

BAB II. INDUSTRI DAN REPRESENTASI DESAIN KEMASAN YANG MENGGUNAKAN BUDAYA SUNDA

II.1 Industri

Industri adalah sektor yang bergerak dalam bidang produksi ada berbagai macam jenis industri di Indonesia mulai dari yang kecil, menengah, dan besar. Industri ini sangat berguna bagi masyarakat selain bisa menambah lapangan pekerjaan industri juga bisa meningkatkan pendapatan ekonomi pada sebuah Negara. Proses utama penyebab terjadinya revolusi industri pertama kalinya adalah sekitar abad 18 yang teletak di negara Inggris atau yang lebih tepatnya pada tahun 1760-1840 hal ini terjadi dalam sektor industri tekstil dalam bidang transportasi yang berawal dari penggunaan hewan dan manusia dalam melakukan proses kegiatan industri lalu mengalami perubahan menjadi menggunakan mesin (Ning Rahayu, 2019). Di Indonesia, perkembangan industri ini sangatlah pesat dalam beberapa bidang diantaranya adalah industri minuman, makanan, tekstil dan transportasi.

Dalam berkembangnya industri ini tentu dipengaruhi oleh beberapa hal, diantaranya adalah pengaruh teknologi dan juga pengaruh ekonomi. Dalam hal teknologi industri menjadikan teknologi menjadi tempat untuk membuat sebuah iklan mengenai produknya atau bisa juga menjadi sebuah kegiatan jual beli dari produk sehingga hal tersebut mampu mengurangi pengeluaran yang dihasilkan untuk promosi produk dari perusahaan atau UMKM.

Sementara itu dalam bidang ekonomi industri memiliki dampak pengaruh yang sangat besar diantaranya yaitu dengan memunculkan perusahaan UMKM yang baru sehingga mampu membuat ketersediaan barang baik sandang, pangan, maupun papan menjadi berlimpah. Lestari (2010) menjelaskan secara umum industri berpengaruh dalam meningkatkan ekonomi daerah yang akan mempengaruhi daya saing ekonomi lokal dan juga meningkatkan persaingan ekonomi nasional (h.146).

II.1.1 Perusahaan Industri Minuman

Di Indonesia industri minuman merupakan kebutuhan pangan yang selalu meningkat setiap tahun hal ini didukung dengan lokasi yang menjadi tempat berlangsungnya produksi selain itu faktor sarana dan prasarana juga sangat dipertimbangkan. (Rosenthal dan Strange, 1999) menjelaskan bahwa sebuah perusahaan memiliki ketergantungan yang besar pada sektor geografis untuk membentuk klaster industri.

Ada 2 jenis industri minuman yang berada di Indonesia diantaranya adalah industri minuman yang membuat minuman menjadi bentuk serbuk dan dengan cara memberikan perubahan baik warna maupun rasa menjadi produk minuman yang sudah tersedia langsung untuk diminum. Sementara itu produk minuman siap minum sendiri ada 2 kategori yaitu minuman beralkohol dan tidak beralkohol. Berikut adalah minuman tidak beralkohol diantaranya :

- Air Mineral
- Sirup
- Soda
- Jus Buah
- Kopi
- Teh

Untuk minuman beralkohol biasanya minuman tersebut merupakan jenis minuman yang disuling dengan kadar alkohol yang tinggi seperti bir dan jenis minuman anggur lainnya. Jenis minuman ini memiliki kemasan yang berbeda, ada yang terbuat dari cup, kaleng dan botol hal tersebut tentu memiliki keunggulan dan kelemahan masing. Sementara itu kemasan untuk jenis minuman serbuk biasanya disimpan dalam wadah yang berbentuk seperti *tote bag* tetapi berukuran lebih kecil.

II.1.2 Desain Kemasan

Desain kemasan merupakan hal yang dibuat oleh penjual sebagai daya tarik agar pelanggan dapat membedakan produk antara satu perusahaan dengan perusahaan lain. Pengemasan merupakan sebuah kegiatan yang dilakukan dengan cara merancang, memproduksi, dan membungkus sebuah produk (Kotler dan Koller, 2009, h.27)

II.1.3 Fungsi Desain Kemasan

Desain kemasan berfungsi sebagai sarana promosional yang mempertimbangkan beberapa referensi yang berkaitan dengan konsumen seperti warna, ukuran, dan tampilan dari produk yang akan dihasilkan. Louw dan Kimber (2007) menjelaskan bahwa kemasan mempunyai beberapa tujuan diantaranya :

- *Information transmission*, yaitu menginformasikan tentang cara menggunakan produk yang terdapat pada kemasan tertentu
- *Containment or agglomeration*, yaitu melakukan pengelompokan pada benda kecil yang diletakan dalam satu paket sebagai bentuk efisiensi

Selain itu kemasan sendiri menurut Riadi (2016) dibagi menjadi tiga jenis :

1. Kemasan Primer, yaitu sebuah bahan kemas yang digunakan langsung untuk mewadahi sebuah bahan pangan seperti susu, botol minuman dll
2. Kemasan Sekunder, yaitu sebuah kemasan yang berfungsi sebagai pelindung dari kelompok kemasan yang berada di dalamnya seperti wadah pada kaleng susu yang dibungkus.
3. Kemasan Tersier dan Kuarter, yaitu sebuah kemasan yang pembuatannya bertujuan untuk melindungi bahan pangan saat melakukan kegiatan pengiriman, penyimpanan, dan saat dilakukan identifikasi

II.1.4 Unsur Pembentuk Desain Kemasan

Dalam membuat desain pada kemasan umumnya terdiri dari beberapa elemen yang membentuk desain, diantaranya:

- **Tipografi:** Tipografi adalah sebuah ilmu yang mempelajari tentang huruf dan cara menata sebuah aksara yang biasa dilakukan oleh orang yang bekerja dalam bidang percetakan atau seniman dalam sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang desain ataupun visual baik cetak maupun non cetak. Sihombing (2016) Menjabarkan bahwa Tipografi merupakan cara merepresentasikan visual yang terdiri dari sebuah komunikasi yang berbentuk verbal sebagai perangkat sebuah visual yang efektif. Tipografi juga sering dijumpai penggunaannya dalam beberapa hal seperti pada media, sampul buku, sampul majalah, iklan cetak, dan desain kemasan. Tipografi dalam desain kemasan biasanya memperhatikan banyak hal antara lain ukuran pada huruf, penggunaan huruf yang dekoratif, urutan tipografi, spasi, kerning dan tanda penghubung selain itu tipografi yang ada pada desain kemasan biasanya digunakan untuk membuat komunikasi melalui sebuah pesan pemasaran melalui media yang bersifat informatif dan mudah dimengerti oleh konsumen. Prinsip penggunaan tipografi pada desain kemasan adalah:
 1. Tipografi harus memberikan definisi pada desain sebuah kemasan
 2. Membuat batas penggunaan huruf, hal ini dibutuhkan agar konsep tipografi dapat tersampaikan dengan jelas
 3. Menggunakan tipografi yang konsisten sesuai dengan kepribadian, gaya, dan juga penempatannya agar dapat membangun kualitas pada produk dikarenakan konsumen menilai dari cara penggunaan tipografi yang identik dengan merek kemasan.
- **Ilustrasi:** Ilustrasi di Indonesia bisa dikatakan berawal dari lukisan yang ada pada sebuah goa yang berada di kabupaten Maros, provinsi Sulawesi Selatan, ilustrasi tersebut berupa tumpukan jari yang berwarna merah dan sudah berumur lebih dari 5000 tahun (Kurniawan, 2021). Perkembangan dalam teknologi tentu mempengaruhi proses pembuatan ilustrasi. Dalam hal

mendesain sebuah kemasan desainer menempatkan ilustrasi pada sebuah produk yang bertujuan untuk memahami pesan yang disampaikan dan mampu membuat kesan yang mendalam yang berkaitan dengan keunikan dari produk yang dibuat.

- Warna: Warna merupakan elemen penting dalam mendesain sebuah kemasan karena menjadi hal pertama yang akan konsumen lihat. Hal ini terjadi dikarenakan warna dapat menciptakan daya tarik atau menarik perhatian konsumen. Menurut Widyarti (2018) warna merupakan ciri khas sebuah produk yang terdapat makna didalamnya. Makna warna menurut Almeganews (2019) adalah:
 1. Warna merah merupakan warna yang sangat menonjol dan dipercaya mampu meningkatkan nafsu makan selain itu warna merah juga dapat menjadi simbol rasa pedas atau panas
 2. Warna kuning membangkitkan rasa bahagia, positif, dan optimisme, warna kuning juga biasanya menjadi simbol rasa keju atau asam
 3. Warna merah muda biasanya sangat identik dengan kelembutan dan feminisme, warna ini sering digunakan oleh produk yang biasanya digunakan oleh wanita
 4. Warna hijau ini menampilkan kesegaran, ketenangan, dan pepohonan. Warna ini identik dengan produk kemasan yang dihasilkan dari pertanian, peternakan, dan obat-obatan.
 5. Warna biru biasanya identik dengan keamanan, keyakinan, wibawa, kepercayaan, dan stabilitas. Warna ini biasa digunakan dalam kemasan produk minuman mineral
 6. Warna coklat ini melambangkan rasa manis dan lezat dari sebuah produk dikarenakan warna ini memberikan kesan hangat. Warna ini biasanya terdapat pada produk roti, permen, dan juga miunan

- Komposisi(*Layout*): *Layout* atau biasa juga disebut dengan tata letak merupakan unsur grafis yang meliputi pada sebuah tipografi, ilustrasi, dan warna yang dibuat menjadi sebuah kesatuan dan ditempatkan pada bagian depan kemasan. Selain itu hirarki visual juga perlu diciptakan agar pembaca memahami urutan bacaan informasi yang berkaitan dengan bagaimana konsumen memahamu arti dan relevansi dalam informasi yang diberikan Klimchuck dan Krasovec (2007, h.199). Rustan (2008) menjabarkan bahwa prinsip dalam membuat layout yang baik diperlukan sebuah formula, formula ini bisa bekerja dan mampu memberikan hasil yang maksimal apabila diterapkan dengan seksama dan dengan latihan secara berkelanjutan atau terus-menerus. Prinsip desain grafis menurut Sari (2013) dalam membuat kemasan yaitu:

1. *Sequence* atau urutan perhatian hal ini berguna untuk menangkap informasi pada elemen visual dengan cara mengurutkan pandangan mata sesuai dengan yang diinginkan
2. *Emphasis* merupakan pemberian penekanan elemen visual pada kemasan dengan menciptakan ukuran yang lebih besar pada salah satu elemen visual kemasan
3. *Balance* yaitu keseimbangan dalam mengatur elemen visual yang ada pada kemasan seperti tata letak, ukuran, arah, dan warna
4. *Unity* adalah kesatuan antara elemen visual, ukiran, posisi, dan *style* baik yang terlihat ataupun tidak dalam hal ini merupakan pesan yang disampaikan dalam konsep desain yang dibuat

II.1.5 Representasi

Stuart Hall (1997) menjabarkan bahwa representasi merupakan hal penting yang penting dalam praktek memproduksi kebudayaan. Dalam hal kebudayaan terdapat konsep yang luas, kebudayaan berkaitan dengan ‘pengalaman berbagi’. Seseorang dapat dikatakan berasal dari kebudayaan yang sama apabila manusia – manusia yang berada dalam satu tempat membagikan pengalaman yang serupa, membagikan sebuah kode-kode kebudayaan yang serupa, menggunakan bahasa yang sama dalam berbicara dan saling membagikan konsep-konsep yang serupa.

Konsep dalam representasi biasanya diperlihatkan sebagai produk dalam proses representasi. Selain itu representasi juga tidak hanya berkaitan dengan bagaimana identitas dalam budaya dapat ditampilkan atau dibuat dalam sebuah teks akan tetapi juga dibuat dalam proses produksi serta persepsi dari masyarakat yang mempelajari atau mendalami nilai- nilai dalam budaya yang direpresentasikan. Dalam hal ini stuart hall menjabarkan bahwa ada 3 pendekatan dalam representasi: (1). Pendekatan Reflektif, merupakan makna yang dibuat oleh seorang manusia melalui perantara ide, objek media serta pengalaman dalam berkehidupan bermasyarakat secara nyata. (2) Pendekatan Intensional, menggunakan penuturan yang baik dalam lisan maupun berbahasa sehingga dapat memberikan makna yang unik dalam setiap karya yang dihasilkan. Bahasa merupakan sebuah media yang biasanya digunakan oleh penutur dalam hal mengkomunikasikan sebuah makna dalam segala hal-hal yang disebut unik. (3). Pendekatan Konstruksionis, penulis serta pembicara, dapat memilih atau menetapkan makna dalam pesan atau sebuah karya (benda) yang dibuat. Dalam hal ini yang dimaksud adalah bukan dunia material (benda) yang dihasilkan dari karya seni dan sebagainya yang dapat meninggalkan sebuah makna akan tetapi manusialah yang meletakkan makna tersebut.

Dalam penelitian ini, representasi yang digunakan mengarah kepada representasi reflektif seperti sebuah ide yang dikeluarkan oleh manusia, objek media serta pengalaman yang dialami oleh masyarakat secara nyata.

II.1.6 Suku Di Wilayah Sunda

Suku Sunda merupakan sebuah etnis kelompok yang berasal dari wilayah bagian barat pulau Jawa di Indonesia. Yang mencakup dari wilayah Ujung Kulon di ujung barat pulau Jawa hingga Brebes dalam hal ini wilayah administrasi provinsi Jawa Barat, Banten, sebagian wilayah DKI Jakarta, dan sebagian wilayah Jawa Tengah, Provinsi Jawa Barat merupakan provinsi yang dikategorikan sebagai jumlah penduduk terbanyak di Indonesia. Hal ini dikarenakan lokasi Jawa Barat yang berdampingan dengan wilayah ibukota negara Indonesia maka dari itu hampir semua suku bangsa yang di Indonesia terletak pada Provinsi ini. Suku bangsa yang terdapat di provinsi Jawa Barat adalah Suku Sunda yaitu penduduk asli yang menempati, Suku lainnya adalah Suku Jawa yang biasanya berlokasi di sebelah utara Provinsi Jawa Barat, Suku Minang dan Batak yang biasanya berlokasi dikota-kota besar seperti Tasikmalaya, Bogor, Bekasi, Depok, Bandung, Cimahi. Suku selanjutnya merupakan Suku Betawi yang biasanya berlokasi di bagian barat yang berdampingan dengan Jakarta. Adapun Suku Tionghoa yang biasanya dijumpai di seluruh Jawa Barat.

II.1.7 Kebudayaan Sunda

Kebudayaan Sunda adalah sebuah kebudayaan bagi bangsa Indonesia yang perkembangannya perlu dilestarikan. Dalam hal ini kebudayaan tersebut dijelaskan sebagai berikut:

- Sistem Dalam Kepercayaan: Menurut Kementrian Agama provinsi Jawa Barat penduduk yang beragama Islam pada tahun 2020 mencapai 42.589,118. Agama Kristen 2.178,002. Agama Katolik 311,679. Agama Hindu 50,175. Agama Budha 202,115 dan agama lainnya 13,427. Pada faktanya keseimbangan sosial di tanah Sunda ini dipertahankan dengan cara melakukan sebuah kegiatan yang bertujuan untuk saling memberi (bergotong-royong)

- Mata Pencaharian: Suku Sunda pada umumnya memilih pekerjaan bercocok tanam. Kebanyakan Suku Sunda tidak suka dengan merantau ataupun hidup yang terpisah dengan keluarga dan kerabat. Indrawardana (2012) menjelaskan bahwa pada dasarnya perspektif kehidupan masyarakat Sunda lama bertahan hidup dengan menerapkan budaya masyarakat peladang atau bisa juga disebut masyarakat agraris (mengembangkan budaya pertanian)

II.1.8 Baju Adat Sunda

Baju adat atau pakaian adat merupakan pakaian yang sering digunakan oleh masyarakat pada suatu daerah yang sesuai dengan adat serta tradisi yang dimiliki oleh suku tersebut (Kristiani dan Bemoe, 2016, h.11). Penggunaan baju adat dalam setiap daerah biasanya memiliki maksud tertentu diantaranya bisa untuk melestarikan budaya pada sebuah daerah contohnya pangsi. Pangsi biasa digunakan oleh seorang pria dari kalangan rakyat biasa di suku Sunda hal ini dikarenakan zaman dahulu pangsi sering digunakan dalam melakukan aktivitas pertanian serta buruh.



Gambar II.1 Petani Sunda

Sumber:

<https://www.google.com/url?sa=i&url=http%3A%2F%2Fwww.pepelingkarawang.org%2F2018%2F05%2Fpangsi-dan-iket.html&psig=AOvVaw0c9bepz5-s6NvBvnoIvprq&ust=1627365204222000&source=images&cd=vfe&ved=0CAgQjRxqFwoTCOj50fqFgPICFQAAAAAdAAAAABAD>

(Diakses pada 12/07/2021)

Ahmad (2021) menjabarkan bahwa bahwa baju adat Sunda terdiri dari 4 jenis diantaranya adalah:

- Pangsai: pangsai sebenarnya merupakan bagian bawah atau celana panjang sedangkan bagian atas atau baju merupakan salontreng, salontreng ini identik dengan warna hitam. Dalam pemakaiannya biasanya ditambahkan ikat kepala yang memiliki bentuk dan makna yang berbeda setiap jenisnya.
- Kebaya Sunda: kebaya Sunda sering digunakan baik dari kalangan menengah kebawah, penggunaan corak dan bahan yang berbeda pada kebaya biasanya bertujuan untuk menjadi tanda status sosial pada masyarakat yang berada di tanah Sunda



Gambar II.2 Kebaya Sunda

Sumber: <https://www.yuksinau.id/wp-content/uploads/2020/03/Kebaya-Sunda-Jawa-Barat.jpg>

(Diakses pada 12/07/2021)

- Bedahan: bedahan merupakan baju adat dari kalangan menengah yang biasanya digunakan oleh orang yang berprofesi sebagai pedagang atau juga saudagar



Gambar II.3 Baju bedahan

Sumber: <https://1.bp.blogspot.com/-iOgsE8DsbuM/XvA3E8tEJkI/AAAAAAAAACcM/gla-fjlEecwUpAVY34JrWwDzFpVQJ7qfwCPcBGAYYCw/s1600/baju%2Bbedahan.jpg>

(Diakses pada 12/07/2021)

- Menak: menak merupakan pakaian adat untuk kalangan bangsawan yang berupa jas berwarna hitam dan disulam dengan benang berwarna emas



Gambar II.4 Menak dan somah

Sumber: <https://1.bp.blogspot.com/-B8HVebiKZLc/YJmMZ0nyHkI/AAAAAAAAARs/aSaQqEZ6s3gBBCy5AzpavhEkT2ay2QO4QCLcBGAsYHQ/s700/menak-dan-somah.jpg>

(Diakses pada 12/07/2021)

II.1.9 Iket Kepala Sunda

Iket kepala Sunda atau biasa juga disebut Totopong merupakan iket kepala tradisional khas Sunda yang biasanya digunakan oleh pria di Jawa Barat. Kautsar (2020) menjabarkan bahwa kain yang biasanya digunakan untuk iket ini berukuran 50x50 cm.

Selain itu iket Sunda juga memiliki filosofinya tersendiri berikut adalah filosofi iket Sunda menurut Agus (2017) adalah :

- “*Ngiket hawa nafsu diri sangkan jadi manusa nu bener*” yang memiliki arti mengikat hawa nafsu pada diri untuk menjadi manusia yang baik
- Iket merupakan salah satu representasi estetika dari sebuah kebudayaan Sunda yang didalamnya memiliki kandungan nilai-nilai filosofi tentang kesemestaan: yaitu ketuhanan serta nilai-nilai kebenaran
- Makna segi empat dalam bentuk iket merupakan cerminan dari arah mata angin yaitu selatan-utara-barat-timur, yang dilipat menjadi segitiga dan memiliki makna, perkataan, tekad, langkah (langkah) harus dalam satu iketan (satu keselarasan)
- Tiga tahapan dalam filosofi iket Sunda: tertarik (kataji), memakai (kasungsi), mengerti makna pada filosofinya (kaharti) dalam tahapan ini dicapai oleh pemakainya yaitu pribadi masing-masing

Berdasarkan fungsinya iket kepala Sunda terbagi menjadi 3 yaitu :

- Fungsi praktis: berfungsi sebagai penutup rambut serta untuk melindungi kepala.
- Fungsi estetis: berfungsi untuk memperindah dalam penampilan pria serta dapat menjadi pelengkap dalam unsur berbusana yang serasi
- Fungsi simbolis: dalam hal simbolis terdapat beberapa jenis iket yang hanya dapat digunakan oleh orang-orang dalam kesempatan tertentu. Dalam hal ini contohnya adalah seperti penggunaan iket kepala dengan ragam hias tritik yang dikhususkan untuk anak yang baru dikhitan

II.1.10 Warna Khas Sunda

Penggunaan warna merupakan dalam kemasan merupakan sebagai salah satu hal yang sering digunakan untuk menarik konsumen akan tetapi warna sunda merupakan warna yang memiliki keterkaitan dengan budaya Sunda. Bactiar (2018) menjabarkan bahwa terdapat 4 warna yang memiliki pengaruh dalam perilaku berkehidupan masyarakat Sunda warna tersebut yaitu: *hireng, ireng* (hitam), *bang, mangbang, mirah, kapila* (merah), kuning (kuning), serta bodas (putih). Warna – warna tersebut diambil berdasarkan pada filsafat hidup yang ada pada zaman dahulu hal tersebut tergambar dalam penguasa mata angin dan menggunakan warna – warna yang dijadikan simbolnya. Saepa (2020) menjabarkan bahwa ada 10 warna menurut kosakata bahasa Sunda diantaranya adalah: *bodas, hideung, beureum, bulao, koneng, hejo, wungu* atau *bungur, (kayas, emping, ping, beureum ngora), oren, dan herang*.

II.1.11 Sifat Suku Sunda

Dalam menjalani kehidupan bermasyarakat tentu setiap suku memiliki nilai budaya yang berbeda hal tersebut berdasarkan pada faktor lingkungan dan juga faktor adat istiadat yang terjadi di tempat tinggal suku tersebut. Nandy (2021) menjabarkan bahwa suku Sunda memiliki selera humor yang sangat tinggi hal tersebut berdasarkan pada banyaknya tokoh – tokoh Sunda yang memiliki sifat humoris diantaranya adalah Sule, Kang Ibing dan juga Ridwan Kamil, selain itu suku Sunda juga dikenal sangat menjunjung tinggi nilai – nilai kesopanan dan kebersamaan hal tersebut diambil dari filosofi “*Someah hade ka semah*” yang memiliki arti ramah, baik dalam bersikap, mampu menjaga, menjamu, serta membahagiakan setiap orang.