

Kajian Visual Kemasan Sebagai Media Informasi (Studi Kasus Kemasan Produk Mainan *Flying Glider*)

Ali Ramadhan¹, Fachmi Khadam Haeril², Rika Medina³

^{1,2}Universitas Mercu Buana

³Beijing Institute of Technology

¹ali.ramadhan@mercubuana.ac.id, ²fachmi.khadam@mercubuana.ac.id, ³medinarika2209@gmail.com

ABSTRAK

Kemasan merupakan salah satu cara untuk memberikan informasi mengenai produk yang terdapat di dalamnya, sedangkan informasi diharapkan dapat memberikan keterangan dengan jelas. Dalam kemasan mainan, terkadang informasi yang diberikan didominasi oleh gambar produknya. Penelitian menggunakan metode kualitatif yang bertujuan untuk memberikan informasi berdasarkan kepada penggambaran yang terdapat di kemasan khususnya kemasan mainan *flying glider*. Dengan pendekatan berupa studi kasus diharapkan akan memberikan jawaban yang dapat membantu dalam melihat visual kemasan mainan dalam memberikan informasi yang terkait dengan produk yang dikemasnya. Visual dari kemasan mainan *flying glider* lebih didominasi oleh penggunaan gambar sebagai informasi yang menjelaskan mengenai isi dari kemasan tersebut. Sedangkan teks sebagai salah satu cara menyampaikan informasi digunakan sebagai pelengkap penjelasan dari mainan.

Kata kunci: *Visual, kemasan, flying glider, informasi.*

ABSTRACT

Packaging is one way to provide information about the products contained therein, while the information is expected to provide an obvious description. In the packaging of toys, sometimes the information provided is dominated by the image of its products. Using qualitative methods that aim to provide information based on the depictions contained in the packaging especially flying glider packaging. With the approach in the form of retrospective case series study is expected to provide answers that can help in viewing the visual packaging of toys in providing information relating to the packed product. Visual of flying glider packaging is dominated by images as information that describes the contents of the toys that packed. While the text as one way of conveying the information used as a explanation of the toy.

Keywords: *Visual, packaging, flying gliders, information.*

1. PENDAHULUAN

Terdapat berbagai macam alasan penting mengenai produk yang diperdagangkan memerlukan kemasan. Salah satunya karena kemasan sangat penting untuk melindungi produk. Disadari dengan adanya kemasan, diharapkan produk terhindar dari pengotoran, penyusutan atau berbagai faktor yang menyebabkan menurunnya kualitas produk.

Kemasan mengimplikasikan hasil akhir dari proses mengemas (Klimchuk dan Krosvec, 2006). Hal ini tidak jauh berbeda dengan definisi yang dikeluarkan oleh Dirjen Industri Dan Dagang Kecil Menengah, Departemen Perindustrian Dan Perdagangan pada tahun 2003 yang menjelaskan bahwa kemasan adalah sarana yang membawa produk dari produsen ketempat pelanggan ataupun pemakai dalam keadaan yang memuaskan. Kemasan pada dasarnya adalah segala material yang digunakan untuk mengemas suatu benda/produk agar dapat diterima oleh konsumen dalam keadaan baik. Kemasan adalah representasi dari sebuah produk yang ada didalamnya. Oleh karena itu kemasan harus didesain agar mampu mendeskripsikan isi, baik fungsi, besaran, keunggulan dan spesifikasinya. Tidak saja melindungi produk, kemasan juga harus

berfungsi sebagai bagian dari daya saing pasar dan pedagang eceran yang semakin meningkat (Lakoro, 2006). Selain itu, dijelaskan juga Kemasan merupakan salah satu pemecahan masalah untuk menarik konsumen karena berhadapan langsung dengan konsumen. Masyarakat kita merupakan "low involvement view of a passive consumer" dan mereka mempunyai kecenderungan lebih banyak menerima dan jika mereka melihat sesuatu yang menarik mereka cenderung lebih banyak mengingatnya dan akan percaya terhadap produk tersebut, walaupun produk tersebut tidak seperti yang dibayangkan. Kemasan mempunyai prosentase yang besar untuk menjual produk.(Natadjaja, 2007). Dan diketahui bahwa kemasan tidak dapat dihilangkan dari produk yang didalamnya. Dan terdapat berbagai macam unsur yang membentuk suatu kemasan agar menjadi menarik, serta dapat memberikan kepuasan kepada konsumen sebagai pembeli atau pemakai. Kemasan dituntut pula untuk menampilkan bentuk serta daya tarik yang indah dan menarik. Dengan tanpa mengabaikan fungsi utamanya, "suatu kemasan harus mampu mengungkapkan pesan yang lebih mendalam sesuai dengan ciri dan sifat barang di dalamnya." Oleh karena itu, penataan visual kemasan harus

mempunyai ciri khas yang memudahkan konsumen untuk mengenal barang yang bersangkutan.” Karena dengan adanya teori tersebut, maka produk bersangkutan akan mudah diingat oleh calon konsumen. Dan cara ini sekaligus dapat menjadikan alat untuk mempertahankan produksi dari persaingannya dengan produk lain. Dalam banyak hal, penjualan tergantung pada citra yang diciptakan oleh suatu kemasan (Danger, 1992). Sedangkan ”citra” juga dipengaruhi oleh visual yang ditampilkan oleh kemasan.

Visual merupakan sesuatu yang dapat dilihat dengan indra penglihat dalam hal ini mata yang berdasarkan kepada penglihatan. Dalam pembahasan mengenai suatu desain, aspek visual tampak lebih mendominasi. Karena desain lebih mendukung sifat fisik dari tampak nyata. Dan dalam hal ini dibutuhkan kemampuan teoritis untuk dapat membantu menjelaskannya secara keseluruhan. Dengan adanya visual maka akan terdapat penyaluran pesan dari sumber ke penerima yang diproses dalam bentuk penglihatan. Dan visual harus dapat memberikan suatu penjelasan mengenai apa yang diperlihatkan secara menyeluruh dan didasari pengetahuan teoritis yang didapatkan oleh si pemberi pesan untuk dapat memberikan informasi kepada penerima.

Berbicara mengenai kemasan, visual di dalam suatu kemasan merupakan salah satu Faktor yang paling penting dalam mencapai daya tarik konsumen, dan hal ini terlepas dari sifat produk atau atribut lainnya yang terdapat pada kemasan. Daya tarik visual terletak pada bawah sadar dan terdiri dari selera dan perasaan yang dimodifikasi oleh perubahan rasa dan pandangan. Jika kemasan diinginkan berdaya tarik maksimum, kemasan tersebut harus memberikan impresi spontan yang sederhana dan langsung (Lakoro, 2006). Dan diketahui bahwa visual kemasan harus:

- Memiliki kesederhanaan dan keteraturan desain.
- Impresi kemasan harus menyenangkan, baik dari jauh maupun dekat.
- Kemasan harus mudah dikenal.
- Tidak menyulitkan orang untuk membaca sebuah desain.
- Kemasan seharusnya memiliki identitas yang jelas dan tidak bercampur dengan kemasan lain dalam penempatannya. (Nataadjaja, 2007).

Selain itu stimulus dasar yang membantu menciptakan sebuah kemasan yang menarik secara visual adalah penampilan, bentuk, dan warna. Termasuk semua unsur visual yang terdapat dalam kemasan misalnya merek atau logo, ilustrasi, tipografi, dan tata letak. Yang semuanya harus disukai pasar. Berkaitan dengan visual yang ditampilkan oleh suatu kemasan, diperlukan juga suatu informasi yang harus diberikan pada suatu kemasan, karena suatu kemasan yang memang memiliki fungsi sebagai ”media komunikasi yang

menerangkan atau mencerminkan produk, citra merek, dan juga sebagai bagian dari promosi, dengan pertimbangan mudah dilihat, dipahami, dan diingat.(Wirya, 1999).” sehingga di dalam suatu kemasan diperlukan adanya berbagai macam keterangan yang difungsikan sebagai media informasi. Dan informasi tersebut diperlukan di dalam desain kemasan suatu mainan.

Desain kemasan mainan, tidak hanya berfungsi sebagai untuk melindungi mainan sebagai produknya, namun juga harus bisa membantu mempengaruhi konsumen agar mau untuk membelinya. Hal ini dikarenakan konsumen dari produk tersebut harus dapat melihat secara langsung apa yang akan dan telah dibelinya. Seperti halnya melihat produk mainan.

Melihat kondisi mainan yang ada saat ini, cenderung bervariasi. Dari mainan yang bersifat ”interaktif” dan mengarah ”edukasi”. Mainan digunakan tidak hanya oleh anak-anak bahkan untuk orang dewasa terkadang memiliki nilai tersendiri. Seperti adanya mainan yang menjadi koleksi. Dalam perkembangannya saat ini, mainan tidak hanya bersifat langsung dimainkan. Namun lebih dari itu terdapat juga mainan yang mengharuskan penggunaannya untuk memasang beberapa bagian dari mainan tersebut sebelum dimainkan. Dan salah satunya adalah mainan *flying glider*.

Mainan *flying glider* merupakan ”mainan pesawat yang berbahan dasar dari *styrofoam*.” (Collins, 1989). Mainan tersebut dijual dalam bentuk terpisah dalam 4 bagian yang harus dirakit terlebih dahulu untuk dapat dimainkan. Keempat bagian tersebut terdiri dari bagian badan, sayap, ekor (buntut) dan baling-baling. Pada dasarnya mainan ini dibuat sebagai mainan pesawat yang dapat diterbangkan dengan cara dilempar oleh pemain. Mainan tersebut menjadi dapat menjadi opsi lain dari bentuk mainan yang beredar di masyarakat. Karena jika berbicara mengenai mainan yang dapat diterbangkan, maka mainan pesawat dalam bentuk ”origami” dapat dijadikan mainan lainnya

Permasalahan Identifikasi Masalah

Berbicara mengenai kemasan mainan *flying glider*. Maka dapat dilihat dari kondisi yang terdapat pada kemasan itu sendiri, kemasan mainan *flying glider*, memiliki bentuk yang cenderung sederhana namun memberikan visual yang memberikan informasi mengenai apa yang dikemas, karena kemasan mainan tersebut, menjual mainan pesawat terbang dan visual yang terdapat pada kemasan mainan tersebut memberikan informasi berupa gambar pesawat. Jika dikaitkan dengan syarat kemasan yaitu Kesesuaian penyampaian pesan yang dihasilkan oleh kemasan dengan produk yang dijual maka kemasan dapat dikatakan berhasil.

Jika dilihat lebih lanjut dari kemasan tersebut. Terdapat kekurangan informasi yang mendukung dari informasi yang disampaikan pada kemasan tersebut. Penggambaran pesawat terkadang lebih mendominasi pada kemasan mainan tersebut. Karena dijelaskan bahwa Informasi dapat diartikan merupakan “berbagai keterangan, penjelasan, pengetahuan, data atau fakta yang didapatkan atau dihasilkan dari suatu studi, analisis, pengalaman atau instruksi.” (Palgunadi 2007:326). Dan dapat juga diartikan sebagai “data yang sudah diolah menjadi suatu bentuk lain yang lebih berguna sebagai pengetahuan atau keterangan yang ditujukan bagi penerima dalam mengambil keputusan, baik masa sekarang atau yang akan datang”. (Davis 2010).

Dengan adanya media informasi maka, secara tidak langsung akan dapat memberikan pengaruh yang bermanfaat bagi penerima karena didapatkan dari hasil dari berbagai macam cara serta dapat memberikan informasi kepada penerima yang berguna dalam mengambil keputusan Hal tersebut menjadi suatu kebutuhan yang perlu diperhatikan. Karena pada kemasan mainan terdapat komponen yang tidak diperhatikan secara baik dari kemasan oleh produsen yang memproduksi kemasan tersebut. Yang memang secara tidak langsung dapat mempengaruhi informasi yang diberikan oleh kemasan tersebut. Adanya kekurangan tersebut akan menjadi pembahasan dalam penelitian ini karena sebagai salah satu faktor yang dapat menjual suatu produk, diharapkan kemasan mainan *flying glider* dapat memberikan informasi yang baik untuk konsumen yang akan membelinya.

Rumusan masalah yang dirumuskan dalam bentuk pertanyaan dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana media informasi yang terdapat pada visual mainan *flying glider*
2. Bagaimana visual kemasan mainan *flying glider* dapat memberikan informasi mengenai produk yang ingin disampaikan

2. METODOLOGI PENELITIAN

Pada penelitian ini metode yang digunakan adalah metode kualitatif. Yang dimaksudkan kepada metode yang “datanya berbentuk data kualitatif seperti kata-kata, kalimat, atau gambar. Metode kualitatif umumnya bersifat eksplorasi dengan tujuan pemahaman atau menggali motif untuk mendapatkan pemahaman baru” (Budiarti, 2011)

Selain itu dalam penelitian ini menggunakan metode pendekatan studi kasus yang merupakan penelitian secara intensif, terinci dan mendalam, berisikan analisis kontekstual terhadap suatu masalah atau fenomena tertentu serta bertujuan untuk memberikan gambaran secara mendetil tentang latar belakang, sifat serta karakter yang khas dari sebuah kasus ataupun status dari individu (Budiarti, 2011).

Penelitian mengenai visual kemasan sebagai informasi dimaksudkan agar dalam penelitian ini didapatkan pemahaman baru ,mengenai pentingnya visual kemasan yang terdapat pada kemasan mainan *flying glider*. Hal ini dilakukan karena berdasarkan permasalahan yang ada diadaptkan bahwa dalam visual kemasan mainan *flying glider* terdapat informasi yang tidak seluruhnya sesuai dengan kaidah yang berlaku sebagai penyampai informasi dari suatu kemasan.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah bagian instrumen pengumpulan data yang menentukan berhasil atau tidaknya suatu penelitian. Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah :

Studi Pustaka

Pengumpulan data studi pustaka digunakan dengan cara mempelajari buku-buku atau literatur ilmu pengetahuan dan makalah ilmiah yang berhubungan dengan masalah yang dibahas. Dalam penelitian ini, studi pustaka digunakan untuk mendapatkan informasi yang berkaitan dengan visual sebuah kemasan.

Wawancara

Teknik pengumpulan data “dengan mengajukan pertanyaan secara langsung kepada responden untuk mengetahui pendapat, tanggapan, keyakinan, perasaan, motivasi dan proyeksi masa depan seseorang” (Budiarti, 2011) Dalam penelitian ini, Wawancara dilakukan oleh kepada penjual mainan selaku narasumber untuk mendapatkan data pendukung yang dapat dikaitkan dengan visual kemasan serta dapat juga mewawancarai konsumen sebagai pemakai mainan *flying glider*

Observasi

Teknik observasi merupakan setiap kegiatan untuk melakukan pengukuran atau kegiatan yang menggunakan indera penglihatan dan daya ingat.”(Budiarti, 2011). Teknik observasi pada penelitian ini dilakukan di beberapa tempat dagang untuk mengamati kebiasaan konsumen dalam memahami informasi yang disampaikan dari sebuah kemasan.

Selain ketiga teknik tersebut, dalam penelitian ini teknik pengumpulan data menggunakan media lain seperti internet sebagai media yang membantu untuk mendapatkan informasi yang dapat menunjang dalam penelitian ini serta dokumentasi yang berupa data pendukung dalam bentuk gambar atau foto dari objek yang diteliti yaitu kemasan mainan *flying glider*.

Teknik Analisis Data

Analisis data pada penelitian kualitatif diketahui sebagai “proses penelitian yang sistematis, karena dimulai dari pengumpulan data, pemilihan data, pengkategorian, perbandingan, penyatuan, dan penafsiran data. Meskipun demikian, peneliti kualitatif dapat menggunakan berbagai teknik

pengembangan yang berbeda, sesuai dengan kreativitasnya” (Spradley, 1979). Presentasi naratif merupakan pembeda antara penelitian kualitatif dengan jenis penelitian yang lain. presentasi naratif harus disesuaikan dengan audien penelitian. Para audien penelitian ini bisa merupakan para akademisi, partisipan dalam studi, pembuat kebijakan, dan publik umum. Struktur naratif tergantung pada kompleksitas fenomena, tujuan penelitian, tradisi penelitian, dan audien. Gaya penulisan naratif bersifat personal, mudah dibaca, dan dapat juga dipublikasikan kepada audien yang luas (Mc Millian, 2001). Dalam penelitian ini, presentasi naratif digunakan untuk dapat menjelaskan kajian dan pengolahan data yang dilakukan terhadap objek penelitian berupa kemasan dari produk mainan *flying glider*. Sehingga penggunaan presentasi naratif dapat memberikan suatu kejelasan yang dapat diketahui oleh publik mengenai hasil penelitian yang didapat.

Selain itu, teknik analisis data yang dilakukan juga menggunakan model presentasi data visual yang diketahui berupa sajian data secara visual yang merupakan hasil analisis secara utuh kemudian direpresentasikan dalam bentuk gambar, tabel, diagram, ataupun bagan (Alwasilah, 2002). Hal tersebut dilakukan dikarenakan presentasi data secara visual memiliki keuntungan berupa:

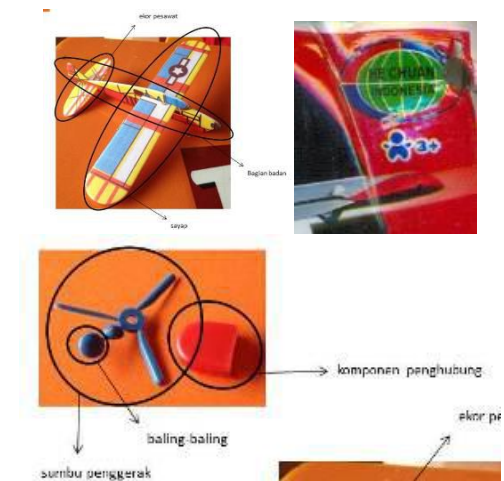
1. Presentasi visual mereduksi data dari sesuatu yang kompleks ke dalam bentuk yang lebih sederhana.
2. Menyimpulkan interpretasi peneliti terhadap data.
3. Menyajikan data sehingga tampil secara menyeluruh (Alwasilah, 2002).

Oleh karena itu, penerapan model analisis tersebut. Dapat memberikan penjelasan yang dapat diketahui oleh audiens sehingga dapat membantu untuk mengetahui berbagai hasil yang didapat melalui bantuan visual yang diberikan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Mainan *Flying glider*

Mainan *flying glider* merupakan mainan pesawat yang dapat diterbangkan berbahan dasar *styrofoam*. Untuk dapat digunakan, mainan tersebut harus dirakit terlebih dahulu. Mainan pesawat tersebut dibagi menjadi 4 komponen utama yaitu Bagian badan, sayap, ekor pesawat, dan baling-baling. Untuk bagian baling-baling terdapat tiga bagian yang terdiri dari baling-baling, sumbu penggerak, dan komponen penghubung antara baling-baling dengan badan pesawat.



Gambar 1. Mainan *flying glider* dan komponennya

Dalam pengerapannya, perakitan yang dilakukan membutuhkan kehati-hatian. Dikarenakan mainan tersebut yang mudah patah sehingga mainan tersebut tidak dapat digunakan kembali. Mainan tersebut dimainkan dengan cara dilempar seperti memainkan pesawat kertas. Penggunaan istilah *flying gliders* disesuaikan dengan informasi yang dihadirkan pada kemasan mainan tersebut. Sebutan *flying gliders* dapat diganti dengan pesawat gabus. Penggunaan istilah pesawat gabus dikarenakan bahan dasar dari mainan tersebut yaitu *styrofoam* (gabus).

Berdasarkan dari informasi yang dilampirkan pada bagian kemasan. Mainan tersebut boleh dimainkan oleh anak yang berusia minimal 3 tahun. Dikarenakan terdapat komponen kecil dan bahan yang digunakan berbahaya untuk dimainkan untuk usia yang lebih kecil dari 3 tahun. Saat ini mainan tersebut dijual oleh pedagang mainan keliling yang berdagang di sekitar sekolah khususnya sekolah dasar. Namun dalam perkembangannya terdapat mainan dengan jenis yang sama yaitu berupa mainan pesawat yang dimainkan dengan cara dilempar dan dijual di toko waralaba. Yang memiliki perbedaan dari material pembentuk mainan tersebut.

Visual kemasan *Flying glider*

Kemasan dikenal sebagai wadah atau pembungkus suatu produk. Sedangkan di setiap produk terdapat kelebihan dan kekurangan. Sehingga terdapat berbagai macam rupa desain kemasan yang beredar saat ini. Rupa dari suatu kemasan disesuaikan dengan produk yang dikemasnya. Selain hal tersebut, kemasan juga dapat berfungsi sebagai alat untuk mengenalkan produk yang ada di dalamnya.



Gambar 2. Kemasan mainan *flying glider*

Kemasan yang digunakan pada produk mainan *flying glider* termasuk ke dalam jenis kemasan fleksibel. Yang umumnya berbahan dasar kertas atau plastik atau sejenisnya yang tidak kaku. Penggunaan kemasan fleksibel dapat dipadukan dengan bahan lain seperti *aluminium foil* dan untuk menutup kemasan dapat menggunakan perekat. Selain itu kemasan fleksibel memiliki karakteristik ringan, tipis dan lunak karena jenisnya yang lembaran.

Diketahui bahwa kemasan fleksibel termasuk ke dalam kemasan yang berjenis berlapis (*multi layer*). Hal ini dikarenakan kemasan tersebut terdiri dari beberapa lapisan bahan kemasan yang memiliki berbagai fungsi, seperti “melindungi terhadap kontaminasi cahaya secara langsung dan kontaminasi udara serta uap air yang dapat merubah rasa dan daya tahan produk. Sedangkan untuk lapisan lain berfungsi sebagai media yang dicetak”. Salah satu kekurangan yang dimiliki oleh kemasan fleksibel adalah tidak memiliki kekuatan yang mampu untuk menahan beban sehingga isi yang ada harus menyesuaikan dengan penggunaan kemasan dengan jenis tersebut.

Dalam penerapannya saat ini, Pemakaian kemasan jenis fleksibel tersebut sering digunakan untuk mengemas produk makanan. Hal ini dikarenakan kemasan tersebut memiliki perekat yang dapat memberikan ke higienisan produk makanan yang dijual. Serta dapat mengetahui isi yang berada di dalamnya karena dapat dicetak dengan warna.

Berkaitan dengan jenis kemasan, Kemasan fleksibel mainan *flying glider*, merupakan kemasan sekali pakai, hal ini dikarenakan pada saat membuka kemasan harus dengan cara “disobek” untuk mengeluarkan produknya.

Material Kemasan

Saat ini diketahui bahwa terdapat berbagai macam material kemasan yang digunakan. Penggunaannya akan disesuaikan dengan jenis produk yang ada di dalamnya. Jenis kemasan yang digunakan untuk produk mainan *flying glider* adalah kemasan dengan jenis fleksibel. Kemasan fleksibel merupakan kemasan yang bersifat fleksibel (lentur) yang dibentuk dari material dengan jenis lembaran seperti *aluminium foil*, *film plastik*, atau kombinasi antara film plastik berlapis logam aluminium yang disebut dengan *metalized film*, selopan, dan kertas dibuat satu lapis atau lebih dengan atau tanpa bahan”

thermoplastic” dengan menggunakan maupun bahan perekat lainnya sebagai pengikat ataupun pelapis. Kemasan fleksibel dapat dilihat dalam bentuk lembaran, kantong, *sachet* maupun bentuk lainnya.

Material dari kemasan mainan *flying glider* memiliki karakteristik menggunakan material *film plastic*. Dan berbentuk *sachet*. Penggunaan material tersebut dalam pengaplikasiannya pada kemasan *flying glider* dikarenakan kemasan dapat lentur tanpa adanya patah atau retak pada kemasannya. Namun dalam penerapannya, material tersebut tidak dapat maksimal dalam melindungi produknya. Dikarenakan mainan *flying glider* menggunakan material *styrofoam* yang mudah patah. Sehingga tidak dapat diketahui kondisi produk yang ada di dalamnya.

Barcode

Barcode dapat diartikan “sebagai kumpulan kode yang berbentuk garis cetak vertical hitam putih, yang memiliki ketebalan garis berbeda sesuai dengan isi kodenya untuk menyimpan data spesifik mengenai objek yang dikodekan”. Sehingga sistem komputer dapat mengidentifikasi informasi mengenai objek yang dikodekan.



Gambar 3. Barcode pada kemasan mainan

Barcode pada kemasan mainan *flying glider* dapat dianggap penting jika mengacu kepada pengertian dan fungsi dari barcode sendiri. Namun penggunaan *barcode* akan dapat dirasakan pentingnya jika mainan tersebut dijual di swalayan atau toko waralaba. Namun, berdasarkan hasil observasi, tidak sedikit penjualan mainan tersebut dilakukan di pedagang mainan keliling yang tidak menggunakan alat pembaca *barcode* (*barcode scanner*).



Gambar 4. Kemasan yang tidak mencantumkan *barcode*

Selain itu, berdasarkan hasil observasi, terdapat kemasan dari mainan *flying glider* yang tidak mencantumkan *barcode* pada kemasan. Sehingga

informasi yang akan didapat hanya seputar yang diberikan pada kemasannya saja.

Warna Kemasan

Kemasan dapat juga berfungsi sebagai pembeda antara produk yang dijual. Jika berbicara mengenai adanya perbedaan, maka warna dapat menjadi salah satu poin dalam visual kemasan. Dengan adanya warna. Perbedaan antar produk akan terlihat.

Ilustrasi Kemasan

Pada desain kemasan Ilustrasi pada kemasan merupakan salah satu unsur yang sering digunakan. Karena dengan adanya ilustrasi secara tidak langsung telah menghadirkan unsur komunikasi sebuah kemasan karena dianggap sebagai “bahasa universal” yang dapat membedakan dengan komunikasi secara verbal dan dapat memberikan informasi secara lebih cepat dibandingkan dengan teks.




Terdapat perbedaan ilustrasi pada produk *flying glider* yang dijual serta yang digunakan pada bagian depan dan belakang kemasan *flying glider*. Perbedaan

yang terdapat pada penggunaan ilustrasi pada kemasan *flying glider* cenderung kepada penggunaan fotografi yang mampu mewakili kejelasan dari produk yang dijualnya. Selain bagaian depan dari kemasan. Terdapat persamaan dan perbedaan yang terdapat pada bagian belakang dari kemasan *flying glider*.

Penjelasan Kemasan Produk

Produk merupakan suatu barang atau jasa yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk menarik minat, kebutuhan, konsumsi yang dapat memuaskan keinginan dan dan kebutuhan konsumen, produk merupakan faktor utama yang harus diperhatikan dalam proses pemasaran karena setiap produk memiliki daya jual yang berbeda dari segi kualitas dan juga harga.”(Kotler ,1996). Oleh karena itu setiap produk harus dapat memuaskan konsumen walalupun segi kualitas yang berbeda melalui beberapa penjelasan yang harus dihadirkan pada kemasan.

Tabel 1. Visual kemasan *flying glider* dan penjelasannya

Keterangan	Kemasan Flying Glider		
			
Warna	Kuning, Merah, Hijau, Biru, Jingga	Merah, Biru, Abu-abu, Kuning, Hijau	Merah, Biru, Jingga, Hijau
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Warna yang digunakan untuk dasar kemasan menggunakan warna cerah (jingga) sehingga mudah ditangkap oleh mata 2. Penggunaan komposisi warna komplementer (hijau dengan merah) sebagai teks tidak baik untuk keterbacaan. 3. Warna merah digunakan sebagai salah satu elemen pemisah antar gambar 4. Warna biru digunakan sebagai ilustrasi langit 5. Warna jingga digunakan sebagai penegas informasi kemasan 6. Warna Hijau digunakan sebagai warna huruf produk dan logo <i>recycle</i> 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Warna biru mendominasi latar belakang dari kemasan. 2. Penggunaan warna biru pada pesawat menjadikan batas bentuk pesawat kurang terlihat dikarenakan saling mendominasi dengan warna latar 3. Warna abu-abu digunakan untuk latar nomor type mainan. 4. Warna kuning digunakan untuk kalimat promosi produk 5. Warna hijau digunakan pada logo <i>recycle</i> 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Warna merah mendominasi latar bagian belakang dari kemasan 2. Adanya gradasi warna biru sebagai penggambaran langit 3. Penggunaan warna hijau pada karakter yang terdapat pada ilustrasi serta logo <i>recycle</i> 4. Warna jingga digunakan pada bagian yang memperjelas pernyataan mengenai produk.
Ilustrasi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ilustrasi seri produk 2. Larangan serta peringatan saja 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ilustrasi seri dari produk. 2. Larangan dan peringatan 3. Ilustrasi perakitan dari mainan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ilustrasi seri dari produk 2. Larangan dan peringatan 3. Logo yang berada di bagian depan ditampilkan kembali di bagian belakang 4. Informasi tambahan

Penjelasan Kemasan			
Tampak Depan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lubang untuk display kemasan 2. Penjelasan jenis mainan 3. Ilustrasi mainan 4. Penjelasan mainan 5. Petunjuk penggunaan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lubang untuk display kemasan 2. Cara kerja mainan pesawat (<i>cyclotron plane</i>) 3. Jenis produk yang dikemas 4. Pilihan produk yang dijual 5. Tanda peringatan mengenai produk. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Batas usia pengguna 2. Brand yang mengeluarkan mainan 3. Penjelasan isi produk yang dikemas 4. Ilustrasi mainan 5. Kelebihan dari mainan 6. Nama jenis mainan 7. Kalimat ajakan untuk mengkoleksi.
Tampak Belakang	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lubang untuk display kemasan 2. Cara kerja mainan pesawat (<i>cyclotron plane</i>) 3. Jenis produk yang dikemas 4. Pilihan produk yang dijual 5. Tanda peringatan mengenai produk. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menggunakan foto pesawat yang ada sebagai pilihan mainan 2. Menampilkan ilustrasi pemasangan mainan. 3. Barcode 4. Tanda peringatan mengenai produk. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Brand yang mengeluarkan mainan 2. Keterangan distributor 3. Gambar pilihan mainan 4. Larangan dan batasan penggunaan mainan 5. Tanda batasan penggunaan mainan 6. Tanda peringatan mengenai produk. 7. Barcode

Warna yang digunakan pada kemasan mainan *flying glider* memiliki perbedaan. Penggunaan warna pada kemasan mainan *flying glider* lebih didominasi penggunaan warna cerah pada latar kemasan. Pemakaian selain warna cerah digunakan sebagai salah satu cara untuk mengilustrasikan awan atau langit. Selain itu penggunaan warna tidak dapat lepas dari adanya warna yang menjadi dasar suatu logo. Penggunaan “warna komplementer” sebagai salah satu cara untuk menarik perhatian orang karena kontras warna yang kuat, namun tidak baik untuk keterbacaan. Gambar yang terdapat pada bagian belakang dari kemasan memberikan penjelasan mengenai beberapa seri dari produk yang dijual. Ilustrasi yang digunakan berupa gambar pesawat Dan tidak merubah arti dari produk yang dijual. Ilustrasi yang digunakan pada bagian depan dan belakang kemasan *flying glider* tidak jauh berbeda karena semua kemasan telah memberikan informasi mengenai produk yang ada di dalamnya yaitu mainan pesawat. Disetiap kemasan mainan *flying glider* menggunakan ilustrasi sebagai penyampai pesan mengenai produk yang dijual. Selain itu, calon konsumen tidak dapat mengetahui mengenai kesamaan dari ilustrasi dengan produk yang dijual jika belum membelinya. Penggunaan bahasa yang terdapat pada kemasan menggunakan bahasa asing yang hanya dapat dimengerti oleh kalangan tertentu.

Media Informasi Kemasan
Informasi kemasan

Informasi dalam sebuah kemasan dipandang penting. Karena sebagai salah satu cara untuk memberikan pengetahuan kepada calon pembeli mengenai produk yang akan dijual. Informasi yang diberikan dapat berbagai macam bentuk seperti ilustrasi atau tulisan. Dalam penggunaan ilustrasi, dapat diwakili dengan gambar mengenai produk yang terdapat di dalamnya. Sedangkan untuk tulisan, dapat dijadikan acuan mengenai larangan, atau penjelasan yang jika menggunakan gambar akan tidak mudah untuk dijelaskan bahkan akan

membutuhkan media yang tidak kecil untuk penyampaiannya.



Gambar 5. Media informasi kemasan *flying glider*

Informasi objektif dalam kemasan

Informasi objektif diperlukan di dalam suatu kemasan. Karena dengan adanya informasi objektif maka calon pembeli dapat mengetahui fakta yang diberikan oleh produsen. Pentingnya informasi objektif tersebut dapat menjadi acuan calon pembeli untuk mengetahui bagian terpenting dalam suatu produk. Informasi objektif dapat disampaikan secara langsung pada kemasan suatu produk. Penyampaian informasi objektif pada kemasan dapat diaktakan harus dapat mewakili seluruh hal yang dianggap penting oleh pihak produsen dan dapat memberikan penjelasan kepada calon pembeli agar dapat mengetahui produk yang akan dibeli.

Tidak sedikit penjelasan yang terdapat pada kemasan mainan *flying glider*. Dari adanya ilustrasi yang digunakan untuk menjelaskan produk yang

akan dapat mewakili penjelasan mengenai produk mainan pesawat yang dijual. Selain itu ilustrasi yang digunakan untuk menyampaikan informasi secara objektif juga dapat dilihat pada bagian tertentu pada kemasan.

Pada bagian tertentu dari kemasan, terdapat informasi mengenai pilihan mainan pesawat yang ditawarkan. Penyampaian informasi secara objektif dapat diwakili dari adanya ilustrasi berupa gambar dari mainan yang sudah jadi. Penggunaan gambar tersebut dapat memberikan informasi secara baik dalam penyampaiannya kepada calon pembeli. Hal ini dikarenakan calon pembeli dapat mengetahui mengenai produk yang ditawarkan oleh produsen sehingga jika calon pembeli menginginkan produk mainan dari produsen mainan tersebut maka calon pembeli hanya tinggal melihat dan menanyakan kepada penjual mainan tersebut mengenai ada atau tidaknya type mainan yang diinginkan.

Informasi akan tidak objektif jika produsen menawarkan pilihan mainan pesawat secara nyata. Karena tampilan pesawat yang menggunakan gambar nyata (foto) akan dapat menyulitkan penjual dan calon pembeli. Dikarenakan penjual harus dapat menjelaskan kepada pembeli jika terdapat ketidak sesuaian dari produk yang telah dibeli.

Informasi subjektif dalam kemasan

Informasi subjektif yang merupakan informasi didapat berdasarkan “lebih kepada keadaan dimana seseorang berpikiran relatif, hasil dari menduga duga, berdasarkan perasaan atau selera orang” hasil yang didapatkan dari informasi subjektif didapat dari pengalaman atau hasil pengamatan seseorang terhadap suatu hal. Untuk sebuah kemasan, informasi yang didapatkan seseorang menggunakan informasi subjektif terkadang berdasarkan kepada pengalaman seseorang yang dapat dipercaya.

Kepercayaan calon pembeli didapatkan tidak hanya dari orang yang dikenalnya. Namun juga didapatkan dari penjual produk yang akan dibelinya. Berbagai macam informasi subjektif didapatkan oleh calon pembeli tidak hanya akan berpengaruh kepada penjualan produk tersebut. Namun juga akan berkaitan dengan hasil yang akan didapatkan. Hubungan informasi subjektif terhadap kemasan di dapat juga dari beberapa kasus dari kemasan yang tidak dapat menampilkan produk yang menjadi isinya.

Informasi subjektif yang dijelaskan dari penggunaan kemasan pada mainan *flying glider*, lebih menekankan kepada penggunaan informasi objektif yang ada pada kemasan tersebut. Hal ini dikarenakan kemasan mainan *flying glider* tidak menunjukkan isi dari kemasan tersebut. Sehingga para calon pembeli harus mencari tahu informasi lebih lanjut mengenai produk yang akan dibeli.

Informasi yang terpenuhi dalam kemasan

Kemasan sebagai “*silent sales*” diharapkan dapat membantu para calon pembeli agar membeli

produk yang dijual. Dan dapat diartikan bahwa kemasan harus dapat meyakinkan dan mempengaruhi calon pembeli. Informasi mengenai isi dari produk yang dikemas akan menjadi salah satu cara untuk memenuhi pemenuhan informasi yang diinginkan oleh calon pembeli.

Penggunaan gambar dalam kemasan mainan *flying glider* dapat menjadi salah satu bentuk pemenuhan informasi pada suatu kemasan. Penggunaan gambar (ilustrasi) tersebut dapat menjelaskan isi dari produk yang dikemas tersebut. Walaupun terkadang isi dari mainan tersebut berbeda dengan ilustrasi produk yang diberikan. Informasi yang diberikan pada kemasan *flying glider* di dominasi oleh penggunaan bahasa asing seperti bahasa Inggris atau bahasa Tiongkok. Sehingga hanya dapat diketahui oleh kalangan masyarakat khususnya anak-anak tertentu. Hal ini dapat menjadi salah satu kelemahan dalam penyampaian informasi yang tidak tepat. Karena tidak dapat dipastikan bahwa pembeli dapat mengerti bahasa yang digunakan pada kemasan tersebut.

Penggunaan bahasa Indonesia hanya berkaitan dengan penjelasan yang diberikan mengenai importir mainan. Dan dalam kondisi ditempel. Selain penjelasan mengenai importir mainan, dalam keterangan tersebut juga menjelaskan mengenai peringatan yang tidak boleh dilakukan oleh pengguna mainan. Dalam kondisi ditempel, penjelasan tersebut dapat terlepas (rusak). Sehingga informasi yang didapat akan tidak jelas dan akan mengakibatkan berkurangnya informasi yang akan diterima oleh calon pembeli.

Kebutuhan kemasan

Saat ini, kemasan memiliki peran yang cukup luas dalam kehidupan manusia. Peran kemasan yang awalnya hanya sebagai pelindung telah mengalami perkembangan seiring dengan berbagai kebutuhan dan kepentingan manusia. Berbicara mengenai kebutuhan, manusia tidak dapat lepas dari penggunaan suatu produk. Dengan adanya produk maka dikaitkan dengan keberadaan dari kemasan. Karena kemasan memiliki fungsi sebagai “pelindung dari suatu produk”.

Kebutuhan produk terhadap kemasan pada saat ini diyakini dapat membantu atau meningkatkan penjualan suatu produk. Berbicara mengenai kebutuhan kemasan. Akan kembali kepada produk yang menjadi isinya. Karena kebutuhan kemasan untuk produk makanan akan berbeda dengan produk minuman. Selain itu kemasan dapat juga menjadi alat untuk mempromosikan produk yang ada di dalamnya.

Kemasan produk *flying glider*, digunakan untuk dapat mempromosikan produk yang di dalamnya. Karena produk mainan *flying glider* yang merupakan mainan “pesawat” yang dimainkan dengan cara diterbangkan. Sehingga ilustrasi yang digunakan pada kemasan berupa

gambar pesawat. Pada mainan *flying glider*, kemasan tidak dapat dikatakan sebagai pelindung produk. Karena dengan kemasan yang lentur (fleksibel) tidak dapat maksimal untuk dapat melindungi produk yang berbahan dasar *Styrofoam* yang memiliki ketebalan 1-2 mm. karena bahan yang terdapat pada produk tersebut mudah untuk rusak.

Kebutuhan informasi kemasan

Kebutuhan informasi terjadi dikarenakan adanya kebutuhan mengenai informasi. Adanya kebutuhan informasi dikarenakan “keadaan tidak menentu yang timbul akibat terjadinya kesenjangan dalam diri manusia antara pengetahuan yang dimiliki dengan yang dibutuhkannya. Manusia akan mencari informasi untuk memenuhi kebutuhannya karena adanya kesenjangan tersebut, manusia menggunakan atau berusaha menggunakan berbagai sumber informasi” (Pannen, 1990). Diketahui, manusia memperoleh informasi dari berbagai macam sumber yang pada akhirnya informasi tersebut akan digunakan untuk keperluannya.

Kebutuhan informasi pada kemasan dapat berbagai macam bentuk. Informasi yang dibutuhkan dari suatu kemasan dapat berupa ilustrasi (gambar) atau tulisan huruf atau angka bahkan keduanya. Kebutuhan informasi dalam media kemasan akan dipengaruhi oleh *target market* dari produk yang dikemas.

Kebutuhan informasi pada kemasan mainan *flying glider*. Dipengaruhi oleh *target market* dari mainan tersebut. Karena mainan *flying glider* dimaksudkan untuk dimainkan oleh anak sekolah dasar. Maka informasi yang diberikan akan berkaitan dengan pengetahuan yang dimiliki oleh anak tersebut. Kesenjangan yang terjadi adalah pengetahuan yang dimiliki anak sekolah dasar hanya dapat melihat produk mainan *flying glider* melalui ilustrasi yang menggunakan gambar yang atau foto dari pesawat yang ada dengan kebutuhan mainan yang harusnya sesuai dengan yang digambarkan pada kemasan. Sehingga akan menjadikan adanya ketidak sesuaian antara kemasan dengan produk yang dijual.

Manfaat informasi

Pengetahuan dalam kemasan

Secara sederhana, pengetahuan dapat dikatakan berupa pemahaman mengenai suatu hal. Pada awalnya, pengetahuan dikarenakan adanya rasa keingintahuan seseorang. Pengetahuan dapat memberikan suatu informasi yang berguna dan dapat dikembangkan. Di dalam kemasan, pengetahuan di dapatkan dari adanya berbagai macam informasi yang diberikan oleh produsen. Pengetahuan tersebut dapat berfungsi sebagai bahan pertimbangan calon pembeli pada saat

memilih suatu produk. Sehingga calon pembeli dapat mengetahui produk yang dibeli.

Kemasan mainan *flying glider* memberikan pengetahuan berupa informasi berbagai macam pesawat tempur melalui ilustrasi yang terdapat pada kemasan tersebut. Pesawat yang digunakan sebagai objek merupakan pesawat tempur yang pernah/masih ada. Penggunaan objek pesawat tersebut dapat memberikan pengetahuan kepada calon pembeli mengenai berbagai macam pesawat tempur. Tidak hanya ilustrasi, tulisan pada bagian kemasan yang berupa nama pesawat tempur dapat membantu memberikan informasi kepada calon pembeli jika ingin mengetahui lebih lanjut mengenai pesawat yang dimaksud.

Ketidakpastian dalam kemasan

Informasi disesuaikan dengan adanya tingkat kebutuhan dari pengguna. Sedangkan tingkat kebutuhan merupakan sesuatu yang tidak pasti. Ketidak pastian tersebut dipengaruhi oleh faktor lingkungan. Ketidakpastian dapat dikarenakan oleh kurangnya informasi yang didapat. Berbicara mengenai kemasan, perlu adanya penelitian yang lebih lanjut mengenai tingkat kebutuhan calon pembeli dengan kemasan. Namun suatu kemasan dapat menjadi “pelindung produk” dan untuk “menambah daya tarik” yang dijual. Dapat diartikan, perlu adanya informasi yang dapat menjadi nilai tambah agar dapat mempengaruhi calon konsumen. Namun, jika “semakin banyak informasi yang diberikan, maka akan semakin tinggi pula tingkat ketidakpastian penerimaan informasi” (Martinus, 2011)

Mainan *flying glider* merupakan mainan yang menggunakan bahan “*styrofoam* tipis” dan mudah patah. Dan kemasannya merupakan “kemasan *flexible*” yang merupakan kemasan berbentuk lembaran. Kemasan tersebut memiliki karakter “lentur” serta pada tampilan luarnya dipenuhi berbagai macam informasi berupa ilustrasi dan tulisan dan tidak dapat memperlihatkan produk yang berada di dalamnya. Sehingga para calon pembeli akan mendapatkan suatu ketidakpastian mengenai kondisi produk yang ada didalam kemasan. Karena bahan mainan yang mudah patah dan penggunaan kemasan yang lentur tidak dapat menjadi pelindung untuk produk yang dijualnya.

Resiko kegagalan

Kegagalan dalam suatu informasi adalah tidak sampainya informasi yang diberikan oleh pengirim informasi kepada penerima informasi. Namun terkadang kegagalan informasi dapat juga berupa kesalahan dalam menginterpretasikan suatu informasi sehingga pada saat melakukan tindakan akan mengalami kesalahan. Kegagalan informasi dalam kemasan akan berdampak kepada tidak sampainya informasi mengenai produk kepada calon pembeli sehingga akan berdampak kepada

penjualan suatu produk. Selain itu, jika suatu kemasan gagal dalam menginterpretasikan produk yang dijualnya maka akan tidak sedikit penyalahgunaan suatu produk oleh pengguna.

Kemasan mainan *flying glider* yang berupa kemasan fleksibel merupakan kemasan yang memiliki kualitas yang dapat menjaga produknya untuk jangka waktu lama dan biasa digunakan untuk melindungi produk obat-obatan atau makanan (<http://www.indonesiaprintmedia.com>) dan dijual oleh “pedagang mainan keliling” dan ditempatkan dalam kondisi menumpuk dengan mainan lain yang dijual. Jika berbicara mengenai kemasan dari mainan tersebut, resiko Kegagalan dalam menginterpretasikan suatu produk dikarenakan terdapat kesalahan dalam pemanfaatan elemen desain yang digunakan dalam kemasan. Sedangkan kegagalan yang dapat menyebabkan tidak sampainya informasi dikarenakan penempatan produk tersebut sehingga untuk mengetahui keberadaan produk mainan tersebut harus melalui proses bertanya.

Keanekaragaman dalam kemasan

Saat ini, tidak sedikit jenis kemasan yang telah hadir sebagai “pelindung produk” dengan berbagai macam jenis, tipe dan bahan dari kemasan. Dengan keanekaragaman kemasan dapat menghadirkan nilai tambah dari produk yang dilindunginya.

Berdasarkan dari data yang didapat, jenis, tipe dan bahan kemasan mainan *flying glider* tidak memiliki perbedaan antara satu dengan yang lainnya. Karena kemasan yang berjenis kemasan fleksibel, dengan metode penggunaannya yang sekali pakai dan berbahan lembaran aluminium. Keanekaragaman dari kemasan mainan *flying glider* hadir dalam bentuk ilustrasi informasi tulisan yang ada pada kemasan tersebut. Ilustrasi dari kemasan tersebut walaupun dalam konteks yang sama yaitu menggambarkan mainan pesawat, namun objek yang digambarkan berbeda. Selain itu tulisan dan keterangan yang disampaikan saling berbeda karena adanya adanya penggunaan Bahasa asing yang berbeda di setiap kemasan.

Pencapaian dalam kemasan

Kemasan berfungsi untuk melindungi apa yang dijual dan berlaku juga mengirim, menyimpan dan membedakan suatu produk. Suatu produk yang dikemas diharapkan juga dapat mempengaruhi calon pembeli agar memiliki keinginan untuk membeli produk tersebut. Pencapaian akhir dari produk yang dikemas adalah produk tersebut dibeli. Sehingga diperlukan hal-hal yang dapat mempengaruhi calon pembeli. Selain itu, pencapaian suatu kemasan dapat juga hadir dari tidak adanya kesalahan-kesalahan yang terjadi dalam suatu proses informasi.

Pencapaian dari dijualnya mainan *flying glider* yaitu agar dapat dibeli dan digunakan oleh konsumen. Penyampaian informasi pada kemasan mainan tersebut dapat membantu untuk mencapai keberhasilan dari fungsi kemasan yaitu menjual produknya. Penggunaan ilustrasi pada kemasan mainan tersebut dapat mewakili produk yang dijualnya. Seperti ilustrasi pesawat yang memang tidak boleh mencantumkan penggambaran nyata dari pesawat.

Penggunaan penggambaran pesawat secara nyata secara tidak langsung hanya akan memberikan harapan kepada konsumen. Karena dalam pengklikasiannya. Kemasan dapat memberikan informasi dengan sejelas-jelasnya mengenai produk yang dijualnya.

Pencarian Informasi

Untuk mendapatkan suatu informasi, seseorang akan melakukan suatu proses pencarian informasi. Pencarian informasi dilakukan untuk menambah suatu pengetahuan yang dibutuhkannya. Pencarian informasi oleh seseorang dilakukan dengan menggunakan berbagai macam sumber informasi serta yang didapat dari lingkungannya.

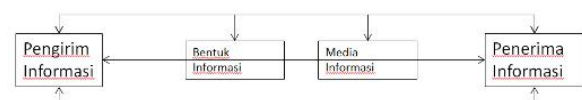
Perilaku pencarian informasi

Berbagai macam cara dilakukan seseorang untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkannya. Berawal dari dengan memperoleh, mengumpulkan informasi yang didapat lalu menyeleksi informasi serta berkembang menjadi memantau perkembangan informasi yang didapat dan memanfaatkan informasi yang didapat.

Pencarian informasi pada kemasan mainan *flying glider* dilakukan oleh calon pembeli dengan cara berkomunikasi dengan penjual. Dikarenakan calon pembeli selalu ingin mengetahui mengenai produk yang akan dibeli. Proses bertanya tersebut dihasilkan dari adanya faktor keingintahuan calon pembeli berdasarkan pengamatan terhadap lingkungannya seperti adanya anak yang bermain *flying glider*.

Pertukaran Informasi

Dari adanya pencarian informasi, secara tidak langsung telah terjadi pertukaran informasi. Pertukaran informasi dihasilkan dari adanya proses pengiriman informasi dalam berbagai bentuk informasi menggunakan berbagai macam media atau sarana informasi lalu diterima oleh penerima informasi.



Gambar 6. Proses pertukaran informasi

Pengirim dan penerima informasi

Dalam proses pertukaran informasi, pengirim dan penerima informasi dapat saling bertukar posisi.

Dikarenakan sebagai proses awal, pengirim informasi dapat menjadi bagian pertama karena kebutuhannya mengenai suatu informasi. Sebaliknya penerima informasi sebagai proses akhir akan memberikan kebutuhan pengirim informasi. Proses pertukaran informasi akan didukung oleh tindakan bertanya dan menjawab oleh pengirim dan penerima informasi.

Dalam kemasan mainan *flying glider*, pengirim informasi berupa calon pembeli yang ingin membeli mainan tersebut. Proses pengiriman informasi dapat berupa pertanyaan yang diajukan oleh calon pembeli kepada penjual sebagai penerima informasi. Kondisi tersebut akan menjadi terbalik pada saat penjual mainan memberikan informasi mengenai mainan yang dijual. Karena informasi yang dikirim oleh penjual akan diterima oleh calon pembeli.

Bentuk informasi

Dalam kemasan *flying glider*, terdapat berbagai macam bentuk informasi yang diberikan, dari adanya ilustrasi yang digunakan untuk menyampaikan produk yang dikemas merupakan mainan pesawat. Informasi mengenai merakit dan cara penggunaan mainan.

Selain informasi yang berbentuk ilustrasi, terdapat informasi yang berbentuk tulisan yang disampaikan untuk memberikan penjelasan mengenai peringatan tentang batasan dari penggunaan mainan. Selain itu, informasi tulisan juga didukung dengan informasi yang berbentuk isyarat. Isyarat yang digunakan dalam kemasan mainan *flying glider* merupakan tanda yang digunakan dalam sering digunakan dalam kemasan mainan.

Media atau sarana informasi

Media informasi merupakan suatu cara seseorang untuk mendapatkan informasi yang diinginkannya. Media informasi yang terdapat pada kemasan mainan *flying glider* tidak jauh berbeda dengan bentuk informasi yang digunakan pada kemasan tersebut. Namun media yang digunakan dalam kemasan *flying glider* berbentuk media yang tulisannya dicetak dan dapat dibaca oleh calon pembeli. Media informasi dapat menjadi penegas dalam proses pertukaran informasi.

Media informasi pada kemasan mainan *flying glider* terdiri dari tulisan dan gambar. Media tulisan dan gambar yang digunakan pada kemasan tersebut tidak berbeda dengan bentuk informasi yang ada. Namun penggunaan bahasa Inggris dan Tiongkok sebagai media informasi pada kemasan. Akan lebih menghadirkan banyak pertanyaan mengenai arti dari penggunaan bahasa tersebut. Sehingga informasi yang akan diterima akan terbatas.

Perlakuan informasi

Perlakuan informasi merupakan suatu tahap akhir dari pencarian informasi. Setelah seseorang mendapatkan informasi, maka informasi akan diperlakukan untuk berbagai macam kebutuhannya. Informasi yang didapat akan digunakan untuk berbagai macam hal sesuai dengan kepentingan penerima informasi. Informasi dalam suatu kemasan dapat dijadikan sebagai acuan yang akan digunakan oleh calon pembeli untuk dapat meyakini dirinya agar membeli produk yang dikemas.

Informasi dalam kemasan mainan *flying glider* memiliki kekuatan melalui penggunaan ilustrasi gambar pesawat. Ilustrasi tersebut dapat menjadi informasi yang dijadikan sebagai komoditi. Karena memiliki nilai ekonomi dan akan membantu individu atau korporasi untuk mencapai sasarannya.

Selain itu informasi pada kemasan mainan tersebut dapat juga menjadi pesan komunikasi karena pertukaran data yang dilakukan antara pengguna dengan produknya. Pertukaran data dari adanya pesan komunikasi dikarenakan adanya berbagai macam pesan yang telah diterima oleh pengguna dari lingkungannya. Sehingga berkembang menjadi perlakuan informasi sebagai pengetahuan. Karena adanya pemahaman yang dihasilkan oleh kemampuan intelektual dalam menarik kesimpulan sebagai mainan pesawat yang dapat diterbangkan oleh pengguna.

Media Informasi Kemasan *Flying glider*



Gambar 7. Kemasan sebagai media informasi

Kemasan sebagai informasi

Kemasan sebuah produk dapat dianggap sebagai suatu cara untuk memberikan informasi. Karena dengan adanya kemasan, produk yang dijual akan menjadi lebih menarik karena dapat menjadi “pemicu minat” bagi calon pembeli untuk membeli dan menggunakan produk. Berbagai macam cara dihadirkan pada kemasan untuk dapat mengkomunikasikan produk. Karena ada saatnya konsumen tidak lagi tergantung kepada suatu pelayanan penjual.

Pada kemasan mainan *flying glider*, informasi yang diberikan dengan menggunakan ilustrasi pesawat dapat mewakili produk yang dijual, namun perlu adanya komunikasi dengan penjual mengenai ketersediaan produk tersebut, maka kemasan mainan tersebut belum dapat dianggap sebagai “silent sales” yang dapat membantu calon pembeli mengenali produknya. Hal tersebut juga dapat dikaitkan dengan kondisi dari tempat penjualan yang memang dalam kondisi menumpuk.

Kemasan sebagai media

Dilihat dari fungsi utamanya, kemasan harus dapat melindungi produk yang berada di dalamnya. Sehingga perlu adanya kekuatan tersendiri yang terdapat pada kemasan. Tampilan dari kemasan dapat mempengaruhi keputusan calon pembeli. Karena jika kemasan mengalami kerusakan maka tidak dapat dipastikan produk yang ada di dalamnya dalam kondisi baik. Selain itu kemasan dapat juga menjadi salah satu cara untuk mendekati produk kepada calon pembeli. Sehingga perlu adanya perhatian agar produk dalam keadaan baik.

Kemasan mainan *flying glider* hadir sebagai pelindung dari produk mainan yang berbahan dasar *styrofoam*. Sehingga perlu adanya kemasan yang disesuaikan dengan bahan dasar tersebut. Penggunaan kemasan fleksibel yang lentur tidak dapat memberikan keamanan kepada produk mainan tersebut. Karena kelenturan dari kemasan tidak dapat melindungi produk secara baik yang dapat membuat mainan menjadi patah pada saat masih di dalam kemasan. Walaupun dari segi tampilan kemasan tidak terdapat kerusakan.

Kemasan sebagai media informasi

Pada perkembangan saat ini, telah hadir berbagai macam produk. Dengan hadirnya kemasan dapat menjadi pembeda dari produk sehingga para calon pembeli dapat mengetahui produk yang akan dibeli dan digunakan. Dengan adanya faktor pembeda pada kemasan, maka kemasan dituntut dapat memberikan informasi yang dapat mewakili produknya secara jelas dan dapat dimengerti oleh calon pembeli.

Dengan keterbatasan area pemberian informasi pada kemasan, kendala yang terjadi adalah akan adanya informasi yang dikurangi atau diringkas bahkan diubah. Sehingga dengan keterbatasan tersebut, calon pembeli tidak mendapatkan informasi yang sesuai dengan kebutuhannya.

Pada kemasan mainan *flying glider*, kemasan digunakan sebagai media untuk menyampaikan mainan pesawat yang dilempar. Namun kurangnya informasi mengenai cara memainkannya dapat menyebabkan kurangnya pengetahuan mengenai mainan tersebut. Selain itu tidak adanya informasi mengenai kekuatan material dari mainan tersebut dapat juga mengakibatkan perlakuan pengguna terhadap mainan tersebut tidak dapat dibatasi. Sehingga jika mainan yang baru dimainkan mengalami kerusakan maka pengguna harus membelinya kembali.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Visual kemasan mainan *flying glider* memanfaatkan gambar dan tulisan untuk menyampaikan informasi produknya. Informasi

yang disampaikan dari kemasan tersebut ditujukan untuk dapat memberikan informasi mengenai produk yang dijual. Penggunaan ilustrasi pada kemasan mainan tersebut mewakili penjelasan tulisan yang dapat memberikan pengetahuan mengenai produk mainan yang dijual. Pengetahuan yang diberikan melalui ilustrasi dapat membantu mengkomunikasikan mengenai penggunaan mainan tersebut. Penggunaan ilustrasi berupa gambar atau foto pesawat dapat memberikan pengetahuan mengenai pesawat yang ada atau pernah ada. Selain itu ilustrasi yang diberikan juga mencakup berbagai macam tipe mainan pesawat yang dijual.

Selain informasi dalam bentuk ilustrasi, kemasan mainan tersebut juga menghadirkan tulisan. Tulisan yang terdapat pada kemasan tersebut memberikan informasi berupa ajakan atau kalimat promosi produk. Selain itu tulisan yang digunakan untuk mempromosikan produk menggunakan bahasa asing yang dapat diketahui oleh kalangan tertentu saja.

Kemasan mainan *flying glider* masuk ke dalam jenis kemasan fleksibel yang memiliki sifat lentur dan tidak mudah patah. Kelenturan kemasan tersebut secara tidak langsung dapat mempengaruhi keamanan mainan yang berada di dalamnya karena mainan yang berada didalamnya menggunakan material yang mudah patah. Karena mainan tersebut dijual oleh penjual mainan keliling maka tidak dapat dipastikan kondisi mainan tersebut pada saat sudah berada ditangan pengguna. Berkaitan dengan penjualannya. Masih didapat kemasan yang tidak menggunakan barcode. Penggunaan barcode yang dapat dikaitkan dengan berbagai macam informasi yang disimpan dapat membantu pengguna untuk mengetahui produk mainan tersebut.

Dengan adanya visual pada kemasan, dapat membantu penjual mainan pada saat menjual mainan yang dijualnya. Selain hal itu, calon pembeli mendapatkan berbagai macam informasi yang ditampilkan pada kemasan tersebut. Pencapaian informasi pada kemasan tersebut harus didukung dengan fakta dan lingkungan mengenai produk yang terdapat pada kemasan tersebut. Karena dengan menggunakan penjelasan yang disesuaikan dengan lingkungan, maka informasi yang diberikan akan lebih berguna karena akan adanya pengetahuan tambahan yang didapat oleh calon pembeli atau pengguna.

Penggunaan ilustrasi pada kemasan dapat disesuaikan dengan produk yang dijual. Karena jika ilustrasi yang ditampilkan tidak sesuai dengan fakta produk. Maka informasi yang diberikan akan terbatas bahkan tidak sampai. Selain itu, perlu adanya penyampaian informasi menggunakan bahasa yang disesuaikan dengan lingkungan tempat penjualan dapat membantu penyampaian informasi berupa fakta yang berkaitan dengan produk yang dikemas.

Ilustrasi yang dimanfaatkan untuk

memberikan informasi mengenai berbagai macam tipe mainan yang dijual dapat diperbaiki menggunakan informasi yang dapat membantu calon pembeli untuk mengetahui produk yang akan dibeli.

Perlu adanya perhatian mengenai kesesuaian antara produk yang dijual dengan jenis kemasan yang digunakan. Karena jika kemasan tersebut tidak dapat memberikan keamanan pada produk yang ada didalamnya, maka penyampaian informasi akan gagal. Karena informasi yang diberikan akan tidak berguna jika tidak dapat dipakai. Selain itu penggunaan barcode di setiap kemasan mainan *flying glider* dapat menjadi pedoman di setiap kemasan mainan yang dijual. Karena informasi yang di dapat menjadi maksimal, sehingga informasi yang disampaikan mengenai produk pada kemasan dapat diketahui oleh pengguna tidak hanya berupa tampilan kemasan saja. Namun akan berkaitan dengan produknya.

5. REFERENSI

- Pengantar Ilmu Kemasan.* (2003). Dirjen Industri Dan Dagang Kecil Menengah, Departemen Perindustrian Dan Perdagangan: Jakarta.
- Pelatihan Kemasan.* (2007) Direktorat Jenderal Industri Kecil Dan Menengah Departemen Perindustrian : Jakarta
- 1000 Package Design A Comprehensive Guide To Packing It.* (2008). Rockport: Massachusetts.
- Budiarti, N, L dan Agung, E, B, W., (2011) *Metode Penelitian DKV.* Penerbit ITB, Bandung.
- Calver, G., (2007). *What Is Packaging Design,* Page One Publishing, Singapore.
- Collins, M, J. (1989) *The Gliding Flight,* Ten Speed Press : California
- Davis, H dan Paul, W. (2010) Bahasa, Citra, Media. Jalasutra, Yogyakarta.
- Dervin, B and Nilan, M., (1986). Information Needs and Uses. *Annual Review of information Science and Technology,* Vol 49,
- Fisher, T & Shipton, J, (2010). *Designing For Re-Use The Life Of Consumer Packaging,* Earthsca: London.
- Julianti, S. (2010). *The Art Of Packaging: Mengenal Metode, Teknik Dan Strategi Pengemasan Produk Untuk Branding Dengan Hasil Maksimal,* Kompas Gramedia: Jakarta.
- Klimchuk, M, R and Krasovec, S, A., (2006). *Desain Kemasan Perencanaan Merek Produk Yang Berhasil Mulai Dari Konsep Sampai Penjualan.* Erlangga : Jakarta.
- Krikelas, J. (1983). Information seeking behavior: Patterns and concepts. *Drexel Library Quartely,* vol 19.
- Lakoro, R. (2006). *Studi Komunikasi Visual Pada Kemasan Makanan Ringan.* ITS : Surabaya,
- Mudra, I, W. (2010). *Desain Kemasan Produk,* Puslit Seni Kreasi Baru LP2M ISI : Denpasar.
- Natadajaja, L. (2007, Januari). Analisa Elemen Grafis Desain Kemasan Indomie Goreng Pasar Lokal Dan Ekspor, *Jurnal Nirmana,* Vol.9(1) : 20-30
- Palgunadi, B, (2007), *Desain Produk 1 Desain, Desainer Dan Proyek Desain,* Penerbit ITB, Bandung,
- Pannen, P. (1990). *A Study in information seeking and use behaviors of resident students and non residents students in indonesian tertiary education.* Syracuse University: Syracuse
- Roth, L. (1990). *Packaging Design: An Introduction,* John Wiley & Sons: New York.
- Spradley, J, P. (1979). *The Ethnographic.* Holt. Rinehart and Winston: London
- Suyanto, M. (2003). *Multimedia Alat Untuk Meningkatkan Keunggulan Bersaing.* Penerbit ANDI : Yogyakarta.
- Triyono, A. (2002). *Modul Pengemasan Produk Makanan.* UPT B2PTTG-LIPI: Subang.
- Wirya, I. (1999). *Kemasan yang Menjual,* Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 1999.