



Fakulti Seni Gunaan Dan Kreatif

**PENGGUNAAN IMEJAN PADA LABEL PRODUK
PEMBUNGKUSAN BISKUT BUATAN MALAYSIA**

Lendy Ho Sheau Chia



**Sarjana Muda Seni Gunaan dengan Kepujian
(Teknologi Seni Reka)
2010**

**PENGGUNAAN IMEJAN PADA LABEL PRODUK PEMBUNGKUSAN
BISKUT BUATAN MALAYSIA**

LENDY HO SHEAU CHIA

Projek ini merupakan salah satu keperluan untuk
Ijazah Sarjana Seni Gunaan dengan Kepujian
Teknologi Senireka

Fakulti Seni Gunaan dan Kreatif
UNIVERSITI MALAYSIA SARAWAK

2010

UNIVERSITI MALAYSIA SARAWAK

BORANG PENGESAHAN STATUS TESIS

JUDUL: PENGGUNAAN IMEJAN PADA LABEL PRODUK PEMBUNGKUSAN
BISKUT BUATAN MALAYSIA

SESI PENGAJIAN : 2007 / 2010

Saya LENDY HO SHEAU CHIA

mengaku membenarkan *tesis ini disimpan di Pusat Khidmat Maklumat Akademik, Universiti Malaysia Sarawak dengan syarat-syarat kegunaan seperti berikut:

1. Tesis adalah hak milik Universiti Malaysia Sarawak.
2. Pusat Khidmat Maklumat Akademik, Universiti Malaysia Sarawak dibenarkan membuat salinan untuk tujuan pengajian sahaja.
3. Pusat Khidmat Maklumat Akademik, Universiti Malaysia Sarawak dibenarkan membuat pendigitan untuk membangunkan Pangkalan Data Kandungan Tempatan.
4. Pusat Khidmat Maklumat Akademik, Universiti Malaysia Sarawak dibenarkan membuat salinan tesis ini sebagai bahan pertukaran antara institusi pengajian tinggi.
5. **sila tandakan

SULIT

(mengandungi maklumat yang berdarjah keselamatan atau kepentingan seperti termaktub di dalam AKTA RAHSIA RASMI 1972)

TERHAD

(mengandungi maklumat terhad yang telah ditentukan oleh organisasi/badan di mana penyelidikan dijalankan)

TIDAK TERHAD

Disahkan oleh:

(TANDATANGAN PENULIS)

(TANDATANGAN PENYELIA)

Alamat tetap:
Lot 58034, Jalan Bukit Lima
96000, Sibu Sarawak.

Tarikh : _____

Tarikh : _____

Catatan: * Tesis dimaksudkan sebagai tesis bagi Ijazah Doktor Falsafah, Sarjana dan Sarjana Muda
** Jika tesis ini SULIT atau TERHAD, sila lampirkan surat daripada pihak berkuasa / organisasi berkenaan dengan menyatakan sekali sebab dan tempoh tesis ini perlu dikelaskan sebagai SULIT atau TERHAD.

Projek bertajuk '**Penggunaan imejan pada label produk pembungkusan biskut buatan Malaysia**' telah disediakan oleh **Lendy Ho Sheau Chia** dan telah diserahkan kepada Fakulti Seni Gunaan dan Kreatif sebagai memenuhi syarat untuk Ijazah Sarjana Muda Seni Gunaan dengan Kepujian (**Teknologi Seni Reka**)

Diterima untuk diperiksa oleh:

.....

(Pn. Siti Shukhaila Bt.Shaharuddin)

Tarikh:.....

PENAKUAN

Saya mengaku bahawa tiada bahagian daripada penyelidikan dalam disertasi ini telah digunakan sebagai bahan sokongan untuk sesuatu ijazah atau kelulusan sama ada kepada universiti ini atau institut pengajian tinggi lain.

.....

(Lendy Ho Sheau Chia)

No. Matrik: 16525

ISI KANDUNGAN

Perkara	Muka surat
Isi Kandungan	i
Penghargaan	x
Abstrak	xii
Abstract	xiii

BAB 1: LATAR BELAKANG KAJIAN

1.1 Pengenalan	1
1.2 Pemasalahan kajian	9
1.3 Objektif Kajian	11
1.4 Skop Kajian	12
1.5 Hipotesis Kajian	13

BAB 2: METHODOLOGI PENYELIDIKAN

2.1 Lokasi kajian	14
2.2 Data Primer	15
2.3 Data Sekunder	16
2.4 Kaedah Pengumpulan Data	16
2.5 Pemerhatian	18
2.6 Temu duga	19
2.7 Proses Rekaan	19
2.8 Validasi	20

BAB 3: HASIL DAPATAN KAJIAN

3.1 Pengenalan	21
3.2 Analisa Jawapan Soal kajian Selidik	22
3.3 Pemerhatian	38
3.4 Temuramah	53
3.5 Kesimpulan	56

BAB 4: CADANGAN

4.1 Pengenalan	57
4.2 Cadangan Produk Untuk Pembungkusan Baru	57
4.3 Proses Reka Bentuk	62
4.4 Cadangan Akhir Pembungkusan	72
4.5 Validasi	76
4.6 Kesimpulan	78

BAB 5: KESIMPULAN	79
--------------------------	-----------

BIBLIOGRAFI	81
--------------------	----

LAMPIRAN

SENARAI RAJAH

BAB 1

Rajah 1.1 : Pembungkusan <i>Caffarel pure chocolate fishes</i>	7
--	---

Rajah 1.2 : Pembungkusan Mr.Lee	7
---------------------------------	---

Rajah 1.2.1: Pembungkusan biskut Pico, biskut Happy, biskut Ais Jem, dan biskut Khong Guan	10
---	----

BAB 3

Rajah 3.2.1: Bilangan responden mengikut umur	22
---	----

Rajah 3.2.2: Peratusan jantina responden	23
--	----

Rajah 3.2.3: Peratusan responden tentang biskut buatan Malaysia	24
---	----

Rajah 3.2.4: Peratusan pendapat responden terhadap ciri-ciri pembungkusan biskut buatan Malaysia	25
---	----

Rajah 3.2.5: purata responden terhadap bentuk ilustrasi yang digunakan (2D/3D)	27
---	----

Rajah 3.2.6: Purata tahap kesetujuan responden terhadap keperluan imejan pada label	28
--	----

Rajah 3.2.7: Purata tahap kesetujuan responden terhadap saiz huruf jenama biskut yang digunakan pada imejan pembungkusan	29
Rajah 3.2.8: Purata tahap kesetujuan responden terhadap komposisi grafik pada label pembungkusan	30
Rajah 3.2.9: Purata tahap kesetujuan responden terhadap kesesuaian warna bagi produk biskut	31
Rajah 3.2.10: Purata tahap kesesuaian terhadap bahan untuk pembungkusan	32
Rajah 3.2.11: Label pembungkusan yang menggunakan imejan fotografi	33
Rajah 3.2.12: Label pembungkusan yang menggunakan imejan ilustrasi	35
Rajah 3.2.13: Peratusan imejan yang menarik perhatian responden di dalam memilih/membeli sesuatu product biskut	37
Rajah 3.3.1: Peratusan bentuk imejan yang digunakan pada produk pembungkusan biskut buatan Malaysia	39
Rajah 3.3.2: Peratusan bentuk jenama biskut buatan Malaysia	40
Rajah 3.3.3: Peratusan jenis warna yang digunakan bagi pembungkusan biskut buatan Malaysia	41

Rajah 3.3.4: Peratusan fon informasi bagi biskut buatan Malaysia	42
Rajah 3.3.5: Peratusan material pembungkusan biskut buatan Malaysia	43
Rajah 3.3.6: Peratusan format pembungkusan biskut buatan Malaysia	44
Rajah 3.3.7 Peratusan pembungkusan yang boleh buka dan tutup kembali	45
Rajah 3.3.8 Peratusan keseimbangan visual bagi label pembungkusan biskut buatan Malaysia	46
Rajah 3.3.9: Peratusan informasi pada label pembungkusan buantan Malaysia	47
Rajah 3.3.10 Peratusan visual hirarki bagi label pembungkusan biskut buatan Malaysia	48
Rajah 3.3.11 Peratusan ruang pada label pembungkusan biskut buatan Malaysia	49
Rajah 3.3.12 Peratusan bentuk pembungkusan biskut buatan Malaysia	50
Rajah 3.3.13: Peratusan jenis teknik fon bagi nama produk pembungkusan biskut buatan Malaysia	51
Rajah 3.3.13: Peratusan elemen visual pada label pembungkusan biskut buatan Malaysia	52

BAB 4

Rajah 4.2.1: Masalah pembungkusan asal wafer Pico	58
Rajah 4.3.1: Logo asal industri Pico	62
Rajah 4.3.2: Lakaran idea dalam kertas	63
Rajah 4.3.3: Lakaran idea logo dengan menggunakan Adobe Illustrator	63
Rajah 4.3.4: Proses daripada logo asal berkembang sampai ke logo yang dicadangkan	64
Rajah 4.3.5: Lukisan teknikal pembungkusan karakter kartun	64
Rajah 4.3.6: Lukisan teknikal pembungkusan karakter haiwan	65
Rajah 4.3.7: Contoh lukisan teknikal pembungkusan lapisan pertama (<i>primary</i>) karakter kartun dan haiwan	65
Rajah 4.3.8: Saiz biskut wafer Pico	66
Rajah 4.3.9: Saiz pembungkusan biskut wafer Pico	66
Rajah 4.3.10: Pembungkusan biskut wafer Pico	66
Rajah 4.3.11: Format pembungkusan wafer Pico	67
Rajah 4.3.12 Mock-up tahap peringkat pertama	68
Rajah 4.3.13 Mock-up peringkat kedua	68
Rajah 4.3.14: Lakaran karakter kartun bagi kaum Melayu, India, dan Cina	69

Rajah 4.3.15: Lakaran idea karater kartun	69
Rajah 4.3.16: Lakaran bagi POP	70
Rajah 4.3.17: Lakaran akhir POP	71
Rajah 4.4.1: Cadangan logo syarikat Pico	72
Rajah 4.4.2: Cadangan pembungkusan lapisan kedua	72
Rajah 4.4.3: Cadangan pembungkusan 1 Malaysia	73
Rajah 4.4.4: Cadangan pembungkusan haiwan-haiwan yang hampir pupus	73
Rajah 4.4.5: POP (<i>point of purchase</i>)	74
Rajah 4.4.6 : Iklan Majalah	75
Rajah 4.4.7 : Iklan surat khabar	75
Rajah 4.4.8: Beg kertas	75
Rajah 4.5.1 pelajar-pelajar Tadika Chung Sing dan Tadika Seduan Methodist	76
Rajah 4.5.2: Validasi pembungkusan yang dicadangkan	78
Lampiran 1 : Borang Kajian Selidik	xiv
Lampiran 2 : Jadual analisis pemerhatian bagi 25 jenis biskut buatan Malaysia	xvii
Lampiran 3 : Jangkaan kos	xxxii

PENGHARGAAN

Saya ingin mengucapkan ribuan terima kasih kepada Fakulti seni Gunaan Dan Kreatif, Universiti Malaysia Sarawak kerana memberi peluang untuk menghasilkan tesis ini. Saya berasa amat bangga kerana dapat merekabentuk pembungkusan biskut buatan Malaysia dengan bantuan dan juga nasihat daripada para pensyarah terutamanya pensyarah utama saya Puan Siti Shukhaila bt Shaharuddin.

Terlebih dahulu, saya ingin mengucapkan setinggi-tinggi kasih kepada penyelia utama, Puan Siti Shukhaila bt Shaharuddin yang telah banyak membantu serta memberi idea, nasihat, dan bimbingan sepanjang tempoh kajian ini dijalankan. Beliau telah banyak memberi dorongan ke atas kesalahan yang dilakukan oleh saya dan memberi keyakinan kepada saya semasa saya mengalami kesusahan semasa menjalankan pengajian ini.

Seterusnya , penghargaan yang amat tinggi juga diucapkan kepada para pensyarah Teknologi seni Reka Grafik, iaitu Profesor Madya Ahmad Khiri (Penyelia Kedua), Encik Louis, Encik Sylvester Wielding Jussem, dan Encik Azwan. Mereka telah banyak memberi dorongan yang membantu dan memberi teguran mengenai rekabentuk pembungkusan sepanjang tempoh kajian dijalankan.

Saya juga ingin mengucapkan terima kasih kepada Cik Connie dari Verra Kitchen , Penang (Interior / grafik designer) dan Mr. QooWay Lau, Questionart Media Production, Sibu (Art Director) yang memberi informasi mengenai rekabentuk pembungkusan biskut. Selain itu, saya juga ingin mengucapkan terima kasih kepada kawan-kawan yang pernah menolong saya semasa kajian dijalankan.

Ribuan terima kasih juga diucapkan kepada guru besar , guru, dan juga para pelajar di Tadika Chung Sing yang memberi kerjasama untuk membantu saya menjalankan validasi ke atas rekabentuk pembungkusan biskut yang dicadangkan.

Saya mengambil kesempatan ini untuk mengucapkan terima kasih kepada ibu bapa dan keluarga saya. Mereka telah memberi sokongan dari segi kewangan kepada saya untuk membayar perbelanjaan sepanjang tempoh pengajian ini dijalankan.

Dengan adanya nasihat dan sokongan yang diberi oleh mereka saya mendapat banyak manfaat untuk menyelesaikan pengajian yang dijalankan dalam tempoh masa yang diberi.

Sekian terima kasih.

Abstrak

Kajian yang dijalankan adalah untuk menilai penggunaan imejan pada label produk pembungkusan biskut buatan Malaysia. Responden akan menjawab soalan kaji selidik bagi mendapatkan jumlah atau purata perbandingan terhadap bahan kajian. Skop kajian adalah mengkaji ciri, elemen bentuk dan material terhadap pembungkusan produk biskut keluaran Malaysia. Hasil daripada kajian menunjukkan bahawa pengguna lebih berminat pada produk biskut yang menggunakan label berbentuk ilustrasi. Oleh yang demikian, penyelidik telah menghasilkan pembungkusan yang menggunakan imejan ilustrasi yang berbentuk karakter kartun dan beridentitikan masyarakat majmuk Malaysia iaitu Melayu, Cina, dan India. Selain daripada itu, karakter haiwan-haiwan terpelihara juga akan digunakan sebagai kempen kesedaran memelihara haiwan-haiwan tersebut daripada pupus.

Abstract

This research is to evaluate the use of imagery on the label of biscuits packaging that made in Malaysia. Questionnaires will be distributed to the public in order to make the comparative study of materials. The scope of research is a review of feature, element, shape and material of biscuits packaging made in Malaysia. Results from the research showed that most of the consumers are interested in products that use illustrations. Therefore, the researcher will produce packaging that uses illustrated cartoon characters that reflect the society of Malaysia which are Malay, Chinese and Indian. In addition, the characters of the protected animals will be used as awareness campaign to preserve animals from extinction.

BAB 1

LATAR BELAKANG KAJIAN

1.1 Pengenalan

Pembungkusan merupakan suatu bidang yang luas hasil kombinasi sains, seni dan teknologi. Pembungkusan juga merupakan suatu teknologi di mana sesuatu produk boleh dilindungi, disimpan, dan juga diangkut.

Pembungkusan adalah penting kerana pembungkusan bertujuan melindungi dan mempromosikan produk yang akan dipasarkan. John Deighton mengatakan bahawa “Pembungkusan merupakan satu cara pemasaran yang paling berkesan, dimana pulangnya lebih tinggi dan berhasil daripada menggunakan pengiklanan.”

(John Deighton, 1984, professor at Amos Tunk School of Business Administration)

Bill Stewart dalam buku beliau yang bertajuk Packaging Design, 2007, menjelaskan bahawa:

“Packaging now become the only communication between shopper and product”

Stewart.B. (2007). *Packaging Design*.pg 28. London: Laurence King.

Pembungkusan penting bagi suatu produk. Dari Bill Stewart, beliau menyatakan bahawa pembungkusan telah menjadi satu cara komunikasi antara pembeli dengan produk. Pembungkusan merupakan pandangan pertama bagi sesuatu produk. Suatu produk yang mempunyai pembungkusan yang baik dan menarik akan menarik minat pembeli untuk membelinya.

Tujuan pembungkusan dan pelabelan termasuk perlindungan fizikal bagi produk tersebut. Objek dalam pembungkusan memerlukan perlindungan daripada hentaman, getaran, tekanan dan suhu. Selain itu, suatu pembungkusan juga sebagai suatu perlindungan atmosfera yang mengasingkan daripada oksigen, wap air, abu dan sebagainya dapat memanjangkan tarikh luput sesuatu produk.

Salah satu tujuan pembungkusan adalah pemindahan informasi. Label pada pembungkusan memberi informasi tentang cara-cara penggunaan, penyimpanan untuk tujuan keselamatan, dan kitar semula. Kerajaan mewajibkan sesetengah ramuan untuk bahan farmaseutikal, makanan, perubatan dan bahan kimia perlu dipamerkan pada label. Informasi pada produk adalah penting bagi semua produk yang dijual di pasaran terutamanya

produk makanan. Informasi yang terdapat dalam pembungkusan perlu disampaikan dengan jelas dan betul kepada pengguna. Begitu juga, pembungkusan dan pelabelan juga merupakan satu alat pemasaran yang dapat menggalakkan pembeli membeli produk. Pembungkusan dapat mempromosikan produk dirinya dengan menggunakan rekaan labelnya. Pembungkusan ini telah mempamerkan jenama, logo, dan semua elemen identiti syarikatnya. Dengan cara ini, pembungkusan tersebut telah mempromosikan produknya secara tidak langsung. Pemaparan grafik sebagai label bungkusan telah berkembang semenjak tahun 1800 dengan tujuan menarik perhatian pembeli.

Pembungkusan boleh memberi keselesaan kepada pengguna kerana pembungkusan boleh menambah ciri-ciri kesenangan untuk pengendalian, pengedaran, pameran, jualan, pembukaan dan penutupan semula.

Merekabentuk pembungkusan wujud apabila produk-produk perlu berkomunikasi dalam bentuk visual. Merekabentuk pembungkusan adalah suatu cara yang kreatif bagi sesuatu produk yang menghubungkan bentuk, struktur, bahan-bahan, warna, imejan, tipografi, dan elemen-elemen rekaan sampingan dengan maklumat produk bagi menjadikan satu produk sesuai

untuk pemasaran. Hampir semua projek pembungkusan akan menggunakan imejan sebagai satu bahagian penting dalam reka bentuk. Imejan merupakan cara yang paling berkesan untuk berkomunikasi secara visual. Imejan boleh berkomunikasi maklumat dengan cepat tanpa keperluan untuk membaca informasi yang secara bertulis.

“images have the ability to convey somethings complex information instantly in a way that text cannot”

Stewart.B. (2007). *Packaging Design*.pg 88. London: Laurence King.

Imej-imej mempunyai keupayaan bagi menyampaikan sesetengah maklumat kompleks dan kemungkinan tidak dapat disampaikan melalui teks. Contohnya, imej biskut tidak dapat diterang dalam teks dengan menyatakan betapa sedapnya biskut tersebut. Dengan itu, imej diperlukan untuk menggantikan teks. Imejan pada sesuatu produk dapat memberikan gambaran kepada pembeli agar mereka dapat menilai produk tersebut.

Apabila merekabentuk sesuatu pembungkusan ia harus menunjuk kepada pengguna dari sudut latar belakang, cita rasa dan pengalaman-pengalaman yang berbeza. Oleh itu, kesedaran antropologi , sosiologi, dan juga psikologi boleh memberikan manfaat apabila merekabentuk sesuatu bungkusan.

Dengan itu, kesedaran kebudayaan bagi sasaran pengguna adalah penting sebelum merekabentuk pembungkusan sesuatu produk.

Fotografi

Imejan fotografi bagi produk boleh disampaikan dalam bentuk imej warna atau imej hitam putih. Terdapat banyak produk makanan yang gemar menggunakan sumber fotografi sebagai imejan pada label pembungkusan. Hal yang demikian kerana fotografi dapat berkomunikasi secara visual dengan pengguna secara langsung. Selain itu, menggunakan fotografi sebagai satu peralatan rekaan boleh menghasilkan konsep kepercayaan. Dengan menggunakan cara fotografi dapat menyakinkan para pengguna terhadap produk tersebut kerana foto yang diambil telah mencerminkan produk tersebut. Terdapat sesetengah negara yang menjalankan undang-undang di mana imej yang terdapat di pembungkusan produk mestilah sama dengan produk yang terkandung.

“Using photography as a design tool helps to create believable concepts but it should be remembered that, if the client accepts a design incorporating photography, professional photographers are likely to become involved at

later stage”

Stewart.B. (2007). *Packaging Design*.pg 89. London: Laurence King.

Imejan yang dihasilkan melalui kaedah fotografi mampu menghasilkan kepercayaan terhadap pengguna.

Ilustrasi

Satu imejan yang berkesan boleh menggantikan dengan seribu patah perkataan di atas pembungkusan. Imejan yang sesuai dan berkesan adalah penting bagi sesuatu pembungkusan. Terdapat pelbagai gaya dalam imejan ilustrasi, imejan boleh disampaikan dalam cara garisan, warna, dan bentuk. Setiap gaya yang berbeza akan menjadi satu personaliti bagi produk tersebut.

Pada masa kini, terdapat banyak produk yang menggunakan cara ilustrasi untuk menjadikan rekabentuk sesuatu pembungkusan. Imejan ilustrasi yang menarik dapat menarik perhatian pengguna terutamanya bagi pengguna kanak-kanak yang lebih sensitif dengan gambar-gambar ilustrasi.

Selain itu, ilustrasi juga boleh menyelesaikan masalah bagi sesetengah gambar yang tidak dapat ditangkap dengan menggunakan fotografi.



Rajah 1.1 : Pembungkusan *Caffarel pure chocolate fishes*

Contohnya, produk “*Caffarel pure chocolate fishes*. Gambaran ikan sardin yang mengandungi isi coklat adalah agak sukar untuk diambil dengan menggunakan cara fotografi. Dengan itu, teknik ilustrasi perlu digunakan untuk mengatasi masalah tersebut dengan melakarkan visual yang jelas dan mudah difahami oleh pengguna.”

Stewart.B. (2007). *Packaging Design*.pg 91. London: Laurence King.

Begitu juga, dalam kes *Mr.Lee*, pembungkusan baru untuk produk menukar imej daripada fotografi kepada ilustrasi bagi watak *Mr.Lee*.



Rajah 1.2 : Pembungkusan Mr.Lee