BAB III. DESAIN KEMASAN INDOMIE VARIAN MI GORENG TAHUN 2006 DAN 2010 SERTA DATA TEMUAN

III.1 Profil Perusahaan



Gbr. III.1 Logo Indomie
Sumber: www.Indomie.com

Perusahaan Indofood CBP megeluarkan Indomie yang merupakan produk mi instan pertama kali kepada masyarakat Indonesia di sekitar tahun 1970-an. Banyak yang meragukan bahwa mi instan dapat dijadikan sebagai salah satu bahan pangan pokok. Tetapi mi instan yang merupakan produk dari Indomie ini terus berkembang pesat karena masyarakat Indonesia mulai dapat menerima makanan instan ini. Masyarakat Indonesia menyadari akan harga produk yang sangat terjangkan, cepat dan mudah disajikan, serta tahan dalam waktu yang cukup lama. Perusahaan Indofood ini pertama kali meluncurkan produk Indomie pada tahun 1970 dengan varian rasa Kaldu Ayam dan Udang yang sesuai dengan selera masyarakat di Indonesia pada zaman itu. Karena banyaknya keunggulan yang dimiliki produk Indomie, produk ini terus berkembang dan semakin dikenal oleh banyak penduduk Indonesia terutama saat dikeluarkannya Indomie varian Mi Goreng di tahun 1980-an.

Melihat besarnya peluang Indomie dari kesuksesan varian Mi Goreng, Indomie membuat inovasi lagi terhadap rasa Mi Goreng dengan meluncurkan varian Goreng Kriuuk Ayam, Goreng Kriuuk Bawang, dan Goreng Kriuuk Pedas. Beberapa tahun kemudian, tepatnya pada bulan Januari 2010, perusahaan Indofood ini mengembangkan produknya dengan merancang ulang kemasan

produk Indomie semua variannya. Bulan Agustus 2010 kembali diluncurkan varian baru Indomie yaitu Indomie Keriting yang hadir dengan tiga rasa baru yaitu Goreng Rasa Ayam, Goreng Rasa Kornet dan Rasa Laksa Spesial. Pada akhir 2011 diluncurkan juga Indomie Goreng Rendang.

Selanjutnya bulan Desember 2012 diluncurkan varian baru Indomie Goreng Cabe Ijo, dengan serpihan cabe hijau asli dan minyak bumbu cabe hijau.. Setahun kemudian, yaitu pada bulan November 2013 diluncurkan lagi varian baru Indomie dengan tema *Taste of Asia* yang berisi varian dengan rasa Asia seperti *Tom Yum*, *Laksa*, dan *Bulgogi*. Pada bulan Januari 2014 diluncurkan varian baru Indomie Goreng Iga Penyet, dengan bumbu iga penyet. Tahun 2014 ini merupakan tahun dimana produk Indomie sering meluncurkan varian rasa Kuliner Indonesia seperti varian Mi Goreng Dendeng Balado dan Soto Lamongan.

Inovasi produk Indomie semakin bervariasi dengan diluncurkannya varian baru Indomie *My Noodlez* pada bulan September 2015, mi instan *My Noodlez* ini adalah Indomie varian Mi Goreng yang ditargetkan untuk konsumen anak-anak karena lebih sehat dengan dibuat dari rumput laut dan wortel. Sebelumnya varian Indomie *My Noodlez* sudah ada atau pernah diproduksi di era tahun 2000-an. Pada tahun 2016 diluncurkan varian baru Mie Goreng Rasa Kuah, yaitu Mi Goreng Rasa Soto dan Mi Goreng Rasa Ayam Bawang, serta diluncurkan varian baru Indomie *Real Meat*, yaitu Mi Goreng Ayam Jamur dan Mi Goreng Rendang. Kesuksesan yang diraih Indomie setiap mengeluarkan varian atau rasa baru mendorong perusahaan Indofood ini untuk terus berinovasi dengan diluncurkannya makanan ringan dari Indomie yang berbentuk bulat dengan varian rasa BBQ Pizza, Udang Tempura dan Rumput Laut.

III.2 Elemen Visual Desain Kemasan Indomie

Sebuah desain kemasan produk terdiri dari gabungan beberapa elemen visual. Pada kemasan Indomie Mi Goreng juga terdapat beberapa elemen desain, yaitu:

III.2.1 Warna

Warna merupakan salah satu elemen pada desain kemasan. Warna ini bisa dikelompokkan menjadi tiga jenis yaitu warna hangat/panas seperti warna merah, oranye, atau kuning dan warna dingin seperti warna biru. Kemudian adapun jenis warna netral seperti warna hitam dan putih.

- Tahun 2006

  Warna yang mendominasi pada kemasan ini yaitu merah, oranye, dan kuning.



Gbr. III.2 Warna 2006
Sumber: Analisa Elemen Grafis Desain Kemasan Indomie Goreng (2007) disederhanakan oleh Penulis

- Tahun 2010

  Sedangkan pada kemasan Indomie Mi Goreng tahun 2010 warna yang mendominasi adalah merah dan putih.



Gbr. III.3 Warna 2010
Sumber: Dokumentasi pribadi

III.2.2 Logo/Merek

Merek atau logo pada sebuah kemasan digunakan sebagai identitas dan agar mudah dikenali serta dapat dibedakan dari produk lain yang serupa oleh masyarakat. Merek atau logo kemasan Indomie pada tahun 2006 hingga 2010 juga tidak mengalami perubahan yang signifikan. Berikut adalah gambar logo yang ada pada kemasan Indomie Mi Goreng:

- Tahun 2006



Gbr. III.4 Logo 2006
Sumber: Analisa Elemen Grafis Desain Kemasan Indomie Goreng (2007) disederhanakan oleh Penulis

- Tahun 2010-sekarang



Gbr. III.5 Logo 2010
Sumber: Dokumentasi pribadi

III.2.3 Ilustrasi/Fotografi

Kemasan produk Indomie varian Mi Goreng memanfaatkan elemen ini untuk dapat mempersuasi konsumen dengan cara menggugah selera. Ilustrasi produk

yang digunakan pada kemasan Indomie varian Mi Goreng tahun 2006 dan 2010 menggunakan teknik fotografi.

- Tahun 2006

  Pada gambar, terlihat mi instan yang disajikan lengkap dengan telur mata sapi serta udang dan sayuran disekitar hidangan. Pada tahun ini ilustrasi foto memenuhi seluruh background desain visual kemasan.



Gbr. III.6 Ilustrasi 2006
Sumber: Analisa Elemen Grafis Desain Kemasan Indomie Goreng (2007) disederhanakan oleh Penulis

- Tahun 2010

  Pada gambar, terlihat mi instan yang disajikan lengkap dengan telur mata sapi serta udang dan sayuran disekitar hidangan. Pada tahun ini ilustrasi foto tidak penuh seperti kemasan tahun 2006. Foto ilustrasi lebih memuat keseluruhan hidangan mi beserta piring dan alat makan lainnya.



Gbr. III.7 Ilustrasi 2010
Sumber: Dokumentasi pribadi

III.2.4 Tipografi

Bentuk huruf yang terdapat pada kemasan Indomie varian Mi Goreng tahun 2006 dan 2010 masih sama. Namun terdapat perubahan pada posisi penulisan kata ‘Mi Goreng’ antara tahun 2006 dan 2010 tersebut.

- Tahun 2006

  Tipografi nama produk ‘Mi Goreng’ pada tahun 2006 ditulis memanjang kesamping.



Gbr. III.8 Tipografi 2006
Sumber: Analisa Elemen Grafis Desain Kemasan Indomie Goreng (2007) disederhanakan oleh Penulis

- Tahun 2010

  Sedangkan pada tahun 2010 penyusunan kata menjadi terbagi dua ke bawah antara kata ‘Mi’ dan ‘Goreng’ serta tulisan terlihat lebih menanjak dari sebelumnya.



Gbr. III.9 Ilustrasi 2010
Sumber: Dokumentasi pribadi

III.3 Data Hasil Kuesioner Pendapat Masyarakat

Kuesioner merupakan kumpulan pertanyaan-pertanyaan yang diajukan pada kelompok masyarakat tertentu untuk sebuah penelitian. Kuesioner dilakukan untuk mendapatkan data pendapat atau sudut pandang masyarakat terhadap suatu hal yang berkaitan dengan objek penelitian. Pada praktisnya, kuesioner ini dilakukan secara *online* dan *offline* kepada para konsumen Indomie varian Mi Goreng di sekitar Jalan Tubagus Ismail Dalam kota Bandung, Jawa Barat.

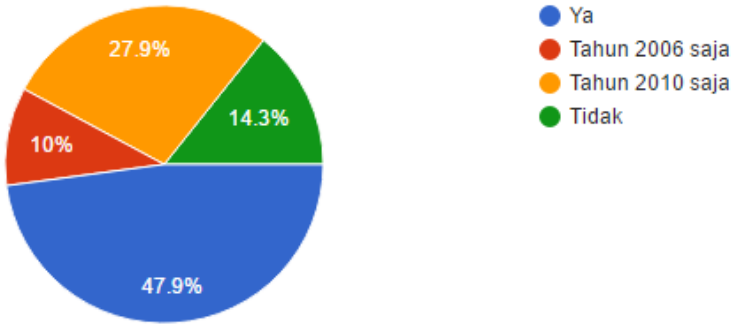
Pertanyaan yang diajukan berkaitan dengan objek penelitian yaitu foto pada kemasan Indomie varian Mi Goreng. Hal ini bertujuan agar didapatkan kumpulan data hasil dari pemikiran atau persepsi masyarakat terhadap foto yang seperti apa yang paling menggugah selera. Sampel yang diambil yaitu sebanyak 140 orang (laki-laki dan perempuan) yang dimana ketentuan tersebut diambil berdasarkan dari beberapa pendapat ahli tentang cara menentukan sampel. Adapun rentan usia responden yaitu antara 18-25 tahun.

Berikut merupakan rincian pertanyaan yang diajukan pada kuesioner:

1. Apakah selera makan Anda langsung tergugah saat melihat kedua foto pada kemasan Indomie diatas?
2. Apakah menurut Anda penambahan piring dan garpu pada kemasan tahun 2010 ikut berpengaruh dalam menggugah selera Anda?
3. Apakah penambahan makanan seperti telur, udang, dan sayur pada kedua kemasan ikut berpengaruh dalam menggugah selera?
4. Penataan sajian (mi, telur, udang, dan sayur) manakah yang menurut Anda paling menggugah selera?
5. Apakah foto tahun 2006 yang berjarak dekat (*Close Up*) atau tahun 2010 yang berjarak agak jauh (*Full Shot*) yang lebih menggugah selera?
6. Secara keseluruhan, foto pada kemasan Indomie manakah yang menurut Anda lebih menggugah selera?

III.3.1 Hasil Jawaban Kuesioner

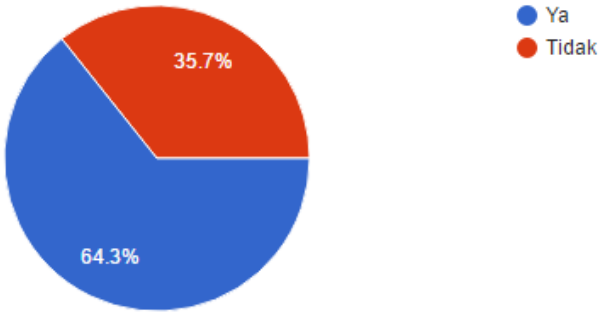
1. Apakah selera makan Anda langsung tergugah saat melihat kedua foto pada kemasan Indomie diatas?



Gambar III.10 Diagram Kuesioner 1
Sumber: Dokumentasi pribadi

Berdasarkan hasil pertanyaan diatas, diperoleh hasil bahwa 47.9% responden merasa tergugah seleranya setelah melihat foto kedua dari kedua kemasan Indomie varian Mi Goreng. Selain itu ada sebanyak 27.9% menyatakan hanya tahun 2010 saja, 10% menyatakan hanya tahun 2006 saja, serta 14.3% menyatakan tidak tergugah sama sekali. Apabila dijumlahkan hasil keseluruhan pada masing-masing tahun maka diperoleh sebanyak 75.8% hasil untuk kemasan tahun 2010 sedangkan untuk kemasan tahun 2006 yaitu sebanyak 57.9%.

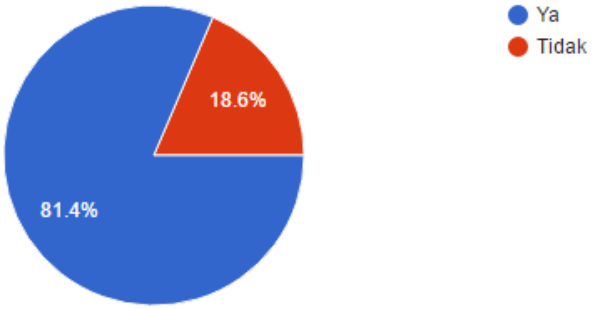
2. Apakah Apakah menurut Anda penambahan piring dan garpu pada kemasan tahun 2010 ikut berpengaruh dalam menggugah selera Anda?



Gambar III.11 Diagram Kuesioner 2
Sumber: Dokumentasi pribadi

Pada pertanyaan kedua, diperoleh hasil bahwa 64.3% responden setuju bahwa penambahan piring dan garpu ikut mempengaruhi foto agar lebih menggugah selera sedangkan sisanya (35.7%) mengatakan sebaliknya.

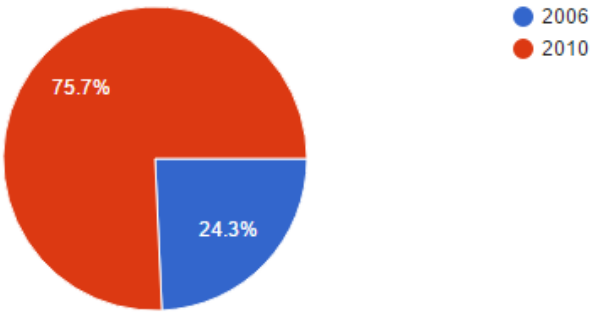
3. Apakah penambahan makanan seperti telur, udang, dan sayur pada kedua kemasan ikut berpengaruh dalam menggugah selera?



Gambar III.12 Diagram Kuesioner 3
Sumber: Dokumentasi pribadi

Hasil kuesioner pada pertanyaan ketiga menghasilkan data presentase bahwa sebanyak 81.4% responden menyatakan bahwa penambahan makanan lain pada objek makanan utama berpengaruh pada tergugahnya selera makan responden.

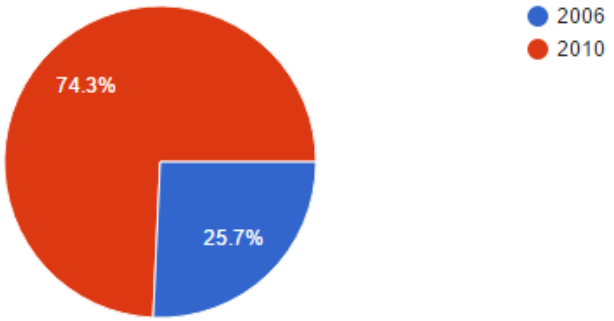
4. Penataan sajian (mi, telur, udang, dan sayur) manakah yang menurut Anda paling menggugah selera?



Gambar III.13 Diagram Kuesioner 4
Sumber: Dokumentasi pribadi

Berdasarkan hasil pertanyaan keempat, diperoleh hasil bahwa 75.7% responden merasa posisi penataan sajian makanan lebih menggugah selera pada foto kemasan tahun 2010 sedangkan sisanya (24.3%) mengatakan bahwa tahun 2006 yang penataanya paling menggugah selera.

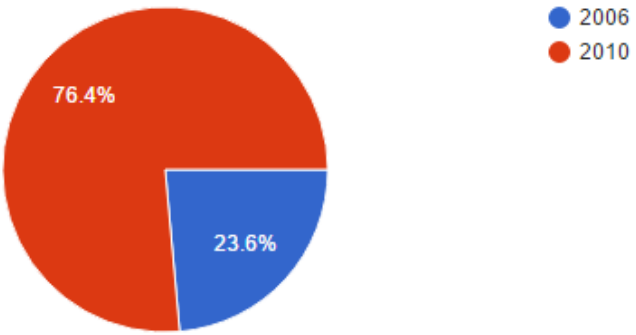
5. Apakah foto tahun 2006 yang berjarak dekat (*Close Up*) atau tahun 2010 yang berjarak agak jauh (*Full Shot*) yang lebih menggugah selera?



Gambar III.14 Diagram Kuesioner 5
Sumber: Dokumentasi pribadi

Pada pertanyaan kelima dihasilkan data presentase bahwa sebanyak 74.3% responden menyatakan bahwa foto yang diambil secara *full shot* pada tahun 2010 lebih menggugah selera dibandingkan foto *close up* pada kemasan tahun 2006 dengan hasil responden sebanyak 25.7%.

6. Secara keseluruhan, foto pada kemasan Indomie manakah yang menurut Anda lebih menggugah selera?



Gambar III.15 Diagram Kuesioner 6
Sumber: Dokumentasi pribadi

Secara keseluruhan terhadap kedua foto yang ada pada kemasan Indomie varian Mi Goreng 76.4% responden menyatakan bahwa foto tahun 2010 lebih menggugah selera. Sedangkan sebanyak 23.6% responden menyatakan bahwa foto tahun 2006 yang paling menggugah selera.