

JURNAL ILMIAH SOSIAL & HUMANIORA

ISSN 0216-1532

Terbit dua kali setahun pada bulan Juni dan Desember. Berisi tulisan yang berasal dari hasil penelitian kajian atau karya ilmiah di bidang Sosial dan Humaniora.

Ketua Penyunting

Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat

Penyunting Pelaksana

Jatie K. Pudjibudojo

Sujoko Efferin

A. Hery Pratono

Hartanti

Staf Pelaksana

Tang Hamidy, Hadi Krisbiyanto, Sukono

Penerbit

Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat
Universitas Surabaya

Alamat Penerbit/Redaksi

Gedung Perpustakaan Lt.IV, Universitas Surabaya

Jalan Raya Kalirungkut, Surabaya, 60293

Telp. (031) 2981360, 2981365

Fax. (031) 2981373

Website : <http://lppm.ubaya.ac.id>

E-mail : lppm@ubaya.ac.id

Jurnal Ilmiah Sains dan Teknologi pernah terbit dengan nama Unitas (pertama kali terbit tahun 1992) oleh Lembaga Penelitian Universitas Surabaya.

Isi di luar tanggung jawab Percetakan.

JURNAL ILMIAH
SOSIAL & HUMANIORA
ISSN 0216-1532

Volume 8 Nomor 1, Desember 2014
Halaman 1-58

Mengungkap Makna Iklan Nike dengan Menggunakan Analisa Semiotika Sosial

Iska Dwi Athma Putri Rosyadi

(hal. 1- 7)

Rancang Bangun Web Site Promosi Online Pada Usaha Mikro PKBM Handayani
Untuk Memperluas Jangkauan Pemasaran

Bambang Mardiono S, Bambang Tristiyono

(8-17)

Kajian Bentuk Fisik Kemasan Minuman Teh Siap Saji

Wyna Herdiana

(18-28)

Metroseksual Sebagai Komunikasi *Fashion* Pria Urban

Prayogo W. Waluyo

(29-37)

Atribut Agama, Penguasa Ekonomi Dan Kekuatan Media Dalam Acara X Factor
Indonesia

Guguh Sujatmiko

(38-46)

The Low-Cost Claymation Development With A Case Study Of "Abdi Dalem" Comic
Character Adaptation

Nugarhardi Ramadhani, Sayatman, Rabendra Yudistira, Anjrah Hamzah

(47-58)

KAJIAN BENTUKAN FISIK KEMASAN MINUMAN TEH SIAP SAJI

Wyna Herdiana

Program Studi Desain Produk, Fakultas Industri Kreatif
Universitas Surabaya

Abstract

Numerous innovations of form have been developed by ready-to-drink tea producers for variety of flavours. A highly competitive market for this product demands the producers to develop more distinctive products for consumers.

This research was using qualitative approach with qualified quantitative data. Questionnaire and tactile tests were done to gather data. The questionnaires were given to respondents with age range of 11- 17 years and 33 years old. The respondents are also given tactile test for each packaging for ready-to-drink tea.

The target market for this research was young consumer with often-outdoor activities. Therefore they have abundant liquid intake. Nutrition rich tea in ready-to-drink packaging is one of solution for practical consumption. With a high activity tendency, it is logical that the most preferred packaging for ready-to-drink tea is PET bottle. This type of packaging is easy to carry, easy storage for later consumption and hygienic in consumption perception. PET bottle is also could give better fresh sensation compared to other packaging. In specific consumers like bottle with small diameter and tall opening. Bottle cap with rubber layer is more preferred because it has maximum closure. For structure, bottle with curvy form, 60 degrees shoulder bottle, vertical and slanting shoulder is considered more attractive.

Keywords: packaging for ready-to-drink tea, design typology, consumer interest and expectation

LATAR BELAKANG

Teh di Indonesia saat ini sudah menjadi bagian konsumsi minuman dan sangat mudah ditemukan di berbagai tempat dan disukai oleh berbagai kalangan. Bentuk dan kemasan juga sangat beragam, tidak hanya dalam kemasan botol kaca (*Returnable Glass Bottle*) seperti pada awal kemunculannya tapi sudah beragam seperti kemasan botol plastik PET (*polyethelene terephthalate*), kaleng (*can*), kertas, *pouch* dan gelas plastik (*cup*). Inovasi bentuk kemasan teh dilakukan oleh produsen sebagai strategi penjualan diantara banyaknya persaingan mengeluarkan produk baru dengan varian rasa dan kemasan yang berbeda.

Kompetisi produk sejenis yang banyak bermunculan di pasaran mendorong produsen untuk melakukan diferensiasi dengan menonjolkan produk melalui varian dan desain kemasan yang berbeda. Maka diperlukan

panduan bagaimana bentuk fisik kemasan yang diminati dan menjadi harapan konsumen yang akhirnya mengarahkan pada minat beli.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan metode kualitatif dengan data kuantitatif dikualifikasikan. Penelitian berdasarkan data kuesioner, uji coba perabaan komparasi (analisa perbandingan).

Data diambil dengan menyebarkan kuesioner dan melakukan uji coba perabaan kemasan siap saji kepada konsumen, kemudian diolah dan dianalisa. Tahap penelitian selanjutnya adalah analisa data dan menganalisa anatomi bentuk dengan membuat tabel perbandingan (komparasi) bentuk-bentuk kemasan yang beredar di pasaran. Selanjutnya disebarkan kuesioner produk dan uji coba perabaan bentuk kemasan.

untuk mengetahui minat dan harapan konsumen terhadap anatomi bentuk kemasan. Langkah selanjutnya adalah membuat kesimpulan dari hasil analisa.

HASIL DAN BAHASAN

Analisa Tahap Pertama

Untuk mengetahui merek yang diminati dengan sebaran kuesioner yang memuat pertanyaan pendahuluan. Responden sebanyak 30 orang adalah usia remaja (11-17 tahun) - dewasa awal (17-33 tahun). Hasil yang didapat adalah merek minuman teh siap saji dalam kemasan yang paling banyak diminati oleh konsumen adalah Nu *Green Tea* 25%, Frestea 15%, Sosro 15%, Teh Kotak 12%, Tebs 7%, Walini 5%, *Fruit Tea* 5%, Teh Rio 3%, Tekita 3%, Tebs 3%, Teh Gelas 3%, dan Mountea 2%.

Analisa Tahap Kedua

Analisa tipologi desain dilakukan dengan komparasi, jenis dan merek yang akan dianalisa adalah merek yang paling banyak diminati oleh konsumen dari hasil analisa tahap pertama, antara lain:

- 1) Kemasan botol plastik PET: Sosro, Frestea, Nu *Green Tea*, Walini, Tebs
- 2) Kemasan kertas: Teh Kotak, Teh Kotak dengan *slim cap*, Sosro, *Fruit Tea*
- 3) Kemasan botol kaca: Sosro, Tekita
- 4) Kemasan gelas plastik: Mountea, Teh Gelas, Teh Rio, *Well Tea*, BintangSobo
- 5) Kemasan aluminium foil (pouch): Sosro
- 6) Kemasan kaleng: Tebs.

Hasil Analisa Anatomi, Ergonomi dan Operasional kemasan botol plastik PET:

- (1) Material botol Nu *Green Tea* paling tipis dengan ketebalan 0,1 mm.
- (2) Mulut botol yang paling lebar adalah mulut botol Walini.
- (3) Botol Sosro, Tebs dan Frestea memiliki bahu (*shoulder*) yang tinggi, sedangkan Nu *Green Tea* dan walini berbahu landai.

- (4) Botol Nu *Green Tea* dan Walini berlekuk.
- (5) Dengan volume yang sama Tebs terlihat paling besar dari produk dengan volume 500 ml, karena leher (*neck*) yang tinggi dan *shoulder* botol lebar.
- (6) *Body* botol yang masuk ke dalam dapat difungsikan sebagai tahanan pegangan ketika botol di genggam.
- (7) Produk dengan lapisan proteksi maksimal adalah Sosro, Tebs dan Walini. Tutup botol Sosro dan Tebs menggunakan lapisan karet, tutup botol Walini menggunakan lapisan aluminium yang lebih menjamin mutu dengan kerapatan.
- (8) Dengan tutup ulir yang dibuka-tutup maka kemasan ini dapat dibawa kemana saja tanpa tumpah.

Hasil Analisa Anatomi, Ergonomi dan Operasional kemasan kertas:

- (1) Bentuk *brik* mudah dalam penataan karena memiliki sisi-sisi permukaan yang sama dan dapat disusun rapi.
- (2) Bentuk *wedge* tidak dapat disusun ke atas karena permukaan atasnya yang tipis.
- (3) Panel permukaan depan bentuk *wedge* lebih lebar sehingga merek lebih terlihat.
- (4) Letak lubang *slim cap* yang miring dengan posisi mulut menjadikan sulit ketika menenggak, karena tertahan oleh ujung samping kanan-kiri kemasan.
- (5) Ketika minuman teh sudah hampir habis, sebagian cairan tertinggal di dalam kemasan tidak habis terminum karena tertahan pada dinding di samping *slim cap*.
- (6) Setelah kemasan ini dibuka dengan memasukkan sedotan (*straw*) maka kemasan tidak dapat ditutup kembali, kecuali kemasan kertas dengan *slim cap* dapat dibuka-ditutup kembali karena memiliki ulir.

Hasil Analisa Anatomi, Ergonomi dan Operasional kemasan botol kaca:

- (1) Dengan beda hanya 70 ml dengan botol Teh botol Sosro, botol Tekita terlihat jauh lebih besar karena bentuk *body* tanpa lekukan.
- (2) Karena permukaan kaca yang licin, *body* yang berlekuk dan grid pada permukaan botol dapat berfungsi sebagai tahanan tangan saat menggenggam botol.
- (3) Untuk membuka *crown cork* (tutup botol) pada kemasan botol kaca memerlukan alat khusus pembuka tutup botol.

Hasil Analisa Anatomi, Ergonomi dan Operasional kemasan gelas plastik:

- (1) Diameter *bottom* gelas yang lebih kecil membuat gelas kurang seimbang ketika ditata sehingga gelas kurang seimbang ketika ditata dalam display.
- (2) Kemasan jenis ini tidak dapat disimpan karena dapat tumpah, merupakan jenis minuman teh siap saji sekali tenggak, setelah dibuka tidak dapat ditutup kembali.

Hasil Analisa Anatomi, Ergonomi dan Operasional kemasan aluminium foil (*pouch*):

- (1) Karena material yang tidak kaku maka ketika di display kurang seimbang, bagian bawah kemasan jika tidak terbuka secara maksimal akan membuat kemasan terguling.
- (2) Ketika sudah dibuka (ditusuk dengan sedotan) harus dipegang dengan hati-hati dan tidak boleh diremas karena cairan bisa keluar dari lubang sedotan lalu tumpah.
- (3) Ketika menusuk sedotan sering tumpah karena volume cairan ketinggiannya berada sejajar pada lubang sedotan jadi menusukkan harus pelan-pelan.
- (4) Kemasan jenis ini tidak dapat disimpan karena dapat tumpah, merupakan jenis

minuman teh siap saji sekali tenggak, setelah dibuka tidak dapat ditutup kembali.

Hasil Analisa Anatomi, Ergonomi dan Operasional kemasan kaleng:

- (1) Kemasan kaleng memiliki daya tahan kemasan lebih kuat dan kerapatan maksimal.
- (2) Kemasan jenis ini tidak dapat disimpan karena dapat tumpah, merupakan jenis minuman teh siap saji sekali tenggak, setelah dibuka tidak dapat ditutup kembali sehingga mengarahkan konsumen untuk meminumnya sekaligus langsung habis.

Analisa Tahap Ketiga

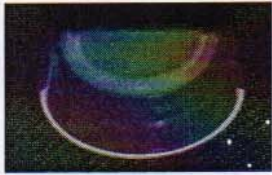
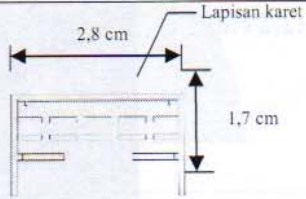

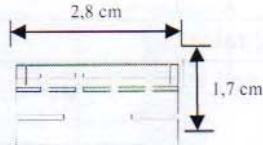

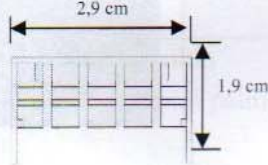

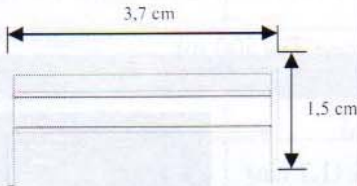

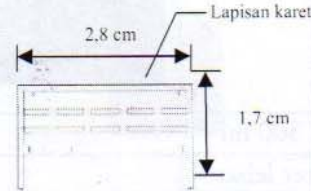
Dari hasil komparasi pada analisa tahap kedua selanjutnya disebarkan kuesioner pertanyaan produk untuk mengetahui jenis kemasan yang menjadi pilihan konsumen. Kuesioner yang disebarkan menggunakan skala Likert dengan jumlah responden 30 orang usia remaja (11-17 tahun) - dewasa awal (17-33 tahun).


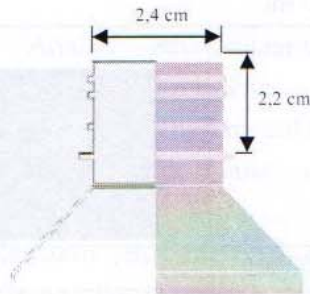

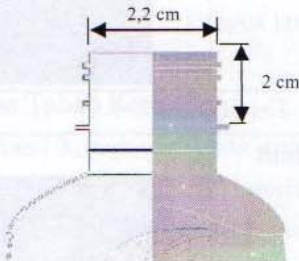

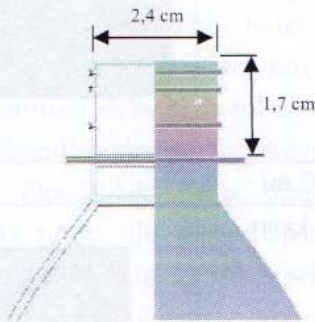
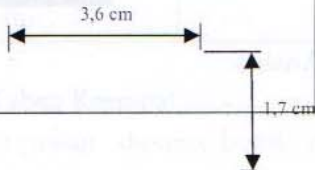
Hasil yang didapat dari sebaran kuisisioner pertanyaan produk adalah jenis yang paling banyak diminati adalah botol plastik PET karena alasan sensasi kesegaran yang didapat ketika minum dengan botol lastik PET lebih segar dibanding dengan kemasan lain, mudah dibawa jika tidak habis diminum karena memiliki tutup ulir yang dapat dibuka dan ditutup kembali, dipersepsikan sebagai kemasan yang paling higienis, volumenya yang berpengaruh pada kepuasan minum dan minat beli konsumen paling banyak memilih jenis kemasan ini.


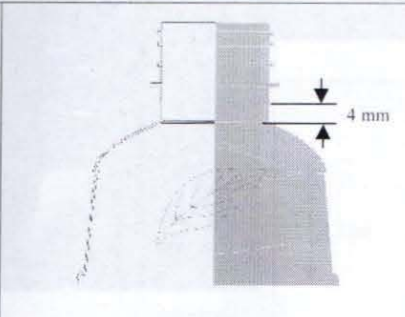

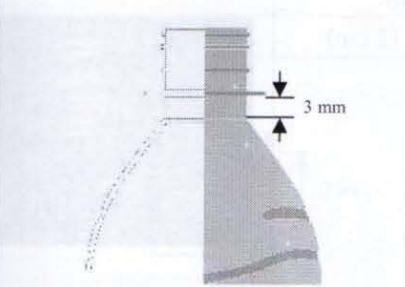

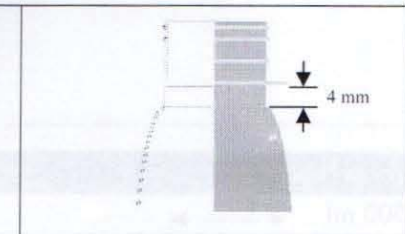

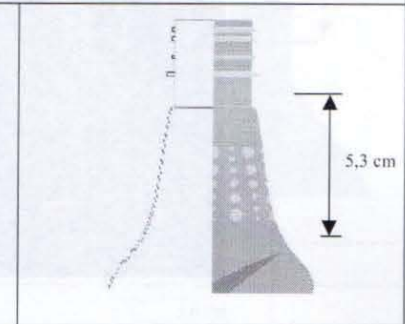
Analisa Tahap Keempat


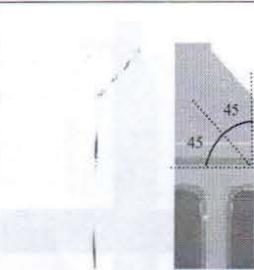

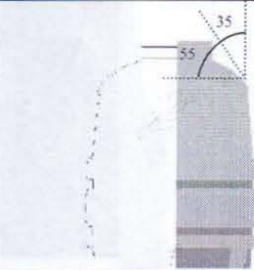

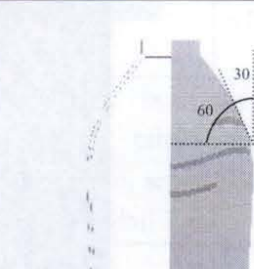

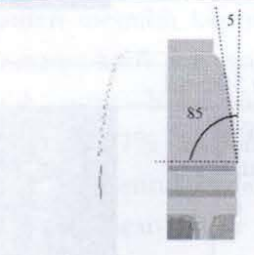

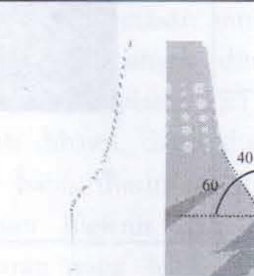
Analisa tipologi desain botol plastik PET dengan tabel komparasi produk Sosro, Frestea, Nu Green Tea, Walini dan Tebs.


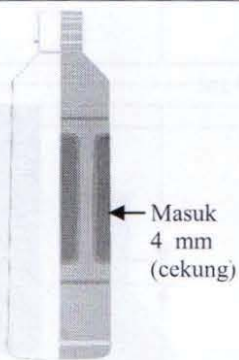

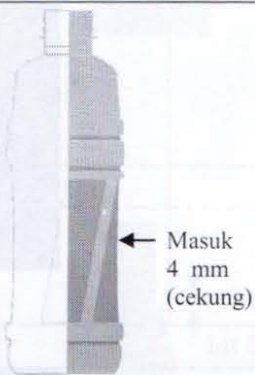


Tabel 1 Tabel komparasi anatomi bentuk kemasan botol plastik PET





Tutup Botol		
Sosro 500 ml		
Lapisan karet		
Freteja 500 ml		
Tanpa lapisan		
Nu Green Tea 500 ml		
Tanpa lapisan		
Walini 300 ml		
Lapisan aluminium (pada mulut botol)		
Tebs 500 ml		
Lapisan karet		
Hasil Analisa	<ul style="list-style-type: none"> • Botol yang menggunakan lapisan karet memiliki kerapatan maksimal. • Kesulitan ketika membuka lapisan aluminium karena lengket dengan mulut botol. 	

Mulut Botol		
Sosro 500 ml		
Diameter kecil (2,4 cm) Tinggi (2,2 cm)		
Frestea 500 ml		
Diameter kecil (2,2 cm) Tinggi (2 cm)		
Nu Green Tea 500 ml		
Diameter kecil (2,4 cm) Pendek (1,7 cm)		
Walini 300 ml		
Diameter lebar (3,6 cm) Pendek (1,7 cm)		

		
Nu Green Tea 500 ml		
Leher pendek		
Walini 300 ml		
Leher pendek		
Tebs 500 ml		
Leher tinggi (6 cm)		
Hasil Analisa	Botol Tebs memiliki leher botol paling tinggi.	
Bahu (<i>shoulder</i>)botol		
Sosro 500 ml		

Tinggi		
Frestea 500 ml		
Tinggi		
Nu Green Tea 500 ml		
Landai		
Walini 300 ml		
Landai		
Tebis 500 ml		
Tinggi		
Hasil Analisa		Bahu botol Sosro, Frestea

		dan Tebs tinggi, jika material botol tidak tebal maka bahu yang tinggi kurang kuat menahan tekanan dari atas
Badan (<i>body</i>)botol		
Sosro 500 ml		
Lurus (ke dalam 4 mm)		
Freteja 500 ml		
Berlekuk (ke dalam 4 mm)		
Nu Green Tea 500 ml		
Berlekuk tanpa patahan bentuk (ke dalam 6 mm)		
Walini 300 ml		

Lurus (menonjol ke luar 2 mm dari bahu botol)		
Tebs 500 ml		
Makin menyempit ke bawah (mengecil ke bawah 6 mm)		
Hasil Analisa		<i>Body</i> botol yang berlekuk dapat berfungsi sebagai tahanan tangan ketika menggenggam, seperti botol Nu <i>Green Tea</i> , Frestea dan Tebs

Analisa Tahap Kelima

Tahap selanjutnya adalah melakukan ujicoba perabaan bentuk kemasan botol plastik PET untuk mengetahui harapan konsumen terhadap bentukan fisik botol plastik PET sebagai kemasan minuman teh siap saji. Ujicoba perabaan dengan jumlah responden 30 orang usia remaja (11-17 tahun) - dewasa awal (17-33 tahun).

KESIMPULAN DAN SARAN

Konsumen berusia muda, sebagaimana ditargetkan dalam penelitian ini, cenderung memiliki aktivitas tinggi diluar ruangan sehingga sering membutuhkan asupan hidrasi cairan yang banyak. Minuman teh dalam kemasan siap saji merupakan salah satu solusi asupan hidrasi cairan dengan manfaat teh sebagai minuman kaya nutrisi dengan cara yang lebih praktis dan mudah. Dengan

Hasil yang didapat dari ujicoba perabaan kemasan botol plastik PET adalah 54% responden memilih bentuk mulut botol yang berdiameter kecil dan tinggi, 70% responder memilih tutup botol dengan lapisan karet didalamnya, 77% responden memilih *body* botol dengan bentuk berlekuk, 70% responder memilih tulangan *body* botol dengan alur vertikal dan miring.

kecenderungan aktivitas tinggi tersebut, maka secara logis kemasan minuman teh siap saji yang paling banyak diminati adalah jenis kemasan botol plastik PET karena sifatnya yang mudah dibawa, dapat disimpan kembali jika tidak habis diminum, dipersepsikan sebagai kemasan higienis dan memberikan sensasi kesegaran yang lebih baik dibanding jenis kemasan lain.

Secara khusus, desain kemasan minuman teh siap saji yang disukai konsumen adalah mulut botol berdiameter kecil dan tinggi dengan alasan saat minum dengan aktivitas yang banyak bergerak akan mengurangi kemungkinan cairan tumpah, tutup botol dengan lapisan karet didalamnya untuk kerapatan lebih maksimal dengan segala posisi

meletakkan tidak akan tumpah, *body* botol berlekuk, bahu landai (60 derajat) dan tulangan *body* botol dengan alur vertikal dan miring memberikan kesan langsing setelah minum teh selain bermanfaat sebagai pelepas dahaga teh dipercaya dapat melangsingkan tubuh sesuai dengan dambaan konsumen usia muda.

DAFTAR PUSTAKA

- Astawan, Made. 2008. *Kemasan: Pengaman dan Pengawet Makanan*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama,.
- Danger, E. P. 1992. *Memilih Warna Kemasan*, Jakarta: PT. Pustaka Binaan Pressindo
- Gardjito, Murdijati dan Rahadian, Dimas. (2011): *Teh*, Yogyakarta: Penerbit Kanisius.
- Hartoyo, Arif. 2003. *Teh dan Khasiatnya Bagi Kesehatan*, Yogyakarta: Penerbit Kanisius.
- Indarto, Prawoto. 2007. *Teh Minuman Bangsa-Bangsa di Dunia*, Jakarta: Pawon Publishing.
- Klimchuck, Marianne dan Krasovec, Sandra. 2007. *Desain Kemasan, Perencanaan Merek Produk Yang Berhasil Mulai Dari Konsep Sampai Penjualan*, Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Sonsino, Steven. 1990. *Packaging Design*, Singapore: Toppan Printing Company.
- Wirya, Irwan. 1999. *Kemasan Yang Menjual*, Jakarta: Gramedia.