

## UNSUR VISUAL KEMASAN GRANOLA CREATIONS

Siti Desintha<sup>1</sup>, Intan Kusuma Ayu<sup>2</sup>, Haliza Octamediana<sup>3</sup>  
<sup>1, 2, 3</sup> Universitas Telkom, Desain Komunikasi Visual, Bandung, Indonesia  
desintha@telkomuniversity.ac.id

Diterima: 29 Jan 2020

Direvisi: 17 Feb 2020

Disetujui: 24 Feb 2020

**Abstrak.** Granola Creations adalah salah satu produk makanan yang berasal dari Bali, Indonesia dan diproduksi oleh Hundred Seeds. Produk yang disajikan berupa makanan kesehatan yang terbuat dari campuran sereal, gandum, kacang-kacangan, gula dan buah-buahan kering yang dipanggang. Granola Creations memiliki tampilan kemasan dengan dominan warna coklat, dan gambar dari isi produk. Pada dasarnya kemasan berperan sebagai pemberi citra utama mengenai suatu produk kepada khalayak sasaran. Penelitian dilakukan untuk mengetahui apakah unsur visual pada tampilan kemasan yang digunakan sesuai dengan citra produk Granola Creations. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif dengan pendekatan unsur, prinsip Desain Komunikasi Visual dan analisis berdasarkan material kemasan. Hasil penelitian memperlihatkan kemasan Granola Creations menggunakan teks, tata letak, tekstur dan warna tertentu yang sesuai untuk menyampaikan informasi yaitu identitas, personalitas dan citra dari produk dan memperlihatkan Granola Creations berhasil menampilkan kemasan yang komunikatif melalui tampilan visual dan bentuk fisik kemasan dalam satu kesatuan desain kemasan makanan.

Kata kunci: Granola Creations; Kemasan; Unsur Visual.

## VISUAL ELEMENTS OF GRANOLA CREATIONS PACKAGING

**Abstract.** *Granola Creations is a food product originating from Bali, Indonesia and produced by Hundred Seeds. The products are health food made from a mixture of cereals, oats, nuts, sugar and baked dried fruits. Granola Creations has the appearance of a packaging with a dominant brown color, and images of the contents of the product. Basically, packaging as the main image provider of a product to the target audience. The results of the research show that Granola Creations packaging uses text, layout, texture and certain colors that are suitable for conveying information, the identity, personality and image of the product. The study was conducted to determine whether the visual elements in the packaging display used are in accordance with the image of the Granola Creations product. This research uses descriptive analysis method with elemental approach, Visual Communication Design principles and analysis based on packaging material. The results showed that Granola Creations successfully displayed communicative packaging through visual appearance and physical form of packaging in one food packaging design.*

*Keywords: Granola Creations; Packaging; Visual Elements.*

## PENDAHULUAN.

Granola Creations adalah salah satu produk makanan granola yang berasal dari Bali, Indonesia dan didirikan pada 2012 oleh seorang ekspatriat Prancis Julien Borello yang ingin memberdayakan hasil alam dari pedalaman hutan Klungkung yang diproduksi oleh Hundred Seeds. Komitmen utama dibangunnya perusahaan ini adalah untuk mendukung petani lokal di daerah pedesaan Bali dengan menjaga metode pertanian tradisional agar tetap hidup.

Produk Granola Creations dalam menjaga produknya menggunakan kemasan. Bahan dasar plastik pada kemasan yang digunakan oleh produk Granola Creations beserta kertas kraft dengan *zip wrap* untuk menjaga kualitas dari isi produk agar tidak lembap. Tampilan pada kemasan juga menggunakan unsur visual. Kemasan merupakan suatu tempat atau wadah yang memiliki tujuan untuk meningkatkan nilai serta fungsi dari sebuah produk. Tampilan kemasan juga vital sebagai alat komunikasi dengan konsumen. Menurut Julianti (2014), kombinasi antara bentuk fisik kemasan serta tampilan pada kemasan yang komunikatif tentang suatu produk menjadi fondasi utama dalam desain kemasan. Dengan adanya tampilan kemasan, dapat memberi identitas, personalitas, serta citra pada produk di mata konsumen.

Tampilan dalam kemasan Granola Creations pada dasarnya dapat dianalisis untuk menemukan apakah tampilan kemasan yang digunakan telah memuat identitas, personalitas serta citra pada produk seperti yang dinyatakan oleh Julianti. Kemasan Granola Creation dianalisis untuk mengetahui secara lengkap isi dari tampilan dalam memberikan informasi pada konsumen.

## ALAT, BAHAN, DAN METODE PENELITIAN

Alat dan bahan yang digunakan untuk memperoleh data dalam mengkaji kemasan Granola Creations adalah kemasan Granola Creations, gawai merek Iphone tipe6 (Iphone 6), dan perangkat lunak PicPick versi 5.0.3.

Penelitian ini merupakan penelitian analisis deskriptif mengenai tampilan dan material kemasan Granola Creations dengan metode analisis unsur dan prinsip Desain Komunikasi Visual. Dalam melakukan analisis visual menggunakan teori unsur dan prinsip Desain Komunikasi Visual untuk menganalisis kemasan sebagai alat komunikasi menggunakan teori Sri Julianti, untuk menganalisis warna, tipografi, tata letak, tekstur, dan logo menggunakan teori-teori berdasarkan Adi Kusrianto, Jacob Cass dan Surianto.

## HASIL DAN PEMBAHASAN.

### Kemasan sebagai Alat Komunikasi.

Penampilan pada kemasan juga vital sebagai alat komunikasi dengan konsumen. Baik dalam peluncuran produk baru, perubahan tampilan produk, atau sebagai alat promosi pada produk yang sudah ada, tampilan kemasan adalah hal yang utama. Walaupun kreativitas desain kemasan sangat penting, tetapi fungsi dari kemasannya sebagai penunjang pemasaran produk. (Julianti, 2014).

### Desain Komunikasi Visual.

Desain adalah satu disiplin yang tidak saja mengenai eksplorasi optis, namun berkaitan dengan faktor-faktor lainnya yaitu filosofis, kultural-sosial, dan bisnis dan juga teknis. Desain berkaitan dengan estetika, kreativitas dan cita rasa. (Kusrianto, 2009).

Empat fungsi desain komunikasi visual:

- a. Untuk memberi informasi.
- b. Untuk membuka pikiran.
- c. Untuk menganjurkan (umumnya dalam periklanan).
- d. Untuk melindungi.

### Unsur Desain Komunikasi Visual.

Desain komunikasi visual merupakan pengetahuan yang bertujuan menyelami konsepsi dari komunikasi dan juga perbahasaan yang kreatif apabila akan digunakan pada media-media tertentu. Memiliki tujuan untuk menyampaikan suatu pesan maupun gagasan secara visual dengan mengelola elemen grafis agar gagasan tersebut dapat diterima oleh penerima pesannya. Menggunakan semua hal yang terlihat oleh mata sebagai alat utama untuk menyampaikan suatu pesan atau gagasan tadi. Dan semua yang terlihat disebut sebagai unsur-unsur yang terdapat pada desain terdiri dari :

- a. Titik.  
Merupakan satu unsur optis yang kecil dengan perspektif panjang dan lebarnya biasanya ditampilkan dalam kelompok.
- b. Garis.  
Adalah dua titik yang selalu dihubungkan dan berpengaruh pada pembentukan suatu bentuk/bangun/objek.
- c. Warna.  
Ditentukan oleh pigmen. Dan kesan yang terlihat oleh mata manusia merupakan pengaruh dari cahaya yang didapatkan oleh mata (Maulina, R dan Sabana, S., 2018). Sehingga 3 hal yang dapat mempengaruhi warna yaitu *hue, saturation, lightness*.
- d. Tekstur.  
Nilai raba dari suatu permukaan. Terbagi atas dua hal menurut efek tampilannya yaitu struktur semu dan nyata. Secara fisik pun dibagi atas kasar dan halus. (Kusrianto, 2009).

### Tipografi.

Suatu proses dari pembuatan seni dalam merapikan susunan bahan untuk publikasi dengan huruf cetak sebagai penggunaan. Kegiatan merapikan susunan juga mencakup perancangan dari struktur huruf cetak sampai ke kegiatan merangkai melalui komposisi yang benar hingga dapat memperoleh suatu tampilan yang diinginkan (Kusrianto, 2009).

Lazlo Moholy dalam Kusrianto mengungkapkan bahwa tipografi merupakan medium dalam berkomunikasi. Dengan itu, tipografi wajib untuk berhasil mengkomunikasikan melalui fisiknya yang sangat kuat, kemudian jelas (*clarity*), serta terbaca (*legibility*). Pengambilan keputusan dalam tipografi khususnya merancang grafis melalui perspektif terbaca akan menggapai dampak yang baik apabila menggunakan proses pemahaman makna dari naskah, mengapa naskah haruslah dibaca terlebih dahulu, dan juga siapa yang dapat membacanya (Kusrianto, 2009).

### Logo.

Berasal dari bahasa Yunani yaitu Logos yang berarti literal kata, daya pikir, akal budi. Logo bisa berbentuk gambar, ilustrasi maupun tulisan sebagai atribut dalam sebuah identitas visual. Jelas, logo merupakan simbol nyata yang paling utama seperti halnya wajah pada manusia. Dengan kata lain, logo merupakan personalitas dari sebuah merek yang secara luas dapat mengkomunikasikan produk, organisasi maupun layanan dengan cepat (Swasty, 2016). Adapun prinsip-prinsip dari perancangan sebuah logo yang dikemukakan oleh Jacob Cass dalam Swasty (2016), desainer grafis asal Australia, antara lain sebagai berikut:

- a. Sebuah logo harus dapat menjelaskan suatu produk ataupun perusahaan.
- b. Sebuah logo harus tetap efisien serta menarik walaupun dicetak dalam keadaan hitam putih.
- c. Dapat diingat dengan mudah.
- d. Dapat terbaca serta dikenali walaupun dalam ukuran yang kecil.

### Tata Letak (*Layout*)

Tata Letak (*layout*) adalah suatu sistem dasar dari desain grafis. Tata letak (*layout*) juga merupakan susunan dari sebuah unsur desain yang memiliki hubungan ke dalam satu permukaan hingga menjadi sebuah kesatuan yang sempurna, dikemukakan oleh Surianto Rustan dalam bukunya *Layout* dan Penerapannya (2014) membuat tata letak (*layout*) yaitu membuat sebuah rancangan hingga menjadi kesatuan yang akan mengkomunikasikan karya atau sebuah perancangan yang sudah disusun tersebut, sehingga sampai pada pembaca atau target *audience*. Dalam merangkai tata letak (*layout*)

dalam media cetak merupakan satu kesatuan dari kegiatan desain grafis. Dengan itu, prinsip suatu desain itu sama dengan apa yang sudah dipelajari melalui nirmana ataupun desain grafis.

**HASIL ANALISIS PRODUK.**



Gambar 1. Produk *Granola Creations*.  
(Sumber: Desintha, 2020)

Granola creations merupakan salah satu produk lokal asal Bali yang ditawarkan oleh perusahaan Hundred Seeds yaitu *oat*, kacang-kacangan dan buah kering untuk menu sarapan. Produk tersebut memiliki keunggulan dalam kualitas bahan dengan menggunakan metode tradisional oleh para petani di Bali. Dalam strategi pemasaran sehingga produknya sudah tersebar di berbagai supermarket seluruh Indonesia, Granola Creations memiliki tampilan kemasan yang cukup merepresentasikan dan memiliki daya jual (Gambar 1).

**Analisis Warna**



Gambar 2. Warna Kemasan *Granola Creations*.  
(Sumber: Desintha, 2020)

Warna dasar pada permukaan kemasan Granola Creations adalah menggunakan kode warna #B29569 yang berasal dari material yang digunakan yaitu *kraft paper* di setiap kemasan (Gambar 2). Penggunaan warna nuansa coklat yang cukup mendominasi pada kemasan tersebut merefleksikan alam, memberikan citra organik dan bersifat natural karena produk yang ditawarkan menggunakan metode tradisional. Pada tulisan produk “Granola Creations” menggunakan kode #FFFFFF (warna putih) yang memunculkan kontras warna terhadap warna dasar yang menggunakan kode warna #42302D pada kemasan. Untuk membedakan varian rasa pada produk, Granola Creations menggunakan warna-warna lain. Seperti yang telah dijelaskan oleh Kusrianto (2009) pada teori warna, bahwa 3 hal yang dapat mempengaruhi warna yaitu *hue*, *saturation*, *lightness*. Kemunculan

warna yang kontras pada visual kemasan dapat memberikan persepsi mengenai suatu varian pada produk.

### Analisis Tekstur



Gambar 3. Tekstur Kemasan *Granola Creations*.  
(Sumber: Desintha, 2020)

Sesuai dengan teori Kusrianto (2009) mengenai tekstur bahwa tekstur terbagi atas dua hal menurut efek tampilannya yaitu struktur semu dan nyata. Kemasan *Granola Creations* tidak memiliki tekstur nyata dan menonjol karena penggunaan material *kraft paper* yang cukup halus. Pada bagian atas kemasan terdapat gambar yang memiliki tekstur semu atau tidak nyata menyerupai tekstur kayu dengan kode warna #18110D sebagai dasar nama produk “*Granola Creations*” (Gambar 3). Hal tersebut mendukung produk yang ingin menonjolkan citra dan nuansa alam serta natural. Selain itu, terdapat bahan plastik yang tipis dan lembut pada jendela kemasan bagian bawah. Tujuan penggunaan bahan tersebut adalah agar calon konsumen dapat melihat langsung kualitas dan kondisi isi kemasan tersebut melalui bahan plastik yang bening dan halus.

### Analisis Tipografi



Gambar 4. Tipografi pada Kemasan *Granola Creations*.  
(Sumber: Desintha, 2020)

Tipografi yang digunakan untuk judul produk yaitu “*Granola Creations*” menggunakan jenis huruf *sans serif* yang memiliki keterbacaan yang jelas (Gambar 4). Huruf pada judul kemasan tidak memiliki sudut yang tajam, dapat mudah dibaca oleh calon konsumen. Jenis huruf tersebut memiliki karakter yang kasual, tidak kaku dan menggunakan efek tekstur pada tipografi. Penggunaan jenis tipografi tersebut untuk merepresentasikan citra produk sehingga dapat diterima oleh calon konsumen. *Bodytext*, kemasan *Granola Creations* juga menggunakan *typeface sans serif* dengan sudut yang tajam tetapi berukuran kecil sehingga kontras dengan judul berukuran besar. Sesuai dengan teori Lazlo Moholy dalam Kusrianto (2009) bahwa, tipografi wajib untuk berhasil mengkomunikasikan melalui fisiknya yang sangat kuat, kemudian jelas (*clarity*), serta terbaca

(*legibility*). Melalui analisis tampilan kemasan *Granola Creations*, pengaplikasian tipografi pada kemasan telah memiliki tingkat keterbacaan yang sesuai.

### Analisis Logo Produk



Gambar 5. Logo Produk Granola Creations.  
(Sumber: Desintha, 2020)

Kemasan *Granola Creations* menggunakan logo produk pada bagian atas kiri sebagai identitas produk (Gambar 5). Logo tersebut menggunakan *logotype* dan *logogram* dengan kode warna #1E1D0F yang mudah diingat oleh calon konsumen karena bentuknya yang sederhana. *Logotype* pada merek ini bertuliskan “Hundred Seeds” dengan menggunakan *typeface sans serif* mencitrakan sifat kokoh dan kuat. Sedangkan pada bagian *logogram* terlihat menggunakan bentuk yang diambil dari karakter biji-bijian dan terbentuk kesatuan dalam lingkaran. Berdasarkan analisis tersebut logogram sudah merepresentasikan kejelasan suatu produk, seperti yang dinyatakan Cass dalam Swasty (2016) bahwa prinsip-prinsip yang harus diterapkan dalam sebuah logo salah satunya adalah harus dapat menjelaskan suatu produk ataupun citra perusahaan.

### Analisis Tata Letak (*Layout*)



Gambar 6. *Layout* Kemasan Granola Creations.  
(Sumber: Desintha, 2020)

Sesuai dengan teori Suriyanto (2014) bahwa tata letak adalah susunan dari sebuah unsur desain yang memiliki hubungan ke dalam satu tampilan kemasan hingga menjadi sebuah kesatuan yang sempurna. tampilan kemasan pada Granola Creations memiliki satu kesatuan yang ditonjolkan melalui tipografi dan elemen visual yang saling mendominasi satu sama lain. Pada tata letak terlihat bagian kiri didominasi oleh gambar produk yaitu gandum, biji-bijian dan buah kering. Sedangkan pada bagian kanan ditempatkan untuk judul serta *body text* penjelasan mengenai varian masing-masing produk. Bagian sebelah kanan dan kiri kemasan saling berkesinambungan dan seimbang serta

sesuai porsi nya. Semua elemen gambar tidak saling menonjol satu sama lain yang dapat merusak dalam keterbacaan ([Gambar 6](#)).

## **KESIMPULAN.**

Hasil penelitian memperlihatkan kemasan Granola Creations menggunakan unsur dan prinsip Desain Komunikasi Visual dan material kemasan yang memperlihatkan citra produk. Warna, tekstur, tipografi, logo dan tata letak digunakan untuk menyampaikan informasi yaitu identitas, personalitas dan citra dari produk Granola Creations. Nuansa alam yang natural digunakan sebagai konsep visual kemasan mewakili produk yang ditawarkan yaitu menu sarapan dari oat, gandum, biji-bijian dan buah kering yang dihasilkan dari pertanian tradisional oleh para petani di Bali. Hasil analisis berdasarkan unsur dan prinsip Desain Komunikasi Visual yang didapatkan yaitu warna pada kemasan dominan menggunakan nuansa warna coklat, mencitrakan nuansa alam, organik, natural dan tradisional. Tekstur tidak nyata menyerupai kayu untuk memperkuat kesan natural, penggunaan tipografi dengan warna kontras, dapat terbaca jelas dengan tekstur untuk mencitrakan produk natural. Penggunaan logo perusahaan sebagai identitas produk untuk menguatkan citra perusahaan Hundred Seeds, sebagai perusahaan yang menjual berbagai macam produk pangan dengan bahan utama biji-bijian. Tata letak yang digunakan pada kemasan berhasil mengorganisir antara komponen teks dan gambar, terdapat kesatuan di antara teks dan gambar. Berdasarkan material, kemasan menggunakan kraft paper berwarna #B29569 untuk mendukung konsep alam, natural, organik, dan tradisional, tekstur pada material kemasan memiliki tekstur yang halus yang dilapisi oleh material plastik untuk menjaga kualitas produk. Granola Creations berhasil menampilkan kemasan yang komunikatif melalui bentuk fisik kemasan dan tampilan visual dalam satu kesatuan desain kemasan makanan.

## **REFERENSI.**

- Julianti, S. (2014). *Art of Packaging Design: Mengenal Metode, teknik, dan strategi pengemasan produk untuk branding dengan hasil maksimal*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama. ISBN: 9786020310114
- Kusrianto, A.. (2009). *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: CV. Andi.
- Maulina, R., & Sabana, S. (2018). *Sundanese Colors*. In *Proceedings of the International Conference on Business, Economic, Social Science and Humanities (ICOBEST 2018)*. doi: <https://dx.doi.org/10.2991/icobest-18.2018.77>.
- Rustan, S. (2014). *LAYOUT: Dasar & Penerapannya*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama. ISBN: 9789792239607
- Swasty, W. (2016). *Branding: Memahami dan Merancang Strategi Merek*. Bandung. PT Remaja Rosdakarya. ISBN: 07897969272003

