

BAB II

KAJIAN SUMBER

II.I Studi Literatur

Studi literatur adalah serangkaian kegiatan yang berkenaan dengan metode pengumpulan data pustaka, membaca dan mencatat serta mengolah bahan pilihan. Menurut Danial dan Warsia (2009:80), studi literatur adalah merupakan penelitian yang dilakukan oleh penulis dengan mengumpulkan sejumlah data riset jurnal dan buku buku sesuai dengan masalah dan tujuan penelitian penulis.

1. Riset rumah produksi Rossi Kedai Cemillan

Rossi kedai cemillan adalah sebuah usaha UMKM yang berdiri pada tanggal 26 Desember 2015 yang berlokasi di jalan melur 1, medan helvetia, dan di kelolah oleh ibu fitriana. Rossi Kedai Cemillan bergerak pada bidang produksi makanan ringan seperti kripik pisang original, saat ini Rossi Kedai Cemillan hanya memiliki satu karyawan, Berikut kemasan Rossi Kedai Cemillan saat ini :

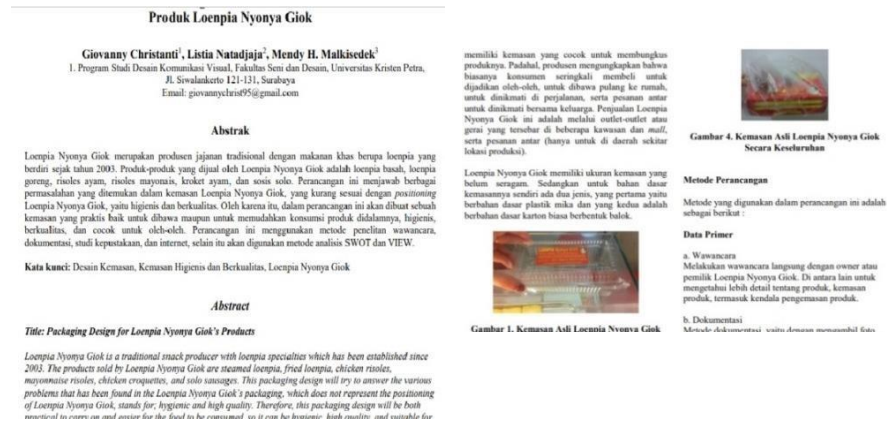
1. Kemasan pada saat ini



Gambar II.1. Foto bentuk Kemasan Rossi Kedai Cemilan

(Sumber : Rijukli 2021)

2. Perancangan Desain Kemasan Produk Loenpianyonya Giok



Gambar II.2. Screenshot Jurnal Perancangan Desain Kemasan Produk Loenpianyonya Giok(Giovanny Christanti, Listia Natadajaja, Mendy H. Malkisedek, 2015)

Dikutip dari Jurnal Giovanny Christanti, Listia Natadajaja, Mendy H. Malkisedek, yang berjudul Perancangan desain kemasan Produk Loenpianyonya Giok berhubungan dengan judul penulis yang akan di rancang yaitu dalam pembahasan desain kemasan. Jurnal ini membahas metode desain, dan memperbaharui menjadi lebih moderen dan lebih praktis dalam pengemasan, dan menampilkan estetika nilai produk dan mempertahankan keseragaman, kesatuan merek produk. Sedangkan penulis menggunakan teori warna yang di pakai dari jurnal Giovanny Christanti, Listia Natadajaja, mengutamakan keamanan dan keunikan Rossi Kedai Cemillan tersebut.

3. Semiotika sintatik pada desain kemasan pada enam varian rasa produk pocky Indonesia



Gambar II.3. Screenshot Jurnal Semiotika sintatik pada desain kemasan pada enam varian rasa produk Pocky Indonesia

(Syamira Sungkar, Krishna Hutama, Diah Asmarandani, November 2020)

Kemasan adalah wadah untuk meningkatkan nilai dan fungsi sebuah produk. (Julianti, 2014:15) Berdasarkan definisi tersebut, sejumlah fungsi kemasan dijabarkan sebagai berikut: Melindungi kualitas produk, Membuat produk tahan lebih lama, Sebagai sarana komunikasi produk dan *branding* kepada konsumen, Membantu distribusi produk dari produsen sampai ke tangan konsumen, Membuat produk dapat diproduksi secara massal, Menjadi pemicu minat beli (Cenadi, 2000:96-97). Sedangkan penulis memilih keamanan kemasan dan menjadikan kualitas produk nomor satu.

4. Perancangan desain kemasan untuk gallery dahlia sidoarjo



Gambar II.4. *Screenshot* Jurnal Perancangan desain kemasan gallery dahlia sidoarjo

(Sumber : OCVA ARSIDA 2017)

Dikutip dari jurnal Ratika Dwi Anggraini jurnal ini menjelaskan tentang perancangan desain kemasan dan teknik analisa data menggunakan analisi swot dalam proses perancangan desain kemasan. Sedangkan penulis mengangkat perancangan desain kemasan dengan menggunakan metode analisis swot dengan metode ini perancang akan membuat desain kemasan Rossi Kedai Cemilan ini menjadi produk yang berkualitas.

5. Pengaruh warna bagi suatu produk dan psikologi manusia

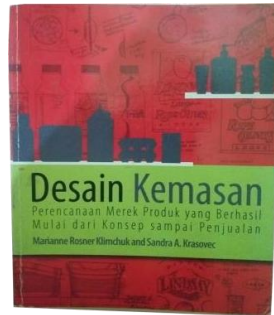


Gambar II.5. *Screenshot* jurnal Pengaruh warna bagi suatu produk dan psikologi manusia (Sumber : PATRYCIA ZHARANDONT 2015)

Di kutip dari jurnal Patrycia Zharadont menceritakan warna adalah spektrum tertentu yang terdapat di dalam suatu cahaya sempurna. (berwarna putih). Identitas suatu warna ditentukan panjang gelombang cahaya tersebut, dalam seni rupa, Setiap warna mampu memberikan kesan dan identitas tertentu sesuai kondisi sosial pengamatnya.

Warna memiliki arti dan kedudukan tersendiri bagi pengamatnya. Sehingga warna memiliki peranan penting yang diterapkan dalam kehidupan manusia. Dewasa ini warna telah digunakan sebagai simbol. Sedangkan penulis menggunakan teori warna yang di pakai dari jurnal Patrycia zharadont agar memperkuat dan arti warna dari disain Rossi Kedai Cemillan tersebut.

6. Desain Kemasan perancangan merek produk yang berhasil mulai dari konsep sampai penjualan Marianne Rosner klimchuk and Sandra A. Krasovec



Gambar II.6. Buku Desain Kemasan perancangan merek produk yang berhasil mulai dari konsep sampai penjual

(Sumber : Marianne Rosner Klimchuk November 2006)

Desain kemasan adalah bisnis kreatif yang mengkaitan bentuk, stuktur, material warna, citra *tifography*, dan elemen-elemen desain dengan informasi produk agar produk dapat di pasarkan, desain kemasan berlaku untuk membungkus, melindungi, mengirim, mengeluarkan, menyimpan mengidentifikasi, dan membedakan sebuah produk di pasar, pada akhirnya desain kemasan berlaku sebagai pemasaran produk dengan mengkomunikasikan kepribadian atau fungsi produk konsumsi secara unik. Sedangkan penulis menggunakan keserasian produk dan sistem keselarasan arti dan bentuk produk dengan isi produk, yang di pakai dari buku, (Marianne Rosner Klimchuk 9 November 2006).

II.2 Tinjauan Karya

Adapun beberapa tinjauan karya yang menjadi referensi penulis dalam pembuatan karya. Agar orientasinya tidak lari dari konsep yang akan di buat.

1. Kemasan Ampalang Bonting



Gambar II.7. *Screenshot* Kemasan Ampalang Bonting

(Sumber : <https://oleholehetam.com/tag/amplang-bonting/>)

(Ansori S, Hut. 2005)

Berdasarkan kemasan Ampalang Bonting menggunakan ide yang hanya fokus ke *design tifografinya* saja, berbeda dengan karya penulis yang mengambil design ilustrasi produk dan tifografinya juga dan mengedepankan identitas visual, dari produk dan tempat usahanya Ampalang bonting tersebut. Sedangkan penulis mengangkat tentang kenyamanan produk dan kepraktisan dari Rossi Kedai Cemilan dari pemilik Ampalang Bonting (Ansori S, Hut. 2005).

2. Chitato



Gambar II.8. *Screenshot* Kemasan Chitato

(Sumber : Axton salim1983)

Pada kemasan Chitato yang memiliki arti makna sendiri masing-masing sekaligus menampilkan singkat dari bentuk produk, warna jenis font, kelayakan kemasan dari cirikas rasa Chitato itu sendiri. Sedangkan penulis mengambil dari kreatifitas pemiliknya yaitu (Axton salim1983) mengangkat uji kelayakan, dan kesserasian *font* pada Rossi Kedai Cemilan tersebut.

3. Kemasan kripik pisang



Gambar II.9. *Screenshot* Kemasan kripik pisang

(Sumber : <https://buatlogoonline.com/membuat-desain-kemasan-produk/> Hitamediajogja 2020)

Pada kemasan kripik pisang di atas memiliki tampilan yang menarik dan lebih moderen dari segi kemasan desainya tampilan warna,bentuk ilustrasinya. Sedangkan penulis mengangkat bentuk kemasan yang moderen dan menampilkan dari ilustrasi isi bahan dari Rossi Kedai Cemillan tersebut.