

**PROYEK AKHIR  
DESAIN KOMUNIKASI VISUAL  
PERIODE 14**

**TINJAUAN VISUAL PADA KEMASAN KERIPIK PISANG GAJAH JAYA  
WONOGIRI**



Dikerjakan oleh :  
Windra Gunawan Sudirjo  
15.L1.0017

Pembimbing :  
Ir. Ign. Dono Sayoso, MSR.

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL  
FAKULTAS ARSITEKTUR DAN DESAIN  
UNIKA SOEGIJAPRANATA  
SEMARANG  
PERIODE GENAP 2018/2019**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Judul Proyek Akhir:  
TINJAUAN VISUAL PADA KEMASAN KERIPIK PISANG GAJAH JAYA  
WONOGIRI

Nama : Windra Gunawan Sudirjo

NIM : 15.L1.0017

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Arsitektur dan Desain

Perguruan Tinggi : Universitas Katolik Soegijapranata

Menyatakan bahwa proyek akhir ini adalah hasil karya saya sendiri serta telah mengikuti peraturan akademik dalam melakukan kutipan. Apabila di kemudian hari ditemukan adanya bukti plagiasi, manipulasi, dan / atau pemalsuan data maupun bentuk – bentuk kecurangan yang lain, Saya bersedia menerima sanksi dari Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Katolik Soegijapranata Semarang. Demi kepentingan akademis, maka saya bersedia dan menyetujui bentuk publikasi dari karya ilmiah ini.



Semarang, 2019

*Windra*  
Windra Gunawan Sudirjo

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul Proyek Akhir:  
TINJAUAN VISUAL PADA KEMASAN KERIPIK PISANG GAJAH JAYA  
WONOGIRI

Nama : Windra Gunawan Sudirjo

NIM : 15.L1.0017

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Arsitektur dan Desain

Perguruan Tinggi : Universitas Katolik Soegijapranata

Semarang, 2019

Mengesahkan,

Dekan Fakultas  
Asitektur dan Desain

Dra. B. Tyas Susanti, M.A., Ph.D.

NIDN. 0626076501

Kaprodi,

Desain Komunikasi Visual

Ag. Dicky Prastomo., SIP, MA

NPP. 058.1.2013.283

Koordinator,

Proyek Akhir DKV

Ir. Ign. Dono Sayoso, MSR

NIDN.0608075601

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul Proyek Akhir:  
TINJAUAN VISUAL PADA KEMASAN KERIPIK PISANG GAJAH JAYA  
WONOGIRI

Nama : Windra Gunawan Sudirjo

NIM : 15.L1.0017

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Arsitektur dan Desain

Perguruan Tinggi : Universitas Katolik Soegijapranata

Semarang, 2019

Menyetujui,

Pembimbing I

Ir. Ign. Dono Sayoso, MSR

NIDN.0608075601

Penguji I

Arwin P. J., S. Sn., GradDiplIDEA, MA.

NIDN. 0626076501

Penguji II

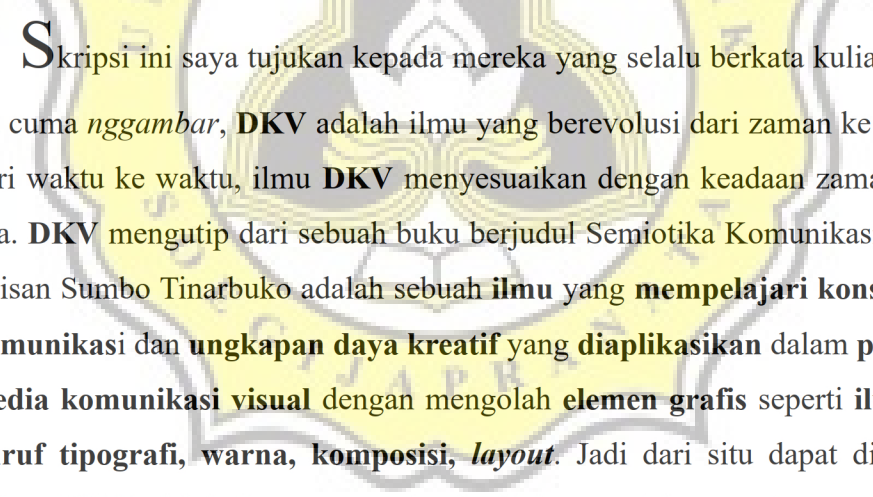
Ag. Dicky Prastomo., SIP, MA

NPP. 058.1.2013.283

Penguji III

Tabitha Aryani, S. Sn.,

NPP 058.5.2010.275



“ Skripsi ini saya tujukan kepada mereka yang selalu berkata kuliah DKV itu cuma *nggambar*, **DKV** adalah ilmu yang berevolusi dari zaman ke zaman, dari waktu ke waktu, ilmu **DKV** menyesuaikan dengan keadaan zaman yang ada. **DKV** mengutip dari sebuah buku berjudul Semiotika Komunikasi Visual tulisan Sumbo Tinarbuko adalah sebuah **ilmu** yang **mempelajari konsep** dari **komunikasi** dan **ungkapan daya kreatif** yang **diaplikasikan** dalam **pelbagai media komunikasi visual** dengan mengolah **elemen grafis** seperti **ilustrasi, huruf tipografi, warna, komposisi, layout**. Jadi dari situ dapat diketahui bahwa **DKV** adalah ilmu yang setiap hari kita temui, banner, kemasan, iklan, buku, majalah, dan masih banyak lagi lainnya.

Jangan terlalu mengejar **IPK Cumlaude**, karena hal itu tidak menjamin kesuksesan, selesaikanlah apa yang telah kamu mulai, jangan melakukan hal dengan setengah-setengah.

- *Windra Gunawan Sudirjo*

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat rahmat dan penyertaan-Nya, penulis dapat menyelesaikan Proyek Akhir yang merupakan syarat akhir untuk memperoleh gelar sarjana desain pada Program Studi Desain Komunikasi Visual Unika Soegijapranata Semarang dengan memuaskan.

Dalam pengkajian proyek akhir ini, penulis mengangkat judul “Tinjauan Visual Pada Kemasan Keripik Pisang Gajah Jaya Wonogiri”. Kemasan pada umumnya hanya didefinisikan sebagai pelindung dari sebuah produk, namun kemasan pada sisi lain yaitu desainnya dapat menarik perhatian dari konsumen karena kemasan yang baik dapat menyampaikan pesan pada konsumennya secara tepat.

Dalam menyelesaikan pengkajian ini penulis mendapat banyak bantuan serta pengalaman yang sangat bermanfaat bagi penulis dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Ir. Ign Dono Sayoso, MSR. sebagai koordinator Proyek Akhir Desain Komunikasi Visual periode 14 dan pembimbing yang bersedia meluangkan waktunya dalam membimbing proses penyusunan pengkajian ini.
2. Bapak dan ibu dosen penguji syang telah memberikan kritik dan masukan kepada penulis dalam proses pengembangan Proyek Akhir ini.
3. Ibu Dini Ambarwati selaku pemilik dari produk Keripik Pisang Gajah Jaya Wonogiri dan narasumber yang telah membagi cerita dan dan memberikan informasi yang berharga untuk perancangan ini.
4. Desainer Kemasan Keripik Gajah Jaya Wonogiri selaku narasumber yang meberikan informasi mengenai konsep dan arti pada kemasan tersebut untuk membantu proses pengkajian ini.
5. Keluarga penulis yang luar biasa mendukung, Bapak Winarto dan Ibu Indrayati serta saudaraku Akris Agni yang telah membantu melalui dukungan semangat serta masukan dalam melakukan pengkajian ini.
6. Para rekan sekelompok bimbingan yang memberikan semangat serta dukungan dalam pengkajian ini.
7. Dan seluruh pihak yang telah mendukung penulis dalam pengkajian ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari dalam pengkajian ini masih banyak terdapat kekurangan, maka penulis berharap saran dan kritik yang membangun. Penulis juga berharap pengkajian ini dapat berguna bagi pembaca dan dapat berguna bagi masyarakat untuk kedepannya.

Semarang, 28 Maret 2019

Penulis



## ABSTRAK

Kemasan pada dasarnya hanya dianggap sebagai *container* atau pelindung saja, namun sebenarnya kemasan dapat menjadi sebuah *touching point* yang mana dalam hal ini kemasan dapat menarik hati konsumen untuk membeli sebuah produk. Melalui desain dari sebuah kemasan, konsumen dapat ditarik perhatiannya untuk membeli sebuah produk. Tak jarang kita menemui produk-produk UMKM dan UKM dibuat alakadarnya saja yang mana padahal dalam membuat sebuah desain kemasan tidak bisa dilakukan secara sembarangan, namun perlu melakukan perhitungan elemen-elemen desain yang ada pada sebuah desain kemasan seperti tipografi, warna, citra, dan *layout*.

Pada hal ini sebuah kemasan dari salah satu produk UKM di Jawa Tengah, Wonogiri yaitu Keripik Pisang Gajah Jaya menjadi objek penelitian dimana produk tersebut melakukan pergantian desain kemasan yang jauh berbeda dan merubah citra dan penampilan dari sebelumnya.

Kajian dilakukan melalui penelitian berdasarkan literatur yang ada sebelumnya dan berkaitan dengan topik yang akan dibahas. Menurut hasil penelitian pada kemasan baru yang jika dibandingkan dengan kemasan lama, memiliki keunggulan yang jauh lebih baik, namun tidak berarti juga kemasan baru tidak memiliki kelemahan dalam desainnya.

**Kata Kunci :** kemasan, *touching point*, UMKM



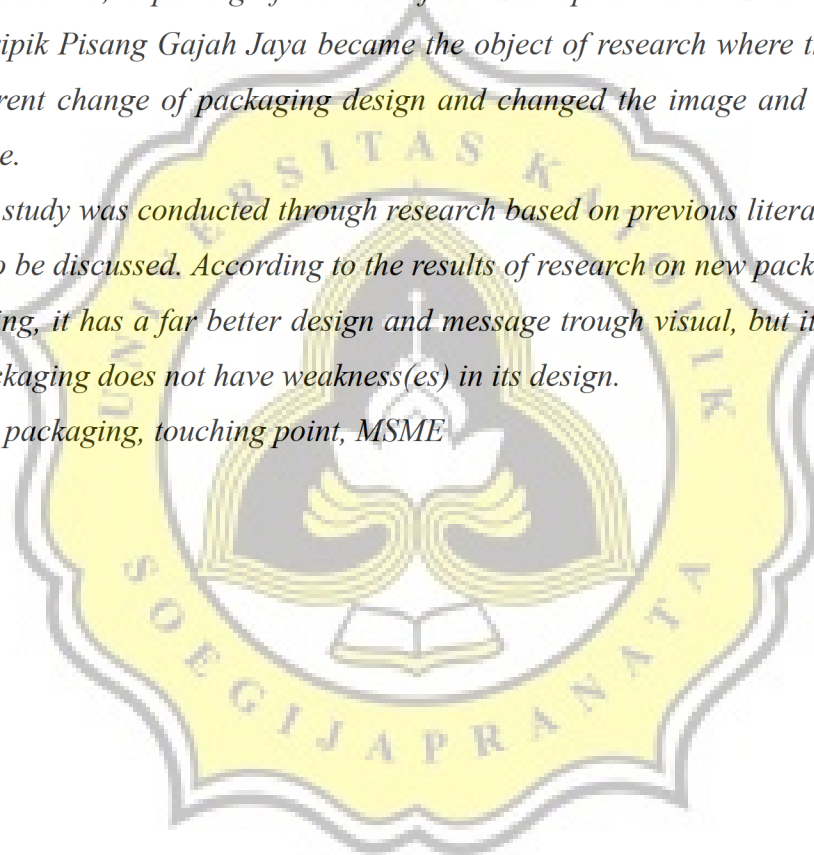
## **ABSTRACT**

*Basically packaging is only considered as a container or protector of product, but actually packaging can be a touching point which is packaging can attract consumers to buy a product. Through the design, consumers can be attracted to buy a product. Not infrequently we meet MSME products and SME which are made arbitrarily which in fact when making a packaging design can not be done carelessly, but need to take into account the design elements that exist in a packaging design such as typography, color, image, and layout.*

*In this case, a package from one of the SME products in Central Java, Wonogiri, namely Keripik Pisang Gajah Jaya became the object of research where the product made a major different change of packaging design and changed the image and appearance of the previous one.*

*The study was conducted through research based on previous literature and related to the topics to be discussed. According to the results of research on new packaging compared to old packaging, it has a far better design and message through visual, but it doesn't mean that the new packaging does not have weakness(es) in its design.*

**Keywords :** *packaging, touching point, MSME*



## DAFTAR ISI

Halaman Cover Judul.....	i
Pernyataan Orisinalitas.....	ii
Halaman Pengesahan.....	iii
Prakata.....	v
Kata Pengantar.....	vi
Abstrak.....	viii
Abstract.....	ix
Daftar Isi.....	x
Daftar Tabel.....	xii
Daftar Gambar.....	xiii
Bab I Pendahuluan	
• 1.1 Latar Belakang.....	1
• 1.2 Pembatasan Masalah.....	3
• 1.3 Rumusan Masalah.....	3
• 1.4 Tujuan.....	4
• 1.5 Manfaat.....	4
• 1.6 Kerangka Berfikir.....	5
• 1.7 Kerangka Penelitian.....	5
• 1.8 Metode Penelitian.....	5
• 1.9 Kajian Pustaka.....	6
Bab II Tinjauan Pustaka	
• 2.1 Landasan Teori.....	8
Bab III Metode Penelitian	
• 3.1 Rancangan Penelitian.....	15
• 3.2 Objek Penelitian.....	15
• 3.3 Sumber Data.....	15
• 3.4 Metode Pengumpulan Data.....	15
• 3.5 Teknin Analisis Data.....	16
Bab IV Data Penelitian	
• 4.1 Data Verbal.....	17

• 4.2 Data Visual.....	28
Bab V Analisis	
• 5.1 Identifikasi Kemasan Kerpik Pisang Gajah Jaya Wonogiri.....	30
• 5.2 Analisis Visual Desain Kemasan.....	32
Bab VI Kesimpulan dan Saran	
• 6.1 Kesimpulan.....	57
• 6.2 Saran.....	59
Daftar Pustaka.....	61
Indeks.....	63
Glosarium.....	64



## DAFTAR TABEL

### Bab IV Data Penelitian

- Tabel 4.1 Hasil Wawancara dengan Pemilik Produk.....17
- Tabel 4.2 Hasil Wawancara dengan Desainer Kemasan Baru Produk.....20

### Bab V Analisis

- Tabel 5.1 Identifikasi Kemasan Keripik Pisang Gajah Jaya Wonogiri.....31
- Tabel 5.2 Arti warna pada kemasan lama berdasarkan produk.....40
- Tabel 5.3 Arti warna pada kemasan lama berdasarkan Klimchuk & Krasovec.....40
- Tabel 5.4 Arti warna pada kemasan baru berdasarkan produk.....44
- Tabel 5.5 Arti warna pada kemasan baru berdasarkan Klimchuk & Krasovec.....44



## DAFTAR GAMBAR

### Bab I Pendahuluan

- Gambar 1.1 Kerangka Berfikir.....5

### Bab II Tinjauan Pustaka

- Gambar 2.1 Lingkaran warna Additive dan Subtractive.....11

### Bab IV Data Penelitian

- Gambar 4.1 Kemasan Kerpik Pisang Gajah Jaya (lama).....28
- Gambar 4.2 Kemasan Kerpik Pisang Gajah Jaya (baru).....29

### Bab V Analisis

- Gambar 5.1 Tampilan kemasan lama dan baru tampak depan.....30
- Gambar 5.2 *Typeface* pada kemasan lama.....32
- Gambar 5.3 *Typeface* pada kemasan lama (logo lingkaran).....33
- Gambar 5.4 *Typeface* pada kemasan lama (nama dan jenis produk).....34
- Gambar 5.5 *Typeface Italic* pada kemasan lama.....34
- Gambar 5.6 *Typeface* pada kemasan baru.....35
- Gambar 5.7 Logo pada kemasan baru.....36
- Gambar 5.8 *Typeface* dekoratif pada kemasan baru.....37
- Gambar 5.9 *Bodytext* pada kemasan baru.....38
- Gambar 5.10 Elemen warna pada kemasan lama.....39
- Gambar 5.11 Penggunaan warna pada kemasan lama.....41
- Gambar 5.12 *Hue* pada software Adobe Illustrator.....42
- Gambar 5.13 Elemen warna pada kemasan baru.....43
- Gambar 5.14 Contoh *lineup* varian rasa.....45
- Gambar 5.15 Warna coklat pada kemasan baru.....46
- Gambar 5.16 Roda warna.....47
- Gambar 5.17 Citra pada kemasan lama.....48
- Gambar 5.18 Citra pisang coklat pada kemasan lama.....49
- Gambar 5.19 Citra gajah pada kemasan lama.....50
- Gambar 5.20 Citra pada kemasan baru.....51
- Gambar 5.21 Citra coklat, gajah, dan badge rasa pada kemasan baru.....52
- Gambar 5.22 Citra isi produk pada kemasan baru.....53