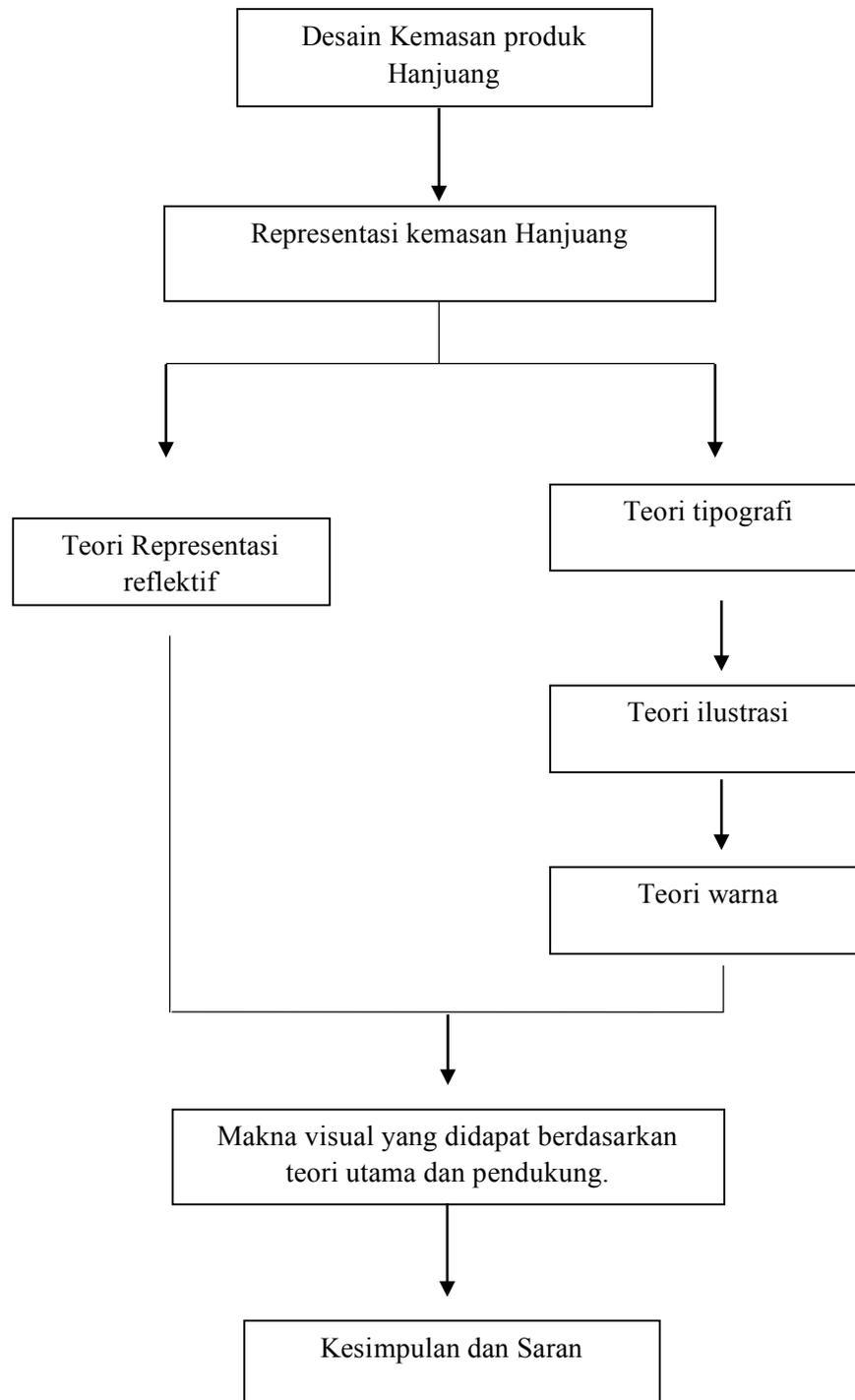
Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, karena dalam penelitian ini penulis membutuhkan data dari perusahaan. Sugiyono (2005) menjelaskan “Penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami fenomena sosial dengan demikian pengertian dari penelitian kualitatif adalah penelitian yang digunakan untuk melakukan penelitian pada objek alamiah” (h.61).

Teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh penulis adalah dengan melakukan observasi dan melakukan wawancara hal ini dilakukan untuk melengkapi data dalam melakukan penelitian. Arikunto (2010) menjelaskan “Observasi merupakan suatu pengamatan langsung terhadap apa yang terjadi pada lingkungan meliputi perhatian terhadap objek dengan sistematis dan sesuai dengan prosedurnya”. Pada saat melakukan sebuah observasi pada “Desain kemasan Hanjuang” penulis mencari data yang bersumber dari perusahaan. Setelah data terkumpul analisis dilakukan dengan menggunakan analisis deskriptif dari data yang sudah dikumpulkan sehingga dapat menjadi sebagai jawaban permasalahan yang ada pada penelitian. Dalam pengungkapan masalah pada penelitian ini, penggunaan metode pencarian data dilakukan dengan cara mencari lebih lanjut tentang data-data mengenai kebudayaan Sunda dari jurnal, artikel, maupun penelitian yang berkaitan dengan penelitian ini. Dari data dan informasi yang diperoleh penulis lalu melakukan penyusunan dan analisa terkait yang sesuai dari tujuan penelitian yang telah dibuat oleh penulis.

Analisis deskriptif dipilih oleh penulis berdasarkan teori representasi Stuart Hall yang berfokus pada representasi dalam kebudayaan Sunda yang terdapat pada desain kemasan Hanjuang. Analisis data dilakukan dengan menjelaskan makna elemen dari desain komunikasi visual yang berupa:

- Tipografi
- Ilustrasi
- Warna

1.9 Kerangka Penelitian



Gambar 1:2 Kerangka Penelitian
Sumber : Dokumentasi Pribadi (2021)

I.10 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisikan tentang penjelasan mengenai informasi secara umum latar belakang masalah pada desain kemasan Hanjuang. Selain itu bab ini juga membahas tentang objek penelitian yang berupa tipografi, visual dan makna yang dijelaskan secara ringkas dan jelas

BAB II INDUSTRI DAN REPRESENTASI DESAIN KEMASAN YANG MENGGUNAKAN BUDAYA SUNDA

Bab ini menjelaskan tentang perusahaan industri minuman Hanjuang dan serta produk yang dihasilkan oleh produk ini, selain itu bab ini juga menjelaskan tentang hal-hal yang berkaitan dengan budaya Sunda dan makna pada desain kemasan seperti tipografi, ilustrasi, dan warna

BAB III KONSEP PERUSAHAAN HANJUANG

Pada bab ini menjadi sumber data yang diteliti yang berkaitan dengan perusahaan Hanjuang sebagai informasi yang dijadikan sumber penelitian yang sebagai data utama maupun pendukung

BAB IV REPRESENTASI BUDAYA SUNDA DALAM DESAIN KEMASAN HANJUANG

Bab ini menjelaskan tentang representasi budaya Sunda dalam desain kemasan Hanjuang dengan menguraikan elemen-elemen yang ada pada kemasan Hanjuang, kemudian elemen tersebut akan dijelaskan menggunakan teori komposisi

BAB V KESIMPULAN & SARAN

Pada bab ini penulis menjelaskan mengenai hasil dari penelitian yang telah dilakukan terhadap desain kemasan Hanjuang serta memberikan saran yang bertujuan untuk membantu membuat masyarakat paham dan sebagai informasi mengenai hal yang berkaitan dengan produk ini sebagai penelitian berikutnya.