

ILUSTRASI LABEL PRODUK AQUA KARYA RIO SABDA

LABEL ILLUSTRATION OF AQUA PRODUCT BY RIO SABDA

Oleh: Claudya Febri Romadhon, NIM 1306241011, Jurusan Pendidikan Seni Rupa, Fakultas Bahasa Dan Seni, Universitas Negeri Yogyakarta (romadhon.claudya@gmail.com)

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ilustrasi, elemen dan karakteristik ilustrasi desain label produk Aqua karya Rio Sabda. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif. Subjek penelitian ini adalah ilustrasi label Aqua karya Rio Sabda. Data diperoleh melalui teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik pemeriksaan keabsahan data menggunakan teknik ketekunan pengamatan dan triangulasi sumber. Analisis data dilakukan dengan tahapan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa; ilustrasi yang diterapkan pada label Aqua bergaya realistik, non realistik dan berbentuk kartun deformasi. Gaya realistik ditemukan pada figur manusia sedangkan gaya non realistik ditemukan pada; bangunan, pohon, dan awan yang sudah dideformasi menjadi lebih dekoratif. Citra ilustrasi sudah mewakili keterkaitan teks pesan yang terdapat pada ilustrasi label Aqua serta teks pesan dapat mengkomunikasikan isi yang telah disampaikan. Karakteristik ilustrasi pada label Aqua ditunjukkan pada warna, tipografi, bentuk, dan unsur elemen yang memberikan kesan ringan, modern, komunikatif, dan cenderung *flat*. Karakteristik pesan yang terdapat pada tiga karya Rio Sabda sudah berhasil mengintrepretasikan program Temukan Indonesiamu dari PT. Danone-Aqua yang dikhususkan untuk generasi muda dalam menemukan inspirasi untuk berkarya.

Kata Kunci: *Ilustrasi, Label, Aqua*

Abstract

The objective of this research is to know the illustrations, the elements and the characteristics of label design in Aqua product by Rio Sabda. This research is a descriptive qualitative research. The subject of this reseach is label illustration of Aqua product by Rio Sabda. The data is gained through observation, interview, and documentation. The validity of the data is checked through presistence of observation technique and triangulation. The data analysis is done through data collection, data reduction, data serving, and conclusion. The result of the research shows that; the styles of illustration in the label of Aqua are realistic and non-realistic while the form of the illustration is deformed cartoon. The realistic style is found in the figure of human and the non-realistic one is found in the figure of; building, tree, and cloud that have been deformed to be more decorative. The illustration imagery has represented the text in the label illustration of Aqua and has communicated the messages. The characteristic of the illustration in the label of Aqua product is shown by the color, typography, form, and element that give the impression of mild, modern, communicative and flat. The characteristic of the messages in the three of Rio Sabda's designs has intrepreted the program of Temukan Indonesiamu by PT. Danone Aqua that is intended for young generation in finding the inspiration for creating their work.

Keyword : *Illustration, Label, Aqua*

PENDAHULUAN

Label dalam media massa baik media elektronik maupun media cetak yaitu keterangan yang melengkapi suatu kemasan produk dengan memberi nama produk, isi produk, bahan, komposisi, informasi gizi, dan tanggal kedaluwarsa, namun dengan perkembangan zaman yang semakin maju, label pada berbagai macam produksi makanan dan minuman sudah mengalami perkembangan yang sangat pesat, salah satunya yaitu perusahaan AMDK (air minum dalam kemasan) pertama di Indonesia yaitu Aqua yang menambahkan logo pada label dan ilustrasi.

Aqua mempunyai inovasi baru dalam program Temukan Indonesiamu untuk menggabungkan logo dengan ilustrasi yang menarik pada label kemasannya, salah satunya dengan desain yang diluncurkan pada bulan September-Oktober 2016, antara lain yaitu pembuatan desain ilustrasi yang diciptakan oleh Rio Sabda yang mengangkat karakteristik Indonesia.

Hal ini sangat menarik untuk diteliti karena dari berbagai macam kemasan dan produk/*brand* air minum lainnya, hanya Aqua dengan kemasan 600ml yang menerapkan ilustrasi untuk mengkomunikasikan dan mengajak serta menanamkan nilai-nilai positif dengan bentuk sosial.

Kajian teori dalam penelitian ini yakni: PT Golden Mississippi didirikan pada tahun 1973 sebagai pelopor perusahaan air minum dalam kemasan (AMDK) pertama di Indonesia yang meluncurkan produk berlabel Danone-AQUA, dalam beberapa tahun belakangan ini Aqua mempunyai strategi promosi pada air minum dalam kemasan botol 600ml yang di desain semenarik mungkin dengan memberikan kesempatan bagi generasi muda untuk berkarya.

Menurut Klimchuk dan Krasovec (2007:137) menjelaskan bahwa sebuah produk harus mempunyai struktur dan material yang digunakan sebagai tempat penyimpanan, perlindungan, transportasi produk, dan menyediakan permukaan fisik bagi desain kemasan. Pemilihan struktur pada akhirnya ditentukan oleh keputusan pengguna akhir, dimana struktur melakukan tugas ergonomisnya termasuk membuka dan menutup dengan baik.

Struktur desain yang sesuai untuk sebuah desain kemasan adalah merupakan hal yang penting. Struktur dan material bisa dibagi ke dalam beberapa kategori, salah satu struktur dan materialnya yaitu plastik, dimana terdapat banyak varian plastik yang menawarkan kualitas dari properti yang berbeda-beda. Variasi plastik tersebut bisa kaku atau fleksibel, bening, putih atau bewarna, transparan ataupun opak dan dapat dicetak kedalam berbagai bentuk dan ukuran yang berbeda-beda (Klimchuk dan Krasovec, 2007 : 146).

Desain grafis dalam suatu produk atau kemasan, sangat diperlukan guna memberi informasi bagi para konsumen melalui pembuatan label. Label merupakan suatu bagian dari sebuah produk yang membawa informasi verbal tentang produk atau tentang penjualannya. Secara garis besar suatu produk di samping di beri merek, dan kemasan, produk juga harus diberi label. Label dalam media massa, baik media cetak maupun media elektronik dapat berfungsi melengkapi keterangan suatu kemasan produk dengan hanya memberi nama produk, isi produk, bahan, komposisi, informasi gizi, tanggal kedaluwarsa dan lain-lain. Namun dengan sejalanannya kemajuan zaman, label dapat didesain dengan baik dan menarik, meliputi : terdapatnya gambar-gambar (ilustrasi), tipografi dan warna dan informasi lainnya.

Menurut Gitosudarmo (2000;199) ada beberapa hal terkait dengan label yang pertama yaitu fungsi label : Label mengidentifikasi produk atau merek, label berfungsi menggolongkan produk, dan sebagai alat promosi. Label juga dapat dibedakan menjadi tiga macam yaitu: *brand label*, *grade label*, dan *descriptive label*. Label kemasan dalam desain komunikasi visual mempelajari tentang konsep berkomunikasi yang bertujuan untuk menyampaikan pesan audio maupun visual, terhadap sesuatu yang akan dikomunikasikan secara menarik.

Ilustrasi menurut Supriyono (2010 : 51) secara umum adalah gambar atau foto yang bertujuan menjelaskan teks dan sekaligus menciptakan daya tarik. Ilustrasi yang berhasil menarik perhatian pembaca pada umumnya memenuhi beberapa kriteria sebagai berikut : (1) Komunikatif, informatif dan mudah dipahami. (2) Menggugah perasaan dan hasrat untuk membaca. (3) Ide baru, orisinal, bukan merupakan plagiat atau tiruan. (4) Punya daya paku (eye-catcher) yang kuat. Dan (5) Jika berupa foto atau gambar, harus punya kualitas memadai, baik dari aspek seni maupun teknik pengerjaan.

Menurut Mikke Susanto (2011 : 190) Ilustrasi adalah seni gambar yang dimanfaatkan untuk memberi penjelasan suatu maksud atau tujuan secara visual. Ilustrasi dalam konteks ini dapat memberi arti dan simbol tertentu sampai hanya bertujuan artistik semata. Ilustrasi ini pada perkembangan lebih lanjut ternyata tidak sebagai sarana pendukung cerita namun dapat pula mengisi ruang kosong. Misalnya dalam majalah, koran, tabloid dan lain-lain yang bentuknya bermacam-macam seperti karya seni sketsa, lukis, grafis, desain, kartun atau lainnya.

Menurut Mikke Susanto (2011 : 190) Ilustrasi adalah seni gambar yang dimanfaatkan untuk memberi penjelasan suatu maksud atau tujuan secara visual. Ilustrasi dalam konteks ini dapat memberi arti dan simbol tertentu sampai hanya bertujuan artistik semata. Ilustrasi ini pada perkembangan lebih lanjut ternyata tidak sebagai sarana pendukung cerita namun

dapat pula mengisi ruang kosong. Misalnya dalam majalah, koran, tabloid dan lain-lain yang bentuknya bermacam-macam seperti karya seni sketsa, lukis, grafis, desain, kartun atau lainnya.

Ada beberapa jenis ilustrasi antara lain kartun, karikatur, dan drawing. Berdasarkan coraknya ilustrasi diklasifikasikan menjadi 2 yaitu: realistik, non realistik dan beberapa macam aliran salah satunya kubisme. Teknik ilustrasi menurut Suharyahadi (2007) yaitu: Teknik *out line*, arsir, blok, *scraper*, *dot*, *dry brush*, *halftone*, dan siluet.

Citra ilustrasi mempunyai interpretasi standar yang lebih sedikit dan mewakili hal yang berbeda bagi orang yang berbeda. Citra pada sebuah ilustrasi juga harus tepat langsung mengena pada sasaran dalam mengkomunikasikan kepribadian merek, dan atribut tertentu. Pengkomunikasian juga dapat menjadi pembangkit selera dalam desain kemasan makanan, serta mempunyai konotasi gaya hidup, sugesti *mood*, dan menjadi sebuah instruksi penggunaan produk adalah cara-cara pembentukan citra dalam suatu desain kemasan (Klimchuk dan Krasovec, 2007 : 120).

Menurut Klimchuk dan Krasovec (2007 : 128) Karakter dapat dikembangkan untuk mendukung pengkomunikasian merek, mempromosikan atribut produk, dan menjadi perwujudan kepribadian merek, oleh karena kemungkinan kualitas, kekhasan karakter, dan fitur karakter-karakter yang dapat menciptakan satu karakter yang tepat untuk mengkomunikasikan kepribadian merek, bisa menjadi suatu tantangan tersendiri.

Konotasi etnik, jenis kelamin, ekspresi wajah, tipe tubuh, warna kulit, bentuk, ukuran, tata letak grafis, dan gaya desain akan baik jika diekspresikan dengan fotografi atau ilustratif karena semuanya akan mempengaruhi komunikasi. Karakter yang diciptakan bisa memiliki daya tarik universal bagi anak-anak dan orang dewasa. Ekspresi tubuh karakter kebahagiaan, energi dan menghibur dapat mengkomunikasikan citra ilustrasi. Karakter harus bersifat kharismatik, akrab, dan dapat dinikmati oleh semua kalangan, dengan adanya karakter yang diciptakan dalam sebuah ilustrasi produk harus dapat menarik perhatian para konsumen serta dapat meningkatkan kurva penjualan sebuah produk.

Elemen ilustrasi menurut Supriyono (2010:57-77) yakni : 1. Garis, garis dapat dimaknai sebagai jejak dari suatu benda yang dihasilkan dari penggabungan unsur titik. Garis dalam seni rupa bisa diwujudkan dengan garis yang bervariasi, dan dapat dimanfaatkan sesuai kebutuhan dan citra yang diinginkan. 2. Bidang, bidang geometris memiliki kesan formal, bidang-bidang non-geometris atau bidang tak beraturan memiliki kesan tidak formal, santai dan dinamis, 3. Warna, warna pada desain kemasan dapat memberikan pengkomunikasian secara

psikologis dengan menciptakan suatu asosiasi mental. Asosiasi mental terhadap warna yang dapat menentukan persepsi seseorang tentang suatu obyek atau lingkungan sekitarnya. dan 4. Tipografi, penggunaan bentuk huruf untuk mengkomunikasikan secara visual suatu bahasa lisan Serta menurut Supriyono (2010:87-97) ada beberapa jurus layout, antara lain: Keseimbangan (*balance*), tekanan (*emphasis*), irama (*rhythm*), dan kesatuan (*unity*).

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dan deskriptif.

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian dilakukan di Jakarta Timur tepatnya di *Central Park* pada bulan Maret 2017.

Objek dan Subjek Penelitian

Objek penelitian ini adalah Aqua, Subjek penelitian ini adalah ilustrasi label Aqua karya Rio Sabda.

Data, Instrumen, dan Teknik Pengumpulan Data

Instrumen utama dalam penelitian adalah peneliti sendiri. Keabsahan data diperoleh dengan teknik ketekunan pengamatan dan triangulasi sumber. Teknik analisis data dengan cara pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan secara ringkas, sistematis, jelas dan mudah dipahami tentang ilustrasi dan karakteristik label Aqua karya Rio Sabda.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Profil Rio Sabda

Rio Sabda Mattawang adalah seorang seniman berdomisili Jakarta, lahir pada tanggal 28 Maret 1986. Rio Sabda bekerja sebagai *illustrator* di Caravan Studio. Caravan Studio adalah sebuah studio *art outsourcing* kelas dunia yang melahirkan *illustrator-illustrator* berkelas dengan *basic* yang berbeda pada setiap ilustrasi yang diciptakan dengan fokus *artwork 2D* seperti komik, ilustrasi, desain mainan, hingga desain konsep visual untuk game dan film.

1. Karya Rio Sabda

Rio Sabda mempunyai gaya tersendiri dalam berkarya, ciri khas karya Rio Sabda dapat dilihat dari goresan, karakter objek, hingga setiap warna yang ia pakai dan mengarah pada warna pastel. Beberapa karya yang ia buat adalah genre *fantasy art*. *Fantasy art* merupakan jenis seni yang sangat luas dan tidak terbatas oleh aliran-aliran seni tertentu.

B. Produk Aqua

Aqua merupakan produsen air minum pertama di Indonesia berasal dari mata air pegunungan dan menjadi air minum pertama dalam kemasan (AMDK) yang sangat diminati baik dalam negeri maupun luar negeri. Produk Aqua didirikan di Bekasi pada tahun 1973, pada tahun 1998 Aqua sepakat bergabung dengan grup Danone lalu meluncurkan produk berlabel Danone-Aqua.

Aqua dikemas dengan proses higienis dalam beberapa ukuran kemasan yang berbeda-beda. Ukuran di buat sesuai dengan kebutuhan pemakainnya, harga jual sebuah produk Aqua juga sesuai dengan kantong para konsumen. Air minum dalam kemasan pertama di Indonesia ini sangat banyak diminati oleh semua kalangan masyarakat.

Komponen botol plastik memiliki struktur kemasan sudah terstruktur sebagaimana mestinya sesuai dengan kebutuhan dalam pemakaiannya, serta bahan yang digunakan pada produk sudah sesuai dengan ketentuan sebuah kemasan. Komponen atau material botol plastik pada kemasan Danone-Aqua meliputi : botol, tutup botol dan label.

Label kemasan Aqua seperti di atas menunjukkan adanya keterangan seperti *descriptive label* atau informasi dalam label, dan *brand label*. Informasi dalam label Aqua meliputi petunjuk penyimpanan, label halal, ukuran kemasan dan “Aqua menyapa”, Aqua menyapa adalah layanan telepon *customer service* perusahaan Danone-Aqua yang melayani pertanyaan, kritik dan saran dari konsumen. Sedangkan *brand label* adalah merek produk yang tertera pada kemasan bertuliskan Danone Aqua.

1. Program Aqua

Program **Temukan Indonesiamu** Aqua memberikan kesempatan bagi generasi muda untuk mengeksplorasi kembali nilai seni budaya sebagai wujud kepedulian pelestarian nilai-nilai yang ada dalam Indonesia, melalui teknologi digital dan sekaligus mengekspresikan kecintaan generasi muda terhadap seni khususnya fotografi dan desain grafis. Program **Temukan Indonesiamu** Aqua berkomitmen untuk mengapresiasi karya-karya generasi muda berbakat dengan cara mengeksplorasi keindahan Indonesia.

Berbeda dengan produk air minum dalam kemasan pada umumnya seperti; *ades, vit, club, le mineral* dan lainnya terbukti bahwa Aqua ingin tampil beda dengan adanya desain yang sudah diterapkan pada label kemasan botol ukuran 600ml, melalui program **Temukan Indonesiamu** Aqua mempunyai inovasi untuk mempromosikan nilai-nilai positif yang ada pada Tanah Air, baik melalui nilai sosial, nilai budaya dan nilai modern (ungkapan-ungkapan sederhana masa kini) agar dapat menarik dan diminati oleh semua kalangan baik usia muda maupun usia tua.

Salah satu contoh desain ilustrasi label cetak yang diterapkan pada botol Aqua 600ml adalah karya Rio Sabda, Rio Sabda mampu membuat desain berkualitas dengan tema “Indonesia” dan memberikan ilustrasi yang khas. Maka penulis akan membahas tiga karya Rio Sabda pada label dalam program *Temukan Indonesiamu* periode September-Oktober tahun 2016.

C. Proses Desain Ilustrasi pada Label Produk

Periode September-Oktober 2016 Aqua memutuskan bekerja sama dengan Caravan Studio untuk membuat desain promosi melalui hasil ilustrasi yang telah ditentukan. Dari data wawancara, Caravan Studio menunjuk Rio Sabda sebagai salah satu *illustrator* untuk bekerja sama dengan tim marketing Aqua dalam proses pembuatan desain ilustrasi label yang akan mempromosikan nilai-nilai positif.

Tim marketing Aqua dan *illustrator* melakukan diskusi untuk menentukan tema periode September-Oktober 2016, tim memutuskan berkolaborasi dengan penulis puisi untuk menentukan tema. Tema yang terpilih yaitu dengan *keyword* “Indonesia”. Dalam pemilihan tema tim marketing Aqua berdiskusi untuk menentukan judul, pemilihan judul yang bertujuan agar lebih spesifik dalam melakukan proses pembuatan desain untuk strategi pemasaran label produk. Dari hasil diskusi dan kesepakatan yang dilakukan oleh tim marketing Aqua, judul yang terpilih yaitu; **Indonesia itu Inspirasiku, Indonesia itu Rumahku dan Indonesia itu Bahasaku.**

Melalui sebuah pertemuan, tim marketing Aqua dan *illustrator* mendiskusikan sketsa desain yang telah diajukan oleh *illustrator*. Desain tersebut kemudian memasuki tahap evaluasi oleh tim marketing Aqua sebanyak beberapa kali, dimulai dari menyederhanakan, menyempurnakan sketsa, dan menghasilkan ilustrasi yang sesuai dengan judul dan sudut pandang Indonesia, kemudian memasuki tahap evaluasi oleh tim marketing Aqua. Evaluasi dilakukan oleh tim untuk melihat struktur desain ilustrasi dan objek yang ada pada sketsa sesuai dengan komposisi ilustrasi, setelah dilakukan evaluasi oleh tim marketing Aqua, *illustrator* melakukan perbaikan desain sesuai arahan dari tim marketing. Kemudian sketsa desain yang telah disetujui oleh tim langsung memasuki tahap pembuatan ilustrasi menggunakan *Adobe Photoshop* selama berbulan-bulan.

D. Ilustrasi Label

1. Ilustrasi Produk Label Aqua Karya Rio Sabda

Tiga ilustrasi karya Rio Sabda yaitu *Indonesia itu Inspirasiku, Indonesia itu Rumahku* dan *Indonesia itu Bahasaku* yang diterapkan pada label cetak produk Aqua botol mempunyai ciri khas yang berbeda pada masing-masing desain ilustrasinya dari segi

gaya, citra, karakter, dan elemen ilustrasinya. Dengan judul yang berbeda pula, Rio Sabda mampu membuat desain yang menarik dan mampu mengkomunikasikan objek gambar serta latar belakang sesuai dengan judul yang sudah ditetapkan.

a. Desain Ilustrasi Indonesia itu Inspirasiku



Gambar 1. Ilustrasi itu Inspirasiku

Ilustrasi *Indonesia itu Inspirasiku* menggambarkan dua figur anak muda yang diciptakan untuk mengajak para generasi muda mencari inspirasi di dalam negeri, dan tidak selalu mencari inspirasi sampai luar negeri. Padahal jika diamati dan dipelajari, banyak hal yang menjadikan Indonesia lebih unggul dari luar negeri dilihat dari macam budaya, ragam hias, tari-tarian, musik tradisional, bahasa dan banyak hal lainnya.

Ilustrasi *Indonesia itu Inspirasiku* menyampaikan bahwa masyarakat Indonesia dapat menginspirasi banyak orang melalui berbagai macam budaya. Salah satunya dengan warisan budaya bangunan yakni, rumah gadang yang menjadi *icon/ciri* khas sebagai tempat tinggal di Minangkabau, Sumatera Barat.

Indonesia itu Inspirasiku, mengingatkan pada generasi muda untuk tetap menjaga dan melestarikan kekayaan alam hingga budayanya. Banyaknya budaya dan kekayaan alam yang menjadi ciri khas Indonesia seringkali tidak dijumpai di luar negeri, maka dari itu *Indonesia itu Inspirasiku* mengajak para generasi muda Tanah Air untuk menjadikan Indonesia sebagai inspirasi dalam segala hal tanpa harus menggunkan budaya barat.

Ilustrasi *Indonesia itu Inspirasiku* menggunakan teknik blok, gaya yang dimunculkan, merupakan gaya ilustrasi realistik. Dua figur manusia tersebut seakan-akan berkomunikasi dengan mimik wajah tersenyum serta menampilkan bentuk tubuh yang meyerupai dengan bentuk aslinya dari segi proporsi maupun anatominya.

Citra yang dibuat oleh *illustrator* dan tim menyampaikan bahwa para generasi muda serta seluruh kalangan untuk ikut serta mengapresiasi Indonesia sebagai inspirasi dimata Dunia, dengan penggambaran ilustrasi “Indonesia itu Inspirasiku” yang menunjukkan kekayaan Indonesia dari sisi alam

dan budaya. Karakter yang tersaji dalam ilustrasi *Indonesia itu Inspirasiku* sangat mencerminkan Indonesia, sebab penggambaran rumah gadang, bentuk awan serta pohon yang sudah dideformasi menjadi lebih dekoratif, membuat ilustrasi tersebut kuat akan sisi dan isi dari Indonesia.

Unsur garis tegas tanpa *outline* digunakan sebagai kontur pada ilustrasi *Indonesia itu Inspirasiku*, dimana kontur sebagai pembatas warna untuk memperlihatkan gambar yang satu dengan lainnya serta untuk menunjukkan gelap-terang pada sebuah objek. Bidang geometris lebih banyak dominan pada ilustrasi. Bidang geometri tampak pada bagian-bagian struktur bangunan rumah adat bergaya Minangkabau dan jendela yang berbentuk persegi, bangunan rumah adat non geometri terlihat jelas pada bagian atap atau penutup rumah tersebut yang mana menunjukkan bahwa bidang tersebut tidak beraturan dan dinamis.

Warna yang ada pada *Indonesia itu Inspirasiku*, tercipta dari warna panas dan warna dingin yang digabungkan sehingga memunculkan kesan menyenangkan dan nyaman jika dilihat oleh semua kalangan, sebab warna panas dan dingin yang dihadirkan mengarah pada warna pastel. Pada ilustrasi ini warna yang digunakan adalah warna panas dan dingin. Warna panas terlihat pada warna orange, merah, dan kuning. Sedangkan warna dingin digambarkan dengan warna biru, dan hijau yang memberi kesan pada ilustrasi menjadi lebih jauh. Warna *orange* pada bangunan rumah adat, menjadi keunggulan dalam ilustrasi tersebut karena warna *orange* yang dimunculkan dalam rumah adat memberikan *point* utama pada ilustrasi.

Jenis huruf tipografi yang terdapat pada ilustrasi *Indonesia itu Inspirasiku* menggunakan jenis huruf *miscellaneous* dan *san serif*, *Miscellaneous* adalah jenis huruf yang sudah ada dari bentuk aslinya namun divariasikan atau ditambahkan garis lagi sehingga menjadi huruf tipografi yang unik seperti penambahan ungker pada huruf “S” di kalimat “Indonesia” dalam penyempurna keindahan pada tipografi, penambahan ungker pada tipografi ini memiliki keindahan yang tinggi ketika huruf pada tipografi divariasikan kembali menjadi huruf baru yang dapat menimbulkan kesan positif bagi pembaca atau konsumen. *San serif* pada kalimat tersebut memiliki ketebalan huruf yang hampir sama dan seimbang serta mempunyai kesan yang lebih modern karena terkesan lebih santai. Kalimat yang menggunakan *san serif* lebih menekankan pada kalimat yang mana bahwa citra ilustrasi menunjukkan *point* yang akan disampaikan pada para konsumen.

Keseimbangan ilustrasi yang digunakan pada label *Ilustrasi itu Inspirasiku* adalah keseimbangan *asimetris*, sejalan dengan pendapat narasumber kedua bahwa dalam ilustrasi yang sudah tercipta merupakan keseimbangan *asimetris*. Kesimbangan *asimetris*

tercipta karena proporsi secara keseluruhan cenderung lebih berat sebelah, hal ini dikarenakan peletakan dua figur yang berpusat pada sebelah kiri dan penulisan *tipografi* pada bagian “Indonesia itu Inspirasiku” berukuran atau berskala lebih besar daripada *tipografi* bertuliskan “Tak Perlu ke Ujung Dunia Cukup Buka Mata & Lihat ke Seluruh Indonesia” sehingga letak posisi kiri bawah seakan terlihat kosong jika dilihat dari kejauhan.

Penekanan atau penonjolan warna ilustrasi pada *grade label*, memiliki komposisi yang terlihat jelas. Warna yang tersajikan pada ilustrasi, berdominan biru. Namun warna *orange* pada ilustrasi sangat terlihat di antara warna yang lain karena warna *orange* dibuat agar lebih menonjol dan menjadi *point* utama. Kesatuan pada seluruh komposisi ilustrasi label, mempunyai keselarasan antara elemen ilustrasi dan elemen-elemen pada label seperti deskripsi yang menggambarkan penggunaan atau informasi sebuah produk label, brand/merek label dan ilustrasi yang khusus dibuat untuk program “Temukan Indonesiamu”.

b. Desain Ilustrasi Indonesia itu Inspirasiku



Gambar 2. Ilustrasi *itu Rumahku*

Ilustrasi *Indonesia itu Rumahku* menyampaikan, bahwa nuansa yang terdapat dalam rumah mempunyai cerita sendiri, di *Indonesia* rumah pada setiap daerah berbeda-beda bahkan adat rumah di seluruh *Indonesia* juga berbeda, namun suasana dan isi “*Indonesia*” sudah menjadi ciri khas yang tidak mungkin terlupakan pada setiap momennya. *Indonesia itu Rumahku* bisa diartikan secara luas bahwa dalam setiap momen-momen yang terdapat dalam rumah tidak dapat tergantikan meskipun tinggal di luar negeri. Hal ini divisualisasikan oleh tiga figur manusia dimana menunjukkan bahwa masyarakat *Indonesia* sedang berada di negara Paris dengan memperlihatkan *icon* menara “*Eiffel*” dan penataan rumah dengan interior bergaya *western*.

Jenis ilustrasi kartun terlihat jelas pada penciptaan wajah, karena dalam ilustrasi tersebut wajah dan elemen lainnya sudah disederhanakan menjadi lebih ringan, ilustrasi yang tercipta ilustrasi yang tercipta bergaya realis, terlihat pada bentuk wajah yang sudah disederhanakan, sehingga memiliki kesan ilustrasi lebih santai dan *flat* dibandingkan dengan ilustrasi “*Indonesia itu Inspirasiku*”.

Ilustrasi *Indonesia itu Rumahku* menggunakan teknik gradasi. Citra ilustrasi *Indonesia itu Rumahku* menunjukkan bahwa dengan suasana rumahan yang sudah menjadi ciri khas tersendiri bagi masyarakat *Indonesia*, seberapa lama masyarakat *Indonesia* tinggal di luar negeri pasti akan tetap merindukan suasana rumah. Karakter yang diciptakan oleh *illustrator* mampu mengkomunikasikan ilustrasi menjadi lebih hidup dan menyenangkan, tergambar pada figur yang memiliki ekspresi bahagia dan saling berkomunikasi.

Garis pada ilustrasi berguna untuk mempertegas gambar dan sebagai penunjukan perbedaan warna. Garis ditimbulkan berdominan lurus dan garis *outline* yang diciptakan tipis menjadikan garis pada ilustrasi ini memiliki kesan tegas. Bidang yang digunakan pada ilustrasi adalah bidang geometri karena memperlihatkan bentuk menara *Eiffel* yang memiliki bentuk dasar kerucut yang digubah menjadi ilustrasi *icon* negara Paris “menara *eiffel*” sehingga kesan yang ditonjolkan pada menara *Eiffel* tidak formal dan memiliki sifat fleksibel, terdapat pada bentuk tumpeng dengan bentuk dasar kerucut serta ilustrasi daun pisang yang menunjukkan bidang segitiga, dan bidang geometris juga terdapat pada beberapa benda seperti figura foto, laci meja, bangunan rumah dan atap rumah yang memiliki sifat dan kesan formal karena bidang yang diciptakan berbentuk dasar persegi dengan garis kaku.

Warna komplementer yang disajikan pada ilustrasi lebih *smooth* dan sederhana, sehingga memberikan gradasi halus yang menunjukkan *volume* pada ilustrasi. Secara keseluruhan, warna yang tersajikan mengeskpresikan kehangatan dan keriangannya. Tipografi dalam ilustrasi ***Indonesia itu Rumahku*** menggunakan tiga jenis huruf, masing-masing huruf memiliki gaya yang berbeda. Jenis huruf tersebut yakni huruf *San Serif*, *Miscellaneous*, dan *Egyptian*, Tipografi yang digunakan pada ilustrasi “*Indonesia itu*” menggunakan jenis huruf *San Serif* sebab kesan yang ditimbulkan pada tipografi ini adalah konsep modern. Sedangkan pada tipografi “*Rumahku*” menggunakan jenis tipe huruf *miscellaneous*, jenis huruf seperti ini mengadopsi huruf yang sudah ada, namun diciptakan kembali menjadi jenis huruf yang lebih dekoratif dari bentuk aslinya sehingga pada ilustrasi kalimat “*Rumahku*” dibuat mirip dengan pita yang menjadi pemanis pada tipografi “*Indonesia itu Rumahku*”, Tipografi “*Mata memandang Dunia, Hati Tetap di Indonesia*” menggunakan jenis huruf *egyptian*, bentuk huruf *egyptian* memiliki ciri bersirip, sirip dalam huruf ini berbentuk persegi seperti papan terlihat pada proporsi huruf yang cenderung stabil dan memiliki ketebalan yang sama. Hanya saja ditambahkan variasi sedikit untuk menyempurnakan bentuk huruf tersebut

sehingga memiliki keindahan pada teks pesan tipografi tersebut.

Komposisi kanan dan kiri ilustrasi terkesan sama, hal ini menandakan bahwa komposisi ini memiliki keseimbangan *simetris*. Keseimbangan simetris ditunjukkan pada letak tipografi dan elemen ilustrasi lainnya yang mengisi ruang *space* ukuran pada label, penonjolan ilustrasi *Indonesia itu Inspirasiku* terletak pada nasi tumpeng yang menjadi *icon* pada ilustrasi tersebut dan membantu dalam kesuksesan citra ilustrasi untuk para konsumen agar lebih memahami maksud *pesan teks*. Komposisi antara ilustrasi dan komposisi label selaras dengan irama yang dimunculkan dalam penyusunan elemen bagian per bagian pada label sehingga memiliki kesatuan. Kesatuan dapat terlihat saat *descriptive, brand, grade* dan ilustrasi label segaris lurus dengan proporsi yang sudah terlihat pada *grid* sehingga memunculkan komposisi sama berat sehingga terkesan seimbang kiri dan kanan.

c. Desain Ilustrasi Indonesia itu Bahasaku



Gambar 3. **Indonesia itu Bahasaku**

Indonesia merupakan sebuah negara dengan jumlah bahasa daerah terbanyak kedua di Dunia. Bahasa di Indonesia sangatlah beragam, yaitu terdiri dari 750 bahasa daerah yang tersebar dari Sabang sampai Marauke. 750 bahasa daerah yang dimiliki oleh Indonesia memiliki ciri khas tersendiri, masyarakat memerlukan satu bahasa pemersatu agar dapat berkomunikasi dengan baik, yaitu dengan menggunakan bahasa Indonesia.

Jenis ilustrasi yang yang terdapat dalam ilustrasi *Indonesia itu Bahasaku*, menerapkan jenis ilustrasi kartun yang sudah di deformasi menjadi lebih realistis dan memberi kesan lebih modern. Gaya realistis terlihat pada proporsi wajah yang sudah dideformasi. Gaya realistis yang sudah dideformasi, lebih mudah dipahami karena penciptaan ilustrasi yang sederhana, mirip dengan bentuk aslinya sehingga bentuk wajah terlihat anatomis yang diciptakan menjadi figur perempuan yang lebih simpel dan menggunakan proporsi setengah badan, mempunyai perspektif bahwa keadaan yang digambarkan sesuai dengan kenyataan. Sehingga dapat di terima dalam berbagai kalangan anak muda hingga orang dewasa sebagai media promosi yang menyenangkan. Teknik blok pada warna yang diciptakan oleh *illustrator* yang ditunjukkan dengan perbedaan warna yang satu dengan

warna lainnya sebagai penyempurna elemen yang terdapat pada ilustrasi.

Citra ilustrasi harus mempunyai intepretasi yang mewakili sesuatu hal yang akan disampaikan. Ilustrasi *Indonesia itu Bahasaku* menggambarkan figur perempuan dengan mimik wajah ceria dan mulut terbuka, menunjukkan bahwa figur perempuan tersebut seakan memberi informasi terhadap publik dengan pesan teks seperti yang sudah dituliskan pada kalimat ilustrasi label; "*ada 750 Bahasa di Indonesia & Satu Bahasa Indonesia*" dapat mengkomunikasikan secara tepat dengan apa yang telah disampaikan pada sebuah produk harus tepat pada sasaran pemasaran sehingga dapat menginformasikan pada konsumen bahwa bahasa yang dimiliki oleh Indonesia ada 750 bahasa. Karakter yang diciptakan sangat menunjukkan figur Asia baik dari warna kulit dan wajah, sehingga pada ekspresinya lebih dapat dibandingkan dengan ilustrasi *Indonesia itu Inspirasiku* dan *Indonesia itu Rumahku*.

Garis yang diciptakan oleh *illustrator* mempunyai goresan atau coretan-coretan tebal tipis yang tidak beraturan, sehingga pada karya ilustrasi *Indonesia itu Bahasaku* bersifat santai yang memberikan kesan lebih bebas, dan lebih ekspresif. Bidang pada ilustrasi *Indonesia itu Bahasaku* ialah bidang non geometris, bidang non geometris ditunjukkan pada figur perempuan, tipografi, *shapes*, anting serta kacamata yang digunakan oleh figur. Bidang non geometris muncul karena garis yang dibuat adalah garis ekspresif, hal ini memberi kesan bahwa bidang cenderung tidak beraturan.

Warna pada ilustrasi *Indonesia itu Bahasaku* menggunakan warna netral dan komplementer. Dalam teori warna, warna netral sudah dijelaskan bahwa warna netral memiliki kemurnian dan hasil percampuran dari warna primer, sekunder dan warna tersier; coklat, biru, kuning, *orange* dan hitam. Serta terdapat warna komplementer yaitu; warna hijau terang yang memberikan kontras pada bagian luar objek sehingga memberi kesan lebih timbul dan meriah dalam ilustrasi.

Kalimat "*Indonesia itu Bahasaku*" menggunakan jenis huruf *san serif, Egyptian* dan *script*. Huruf *san serif* memiliki ketebalan yang hampir sama dan hurufnya tidak memiliki sirip atau serif serta ukuran hurufnya yang stabil meskipun huruf yang diciptaan sudah termodifikasi sehingga lebih terkesan modern dan pop. huruf *egyptian* memiliki ciri dengan kaki atau sirip berbentuk persegi dengan ketebalan yang hampir sama serta mempunyai kesan kokoh. Namun huruf yang mengadopsi huruf *egyptian* sudah termodifikasi sehingga kalimat "*SATU BAHASA INDONESIA*" memiliki kaki atau sirip lebih luwes dari jenis huruf aslinya yang memiliki sirip persegi. Hal ini menunjukkan bahwa huruf terkesan stabil dan lebih modern. Sedangkan dalam *background* ilustrasi *Indonesia itu Bahasaku*,

juga terdapat beberapa tipografi, yang menggunakan jenis huruf *script*, dan *san serif* sebab beberapa tipografi yang ada pada *background* terkesan langsung dibuat oleh goresan tangan sang *illustrator*, serta kesan yang ditimbulkan lebih bersifat santai, menyenangkan dan akrab.

Komposisi yang keseimbangannya simetris. Hal ini ditunjukkan dengan komposisi label serta ilustrasi yang memiliki kesamaan ukuran dan jika di garis atau di beri *grid* letak posisi logo Aqua dan ilustrasi tepat pada garis tengah, sehingga pada sisi kiri dan kanan terlihat sama berat. Penekanan terlihat pada tulisan atau kalimat “INDONESIA itu BAHASAKU” karena pada penulisan tipografi ini ukuran *font* lebih besar dari pada huruf lainnya yang ada serta warna merah adalah warna mencolok diantara elemen ilustrasi yang sudah tercipta. Warna merah pada tipografi ini menjadi penekanan atau penonjolan tipografi sehingga memunculkan sifat seolah berani berbicara dan menjadi *point of interest* pada ilustrasi *Indonesia itu Bahasaku*.

Penyusunan elemen yang seimbang menjadikan komposisi pada label memiliki kesatuan utuh. Kesatuan utuh terlihat pada irama suatu label yang memiliki informasi produk, memperlihatkan logo *brand* dengan ukuran yang sesuai dan menerapkan ilustrasi yang telah ditetapkan oleh Danone-Aqua. Penerapan ilustrasi bertujuan menerapkan nilai promosi dan strategi promosi.

Keseluruhan komposisi diseimbangkan dengan adanya ruang bernafas pada *shapes* warna putih sebagai area netral pada ilustrasi. Ilustrasi *Indonesia itu Bahasaku* sudah mengintegrasikan dan mewakili Indonesia karena terdapat tulisan yang menunjukkan bahasa Indonesia mempunyai ciri khas pada setiap wilayah masing-masing dari berbagai daerah.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan pada hasil penelitian yang telah dilakukan dan pembahasan mengenai *Ilustrasi Label Produk Aqua karya Rio Sabda*, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Ilustrasi yang diterapkan pada label Aqua memiliki gaya realistik dan non realistik. Jenis ilustrasi yang ditemukan adalah kartun yang telah dideformasi. Citra ilustrasi sudah mewakili keterkaitan teks pesan yang terdapat pada ilustrasi label serta dapat mengkomunikasikan dan memberi sugesti untuk para konsumen terhadap apa yang telah disampaikan.
2. Ilustrasi label Aqua karya Rio Sabda memiliki karakteristik; warna, tipografi, bentuk, dan unsur elemen lainnya yang sederhana. Hal tersebut membuat unsur elemen yang diberikan memiliki

kesan ringan, modern, komunikatif dan cenderung *flat*.

3. Karakteristik pesan dari tiga karya yang telah diciptakan sudah berhasil menginterpretasikan program “Temukan Indonesiamu”. Program tersebut memiliki pesan yang kuat untuk mengajak semua kalangan, khususnya generasi muda, untuk mengunggulkan Indonesia dalam inspirasi berkarya.

Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan dan hasil penelitian pada ilustrasi karya Rio Sabda dalam program Temukan Indonesiamu, maka penulis dapat memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi *Illustrator*

Penulis menyarankan agar *illustrator* dapat mempertahankan ciri khas, kualitas, dan karakteristik desain ilustrasi yang telah diciptakan.

2. Bagi PT Danone-Aqua

Disarankan agar tetap mempertahankan program seperti program *Temukan Indonesiamu* yang telah diluncurkan agar dapat memperkenalkan seni grafis dan fotografi bagi masyarakat awam dan menebarkan pesan-pesan positif yang ada melalui program tersebut.

3. Bagi Mahasiswa Seni Rupa dan Masyarakat

Diharapkan Tugas Akhir Skripsi ini dapat dimanfaatkan sebagai sarana pengetahuan seni rupa khususnya ilustrasi dan desain kemasan.

DAFTAR PUSTAKA

a. Buku

- Gitosudarmono, Indriyo. 2000. Manajemen Pemasaran. Edisi II, BPFE, Yogyakarta.
- Klimchuk, Marianne Rosner, dan Sandra A. Krasovec. 2007. *Desain Kemasan Perencanaan Merek Produk yang Berhasil Mulai dari Konsep Sampai Penjualan*. Jakarta : Erlangga.
- Supriyono, Rakhmat. 2010. *Desain Komunikasi Visual – Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: Andi.
- Suryahadi, A.A. 2007. *Seni Rupa: Menjadi Sensitif, Kreatif, Apresiatif dan Produktif*. Jakarta: Departemen Pendidikan Nasional Republik Indonesia.

b. Dari internet

Aqua Diakses tanggal 27 Maret 2017 dari http://www.aqua.com/tentang_aqua/nilai-luhur/

Temukan Indonesiamu Diakses tanggal 30 Maret 2017 dari <http://temukanindonesiamu.com/>.