BAB I. PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

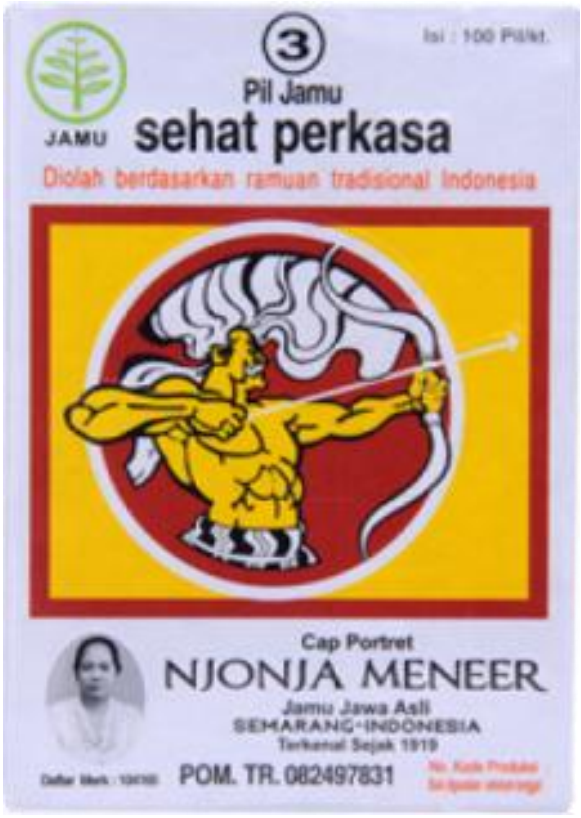
Indonesia memiliki kebudayaan dan kekayaan alam yang sangat melimpah. Salah satu kekayaaan alam Indonesia adalah minuman tradisional yang terbuat dari rempah-rempah yaitu jamu. Jamu biasanya digunakan untuk pengobatan tradisional. Jamu dapat dijumpai hampir di seluruh Indonesia. 95% penduduk Indonesia yang meminum jamu mengatakan banyak mendapat manfaat dari kegiatan tersebut (Andiati & Wahjudi, 2016). Pertumbuhan industri jamu di Indonesia memperoleh perhatian yang besar disebabkan meningkatnya permintaan dari pasar nasional maupun internasional. WHO berpendapat bahwa 80% negara Asia dan Afrika menggunakan jamu atau obat tradisional sebagai media pengobatannya (Purwaningsih & Effendi, 2015). Perkembangan jamu di Indonesia sangat pesat muncullah peranjin jamu Salah satunya Njonja Meneer.

Pada awalnya Njonja Meneer hanya meracik jamu untuk keluarga yang sedang membutuhkan. Perkembangan Jamu Njonja Meneer berawal dari tahun 1972 yang ditunjukkan oleh banyaknya konsumen yang merasakan khasiat dari jamu tersebut. Kebutuhan akan permintaan Jamu Njonja Meneer semakin meningkat namun kebutuhan konsumen tidak bisa terpenuhi (Meneer,2012). Oleh karena itu Njonja Meneer memasang foto wajahnya di kemasan jamunya untuk meminta maaf kepada konsumen yang belum dapat terpenuhi. Perusahaan Njonja Meneer yang berkembang pesat menjadikan awal kesuksesan perusahaan jamu Njonja Meneer. Pada tahun 2017, beban utang yang ditanggung serta sengketa perebutan hak kekuasaan PT. Jamu Njonja Meneer menjadi pemicu bangkrutnya perusahaan yang lahir sejak 1919 itu, yang pada akhirnya membuat perusahaan jamu tersebut dibeli oleh salah satu perusahaan besar dalam negeri.

Jamu Njonja Meneer mempunyai banyak produk yang dibagi dalam 3 kategori yaitu jamu wanita, jamu penyembuhan dan jamu pria. Selanjutnya, produk jamu wanita mempunyai kategori untuk membagi setiap produknya, seperti jamu perawatan, jamu penyembuhan, jamu kosmetik dan jamu untuk membina

kesejahteraan ibu dan anak. Jamu Njonja Meneer mempunyai produk unggulan seperti minyak telon, jamu habis bersalin, jamu galian rapet, galian singset, amurat meneer, awet ayu *buste cream* dan sehat perkasa.

Suatu produk memerlukan kemasan sebagai pelindung termasuk diantaranya adalah kemasan produk Jamu Njonja Meneer. Selain sebagai pelindung produk, sebuah kemasan harus mempunyai identitas dan keunikan, seperti kemasan Jamu pria Njonja Meneer Sehat Perkasa yang termasuk produk unggulan Jamu Njonja Meneer.



Gambar I.1 Contoh Produk Sehat perkasa
Sumber: http://njonjameneer.com/id_ID/home/20.23
(Diakses pada 21/01/2017)

Pada kemasan Jamu Pria Sehat Perkasa Njonja Meneer terlihat ilustrasi kemasan menampilkan kesan tradisional yang kental dan sederhana yaitu berupa foto cap Njonja Meneer berwarna hitam putih yang menjadi ikon Jamu Njonja Meneer.

Kemasan pada bagian ilustrasi memperlihatkan seorang pria besar gagah berotot yang sedang menarik anak panah dengan rambut panjang terurai dengan menggunakan motif celana batik yang menunjukkan kemiripan dengan tokoh cerita pewayangan. Hal ini memberikan kesan dimasukkannya cerita mitos pada ilustrasi kemasan produk Jamu Pria Sehat Perkasa Njonja Meneer. Selain itu didapat adanya kesan tradisional yang digambarkan pria berotot menarik anak panah memakai celana kain batik.

Pada kemasan Jamu Sehat Perkasa Njonja Meneer, warna yang banyak digunakan adalah dominan warna kuning, merah, putih. Selain itu, kemasan jamu Njonja Meneer diduga memiliki kedekatan dengan karakter pewayangan. Pesan yang ingin disampaikan dari gambar ini adalah karakter kuat dan hebat.

Bahwa suatu produk memiliki sebuah kemasan. Kemasan adalah bagian yang tidak bisa dipisahkan dengan produk yang memiliki manfaat utama untuk melindungi suatu produk. Selain sebagai pelindung produk, kemasan juga mempunyai kegunaan yang lain yaitu sebagai sarana informasi kepada konsumen. Perkembangan ilmu dan teknologi di dunia khususnya mengenai ilmu desain yang semakin pesat memungkinkan kemasan produk semakin kreatif dan bervariasi (Anggaraeni,2017).

Suatu produk kemasan yang menggunakan desain akan lebih menarik dibandingkan dengan produk kemasan yang tidak menggunakan desain. Dikarenakan belum adanya penelitian mengenai keunikan ilustrasi dan karakter visual produk Jamu Pria Sehat Perkasa Njonja Meneer, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang ilustrasi pada kemasan Jamu Njonja Meneer tersebut yang digambarkan pria berotot gagah perkasa dengan karakter pewayangan

I.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan di atas, dapat diidentifikasi berbagai masalah yaitu:

- Pada tahun 1972 permintaan Jamu Njonja Meneer meningkat tetapi permintaan konsumen tidak dapat dipenuhi.
- Pada tahun 2017 jamu Njonja Meneer dinyatakan bangkrut dikarenakan ada masalah manajemen perusahaan.
- Ilustrasi Jamu Njonja Meneer sehat perkasa menunjukkan adanya keterkaitan ilustrasi dengan karakter pewayangan yang identik dengan tema keperkasaan.

I.3 Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Apakah keperkasaan itu diilustrasikan dengan karakter seorang pria berotot yang sedang menarik anak panah dengan rambut terurai?

Ilustrasi pria dengan karakteristik di atas ditemukan pada kemasan Jamu Pria Sehat Perkasa Nyonya Meneer. Penelitian ini ingin melihat tentang konsep desain yang ada pada Jamu Pria Sehat Perkasa Njonja Meneer tersebut karena berkaitan erat dengan persepsi konsumen yang nantinya akan berpengaruh kepada penjualan dan penggunaan.

I.4 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini bertujuan agar permasalahan yang ada tetap berada pada jalurnya. Adapun batasan masalah yang ditentukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

Penelitian ini dilakukan pada tanda-tanda yang terdapat pada kemasan Jamu Njonja Meneer. Contoh produk adalah jamu kemasan pria sehat perkasa yang pada tahun 1980 masih berlaku sampai sekarang. Penelitian ini dilakukan pada tahun 2017/2018 di Kota Bandung, Jawa Barat.

Ilustrasi yang digunakan pada penelitian ini adalah sebuah gambar pada kemasan Jamu Pria Sehat Perkasa Njonja Meneer. Gambar ini telah digunakan oleh perusahaan sejak tahun 1980 sampai dengan 2017, yaitu sebelum adanya

kebangkrutan perusahaan. Saat ini perusahaan Jamu Njonja Meneer sementara tidak memproduksi produk jamu terlebih dahulu. Rencana produksi akan dilanjutkan pada saat masalah internal dan hutang piutang telah diselesaikan.

I.5 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dan analisis deskriptif yang berarti dilakukan secara sistematis dan faktual berdasarkan data visual yang ada serta bersifat umum dan dapat berkembang. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang menghasilkan data deskriptif. Metode pengumpulan data yang dilakukan peneliti dalam penelitian ini yaitu studi literatur melalui jurnal, artikel, dan buku-buku yang berkaitan dengan objek penelitian. Instrumen penelitian dilakukan secara objektif. Observasi dilakukan melalui kuesioner dan mengamati objek penelitian berupa kemasan jamu pria sehat perkasa Njonja Meneer.

I.6 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang dilakukan pada kemasan jamu Njonja Meneer khususnya jamu pria dari jenis kemasan jamu pria sehat perkasa adalah:

- Memahami pesan yang disampaikan dari visualisasi ilustrasi yang terdapat pada kemasan Jamu Sehat Perkasa Njonja Meneer.
- Menambah wawasan untuk mengetahui arti visual sebuah desain kemasan terutama kemasan Jamu Sehat Perkasa Njonja Meneer.

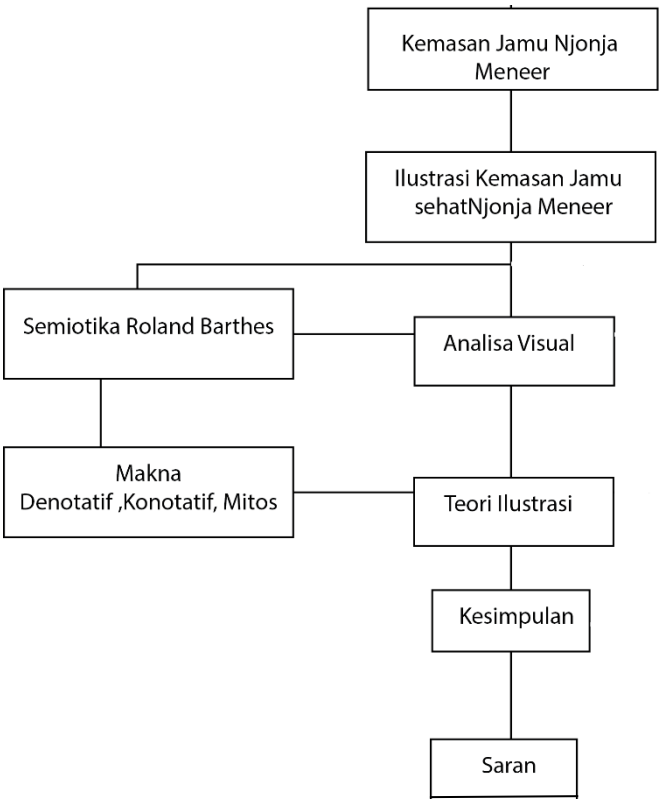
I.7 Manfaat Penelitian

Manfaat yang didapat dari penelitian ini dibagi menjadi dua bagian yaitu umum dan khusus. Adapun manfaat-manfaat tersebut yaitu:

- Mendapatkan pemahaman mengenai keunikam visualisasi yang terkandung pada kemasan Jamu Pria Sehat Perkasa Njonja Meneer .
- Mengetahui kandungan visualisasi keunikan pada kemasan jamu pria sehat perkasa.
- Sebagai referensi untuk penelitian kemasan lainnya.

I.8 Bagan/Kerangka Berpikir Penelitian

Kerangka berpikir dilakukan untuk membedah tanda-tanda visual ilustrasi yang terdapat pada kemasan jamu pria sehat perkasa Njonja Meneer, Kegiatan ini menggunakan teori ilustrasi/teori semiotika Roland Bartnes. Setelah mengetahui tanda-tanda yang terdapat visual ilustrasi kemasan, peneliti berusaha untuk mencari makna denotasi konotasi dan mencari hubungan ilustrasi dengan mitos. Kemudian dilakukan penyebaran kuesioner terhadap pria dewasa di Bandung untuk menjadi kesimpulan atau hasil untuk rujukan keilmuan desain khususnya keilmuan ilustrasi.



Gambar I.2 Gambar bagan kerangka berfikir

(Sumber: dokumen pribadi)

I.9 Sistematika Penulisan

Dalam penyajian hasil penelitian ini, penulisan disusun dengan sistematika sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Menjelaskan latar belakang masalah ilustrasi tentang kemasan Jamu Sehat Perkasa Njonja Meneer dan perkembangannya di Indonesia. Bab ini juga mengidentifikasi masalah tentang Jamu Njonya Meneer yang meningkat dan kegagalan dalam manajerial perusahaan Njonja Meneer. Dari latar belakang yang telah dikemukakan, masalah dapat teridentifikasi dan dirumuskan melalui pendekatan penelitian kualitatif dan analisis deskriptif. Manfaat penelitian juga dikemukakan pada bab ini.

BAB II DESAIN KEMASAN,

Menjelaskan mengenai teori utama dan teori pendukung dari penelitian yang dilakukan oleh penulis. Teori-teori tersebut diantaranya media komunikasi, kemasan produk, unsur-unsur desain, ilustrasi desain vektor, warna, logo, tipografi, tata letak, kemasan tradisional, periklanan, Karakter berkaitan ilustrasi teori semiotika Roland Barthes.

BAB III TINJAUAN KEMASAN JAMU PRIA NJONYA MENEER

Terdapat penjelasan mengenai objek penelitian yang dilakukan oleh penulis, yaitu profil perusahaan, elemen visual kemasan jamu, narasumber dan hasil jawaban kuesioner.

BAB IV TINJAUAN VISUAL MAKNA PADA KEMASAN JAMU PRIA SEHAT PERKASA NJONYA MENEER

Berisi tentang Analisa Semiotika, makna denotatif, konotatif dan mitos yang terdapat pada kemasan Jamu Sehat Perkasa Njonya Meneer.

BAB V KESIMPULAN & SARAN

Berisi uraian kesimpulan dan saran dari penelitian yang telah dilakukan