

BAB II

TINJAUAN UMUM

2.1 Tinjauan Pustaka

a. BAKPIA: PERJALANAN AKULTURASI CINA-INDONESIA DALAM MAKANAN KHAS YOGYAKARTA

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Martiana Novioopy Rae Rato, & Rahadjeng Pulungsari Hadi yang berasal dari Program Studi Cina, Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya, Universitas Indonesia. Riset studi yang dilakukan pada tahun 2023 terpublikasi di Jurnal Lintas Budaya (MULTIKULTURA). Latar belakang dari penulisan ini adalah bagaimana bakpia, yang awalnya merupakan kuliner khas Tiongkok, mengalami proses akulturasi budaya saat diperkenalkan ke Kota Yogyakarta. Artikel ini menjelaskan sejarah masuknya bakpia ke Kota Yogyakarta oleh pendatang Tionghoa, adaptasi bahan, resep, dan proses pembuatannya agar sesuai dengan selera masyarakat Yogyakarta, hingga pengakuan bakpia sebagai kuliner khas Kota Yogyakarta. Selain itu, jurnal ini menyoroti peran strategi bisnis, inovasi rasa, dan penerimaan masyarakat yang membuat bakpia populer sebagai oleh-oleh dari Kota Yogyakarta. Perbedaan antara penelitian pada artikel jurnal dan pada tugas akhir yang sedang di kembangkan adalah pada pembahasan dan output yang dihasilkan. Penelitian pada artikel jurnal membahas perjalanan akulturasi budaya melalui bakpia sebagai representasi sejarah dan adaptasi budaya Cina di Indonesia, dengan penekanan pada aspek sejarah dan adaptasi budaya. Sedangkan tugas akhir yang sedang di kembangkan fokus pada inovasi kemasan Bakpia Pathok 25 menggunakan konsep edukatif dan visual untuk mempromosikan budaya Kota Yogyakarta.



Gambar 2. 1 Pembuatan Bakpia

b. Analisis Fitur dan Elemen Desain Kemasan Bakpia Kenes Terhadap Persepsi Konsumen

Hasil penelitian yang dilakukan oleh c. Rachmadita Dwi Pramestia., & Susilawatib yang berasal dari Program Studi Desain Grafis, Universitas Politeknik Negeri Jakarta. Riset studi yang dilakukan pada tahun 2021 terpublikasi di Jurnal Tridarma Perguruan Tinggi (WAHANA). Jurnal mereka membahas tentang bagaimana fitur dan elemen desain kemasan berperan penting dalam memengaruhi persepsi konsumen terhadap produk. Hasil penelitian dari jurnal mereka menunjukkan bahwa elemen seperti bentuk, warna, logo, tipografi, ilustrasi, dan tata letak desain memiliki dampak signifikan dalam menarik perhatian dan menciptakan pengalaman positif bagi konsumen. Selain itu, aspek fungsional seperti kemudahan dibawa, disimpan, dan digunakan juga berkontribusi pada kepuasan konsumen, sehingga mendukung keputusan untuk membeli produk. Perbedaan utama antara artikel jurnal dan tugas akhir yang sedang dikembangkan terletak pada fokus kajian dan outputnya. Artikel jurnal mereka adalah menganalisis fitur dan elemen desain kemasan Bakpia Kenes dengan tujuan memahami dampak desain terhadap persepsi konsumen.

Sedangkan tugas akhir yang sedang dikembangkan berfokus pada inovasi desain kemasan Bakpia Pathok 25 untuk memperkenalkan budaya Yogyakarta. Artikel jurnal mereka lebih berfokus pada analisis fungsi kemasan, sedangkan tugas akhir yang sedang dibuat lebih pada pelestarian budaya melalui desain.



Gambar 2. 2 Kemasan Bakpia Kenes

c. BUKU LAYOUT 2020 SURIANTO RUSTAN

Buku Layout karya Surianto Rustan (2020) menjadi salah satu referensi dalam memahami prinsip tata letak dalam dunia desain grafis, termasuk dalam konteks desain kemasan. Dalam buku ini, membahas berbagai aspek penting dalam penyusunan layout, seperti keseimbangan, hirarki visual, konsistensi, dan kontras. Ia menekankan bahwa layout bukan sekadar penempatan elemen secara estetis, tetapi juga harus mampu mengarahkan perhatian dan membangun komunikasi visual yang efektif dengan audiens.

Buku ini menjelaskan bagaimana unsur-unsur seperti tipografi, gambar, warna, dan ruang kosong harus diorganisasi dengan cermat agar pesan desain dapat tersampaikan dengan jelas. Dalam konteks kemasan, layout yang baik tidak hanya memperindah tampilan tetapi juga mendukung fungsi informatif dan promosi produk.

Perbedaan utama antara buku referensi ini dan tugas akhir yang sedang dikembangkan terletak pada pendekatannya. Buku Layout lebih

menekankan prinsip umum tata letak dalam desain grafis secara luas, sementara tugas akhir yang sedang dikerjakan fokus pada penerapan prinsip-prinsip tersebut dalam inovasi desain kemasan Bakpia Pathok 25, dengan tujuan memperkenalkan nilai-nilai budaya Yogyakarta. Buku ini memberikan dasar teori dan teknis yang kuat sebagai landasan visual, sedangkan tugas akhir mengembangkan desain dengan pendekatan kultural.

2.2 Tinjauan Teori

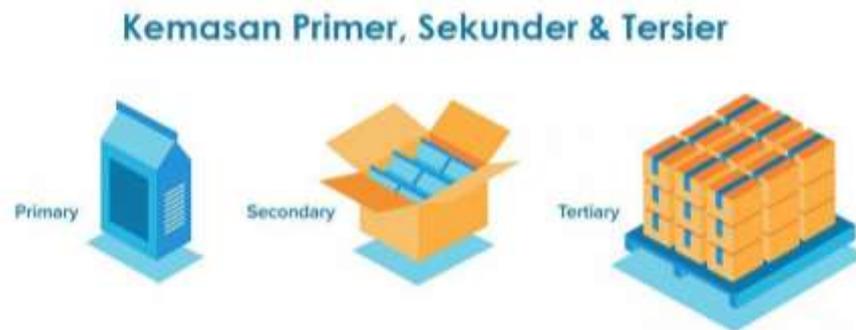
2.2.1 Teori Kemasan

Kemasan atau bisa disebut juga *packaging* awalnya berasal dari kata “*package*” yang dapat di artikan kedalam bahasa indonesia adalah “membungkus atau mengemas.” Bisa disimpulkan bahwa kemasan adalah wadah atau pembungkus yang digunakan untuk melindungi, mengawetkan, dan mempermudah distribusi suatu produk. Kemasan juga berisikan informasi mengenai bahan yang digunakan dan kandungannya. Kemasan dapat memberikan citra tertentu guna menarik konsumen untuk membeli produk. Kemasan juga berperan dalam komunikasi pemasaran, di mana desain yang menarik dapat memberikan kesan pertama yang baik bagi calon pembeli (Suryatanaga, 2012).

Kemasan adalah suatu proses yang melibatkan perancangan, pembuatan, dan penggunaan wadah atau pembungkus untuk melindungi produk. Fungsi utama kemasan adalah menjaga kualitas produk dari kerusakan fisik, kimia, dan biologis selama proses produksi, distribusi, hingga sampai ke tangan konsumen. Selain itu, kemasan juga berperan penting dalam memberikan informasi mengenai produk, menarik minat konsumen, serta memudahkan proses penyimpanan. Material kemasan yang digunakan sangat beragam, mulai dari bahan alami seperti kertas dan kayu hingga bahan sintesis seperti plastik (Ermawati, 2019).

Redesain kemasan Bakpia Pathok 25 merujuk pada konsep kemasan yang dikemukakan oleh Kotler dan Armstrong. Kemasan memiliki peran penting dalam pemasaran produk. Kemasan tidak hanya berfungsi sebagai pembungkus, tetapi juga sebagai media komunikasi visual yang efektif, yang dapat menarik perhatian

konsumen, memperkuat identitas merek, dan memengaruhi keputusan pembelian melalui elemen desain seperti warna, tipografi, ilustrasi, dan informasi produk (Dyahayu, 2023).



Gambar 2. 3 Jenis-Jenis Kemasan

Klasifikasikan kemasan terdapat tiga jenis:

- a. Kemasan Primer adalah kemasan yang langsung berhubungan atau bersentuhan dengan produk, biasanya ukuran relatif kecil. Sebagai contoh kemasan makanan ringan atau snack, kemasan sachet untuk sampo, deterjen, kecap, saos tomat, mie instant, gelas plastik.
- b. Kemasan Sekunder adalah untuk melindungi kemasan primer agar dapat sampai di tangan konsumen tetap aman dan tidak rusak. Sebagai pelindung tambahan, kemasan sekunder juga diperlukan untuk produk-produk tertentu seperti makanan untuk menjaganya dari kerusakan terutama kerusakan fisik produk, agar tetap utuh saat sampai di tangan konsumen (Wahyudi, 2023). Sebagai contoh kemasan karton atau kardus mie instant, kemasan kardus air minum dalam kemasan.
- c. Kemasan Tersier adalah kemasan ketiga yang isinya sejumlah kemasan sekunder. Kemasan ini fungsinya untuk pengiriman lokal, antar pulau atau antar negara. Memiliki syarat tahan benturan, tahan cuaca dan berkapasitas besar. Sebagai contoh kotak karton bergelombang dan kontainer.

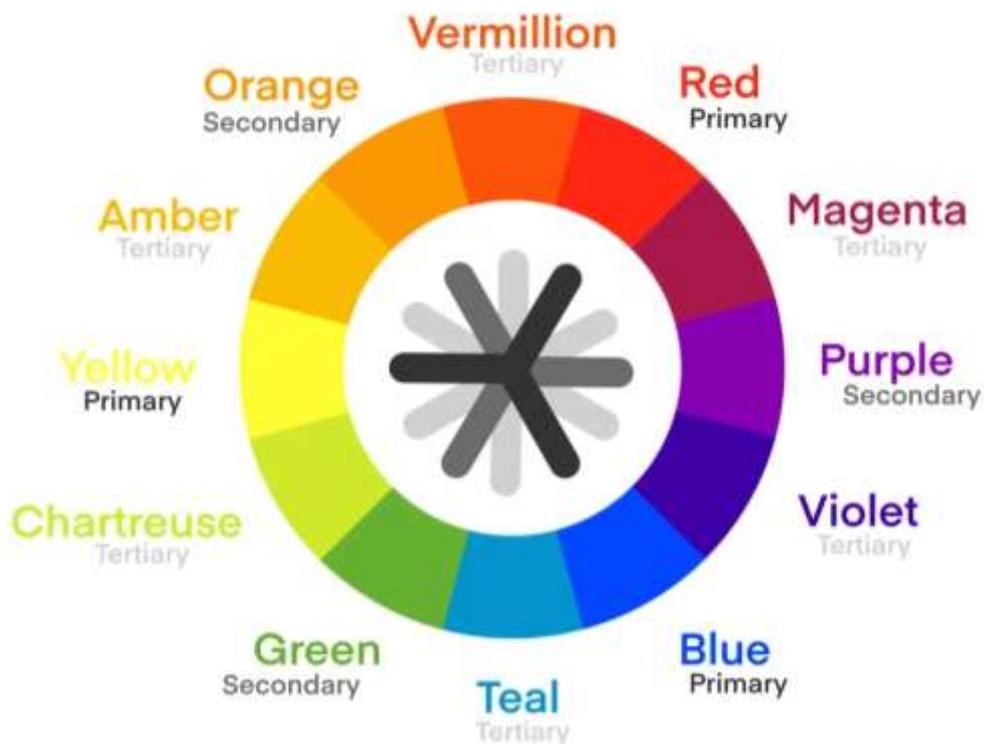
kemasan berfungsi untuk perlindungan, penyampaian informasi, dan mendukung strategi pemasaran, sebagaimana dijelaskan oleh Kotler dan Amstrong dalam klasifikasi kemasan menjadi primer, sekunder, dan tersier. Redesain kemasan Bakpia Pathok 25 dipilih untuk memperkuat identitas merek melalui elemen desain yang sesuai dengan budaya Yogyakarta. Proses ini tidak hanya relevan bagi target pasar lokal dan wisatawan, tetapi juga bertujuan untuk mendidik generasi muda tentang kekayaan budaya melalui desain kemasan. Keseluruhan konsep ini mendukung perancangan kemasan Bakpia Pathok 25 sebagai alat pelestarian budaya Yogyakarta.

2.2.2 Warna

Warna merupakan spektrum spesifik yang terkandung dalam cahaya sempurna yaitu putih. Identitas warna ditentukan oleh panjang gelombang cahaya (Ramadhani, 2023). Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), warna merupakan kesan yang diperoleh mata dari cahaya yang dipantulkan oleh benda-benda yang dikenai cahaya tersebut. Secara fisik, warna dapat diartikan sebagai sifat cahaya yang dipancarkan, sedangkan secara subjektif atau psikologis, warna merupakan bagian dari pengalaman penglihatan manusia dan reaksi otak terhadap rangsangan visual tertentu. Warna terlihat karena cahaya mengenai suatu benda, yang kemudian memantulkan cahaya ke retina manusia sehingga menghasilkan

kesan warna tertentu. Misalnya, suatu benda tampak merah karena pigmen benda tersebut memantulkan warna merah dan menyerap warna lainnya.

Menurut Brewster, warna dikelompokkan menjadi empat kategori yang diorganisasikan dalam bentuk lingkaran berisi berbagai warna . Berikut adalah pembagian warna yang dijelaskan oleh Brewster:



Gambar 2. 4 Colorwheel

a. Warna primer

Warna primer, atau yang dikenal sebagai warna dasar, adalah warna-warna yang tidak berasal dari campuran warna lain. Warna-warna ini meliputi merah, kuning, dan biru. Ketiga warna ini secara teori dianggap sebagai pigmen primer yang menjadi dasar dalam pencampuran berbagai warna lainnya.

b. Warna Sekunder

Warna sekunder dihasilkan dari pencampuran warna primer dalam perbandingan yang sama, yaitu 1:1. Kombinasi warna primer tersebut

meliputi merah dan kuning yang menghasilkan jingga, biru dan kuning yang menghasilkan hijau, serta merah dan biru yang menghasilkan ungu.

c. Warna Tersier

Awalnya, warna tersier merujuk pada warna netral yang dihasilkan dari pencampuran tiga warna primer dengan perbandingan sama, yaitu 1:1:1. Namun, sekarang warna tersier lebih sering diartikan sebagai hasil campuran antara dua warna sekunder. Contohnya adalah jingga kekuningan, yang dihasilkan dari mencampurkan warna jingga dengan kuning.

d. Warna Netral

Menurut teori warna Brewster, warna pokok adalah warna netral. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, warna netral terbentuk dari pencampuran warna dasar—merah, biru, dan kuning—dengan perbandingan yang sama, yaitu 1:1:1. Selain itu, campuran antara warna primer dan tersier juga dapat menghasilkan warna netral.

Penulis menerapkan teori warna Brewster untuk merancang desain kemasan Bakpia Pathok 25. Teori warna ini digunakan untuk memilih warna yang tepat untuk membuat kemasan yang sesuai dengan cirikhas Yogyakarta

2.2.3 Ilustrasi

Ilustrasi adalah sebuah citra yang dibentuk untuk memperjelas sebuah informasi dengan memberi representasi secara visual. Esensinya terletak pada pemikiran, ide, dan konsep yang mendasari pesan yang ingin disampaikan. Ilustrator berperan menghidupkan atau memberikan bentuk visual. Seiring waktu, ilustrasi telah menjadi cara untuk memvisualisasikan pikiran dan ide serta mempengaruhi masyarakat dalam hal keyakinan dan tren. Sejarah ilustrasi berawal dari dunia buku, dengan fungsi awalnya sebagai pendamping tulisan, terlihat dari catatan visual di gua, manuskrip abad pertengahan, hingga buku dan koran di abad ke-15 hingga 18. Ilustrasi mencapai masa keemasan pada revolusi industri sekitar 1890-1920, di mana penemuan mesin cetak menjadikan media cetak sebagai komunikasi utama (Witabora).



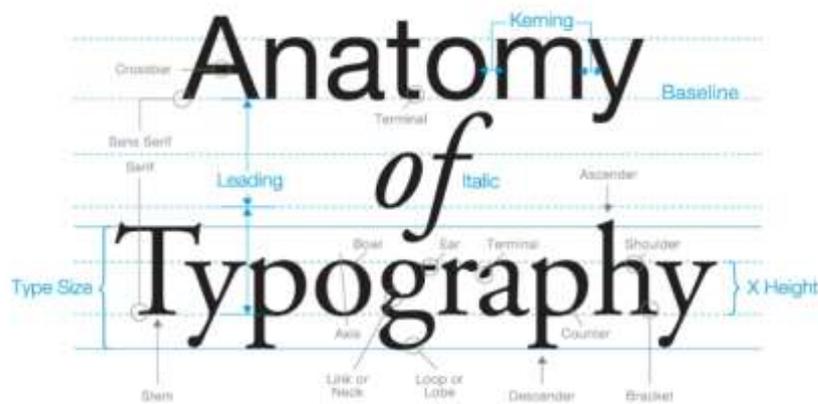
Gambar 2. 5 Perkembangan dan Evolusi Kreativitas Visual

Ilustrasi line art dalam perancangan desain kemasan Bakpia Pathok 25 bertujuan untuk mengkomunikasikan budaya Yogyakarta secara visual kepada konsumen, yang sebagian besar adalah masyarakat yang peduli dengan warisan budaya dan tradisi. Ilustrasi yang sesuai dengan tema budaya Yogyakarta dapat menarik perhatian dan menciptakan hubungan emosional dengan target audience yang mengapresiasi nilai budaya lokal. Dengan menggunakan *Ilustrasi line art* desain kemasan tidak hanya menarik secara estetika, tetapi juga efektif dalam memperkenalkan dan melestarikan budaya Yogyakarta, sejalan dengan tujuan utama pelestarian budaya dalam desain kemasan Bakpia Pathok 25.

2.2.4 Tipografi

Tipografi adalah suatu Ilmu atau seni atau teknik dalam menyusun elemen elemen huruf ataupun teks agar dapat dibaca dan maknanya tersampaikan dengan jelas dan me-miliki nilai estetika. Secara umum tipografi dapat juga dianggap sebagai Ilmu yang membahas Teknik dalam pemi-lihan dan penataan huruf serta pengaturan distribusi huruf atau teks pada ruang atau media yang tersedia agar dapat menyampaikan makna dari teks tersebut dan juga untuk menciptakan suatu kesan

tertentu yang membantu pembaca agar dapat membaca teks tersebut dengan nyaman (Iswanto, 2023).



Gambar 2. 6 Typography

Berikut adalah hal-hal yang perlu diperhatikan dalam perancangan desain kemasan Bakpia Pathok 25:

a. *Typeface*

Pemilihan jenis huruf yang tepat sangat penting untuk memberikan kesan visual yang kuat pada desain kemasan. Typeface yang sesuai dengan elemen budaya Yogyakarta dapat menambah daya tarik dan kesan estetis pada kemasan.

b. *Leading*

Pengaturan ruang kosong antar elemen teks perlu diperhatikan untuk memberikan kenyamanan dalam membaca. Leading yang tepat membantu teks pada kemasan terlihat lebih rapi dan mudah dipahami.

c. *Figures*

Angka-angka pada kemasan digunakan untuk memberikan informasi lebih rinci, seperti harga atau informasi produk lainnya. Penulisan angka yang jelas dan mudah dipahami akan memperjelas detail produk.

d. Letter Spacing

Jarak antar huruf harus diatur dengan cermat untuk menciptakan tampilan yang bersih dan mudah dibaca. Spasi yang tepat akan meningkatkan kualitas visual kemasan dan kenyamanan pembaca.

e. Colour

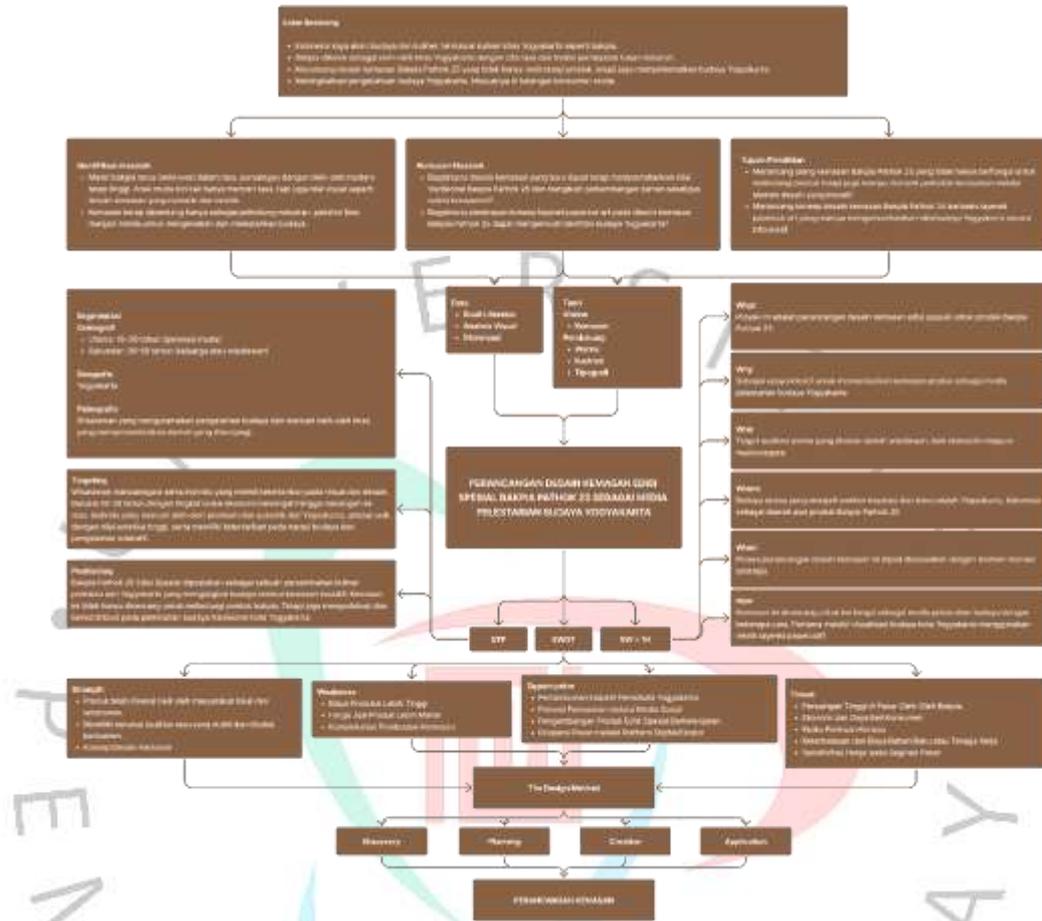
Pemilihan warna pada kemasan harus dipertimbangkan dengan hati-hati untuk menciptakan keseimbangan visual. Warna yang tepat membantu meningkatkan keterbacaan dan memberikan kesan yang mendalam tentang budaya Yogyakarta yang ingin disampaikan.

f. Readability

Kenyamanan pembaca dalam membaca informasi pada kemasan dipengaruhi oleh pemilihan typeface, ukuran, ruang kosong, dan warna. Semua elemen ini harus dirancang dengan baik agar kemasan mudah dibaca, menarik, dan menggambarkan budaya Yogyakarta dengan tepat.

Teori ini menjadi panduan penulis dalam menentukan dan memperhatikan penggunaan tipografi yang tepat dalam perancangan desain kemasan Bakpia Pathok 25. Tipografi yang dipilih untuk desain kemasan akan membantu penulis dalam menciptakan kemasan yang sesuai dengan target konsumen dan menyampaikan informasi yang dibutuhkan.

2.3 Kerangka Berpikir



Gambar 2.7 Kerangka Berpikir