

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kota Solo banyak melakukan pembangunan untuk meningkatkan pamor dan mempercantik wajah kota Solo, salah satunya penambahan ruang sosial untuk menata pedagang kaki lima serta penambahan fasilitas umum untuk menarik wisatawan. Saat ini wisata kuliner sudah menjadi suatu keharusan bagi wisatawan ketika mengunjungi suatu daerah, karena suatu daerah memiliki variasi makanan yang berbeda. Selain dikenal sebagai kota batik, beragam makanan yang ada di Solo merupakan salah satu daya tarik tersendiri bagi para wisatawan, namun waktu dan informasi yang minim menjadi salah satu hambatan, sehingga para wisatawan tidak dapat mengunjungi tempat kuliner dan mengenal berbagai macam kuliner yang ada di Solo.

Makanan khas Solo memiliki banyak pilihan tempat dan makanan yang paling terkenal antara lain: Soto gading yang berada di pusat kota alun-alun selatan kraton solo, Timlo Sastro yang berada di Pasar Gede, Serabi Notosuman, Gudeg Ceker yang berada di Jalan Monginsidi dekat SMA 1, Selat Mbak Lies yang berada di gang II Serengan, Sate Kambing Mbok Galak, Galabo Solo yang berada di Jalan Mayor Sunaryo, Cabuk Rambak, Es Gompol Pleret, Es Dawet Bu Dermi yang berada di Pasar Gede, Nasi Liwet, Sate Kere, Pasar Malam Ngarsopuro dan masih banyak lagi makan dan tempat kuliner kota Solo yang terkenal.

Banyak oleh-oleh makanan khas solo yang kurang terkenal dikalangan masyarakat contohnya adalah coklat. Oleh-oleh makanan khas Solo yang terbuat dari biji kakao salah satunya adalah Soeklat Solo. Soeklat Solo adalah jenis makanan ringan yang terbuat dari bahan dasar coklat yang diracik dalam berbagai rasa tradisional yaitu rasa original, jahe, ronde, beras kencur, kayu manis, mint, wijen, dan cengkeh. Oleh-oleh yang memadukan rempah-rempah dan coklat yang dikemas ala *ethnic* kota Solo. Selain sebagai penyedap rasa masakan, rempah-rempah dikenal juga berfungsi sebagai obat. Hal ini menyebabkan rempah-rempah semakin bernilai di mata dunia.

Soeklat Solo dapat dibeli dipusat oleh-oleh makanan khas Solo antara lain: Javenir, Dika Bakery, Pasar Gede Solo, Kampoeng Batik Kauman, dan Pasar Klewer. Coklat umumnya diberikan sebagai hadiah atau bingkisan di hari raya. Dengan bentuk, corak, dan rasa yang unik, coklat sering digunakan sebagai ungkapan terima kasih, simpati, atau perhatian. Bahkan sebagai pernyataan cinta. Coklat juga telah menjadi salah satu rasa yang paling populer di dunia, selain sebagai cokelat batangan yang paling umum dikonsumsi, coklat juga menjadi bahan minuman hangat dan dingin. Coklat memiliki kandungan alkaloid, tetapi setelah melalui rekayasa proses dapat dihasilkan coklat sebagai makanan yang disukai oleh siapapun. Biji coklat mengandung lemak 31%, karbohidrat 14% dan protein 9%. Protein coklat kaya akan asam amino *triptofan*, *fenilalanin*, dan *tyrosin*. (<https://id.wikipedia.org/wiki/coklat>).

Meski coklat mengandung lemak tinggi namun relatif tidak mudah tengik karena coklat juga mengandung *polifenol* (6%) yang berfungsi sebagai antioksidan pencegah ketengihan. Coklat juga memiliki dampak terhadap perilaku dan suasana hati. Hal ini juga sering dikaitkan dengan kandungan *phenylethylamine* yang dapat meningkatkan serapan *triptofan* ke dalam otak yang kemudian pada gilirannya menghasilkan *dopamine*. Dampak *dopamine* adalah muncul perasaan senang dan perbaikan suasana hati. Makanan coklat biasanya terbungkus kemasan dari aluminium kemudian dibungkus lagi dengan kertas atau kemasan plastik untuk menjaga suhu dalam kemasan agar tidak meleleh atau berubah bentuk dan menjaga keutuhan produknya. (<https://id.wikipedia.org/wiki/coklat>).

Dalam kemasan Soeklat Solo terdapat unsur-unsur desain kemasan yang menunjukkan ciri khas suatu daerah khususnya kota Solo yang menarik perhatian peneliti untuk menganalisa unsur-unsur desain pada kemasan Soeklat Solo. Kemasan adalah bisnis kreatif yang mengkaitkan bentuk, struktur, material, warna, citra tipografi, dan elemen-elemen desain dengan informasi produk agar produk dapat dipasarkan. 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. (Mariane Rosner Klimchuk dan Sandra A. Krasovec, 2007:33).

Persaingan produk yang semakin ketat di pasar mengharuskan produsen untuk berpikir keras meningkatkan fungsi kemasan untuk dapat memberikan daya tarik kepada konsumen melalui aspek estetika, desain, bentuk maupun warnanya. Banyak konsumen yang membeli secara sadar akan suatu produk karena tertarik pada suatu produk karena alasan desain, bentuk dari kemasan, sehingga kemasan menjadi sangat efektif untuk mendorong konsumen membeli suatu produk. (Kotler dan Keller, 2009:27).

Kemasan produk dapat menimbulkan kesan oleh konsumen, sehingga konsumen akan memilih produk tersebut karena sesuai dengan syarat yang akan dibeli misalnya produk yang tahan lama, tidak mudah rusak dan terjaga kualitasnya. Dari sisi distribusi, kemasan juga memegang peranan penting karena dengan kemasan produk akan mudah disusun, dihitung, ditangani dan disalurkan secara lebih baik dan cepat. Kemudahan dalam distribusi menjadikan kemasan didesain tertentu dan dengan ukuran yang mudah untuk dipindahkan dari suatu tempat ke tempat lainnya.

Memang harus diakui bahwa kualitas barang adalah besar sekali pengaruhnya terhadap kelancaran penjualan, tapi dalam hal ini bukan berarti masalah kemasan diabaikan. Akan tetapi bila mana orang tersebut tidak tertarik, maka orang tersebut tidak akan tahu bahwa isi didalam pembungkus tersebut adalah berkualitas baik. Mungkin jangka panjang orang akan tahu bahwa kualitasnya baik dan pada akhirnya akan menjadi langganan, tapi jelas akan membutuhkan waktu yang lumayan lama.

Peneliti memilih kemasan Soeklat Solo sebagai objek penelitian karena dari unsur-unsur desain pada kemasan memiliki ciri khas tradisional suatu kebudayaan lokal seperti pemilihan nama *merk* dengan menggunakan penulisan ejaan lama dan ilustrasi. Soeklat Solo merupakan produk yang inovatif dari biji kakao yang dikombinasikan dengan cita rasa tradisional seperti jahe, ronde, beras kencur, kayu manis, mint, wijen, dan cengkeh, dengan demikian mendorong penulis untuk menganalisa dan memahami secara mendalam tentang unsur-unsur desain kemasan yang terdiri dari elemen visual, perencanaan produksi, struktur desain, dan identitas *merk* pada kemasan Soeklat Solo.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana daya tarik visual desain kemasan Soeklat Solo?
2. Apa saja unsur-unsur desain kemasan Soeklat Solo?

C. Batasan Masalah

Dalam penelitian ini, penulis akan meneliti tentang unsur-unsur desain kemasan Soeklat Solo. Pembatasan masalah dalam penelitian ini yaitu mencakup tentang unsur-unsur desain yang terdiri dari elemen visual, perencanaan produksi, struktur desain, dan identitas *merk* pada kemasan Soeklat Solo.

D. Tujuan Penelitian

Tujuan yang akan dicapai pada penelitian ini adalah mendiskripsikan daya tarik visual dan unsur-unsur desain pada kemasan Soeklat Solo.

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mendapatkan hasil yang memuaskan dan pada akhirnya penelitian ini mempunyai manfaat sebagai berikut:

1. Bagi peneliti, dapat memberikan pengalaman, pengetahuan dibidang penelitian untuk menambah wawasan tentang estetika desain kemasan Soeklat Solo.
2. Bagi Universitas Sahid Surakarta, skripsi ini dapat digunakan sebagai referensi dan dimasukkan dalam katalog skripsi mahasiswa.
3. Bagi mahasiswa, skripsi ini dapat digunakan sebagai bahan referensi bagi penelitian selanjutnya.
4. Memberikan wawasan akan pentingnya membuat desain kemasan bagi usaha industri menengah ke atas agar dapat bersaing dengan makanan yang modern dalam pangsa makanan khas suatu tempat.

F. Metodologi Penelitian

Menetapkan metodologi penelitian merupakan suatu hal yang penting dalam melaksanakan penelitian. Hal ini dilaksanakan dengan tujuan agar dalam melaksanakan penelitian dapat mengarah arah tujuan yang diinginkan, yaitu pertanggungjawaban terhadap hasil penelitian. Berdasarkan masalah

yang dibahas, bentuk penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif. Riset penelitian kualitatif ini lebih menekankan pada masalah akan persepsi dan proses. Bentuk penelitian ini diharapkan mampu menangkap berbagai informasi kualitatif dengan deskriptif yang penuh nuansa, yang lebih berharga daripada sekedar pernyataan jumlah atau frekuensi dalam bentuk angka". (Sutopo. 1988:48). Penelitian ini juga bertujuan untuk memberikan pengetahuan, membuka wawasan baru.

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa unsur-unsur desain pada kemasan Soeklat Solo, dengan menggunakan penelitian kualitatif dengan mencari informasi data deskriptif melalui kegiatan observasi dengan menggunakan teori-teori desain kemasan dan estetika.

2. Objek Penelitian

Objek penelitian adalah desain Kemasan Kantong (*Goody Bag*), kemasan Paper Bag (*Goody Bag*), Kucir, dan minibar Soeklat Solo.

3. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian bertempat di Mojosongo RT 04 RW 09 Mojosongo Jebres Surakarta.

4. Sumber Data

Dalam menentukan sumber data, peneliti harus benar-benar berfikir mengenai kelengkapan informasi yang akan dikumpulkan. Sumber data dalam penelitian kualitatif bisa berupa orang, peristiwa dan lokasi,

dokumen atau arsip. (HB. Sutopo, 2002: 57) Proses pengumpulan data akan diperoleh dari berbagai sumber yaitu:

a. Narasumber

Informasi didapat dengan cara melakukan tanya jawab secara tidak langsung melalui via handphone dan media sosial dengan produsen sebagai pengelola dan pemilik usaha menengah ke atas produk Soeklat Solo. Ulfa Putri Arifah sebagai pemilik sekaligus pengelola yang menjelaskan sejarah berdirinya usaha Soeklat Solo.

b. Kemasan Produk

- 1) Kemasan produk yang dapat dibeli dari tempat produksi Soeklat Solo.
- 2) Kemasan yang dapat dibeli dari tempat pusat menjual oleh-oleh khas solo, antara lain Javenir, Dika Bakery, Pasar Gede Solo, Kampung Batik Kauman, Pasar klewer.

c. Gambar

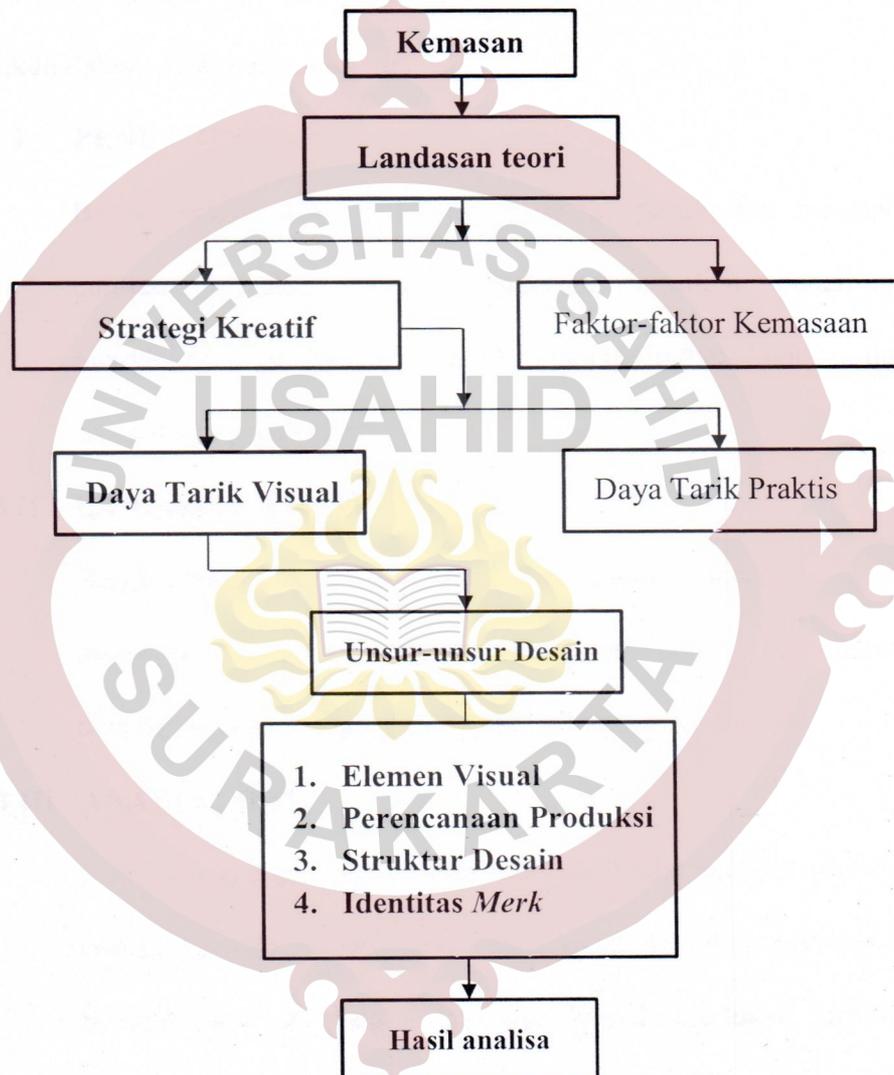
- 1) Gambar berupa kemasan didapat dari data yang dimiliki Soeklat Solo.
- 2) Gambar berupa dokumentasi foto yang diambil dengan cara mengabadikan secara langsung dengan kamera digital produk Soeklat Solo.

d. Sumber Tertulis

Informasi berupa informasi tertulis yang didapat dari buku-buku desain komunikasi visual, desain kemasan, estetika sebagai dasar teori

yang dapat dijadikan pedoman dan jelajah internet yang dapat dijadikan referensi penulisan penelitian.

G. Kerangka Berfikir



Keterangan:

— : Hubungan langsung

→ : Turunan, unsur pembentuk

H. Sistematika Penulisan

Penulisan Skripsi ini dibagi menjadi lima Bab, dimana masing-masing Bab mempunyai isi dan uraian sendiri-sendiri, namun antara Bab yang satu dan Bab yang lainnya masih ada hubungannya dan saling mendukung. Adapun gambaran yang jelas mengenai skripsi ini akan diuraikan dalam sistematika berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian, teknik pengumpulan data, dan sistematika penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Berisi tentang tinjauan pustaka dan landasan teori-teori yang menyangkut tentang desain kemasan untuk mendukung penelitian dan berbagai sumber serta buku-buku ilmiah.

BAB III ANALISA DATA

Berisi tentang pengertian dan manfaat coklat meliputi definisi coklat, sejarah coklat, kandungan coklat dan data perusahaan Soeklat meliputi latar belakang, lokasi produksi, produk, segmentasi pasar, dan media promosi.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Berisi tentang laporan hasil penelitian yang dilakukan yang membahas tentang unsur-unsur desain kemasan yang terdiri dari

elemen visual, perencanaan produksi, struktur desain, dan identitas *merk* pada kemasan Soeklat Solo.

BAB V PENUTUP

Berisi tentang kesimpulan yang menjawab permasalahan dari penelitian, dan berisi saran atau masukan untuk pengembangan dalam bidang tersebut agar bermanfaat.

DAFTAR PUSTAKA

