

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Landasan Teori**

##### **2.1.1 Kemasan**

Kemasan merupakan wadah yang berfungsi untuk mengemas sebuah produk seperti makanan atau minuman. Menurut Th Susetyarsi (2012: 19) Kemasan merupakan salah satu strategi produk yang dipakai oleh perusahaan untuk menampakkan produk agar lebih menarik baik dari segi bentuk, warna, sehingga produk dapat terjaga kualitasnya. Fungsi kemasan :

1. Sebagai wadah : Untuk melindungi isinya dari pengaruh luar maupun untuk menjaga agar sifat-sifat isinya tidak hilang.
2. Sebagai sarana promosi dan informasi.
3. Kemasan sebagai wadah.

Suatu produk dapat dipasarkan dengan menggunakan kemasan yang berbeda, sesuai dengan strategi pemasaran perusahaan yang bersangkutan. Jadi dapat dikatakan bahwa kemasan adalah suatu kegiatan merancang dan memproduksi wadah untuk kepentingan sebuah produk.

##### **2.1.2 Kopi**

Kopi merupakan minuman seduhan dari biji yang dihaluskan menjadi bubuk. Awalnya, kopi dianggap minuman biasa, namun belakangan kopi yang diyakini memiliki khasiat

sebagai penghilang stres mulai digemari kalangan anak muda sekarang. Bahkan, tak sebatas sebagai konsumsi, kopi juga dijadikan sebagai gaya hidup yang bercirikan dinamis.

Menurut data statistik dari *International Coffee Organization* pada tahun 2000-2010, konsumsi kopi dunia terus meningkat sebesar 3-4% setiap tahunnya. Di Indonesia sendiri konsumsi masyarakat Indonesia akan kopi meningkat pesat sebesar 98% dalam 10 tahun terakhir. Tanaman kopi dibawa masuk ke Indonesia pada masa kolonial Belanda, yang berhasil membuat Indonesia sebagai salah satu negara penghasil kopi utama di dunia hingga kini (Devanny, 2017: 153).

Dari sinilah budaya kopi pertama kali masuk ke Indonesia dan menghasilkan berbagai macam kebudayaan tentang kopi. Namun akibat arus globalisasi dan kapitalisme Belanda yang di terima Indonesia, budaya kopi Indonesia hanya menjadi bagian dari keseharian dan tidak banyak apresiasi masyarakat lokal. Budaya kopi yang ada di Indonesia mendapatkan banyak pengaruh dari Eropa (Italia), Cina, Melayu, dan budaya lokal (seperti Sumatra Selatan).

### **2.1.3 Tipografi**

Menurut Prissy (2017: 151) tipografi adalah seni menyusun huruf-huruf sehingga dapat dibaca tetapi masih mempunyai nilai desain. Tipografi digunakan sebagai metode

untuk menerjemahkan kata-kata (lisan) ke dalam bentuk tulisan (visual). Seorang tipografer berusaha untuk mengkomunikasikan ide dan emosi dengan menggunakan bentuk huruf yang telah ada, contohnya penggunaan bentuk *Script* untuk mengesankan keanggunan, keluwesan, feminitas, dan lain-lain. Karena itu seorang tipografer harus mengerti bagaimana orang berpikir dan bereaksi terhadap suatu *image* yang diungkapkan oleh huruf-huruf.

#### **2.1.4 Warna**

Menurut Adi dalam I Gusti dkk (2015: 780) warna merupakan pelengkap gambar serta mewakili suasana kejiwaan pelukisnya dalam berkomunikasi. Warna juga merupakan unsur yang sangat tajam untuk menyentuh kepekaan pengelihatan sehingga mampu merangsang munculnya rasa haru, sedih, gembira, mood atau semangat

Maka warna mempunyai peranan sangat penting, yaitu: warna sebagai warna, warna sebagai representasi alam, dan warna sebagai lambang/symbol. Demikian dapat disimpulkan bahwa warna merupakan salah satu elemen yang mewakili suasana hati sehingga mampu menimbulkan rasa bagi seseorang. Warna sendiri juga memiliki dampak yang berperan penting dalam seni itu sendiri.

### **2.1.5 Bentuk**

Menurut Athika dan Lukman (2016: 54) bentuk adalah seperangkat garis yang ditempatkan berdekatan, memiliki diameter, tinggi dan lebar. Ini merupakan obyek 2 (dua) dimensi. Berdasarkan sifatnya, bentuk dapat dikategorikan menjadi tiga yaitu huruf, simbol, dan bentuk nyata. Selain itu hal ini dapat digunakan sebagai perantara sebuah ide. Berdasarkan penjelasan para ahli di atas, penulis menyimpulkan bahwa bentuk adalah penanda visual garis yang berdekatan dan memiliki sebuah ruang.

### **2.1.6 Sketsa**

Menurut Anton dkk (2017: 69) sketsa adalah gambar sederhana atau *draf* kasar yang melakukan bagian-bagian pokok tanpa *detail*. Sedangkan menurut Banny (2013: 35) sketsa merupakan tahap awal setelah memperoleh ide tau gagasan awal. Demikian dapat disimpulkan bahwa sketsa adalah bagian-bagian kasar pokok sebagai goresan awal ide yang dibuat untuk menjadi sebuah karya seni.

### **2.1.7 Tata Letak**

Menurut Ghaisani dkk (2017: 636) layout ialah menyusun, menata atau memadukan unsur-unsur komunikasi visual yang komunikatif, estetik, persuasif, agar menarik perhatian serta tercapainya tujuan secara cepat dan tepat dikenal dengan istilah tata letak. Berdasarkan pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa tata

letak ialah pengaturan sebuah huruf, garis, objek dan gambar agar sesuai dengan komposisi yang baik.

### 2.1.8 Motif Songket

Songket Palembang adalah kain adat tradisional Palembang. Menurut Retno dan Sondang (2016: 104) lepus adalah kain songket yang kainnya penuh dengan cukitan (sulaman) benang emas dengan kualitas tinggi dan didatangkan dari China. Beberapa diantaranya, kain songket ini dibuat dengan menggunakan benang emas lama yang berusia ratusan tahun, karena kainnya sudah hancur.

Kualitas jenis songket lepus merupakan yang tertinggi dan termahal harganya. Banyak dari kalangan warga Palembang menggunakannya sebagai anter-anteran pernikahan. Tidak banyak orang luar daerah tau motif songket ini juga digunakan di *Underpass* Simpang Patal Palembang.



**Gambar 2.1 Songket Lepas**

( Sumber: [www.Pelajarindo.com](http://www.Pelajarindo.com))

## 2.2 Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu akan dipaparkan secara ringkas karena penelitian ini mengacu pada beberapa penelitian sebelumnya. Berikut ringkasan beberapa penelitian terdahulu:

**Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu**

Judul	Penulis / Tahun	Hasil
1. Kemasan Produk Ditinjau Dari Bahan Kemasan, Bentuk Kemasan Dan Pelabelan Pada Kemasan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Minuman Mizone Di Kota Semarang	Th susetyarsi / Oktober 2012	Dalam penelitian ini diteliti mengenai kemasan produk ditinjau dari bahan kemasan, bentuk kemasan dan pelabelan kemasan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian pada produk Mizone Di Kota Semarang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa benar ketiga variable tersebut berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Dalam penelitian ini digunakan tehnik analisis menggunakan regresi, koefisien detrminasi dan uji F dengan bantuan program SPSS.
2. Redesain Kemasan Kotak Kopi Bubuk Surya Di Dairi, Sumatera Utara	Husni Sihhah Angkat, Hendra Afriwan dan Yofita Sandra / Juni 2015	Hasil karya akhir berupa kemasan sebagai media utama, yang didalamnya dikenalkan keunggulan dan kenikmatan hasil produk juga sebagaian informasi penting perusahaan.

<p>3. Redesain Kemasan Bandeng Duri Lunak Sebagai Upaya Peningkatan Citra Oleh-Oleh Khas Kota Semarang Dengan Pendekatan <i>Kansei Engineering</i> Dan Kano Model</p>	<p>Irene Novita Sutanto, Prayanto Widyo Harsanto, dan Adiel Yuwono / 2013</p>	<p>Redesain dibuat untuk memberi kesan klasik dari masa kolonial tetapi tetap memiliki nilai fungsional modern dengan bentuk yang lebih praktis. Diharapkan dengan adanya redesain kemasan menjadi klasik modern ini dapat memberikan pencitraan yang tepat dalam benak masyarakat dan memiliki nilai lebih untuk bersaing.</p>
---	---	---

Jadi hubungan penelitian sebelumnya dan saat ini berada pada dampak lingkungan dari kemasan tersebut.