

TINJAUAN VISUAL KEMASAN TEH BOTOL SOSRO EDISI KHUSUS HUT RI KE-75

Yana Erlyana^{*1}, Betsymorla²

Universitas Bunda Mulia^{1, 2}

*corresponding author: yerlyana@bundamulia.ac.id

Diterima : 15/12/2020

Revisi : 15/01/2021

Diterbitkan : 25/02/2021

Abstrak. Ilustrasi sering kali digunakan sebagai salah satu elemen visual dalam perancangan desain kemasan. Bertepatan dengan perayaan HUT ke-75 RI sekaligus ungkapan terima kasih atas kesetiaan konsumen Indonesia, Teh Botol Sosro menyiapkan delapan desain botol khusus. Delapan desain khusus itu menekankan penggunaan ilustrasi pada elemen utama, dimana desain botol menggambarkan keragaman nusantara yang diwakili keunikan delapan daerah, yakni Sumatra, Jawa Barat, Jawa Tengah, Jawa Timur, Bali, Kalimantan, Sulawesi, dan Papua. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan teori Roland Barthes untuk menganalisis serta menjabarkan kode-kode budaya/kultural yang terdapat dalam ilustrasi kemasan Teh Botol Sosro edisi khusus HUT RI ke-75. Teknik pengumpulan data melalui observasi dan studi pustaka, di mana data yang dikumpulkan didapat dari berbagai sumber seperti buku, artikel, internet, maupun jurnal yang sudah ada. Hasil penelitian pada kemasan pada kemasan Teh Botol Sosro edisi khusus HUT RI ke-75 ini, dapat dilihat bahwa penggunaan serta pemilihan objek sebagai simbol dalam setiap ilustrasinya sudah cukup baik. Kode-kode budaya yang terdapat dalam setiap ilustrasi dapat membentuk sebuah informasi yang kemudian dapat dicerna dengan baik, terutama karena ilustrasi ini berkaitan dengan kehidupan masyarakat Indonesia, di mana suara-suaranya bersifat kolektif atas dasar persamaan kebangsaan, pengetahuan, budaya, dan sejarah.

Kata Kunci : kemasan, ilustrasi, budaya, semiotika

Abstract. Illustration is often used as a visual element in packaging design design. To coincide with the celebration of Indonesia's 75th Anniversary and to express gratitude for the loyalty of Indonesian consumers, Teh Botol Sosro prepared eight special bottle designs. The eight special designs emphasize the use of illustrations on the main elements, where the bottle design depicts the diversity of the archipelago which is represented by the uniqueness of eight regions, namely Sumatra, West Java, Central Java, East Java, Bali, Kalimantan, Sulawesi and Papua. This study uses a descriptive qualitative research method with Roland Barthes' theory to analyze and describe the cultural/ cultural codes contained in the illustration of Teh Botol Sosro's packaging special edition of the 75th Indonesian Independence Day. Data collection techniques through observation and literature study, where the data collected is obtained from various sources such as books, articles, the internet, and existing journals. The results of the research on the packaging on the special edition of Teh Botol Sosro package for the 75th Indonesian Independence Day, it can be seen that the use and selection of objects as symbols in each illustration is quite good. The cultural codes contained in each illustration can form an information which can then be digested properly, especially since this illustration is related to the life of Indonesian people, where the voices are collective based on national equality, knowledge, culture and history.

Keywords: packaging, illustration, culture, semiotic



This work is licensed under a CC-BY-NC

Pendahuluan

Desain sudah menjadi hal yang sangat dekat dengan keseharian masyarakat. Produsen atau perusahaan menggunakan desain baik sebagai gambaran/citra, maupun sebagai media promosi untuk jasa/produk yang ditawarkannya. Salah satu penerapan desain yang paling umum dapat kita lihat pada kemasan sebuah produk. Desain kemasan merupakan bisnis kreatif yang mengaitkan bentuk, struktur, material, warna, dan elemen-elemen desain lainnya dengan informasi produk agar dapat dipasarkan (DuPuis and Silva 2011). Desain kemasan sebuah produk akan sangat berperan dalam mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli atau membatalkan pembelian suatu produk tertentu (Klimchuk and Krasovec 2012; Szaky 2018; Wahyudi and Satriyono 2017). Semakin menarik kualitas tampilan kemasan dan isi produk maka semakin banyak konsumen yang membelinya, sehingga penjualan perusahaan akan meningkat secara signifikan. Kemasan menjadi hal pertama yang dilihat oleh konsumen sebelum memegang atau mengetahui isi produk tersebut (Erlyana 2019). Melalui tampilan suatu kemasan, konsumen dapat mencoba memahami isi pesan yang disampaikan melalui kemasan produk tertentu, dan pada umumnya kemasan selalu memberikan dampak yang baik dan berarti bagi konsumen, bahkan konsumen rela membayar lebih banyak/lebih mahal untuk produk yang berkemasan lebih cantik, menarik, berbeda dan unik dari produk sejenis (Apriyanti 2018). Desain menjadi penting dalam hal ini, karena melalui desain kita dapat meningkatkan nilai lebih dari sebuah produk dengan tidak hanya sebagai sebuah fungsi utama tetapi sebagai sebuah elemen pendukung dari nilai merek atau branding (Erlyana 2018). Dalam penelitian lain juga mengatakan bahwa desain kemasan dalam sebuah produk merupakan alat promosi yang baik terutama dalam dunia ritel (Erlyana 2019).

Salah satu cara untuk membuat desain kemasan yang menarik adalah dengan menggunakan ilustrasi. Ilustrasi pada kemasan dapat memberi kesan berbeda terhadap kepribadian merek. Bila digunakan secara efektif, ilustrasi/foto dapat memberikan impresi visual yang kuat dan dapat membangun citra produk di benak target audience (Erlyana 2019). Sebagai strategi komunikasi produk ilustrasi mampu meningkatkan ketertarikan konsumen untuk melihat gambar sebelum membaca teks. Ilustrasi pada kemasan dapat berupa gambar produk secara penuh, gambar kandungan bahan pada produk, maupun gambar ilustrasi grafis berupa simbol sebagai daya tarik (Mukaromah 2016). Ditekan dalam penelitian kemasan, bahwa penggunaan ilustrasi pada desain kemasan, diharapkan dapat membantu informasi yang disampaikan menjadi lebih mudah diserap dan diingat oleh konsumen yang ditarget sekaligus juga dapat menjadi identitas produk di mata konsumen (Ulita and Setyawan 2016). Jadi dapat disimpulkan bahwa sebuah kemasan dipandang akan lebih berdaya tarik bila dibubuhi ilustrasi, kecuali untuk kondisi tertentu mungkin tidak diperlukan ilustrasi. Berbeda dengan teks, elemen gambar pada kemasan dapat menimbulkan persepsi yang positif mengenai produk. Dapat dikatakan ilustrasi mampu menimbulkan ikatan emosional terhadap audiens dengan sebuah karya desain grafis, serta menambahkan nilai-nilai artistik pada sebuah karya desain grafis (Yan 2019). Ilustrasi yang baik harus memenuhi beberapa persyaratan, antara lain komunikatif, informatif, Gambar ilustrasi dibuat sederhana mungkin dan pembuatan gambar ilustrasi disesuaikan dengan tema atau isi teks (Wongso and Erlyana 2019).

Menambahkan unsur ilustrasi pada kemasan produk juga dilakukan oleh Teh Botol Sosro pada kemasan botol PET ukuran 300ml miliknya. Dalam rangka HUT RI ke-75, Teh Botol Sosro meluncurkan kemasan dengan 8 ilustrasi berbeda dengan tema keragaman budaya Indonesia. Dalam edisi khusus ini, ilustrasi yang menjadi elemen utama pada kemasan dikerjakan oleh 5 orang seniman muda Indonesia. Ilustrasi yang menggambarkan keragaman budaya di Indonesia ini diwakilkan oleh 8 wilayah seperti

Sumatera, Jawa Barat, Jawa Tengah, Jawa Timur, Bali, Kalimantan, Sulawesi, dan Papua. Ditinjau dari visualnya, ilustrasi yang menjadi poin utama pada kemasan ini dibuat dengan gaya modern dengan warna serta komposisi yang dinamis. Uniknya, pada kemasan khusus ini, informasi mengenai 8 wilayah yang menjadi perwakilan tidak ada yang dijabarkan melalui teks/tulisan. Penyampaian informasi pada ilustrasi hanya mengandalkan dari visualnya yaitu, warna yang merupakan perangsang paling penting yang menciptakan daya tarik visual. Studi marketing membuktikan bahwa manusia memiliki reaksi khusus terhadap warna tertentu yang dapat mendorong persepsi bawah sadar serta perilaku konsumen. Setiap warna memiliki dampak psikologis yang berbeda dan kuat. Persepsi terhadap warna ini terbentuk tidak lepas dari aspek budaya, sejarah, maupun pengalaman pribadi seseorang terhadap warna (Eiseman 2017). Selain itu, warna juga mempengaruhi nilai estetika dalam suatu desain (Erlyana and Ressiani 2020). Kemudian bentuk, komposisi, ataupun simbol-simbol budaya yang mewakili masing-masing wilayah tersebut.

Dari latar belakang tersebut, peneliti bermaksud untuk melakukan analisis terhadap ilustrasi pada kemasan Teh Botol Sosro edisi khusus HUT RI ke-75. Analisis ilustrasi kemasan ini dilakukan dari segi semiotika kode kebudayaan, baik dari warna, komposisi, maupun bentuk-bentuk yang terdapat dalam masing-masing ilustrasi kemasan Teh Botol Sosro edisi khusus HUT RI ke-75 ini. Semiotika adalah ilmu yang mempelajari tentang tanda. Tanda-tanda tersebut menyampaikan suatu informasi sehingga bersifat komunikatif. Keberadaannya mampu menggantikan sesuatu yang lain, dapat dipikirkan, atau dibayangkan. Cabang ilmu ini semula berkembang dalam bidang bahasa, kemudian berkembang pula dalam bidang desain dan seni rupa. Semiotika Ada beberapa teori semiotika yang dikenal saat ini dan terus mengalami perkembangan dari waktu ke waktu. Pada penelitian ini menggunakan teori Roland Barthes, dalam bukunya *S/Z* seperti dikutip Yasraf A. Piliang mengelompokkan kode-kode tersebut menjadi lima kisi-kisi kode, yakni kode hermeneutik, kode semantik, kode simbolik, kode narasi, dan kode kebudayaan (Piliang 2012). Penelitian ini mengfokuskan pada teori Roland Barthes Kode budaya atau kode kultural *cultural code* atau kode referensial/*refence code* yang terwujud semacam suatu kolektif yang anonym dan otoritatif, bersumber dari pengalaman manusia, yang mewakili atau berbicara tentang sesuatu yang hendak dikukuhkannya pengetahuan atau kebijaksanaan yang ‘diterima umum’ kode ini biasa kode-kode pengetahuan atau kearifan yang terus-menerus dirujuk oleh teks, atau yang menyediakan semacam dasar otoritas moral dan ilmiah bagi suatu wacana (Tinarbuko 2003).

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis makna atau informasi tersirat pada kemasan ini melalui kode-kode kebudayaan yang terdapat di dalamnya. Adapun manfaat dari penelitian ini, diharapkan di kemudian hari, akan semakin banyak perusahaan/produk dalam negeri yang dapat menghasilkan inovasi-inovasi baru dalam segi kemasannya.

Metode

Pada penelitian mengenai visual kemasan Teh Botol Sosro edisi khusus HUT RI ke-75, peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif biasa digunakan untuk mendeskripsikan serta memahami fenomena dari sudut pandang partisipan (Sumartono, 2017). Pengumpulan data dilakukan dengan metode observasi, dan tinjauan pustaka baik dari buku maupun jurnal penelitian sebelumnya. Fenomena yang akan dianalisis adalah makna dan tanda-tanda kebudayaan/kultural pada ilustrasi kemasan Teh Botol Sosro edisi khusus HUT RI ke-75. Untuk menganalisis objek tersebut, digunakan teori semiotika Roland Barthes dari sisi kode kebudayaan atau

kultural, yaitu yaitu suara-suara yang bersifat kolektif, anonim, bawah sadar, mitos, kebijaksanaan, pengetahuan, sejarah, moral, psikologi, sastra, seni, legenda (Tinarbuko 2003).

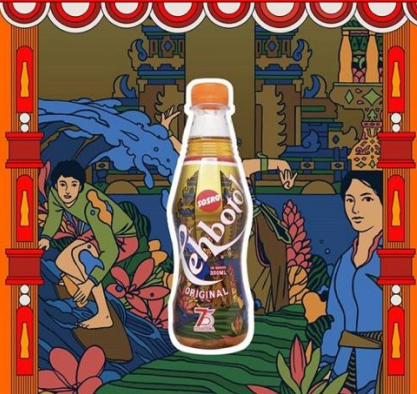
Hasil dan Pembahasan

Teh Botol Sosro merupakan pelopor dari minuman teh siap minum sejak tahun 1969 yang dikeluarkan oleh PT. Sinar Sosro. Pada awalnya, Teh Botol Sosro mengeluarkan produk teh siap minum ini dalam kemasan botol kaca dengan ukuran 220ml. Sekarang, kemasan dari Teh Botol Sosro sudah berkembang dari kemasan botol kaca, ke kemasan kotal, botol plastik, pouch, dan kaleng.

Bertepatan dengan HUT RI ke-75, Teh Botol Sosro meluncurkan kemasan edisi khusus dengan 8 ilustrasi berbeda yang dikerjakan oleh 5 seniman muda lokal. Ilustrasi pada kemasan khusus ini bertemakan keragaman budaya Indonesia yang diwakilkan oleh 8 daerah seperti, Jawa Barat, Jawa Tengah, Jawa Timur, Bali, Papua, Sulawesi, Kalimantan, dan Sumatera.

Tabel 1 Delapan ilustrasi kemasan pada Teh Botol Sosro edisi HUT RI ke-75

Kemasan	Daerah	Ilustrator
	Jawa Barat – DKI Jakarta	Candra Permata Dewa
	Jawa Tengah	Gandhi Rasefour

	Jawa Timur	Candra Permata Dewa
	Bali	Gadhi Rasefour
	Papua	W.D. Willy
	Sulawesi	Isa Indra Permana

	Kalimantan	Diela Maharanie
	Sumatera	Isa Indra Permana

Sumber: [instagram.com/tehbotolsosroid](https://www.instagram.com/tehbotolsosroid), 2020

Jawa Barat – DKI Jakarta

Ilustrasi bertema budaya Jawa Barat - DKI Jakarta ini dikerjakan oleh seniman bernama Candra Permata Dewa. Ilustrasi ini dibuat dengan warna-warna cerah dengan tone hangat. Warna-warna ini mendominasi morfologi warna kultural di Jawa Barat dan DKI Jakarta. Warna pink, merah, kuning, jingga, hijau dan biru juga kerap muncul pada baju-baju adat di wilayah Jawa Barat dan DKI Jakarta. Hal ini menampilkan sifat keterbukaan, sifat penuh semangat, dan keteguhan gaya hidupnya (Rahardja and Purbasari 2019).

Selain warna, kebudayaan Jawa Barat dan DKI Jakarta digambarkan dengan ikon-ikon yang menjadi tanda atau ciri khas dari daerah tersebut. Pada ilustrasi ini dapat kita lihat ada gambar tarian khas Betawi, yaitu Tari Topeng beserta pengiringnya yang diwakilkan dengan pemain gendang. Lengkap dengan busana khasnya, kain panjang atau kain batik, kebaya, selendang, mahkota warna-warni yang terletak di kepala yang biasanya disebut kembang topeng. Selain itu ada bagian hiasan yang disebut ampak-ampak, andung, taka-taka, selendang atau semacam lidah pada bagian depan pinggang yang terbuat dari kain yang dihias (Wardibudaya 2018). Selain tarian, ada Monumen Nasional atau yang biasa dikenal dengan Monas, sebagai simbol atau tanda lain dari kota DKI Jakarta.

Pada ilustrasi ini, Jawa Barat digambarkan melalui beberapa ikon, yaitu tokoh Cepot, Gedung Sate, dan Batik Mega Mendung. Tokoh Cepot merupakan salah satu tokoh yang terdapat dalam dunia pewayangan. Sosok ini melekat pada kesenian Wayang Golek masyarakat Jawa Barat (Widiyowati 2016). Kemudian, Gedung Sate sendiri merupakan sebuah gedung yang menjadi *landmark* Kota Bandung, Jawa Barat. Selain itu, budaya Jawa Barat juga digambarkan dengan bentuk awan yang berbentuk motif Batik Megamendung yang merupakan ciri khas dari Kota Cirebon, Jawa Barat (Taufiqoh, Nurdevi, and Khotimah 2018).

Jawa Tengah

Ilustrasi dengan tema budaya Jawa Tengah ini dikerjakan oleh seniman bernama Gandhi Setyawan atau dikenal dengan Gandhi Rasefour. Dominasi berbagai warna coklat yang merupakan warna tanah, identik dengan karakter masyarakat Jawa Tengah yang rendah hati dan bersahaja, dengan keberadaan sebagian warna yang lebih cerah yang memproyeksikan sifat bersahabat (Rahardja and Purbasari 2019). Jawa Tengah juga digambarkan melalui icon lain seperti seorang perempuan yang sedang membatik dengan menggunakan kebaya dan kain Lurik. Dalam beberapa catatan perkembangan batik banyak dilakukan pada masa-masa kerajaan Mataram, kemudian pada kerajaan Solo dan Yogyakarta, Jawa Tengah (Taufiqoh, Nurdevi, and Khotimah 2018). Kebaya dan kain Lurik sendiri merupakan pakaian yang biasa digunakan oleh masyarakat di Jawa Tengah. Selain batik, ada pula ikon lain seperti Lawang Sewu yang menjadi landmark Kota Semarang, dan Candi Borobudur yang terletak di Kota Magelang, Jawa Tengah.

Jawa Timur

Ilustrasi dengan tema budaya Jawa Timur ini dikerjakan oleh seniman bernama Candra Permata Dewa, seniman yang juga mengerjakan ilustrasi Jawa Barat - DKI Jakarta. Warna cerah dan tegas seperti pada Batik Madura mendominasi karya ilustrasi ini. Warna-warna yang cenderung cukup kuat, menggambarkan masyarakatnya yang penuh semangat dan berani serta terkenal lugas (Rahardja and Purbasari 2019). Selain itu, penggambaran budaya Jawa Timur juga ditunjukkan melalui tradisi Reog Ponorogo, Karapan Sapi, serta patung Sura dan Baya. Seperti namanya, Reog Ponorogo sendiri merupakan sebuah kesenian yang berasal dari Kota Ponorogo, Jawa Timur. Penari utama pada kesenian ini adalah orang berkepala singa dengan hiasan bulu merak. Kemudian, Karapan Sapi, merupakan tradisi balap sapi yang dilakukan oleh masyarakat Madura, Jawa Timur. Sedangkan, patung Sura dan Baya merupakan landmark yang melekat dengan Kota Surabaya, Jawa Timur.

Bali

Ilustrasi dengan tema budaya Bali ini dikerjakan oleh seniman bernama Gandhi Setyawan atau dikenal dengan Gandhi Rasefour, sama dengan ilustrasi Jawa Tengah. Jika dilihat, banyak ikon-ikon yang mewakili budaya Bali seperti Pura, Tari Barong, Tari Pendet, Tradisi Mapeed, dan sosok peselancar. Pura sendiri merupakan rumah ibadah masyarakat Bali, yang mana mayoritas masyarakatnya beragama Hindu. Kemudian, Tari Barong dan Tari Pendet merupakan tarian tradisional yang berasal dari Bali. Untuk Tari Barong sendiri, biasanya identik dengan topeng barong yang dikenakan oleh penarinya. Selanjutnya, ada tradisi Mapeed, yaitu tradisi yang dilakukan 10 hari pasca Hari Raya Kuningan, di mana para wanita membawa Gebongan di kepala mereka untuk dibawa ke tempat ibadah. Sedangkan ikon peselancar, mewakili pesona alam Bali yang terkenal dengan keindahan pantainya serta menjadi destinasi utama untuk berselancar.

Papua

Ilustrasi dengan tema budaya Papua ini dikerjakan oleh seniman bernama W.D. Willy. Pada ilustrasi ini, dapat dilihat banyak objek yang menggambarkan kebudayaan Papua, mulai dari baju adat, rumah adat, flora, maupun faunanya. Dari segi seni dan tradisi, pada ilustrasi ini terdapat baju adat yang biasa digunakan masyarakat Papua adalah rok rumbai, dan hiasan kepala yang biasanya terbuat dari bulu burung Kasuari dengan lukisan pada tubuh. Selain baju adat, terdapat pula rumah adat Papua yang bernama Kariwari. Rumah Kariwari ini biasanya digunakan oleh Suku Tobati, berbentuk persegi empat dengan atap limas atau perisai pada hunian, dan atap limasan bersusun tiga (Fauziah 2014). Ada pula alat musik tifa yang merupakan alat musik khas dari

Papua. Selain itu, ada flora dan fauna endemik yang hanya bisa ditemui di Papua. Untuk flora, ada Anggrek Hitam dan Buah Merah, sedangkan untuk faunanya ada Burung Cendrawasih, dan Burung Kasuari.

Sulawesi

Ilustrasi bertemakan budaya Sulawesi ini dikerjakan oleh seniman bernama Isa Indra Permana. Pada ilustrasi ini, budaya Sulawesi digambarkan melalui beberapa objek seperti tarian Toraja dengan baju Pokko sebagai baju adatnya, kemudian ada Burung Taong dan Pohon Lontar. Tarian Toraja di sini menggambarkan prosesi penyambutan tamu, dan para penari menggunakan baju Pokko. Baju Pokko sendiri merupakan baju adat Toraja, Sulawesi Selatan, yang dikhususkan untuk para wanita. Baju Pokko berupa baju dengan lengan yang pendek, yang didominasi oleh warna kuning, merah, dan putih, yang juga dilengkapi dengan beberapa aksesoris lainnya seperti kaudare, lipa dan gayang (Ansaar 2019). Warna merah dan kuning yang merupakan warna dominan dari Baju Pokko juga digunakan pada latar belakang penari. Kemudian, ada Burung Taong dan pohon lontar yang juga digambarkan pada ilustrasi ini. Burung Taong, atau Julang Sulawesi ini merupakan hewan endemik Sulawesi Selatan. Sedangkan pohon lontar berdasarkan Surat Keputusan Menteri Dalam Negeri Nomor 48 Tahun 1989 tanggal 1 September 1989 tentang Pedoman Penetapan Identitas Flora menetapkan bahwa tumbuhan lontar sebagai flora identitas provinsi Indonesia untuk Provinsi Sulawesi Selatan (Nasri, Suryaningsih, and Kurniawan 2017).

Kalimantan

Ilustrasi dengan bertemakan budaya Kalimantan ini dikerjakan oleh seniman bernama Diela Maharanie. Ilustrasi yang dibuat ini cukup kontras dengan warna budaya Kalimantan yang cenderung kuat dan lebih gelap. Warna-warna yang digunakan adalah warna yang cenderung lebih terang, cerah, dan feminin karena didominasi dengan warna merah muda (Eiseman 2017). Pada ilustrasi ini tidak banyak objek yang digunakan untuk menggambarkan budaya Kalimantan. Objek yang dapat ditangkap dengan jelas yaitu adalah baju adat Suku Dayak, dan Orangutan Kalimantan. Pada ilustrasi ini tidak dapat dipastikan dengan jelas, baju adat yang digunakan masuk ke dalam jenis yang dalam Suku Dayak yang mana. Namun, pada dasarnya, baju adat Suku Dayak tidak terlalu berbeda antara yang satu dengan yang lainnya, karena motifnya yang mirip sehingga dapat langsung dikenali. Selain baju adat, ada pula Orangutan Kalimantan atau Orangutan Borneo yang merupakan salah satu spesies Orangutan yang hanya tinggal dan hidup di wilayah Kalimantan.

Sumatera

Ilustrasi bertemakan budaya Sumatera ini dikerjakan oleh seniman bernama Isa Indra Permana. Warna-warna yang digunakan pada ilustrasi ini terlihat modern dengan dominasi merah dan kuning. Penggambaran budaya Sumatera yang paling jelas adalah dari objek 2 orang yang menggunakan pakaian adat khas Sumatera. Kemudian, ada objek lain seperti Rumah Gadang, makanan Padang, kain ulos, harimau sumatera, dan bunga Rafflesia Arnoldii. Rumah Gadang sendiri merupakan rumah tradisional masyarakat Padang, Sumatera Barat. Ilustrasi makanan sendiri menggambarkan bahwa kota Padang terkenal dengan makanannya seperti contohnya rendang. Sedangkan kain ulos merupakan kain yang digunakan sebagai pakaian tradisional suku Batak yang ada di Sumatera Utara. Harimau Sumatera dan Rafflesia Arnoldii merupakan gambaran flora dan fauna endemik yang hanya dapat ditemukan di Sumatera.

SIMPULAN

Secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa komunikasi melalui visual tanpa adanya keterangan yang menjelaskan secara verbal atau tertulis, pesan tetap dapat tersampaikan dengan baik. Pesan dapat disampaikan melalui karya visual dengan menggabungkan berbagai objek yang menjadi ikon atau simbol yang berkaitan dengan pesan yang ingin disampaikan, sehingga dapat diinterpretasikan oleh audience secara langsung. Pemilihan objek, simbol, dan ikon ini harus dipilih dengan baik agar ketika digabungkan bersama dapat menggiring pandangan audience kepada pesan yang dimaksud.

Pada kemasan Teh Botol Sosro edisi khusus HUT RI ke-75 ini, dapat dilihat bahwa penggunaan serta pemilihan objek sebagai simbol dalam setiap ilustrasinya sudah baik. Kode-kode budaya yang terdapat dalam setiap ilustrasi dapat membentuk sebuah informasi yang kemudian dapat dicerna dengan baik, terutama karena ilustrasi ini berkaitan dengan kehidupan masyarakat Indonesia, di mana suara-suaranya bersifat kolektif atas dasar persamaan kebangsaan, pengetahuan, budaya, dan sejarah

Daftar Pustaka

- Ansaar, Ansaar. 2019. "Makna Simbolik Pakaian Adat Mamasa Di Sulawesi Barat." *Pangadereng: Jurnal Hasil Penelitian Ilmu Sosial Dan Humaniora* 4 (1): 121–35. <https://doi.org/10.36869/pjhpish.v4i1.78>.
- Apriyanti, Masayu Endang. 2018. "Pentingnya Kemasan Terhadap Penjualan Produk Perusahaan." *Sosio E-Kons* 10 (1): 20. <https://doi.org/10.30998/sosioekons.v10i1.2223>.
- DuPuis, Steven, and John Silva. 2011. *Package Design Workbook: The Art and Science of Successful Packaging*. MA: Rockport Publishers.
- Eiseman, Leatrice. 2017. *The Complete Color Harmony, Pantone Edition: Expert Color Information for Professional Results*. UK: Rockport Publishers. https://www.cambridge.org/core/product/identifier/CBO9781107415324A009/type/book_part.
- Erlyana, Yana. 2018. "Analisis Peranan Desain Kemasan Terhadap Brand Identity Dari Sebuah Produk Makanan Lokal Indonesia Dengan Studi Kasus: Produk Oleh-Oleh Khas Betawi 'Mpo Romlah.'" In *National Conference of Creative Industry*, 1079–97. <https://doi.org/10.30813/ncci.v0i0.1316>.
- . 2019. "Pengaruh Desain Kemasan Produk Lokal Terhadap Minat Beli Menggunakan Model VIEW: Studi Kasus Keripik Maicih." In *Prosiding Seminar Nasional Desain Dan Arsitektur (SENADA)*, 2:302–8. Denpasar. <https://eprosiding.std-bali.ac.id/index.php/senada/article/view/203>.
- Erlyana, Yana, and Ressiani Ressiani. 2020. "Perancangan Buku Desain Kemasan 'Basic of Packaging.'" *ANDHARUPA: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia* 6 (02): 160–72. <https://doi.org/10.33633/andharupa.v6i02.3390>.
- Fauziah, Nur. 2014. "Karakteristik Arsitektur Tradisional Papua." *Simposium Nasional Teknologi Terapan (SNTT)2 2014*, 19–29.

- Klimchuk, Marianne R., and Sandra A. Krasovec. 2012. *Packaging Design: Successful Product Branding From Concept to Shelf*. 2nd ed. New Jersey: Wiley.
- Mukaromah. 2016. "Semiotika Kemasan Produk Susu Rasa Coklat Dan Stroberi Pada Merek Indomilk Kids Dan Boneto." *Andharupa* 02 (01): 45–55. <https://doi.org/https://doi.org/10.33633/andharupa.v2i01.1052>.
- Nasri, Rahma Suryaningsih, and Edi Kurniawan. 2017. "Lontar Atau Borassus Flabellifer." *Info Teknis EBONI* 14 (1): 35–46.
- Piliang, Yasraf A. 2012. *Semiotika Dan Hipersemiotika: Gaya, Kode Dan Matinya Makna*. Bandung: Matahari.
- Rahardja, Anita, and Mita Purbasari. 2019. "WARNA DARI WARISAN SEBAGAI IDENTITAS: MELIHAT TEKSTIL DAN KULINER JAWA." *DeKaVe* 11 (1): 1–6. <https://doi.org/10.24821/dkv.v11i1.2483>.
- Szaky, Tom. 2018. *The Future of Packaging: From Linear to Circular*. Oakland: Berrett-Koehler Publishers.
- Taufiqoh, Binti Rohmani, Ita Nurdevi, and Khusniul Khotimah. 2018. "Batik Sebagai Warisan Budaya Indonesia." *Seminar Nasional Bahasa Dan Sastra*, 58–65. <http://research-report.umm.ac.id/index.php/SENASBASA/article/view/2220>.
- Tinarbuko, Sumbo. 2003. "Semiotika Analisis Tanda Pada Karya Desain Komunikasi Visual." *Nirmana* 5 (1): 31–47.
- Ulita, Novena, and Agus Budi Setyawan. 2016. "Strategi Ilustrasi Sebagai Bahasa Visual Pada Kemasan Bedak Lawas: Tinjauan Semiotika." *Dimensi DKV* 1 (2): 101–16. <https://www.trijurnal.lemilit.trisakti.ac.id/index.php/seni/article/view/1355>.
- Wahyudi, Nanang, and Sonny Satriyono. 2017. *Mantra Kemasan Juara*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Wardibudaya. 2018. "Seni Topeng Jakarta." *Indesiana Platform Kebudayaan*. 2018. <https://kebudayaan.kemdikbud.go.id/ditwdb/tarian-topeng-betaw-merupakan-gabungan-antara-seni-tari-musik-dan-nyanyian/>.
- Widiyowati, Estu. 2016. "Representasi Warna Merah Pada Wayang Golek Si Cepot" 1: 47–64.
- Wongso, Livia, and Yana Erlyana. 2019. "Perancangan Light Novel Sitti Nurbaya Dengan Ilustrasi Cat Air" 3: 26–37.
- Yan, Zhang. 2019. "Discussion on Significance and Effect of Illustration Art in Graphic Design," no. Etmhs: 304–6. <https://doi.org/10.25236/etmhs.2019.065>.