



**KEPENTINGAN PENGGUNAAN ILUSTRASI DALAM REKABENTUK
PEMBUNGKUSAN PRODUK TEMPATAN**

NAMA : NUR FATIN AKILAH BINTI AHMAD AFANDI
NO. MATRIK : C17A0221

Tesis yang dikemukakan untuk memenuhi sebahagian daripada syarat memperolehi Ijazah Sarjana Muda Teknologi Kreatif (Rekabentuk Komunikasi Visual) dengan kepujian Fakulti Teknologi Kreatif dan Warisan Universiti Malaysia Kelantan

PERAKUAN

Saya akui karya ini adalah hasil kerja saya sendiri kecuali nukilan dan ringkasan yang setiap satunya telah saya jelaskan sumbernya.

Tandatangan

Nama pelajar : NUR FATIN AKILAH BINTI AHMAD AFANDI

No. Matriks : C17A0221

Tarikh : 03.07.2021

Disahkan oleh :

Tandatangan Penyelia

Nama penyelia : Dr. Tengku Fauzan Binti Tengku Anuar

Cop : Tarikh :

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 PENGENALAN

Bab satu daripada cadangan penyelidikan ini termasuk latar belakang kajian, pernyataan masalah, objektif penyelidikan serta pertanyaan penyelidikan kajian. Bab ini juga mengandungi beberapa huraian terperinci tentang kepentingan kajian serta input mengenai penyelidikan.

Pembungkusan adalah salah satu faktor penting dalam pemasaran "barangan pengguna" dan turut berperanan dalam menyampaikan manfaat produk kepada pelanggan. Ini adalah di dalam kawalan syarikat dan merupakan cara untuk memenuhi perubahan dalam persekitaran perniagaan. Oleh itu, pembungkusan produk juga berkaitan dengan pembolehubah lain dalam campuran pemasaran. Demikian, reka bentuk pembungkusan adalah tertakluk kepada satu set kompleks yang mempengaruhi dari persekitaran perniagaan dan produk itu sendiri yang ingin dipasarkan.

Tujuan utama pengkaji adalah untuk mengkaji kepentingan penggunaan ilustrasi dalam reka bentuk pembungkusan produk tempatan. Reka bentuk pembungkusan yang menarik dapat menarik perhatian pengguna atau pembeli untuk membeli sesuatu produk tanpa mengetahui keadaan produk tersebut. Pembungkusan merupakan salah satu elemen penting bagi menjayakan sesuatu produk dalam pasaran.

Pembungkusan juga merupakan strategi terbaik untuk meningkatkan kebolehpasaran sesuatu produk dalam pasaran. Pembungkusan yang mengandungi ciri-ciri serta yang menepati skop relevan untuk penggunaan akan dapat menambah permintaan produk tersebut. Di samping itu, corak atau reka bentuk pembungkusan juga memainkan peranan di dalam memberi impak terhadap produk.

1.2 LATAR BELAKANG KES

Tinjauan latar belakang sejarah bermula dengan banyak tinjauan, misalnya, jenis, persaingan, fungsi, dan aspek-aspek yang memberi manfaat serta kelemahannya. Reka bentuk pembungkusan menggunakan grafik dapat memudahkan proses pengiklanan dengan lebih berkesan. Grafik merupakan salah satu elemen penyampaian maklumat. Ilustrasi dan visual yang baik dan kreatif merupakan aspek terpenting dalam penggunaan reka bentuk grafik dalam pengiklanan. Dengan ini, bantuan ilustrasi yang selari dapat diperkukuhkan dan memudahkan para pembaca atau pengguna untuk memahami teks yang ingin disampaikan. Demikian kerana ilustrasi merupakan pelengkap kepada teks yang ingin disampaikan sekali gus menerangkan maksud dengan lebih terperinci.

Penggunaan grafik dalam proses reka bentuk pembungkusan dapat membantu memudahkan pelbagai proses komunikasi dan pemahaman mengenai sesuatu produk. Ilustrasi juga untuk memperjelaskan mengenai maklumat yang akan disampaikan. Di samping itu, untuk menarik perhatian sehingga dapat memotivasi dan merangsang sasaran pasaran agar tidak bosan dan memandang enteng iklan tersebut. Ilustrasi juga membantu dalam mengingat apa yang ingin disampaikan seperti konsep, idea dan gagasan melalui sebuah gambar.

Pentingnya kajian ini terhadap pengkaji untuk mengkaji hubungan ilustrasi sebagai medium pengiklanan dilaksanakan untuk melihat keberkesanan, perkembangan dan perubahan ilustrasi dalam memasarkan produk yang digunakan di dalam iklan-iklan seperti poster, papan iklan dan sebagainya. Sekiranya reka bentuk pembungkusan yang dihasilkan memandang enteng mengenai hal tentang ilustrasi dan visual akan menyebabkan impak sesuatu produk tidak berjaya dicapai untuk ditempatkan dalam pasaran. Jika demikian berlaku akan menyukarkan para sasaran pasaran untuk menteladani reka bentuk pembungkusan tersebut semasa proses berlangsung atau secara tidak langsung kerana ilustrasi dilihat penting untuk menyampaikan mesej serta makna. Selain itu, pencetakan reka bentuk pembungkusan bagi para sasaran pasaran mestilah tidak terhad kepada penulisan semata-mata, haruslah kreatif dan menarik.

Seiring dengan perkembangan dunia ekonomi dan pasaran, bidang pengiklanan mencatat peningkatan selepas Kemerdekaan di Malaysia. Bidang ini mengalami perubahan saban hari sehingga kini. Pengkaji dapat tafsirkan bahawa banyak dasar yang berubah maka sedikit sebanyak merubah sektor negara tidak tertinggal juga bidang pengiklanan.

Hal ini kerana, penghasilan iklan sebagai sumber komunikasi membawa maksud, sebarang langkah atau kaedah yang digunakan untuk membantu sasaran pasarannya atau pembaca memahami antara pengiklanan dan komunikasi mesej. Pengiklanan merupakan elemen yang bersifat tidak peribadi dan diarah untuk kumpulan sasaran ramai. Media komunikasi massa seperti televisyen, radio, iklan dan majalah merupakan usaha untuk mempromosikan iklan yang berkesan sehingga kini.

1.3 PERMASALAHAN KAJIAN

Penyelidikan tentang penggunaan ilustrasi dalam reka bentuk pembungkusan banyak dijalankan tetapi kajian yang berkaitan kepentingan penggunaan ilustrasi dalam reka bentuk pembungkusan produk tempatan dari aspek elemen dan grafik kurang dititikberatkan. Oleh demikian, pengkaji melakukan kajian yang berkaitan ilustrasi dalam reka bentuk pembungkusan sebagai medium pengiklanan tempatan tidak banyak dikaji di Malaysia. Sebagai bahan komunikasi sasaran pasaran atau pembeli, ilustrasi dalam reka bentuk pembungkusan berfungsi sebagai tajuk dalam bentuk imej, untuk menekankan tajuk dan juga menggantikan kedudukannya yang penting. Ini adalah kerana potensi imej yang dapat menjelaskan makna perkataan yang lebih luas, terutama jika gambar itu dicat untuk menyatakan idea. Melalui gambar orang, walaupun mereka yang buta huruf, boleh menerima daripada mempelajari sesuatu maklumat dengan lebih mudah (A Suryadi, 1975).

Ilustrasi yang menyerlahkan kuasa imej bagi memudahkan untuk menyampaikan tawaran produk dengan lebih terperinci. Penggunaan teknik ilustrasi dalam reka bentuk pembungkusan di dalam iklan media cetak menggunakan imej dan fotografi. Penggunaan ilustrasi lukisan dengan pelbagai jenis dan teknik untuk memudahkan para pembaca memahami serta membantu para buta huruf melalui ilustrasi kreatif.

Ilustrasi mampu mempengaruhi kepercayaan serta ingatan para pembaca terhadap iklan produk yang ditawarkan (Geuens, 2010). Demikian menunjukkan butiran maklumat di iklan mampu mengeksploitasi emosi kumpulan sasaran untuk menimbulkan sikap ingin tahu dengan lebih mendalam terhadap produk yang diiklankan (LM Pramudita dan SA Rahim, 2011). Di samping itu, komunikasi visual ditakrifkan sebagai satu bentuk komunikasi yang pelbagai pandangan dengan menggunakan imej visual seperti gambar dengan tujuan memberi maklumat dan mempengaruhi seterusnya memberi impak kepada sasaran pasaran.

Komunikasi visual adalah komunikasi yang dibantu oleh visual dan ilustrasi. Bantuan visual yang dinyatakan adalah perkembangan idea dalam bentuk teks, tipografi, grafik, lukisan, gambar, tanda-tanda warna dan sebagainya. Ia bergantung kepada dari sudut penglihatan pembaca. Menurut Parkinson (2007), element visual diproses 60.000 kali lebih pantas untuk memproses dalam memberi impak terhadap emosi, dan emosi akan memberi impak terhadap tindakan kita dalam membuat keputusan.

Penggunaan ilustrasi sebagai tarikan dalam reka bentuk pembungkusan merupakan salah satu cara strategi pengiklanan kreatif yang dipilih oleh pencipta reka bentuk pembungkusan dengan pelbagai aspek pertimbangan. Sebagai contoh penggunaan kartun sangat sesuai untuk iklan produk makanan bagi menarik perhatian sasaran pasaran seperti kanak-kanak. Ilustrasi yang digunakan dapat mempengaruhi sasaran untuk bertindak dalam membuat keputusan. Dengan wujudnya permasalahan ini dapat dilihat wujudnya perkembangan serta keberkesanan ilustrasi sebagai medium pengiklanan reka bentuk pembungkusan untuk lebih berkembang, sekaligus mewujudkan peningkatan permintaan bahagian grafik di Malaysia.

1.4 OBJEKTIF KAJIAN

Untuk memastikan tujuan penyelidikan dicapai, antara objektif kajian seperti berikut:

- i. Untuk mengenal pasti hubungan antara ilustrasi dengan reka bentuk pembungkusan sebagai medium pengiklanan produk tempatan di Malaysia.
- ii. Untuk mengkaji jenis ilustrasi yang digunakan sebagai medium reka bentuk pembungkusan sebagai medium pengiklanan produk tempatan di Malaysia.
- iii. Untuk mengkaji kepentingan penggunaan ilustrasi dalam reka bentuk pembungkusan sebagai medium pengiklanan produk tempatan di Malaysia.

1.5 PERSOALAN KAJIAN

Untuk memastikan objektif kajian tercapai bagi memastikan perancangan yang diatur dapat dicapai, antara persoalan kajian adalah:

- i. Apakah hubungan antara ilustrasi dengan reka bentuk pembungkusan sebagai medium pengiklanan produk tempatan di Malaysia?
- ii. Apakah jenis ilustrasi yang digunakan sebagai medium reka bentuk pembungkusan sebagai medium pengiklanan produk tempatan di Malaysia?
- iii. Apakah kepentingan penggunaan ilustrasi sebagai medium reka bentuk pembungkusan sebagai medium pengiklanan produk tempatan di Malaysia?

1.5 PERNYATAAN HIPOTESIS

Pernyataan hipotesis bagi kajian ini adalah seperti berikut:

- i. Kajian ini menunjukkan kurangnya pengetahuan mengenai kepentingan penggunaan ilustrasi dalam reka bentuk pembungkusan tempatan di Malaysia.
- ii. Kajian ini menunjukkan kurang pendedahan terhadap kepentingan penggunaan ilustrasi dalam reka bentuk pembungkusan tempatan di Malaysia.
- iii. Kajian ini menunjukkan kepentingan penggunaan ilustrasi dalam reka bentuk pembungkusan tempatan di Malaysia.

1.6 SKOP KAJIAN

Pengkaji membataskan beberapa skop dalam kajian ini iaitu pengkaji hanya menumpukan kepentingan penggunaan ilustrasi dalam reka bentuk pembungkusan dikalangan produk tempatan di Malaysia.

Pengecilan skop kajian dibuat supaya memudahkan pengambilan dan pengumpulan data dalam proses mendapatkan jumlah dapatan dengan cepat dan baik. Responden diberikan dua visual yang berbeza iaitu satu dalam bentuk ilustrasi dan selebihnya adalah terjemahan tulisan sepenuhnya dan mereka akan membuat pilihan yang mana lebih menarik untuk dipelajari.

Pengumpulan data melalui kaedah lain turut dilakukan seperti pengumpulan data melalui borang kaji selidik melalui atas talian kepada masyarakat umum serta mahasiswa universiti lain. Seterusnya adalah proses temu bual yang dilakukan terhadap beberapa pengguna barangan tempatan dilakukan bagi mengumpul data.

Pengkaji telah membataskan kajian berdasarkan skop kajian:

- i. Skop kajian mengenai persepsi masyarakat terhadap kepentingan penggunaan ilustrasi dalam reka bentuk pembungkusan tempatan di Malaysia.
- ii. Skop kajian mengenai pengetahuan masyarakat terhadap kepentingan penggunaan ilustrasi dalam reka bentuk pembungkusan tempatan di Malaysia.
- iii. Skop kajian mengenai tujuan dan kepentingan penggunaan ilustrasi dalam reka bentuk pembungkusan tempatan di Malaysia.

1.7 BATASAN KAJIAN

Kajian ini hanya dilakukan terbatas kepada kajian mengenai persepsi masyarakat tempatan mengenai kepentingan penggunaan ilustrasi dalam reka bentuk pembungkusan tempatan. Persepsi masyarakat ini dikaji pada pengetahuan mereka mengenai kepentingan ilustrasi. Kepentingan ilustrasi ini juga dapat dikaji melalui persepsi-persepsi yang diutarakan pengguna atau pembeli. Pengkaji membuat kajian ini untuk menjadikannya sebagai bahan rujukan kepada pengkaji terdahulu dan yang akan datang serta kepada masyarakat.

1.8 KEPENTINGAN KAJIAN

Kajian ini sangat penting dijalankan untuk memberi pendedahan kepada masyarakat terhadap kepentingan penggunaan ilustrasi dalam reka bentuk pembungkusan tempatan. Kepentingan penggunaan ilustrasi dalam reka bentuk pembungkusan tempatan seharusnya dipandang serius oleh semua pihak agar kita dapat mengetahui sejauh manakah keberkesanan ilustrasi sebagai medium reka bentuk pembungkusan sesuatu produk. Hal ini demikian kerana keberkesanan penggunaan ilustrasi dalam reka bentuk pembungkusan dibuktikan oleh syarikat-syarikat yang ternama seperti McDonald, Starbuck dan lain-lain.

Selain itu, berkemungkinan juga kepentingan penggunaan ilustrasi dalam reka bentuk pembungkusan juga merupakan impak yang besar terhadap produk dalam pasaran. Di samping itu, kajian ini penting di jalankan supaya dapat membuka mata banyak pihak terutamanya dalam kalangan pengkaji-pengkaji untuk menarik mereka mengkaji kepentingan penggunaan ilustrasi dalam reka bentuk pembungkusan tempatan, hal ini kerana produk tempatan masih belum cukup mendapat perhatian para pelabur di luar sana dalam mengesksport bahan mentah atau mewujudkan francais tempatan di luar negara. Oleh itu, Kajian terhadap persepsi masyarakat tentang ini penting untuk membuka mata masyarakat setempat dan para peniaga kecil atau pengusaha tempatan untuk mengembangkan lagi pasaran produk mereka.

Kepentingan kajian ini terhadap:

1.8.1 Masyarakat

Kepentingan kajian ini kepada masyarakat adalah untuk menambahkan ilmu pengetahuan masyarakat tentang pentingnya penggunaan ilustrasi dalam reka bentuk pembungkusan tempatan ini khususnya. Masyarakat yang menitikkan kepentingan penggunaan ilustrasi dalam reka bentuk pembungkusan tempatan akan menjadi suatu pengetahuan dan dokumentasi yang bermanfaat kepada individu yang baru berjinak dalam bidang ini. Selain itu, kajian ini juga bertujuan untuk memberi pendedahan kepada masyarakat sebagai rujukan buat masyarakat yang akan datang.

1.8.2 Institusi Pendidikan

Institusi pendidikan merupakan satu institusi yang penting dan berkait rapat mengenai pendidikan grafik di Malaysia. Di dalam hal ini, kajian mempunyai kepentingan dalam institusi pendidikan. Hal ini adalah untuk memberi pendedahan kepada pelajar ataupun para pengkaji bahawa terdapat pendidikan grafik dalam mata pelajaran di sesebuah institusi. Seterusnya, kajian ini mampu membuka mata semua pihak untuk melihat lebih dalam mengenai penekanan grafik sebagai mata pelajaran bagi mencapai objektif ini serta melahirkan lepasan mahasiswa yang proaktif, relevan serta kreatif dalam diri masing-masing.

1.8.3 Keusahawanan

Kepentingan dari segi keusahawanan pula ialah mampu memberi keuntungan dan kelebihan kepada kerajaan, industri dan juga masyarakat setempat. Hal ini kerana apabila kajian ini dilakukan, maka orang ramai akan membuka mata mereka dan melihat grafik ini merupakan satu peluang yang mempunyai keunikan yang tersendiri dengan kajian ini. Grafik-grafik yang ditemui ini menjadi satu tarikan di dalam industri mahupun di pasaran luar negeri. Pereka grafik yang digilap secara tidak langsung mampu mengubah ekonomui masyarakat dan berkemungkinan akan mencapai satu peningkatan mendadak dari segi karya pereka dalam pelbagai sektor pekerjaan.

1.9 KESIMPULAN

Kesimpulannya, kebanyakan reka bentuk pembungkusan mempunyai banyak cara untuk menarik perhatian para pengguna. Antaranya termasuklah strategi menggunakan ilustrasi lukisan sebagai salah satu bentuk tarikan yang efektif dalam pasaran. Keberkesanan ilustrasi lukisan sebagai medium dapat dibuktikan oleh pereka dengan hasil permintaan pasaran yang meningkat, pengkaji mendapati bahawa iklan-iklan ini juga didapati mempunyai nilai estetika serta seiring dengan budaya, sosial dan moral.

Pengiklanan merupakan tunjang sesebuah institusi, organisasi serta individualiti dalam memasarkan sesuatu produk atau karya. Oleh itu, idea dan konsep ilustrasi yang direka dalam pembungkusan produk perlu berhubung antara satu sama lain terutama dalam konteks budaya dan dizahirkan melalui pelbagai elemen yang mencerminkan produk tersebut. Dengan ini dapat diperluaskan lagi serta ditambahbaik konsep ilustrasi dalam reka bentuk pembungkusan yang ditayangkan atau diiklankan buat masyarakat yang pelbagai peringkat umur dan berbilang kaum bagi menjayakan produk yang dipasarkan.

Secara keseluruhannya dapat disimpulkan bahawa kajian atau penyelidikan ini adalah bertujuan untuk mengetahui sejauh manakah persepsi masyarakat terhadap kepentingan penggunaan ilustrasi dalam reka bentuk pembungkusan serta penerimaan masyarakat terhadap aktiviti grafik yang diterapkan dalam sektor tersebut. Kajian yang dijalankan ini bukan sahaja dapat membuka mata masyarakat setempat tetapi juga bagi membuka mata pengkaji-pengkaji berkenaan kewujudan bidang ini perlu dititikberatkan bagi melahirkan individu kreatif dengan idea-idea serta mekanisme yang mantap.

Oleh itu, kajian ini secara khususnya dijalankan mengikut kaedah dan prinsip yang digariskan bertepatan dengan penggunaan teori-teori yang ingin diketengahkan oleh pengkaji untuk mendapatkan hasil yang baik dan cukup mantap dalam membentuk tesis yang lengkap supaya ia boleh dijadikan panduan dan sumber rujukan kepada khalayak mahupun pembaca khususnya bagi golongan generasi muda dan masyarakat pada masa kini.

BAB 2

SOROTAN KAJIAN

2.0 PENGENALAN

Di dalam bab ini penyelidik akan menerangkan mengenai definisi istilah serta kerangka teori yang akan digunakan dalam membuat kajian ini sebagai bacaan dan rujukan bagi semua lapisan masyarakat terutamanya penyelidik. Di dalam bab ini juga pengkaji akan mendedahkan tentang definisi istilah, latar belakang, jenis, kerangka teori-teori serta kepentingan.

2.1 DEFINISI ISTILAH

Definisi istilah ialah bertujuan untuk mengetahui maksud atau makna yang tersurat mahupun tersirat. Hal ini membolehkan penyelidik mengenalpasti maklumat yang dikehendaki dalam menjalankan kajian ini. Definisi istilah yang terdapat dalam kajian penyelidik adalah definisi bagi reka bentuk, pembungkusan dan ilustrasi.

2.1.1 Reka Bentuk

Menurut Kamus Dewan reka bentuk adalah corak atau bentuk sesuatu yg direka. mereka bentuk membuat reka bentuk sesuatu. Ia juga merupakan pengetahuan tentang penyusunan bahan secara terancang untuk menghasilkan sesuatu produk yang memberi impak kepada kehidupan manusia. Produk yang dihasilkan haruslah berdaya saing dengan produk yang sedia ada. Elemen reka bentuk pula merupakan unsur-unsur yang digunakan untuk menzahirkan idea awal sesebuah rekaan secara lakaran. Bagi bertujuan untuk membolehkan idea yang hendak digambarkan oleh pereka di pahami.

2.1.2 Pembungkusan

Pembungkusan merupakan satu konsep yang digunakan untuk melindungi apa jua produk yang memerlukan pembungkusan kerana setiap produk yang dihasilkan perlu dilindungi. Ini adalah untuk menjamin ketahanan serta keselamatan produk tersebut. Sesuatu pembungkusan perlulah mementingkan aspek-aspek kebersihan dalam pemrosesannya.

Pembungkusan adalah penggunaan bahan-bahan semulajadi atau bahan buatan manusia untuk membungkus sesuatu produk sebelum ia dipasarkan. Pembungkusan mempunyai daya tarikan tersendiri untuk berkomunikasi dengan pengguna. Ini bermaksud sesuatu yang mempunyai warna, ilustrasi, informasi, dan juga taipografi yang menarik dan jelas dapat menyampaikan dan menjadi tarikan pembeli.

Reka bentuk pembungkusan bermaksud konsep pembungkusan itu sendiri yang terdiri daripada dua aspek penting iaitu bentuk dan fungsi pembungkusan tersebut. Bentuk (form) bermaksud pembungkusan yang boleh dilihat dan disentuh serta mempunyai rekaan atau ilustrasi yang menarik. Fungsi adalah kegunaan kepada pembungkusan sesuatu produk. Sesuatu reka bentuk pembungkusan yang baik amat bergantung kepada fungsinya. Fungsi dari segi kegunaan selepas diguna, menarik perhatian dan ergonomik.

Pembungkusan yang dibuat memberi gambaran yang jelas tentang produk yang ingin dipasarkan. Pembungkusan sesuatu produk yang baik dapat menarik perhatian pengguna dan pembeli. Oleh kerana itu dalam pembungkusan elemen-elemen grafik perlu ditekankan dari segi warna, ilustrasi, taipografi dan rekabentuk. Sesuatu pembungkusan yang baik juga mestilah bersifat mesra alam yang berkonsepkan 3R. 3R yang bermaksud 'reduce' ialah mengurangkan jumlah bahan buangan, 'reuse' ialah bahan yang boleh digunakan semula dan 'recycle' ialah sesuatu bahan itu dapat dikitar semula.

Kesimpulannya, pembungkusan adalah berkait rapat dengan reka bentuk pembungkusan untuk menghasilkan sesuatu pembungkusan yang menarik dan berfungsi melindungi, penghantaran, selamat digunakan serta bertujuan meluaskan pasaran ke peringkat antarabangsa.

i) Sejarah Pembungkusan

Bermula dari zaman pra-sejarah masyarakat dahulu telah menggunakan bahan semulajadi untuk tujuan penyimpanan dan pembungkusan. Bahan-bahan semulajadi seperti daun, kulit binatang, kulit kayu, buluh dan lain-lain telah digunakan bertujuan untuk membungkus dan menyimpan makanan.

Masyarakat dahulu banyak bergantung kepada alam serta bahan semulajadi seperti tanah liat telah digunakan untuk membuat tempayan yang akan digunakan untuk menyimpan makanan sama ada dalam bentuk cecair atau pepejal. Tempayan digunakan bagi mengelakkan makanan dari dicemari oleh serangga perosak dan memudahkan untuk mengangkut. Contoh yang lain adalah nasi lemak dibungkus dalam daun pisang dan kuih

muih. Pembungkusan cara lama ini kekal hingga hari ini kerana rasanya lebih enak dan sedap.

ii) Fungsi Pembungkusan Makanan

Merupakan sesuatu pembungkusan yang dihasilkan mempunyai fungsi yang tertentu. Diantaranya ialah untuk melindungi produk dari tercemar, mementingkan nilai-nilai estetika(ciri-ciri persekitaran)

Selain itu juga maklumat mengenai produk seperti khasiat makanan (jika perlu), cara penyimpanan, isi kandungan, nama dan alamat pengilang, Tarik luput, isipadu(bil/berat bersih), kod bar, tanda halal,buatan Malaysia(SIRIM), cara menggunakannya, imej,ilustrasi,taipografi, dan pemberitahuan mengenai produk dalam pelbagai bahasa (jika perlu).

Seterusnya, dapat melahirkan tanggapan yang baik terhadap sesuatu produk seperti mudah dibawa, baik dari segi pembuatan serta mudah diedarkan atau dipasarkan.

iii) Tanda Jenama

Merupakan salah satu elemen grafik yang penting dalam sesuatu pembungkusan. Tanda jenama merupakan nama yang diberi kepada sesuatu produk atau perkhidmatan. Tanda nama berfungsi untuk memperkenalkan produk atau sesuatu perkhidmatan itu kepada pembeli. Penggunaan taipografi atau huruf serta tanda simbol adalah untuk mencipta satu tanda jenama kepada Sesuatu produk tersebut. Jenama penting kepada pengeluar untuk memperkenalkan produk keluaran mereka manakala pembeli memerlukannya untuk membezakan sesuatu produk dengan produk lain yang telah sedia ada dipasaran.

iv) Tipografi

Merupakan huruf yang amat penting dalam reka bentuk pembungkusan penggunaan tipografi untuk menyampaikan maklumat dengan berkesan. Selain tu, tipografi adalah digunakan untuk memberitahu jenis produk untuk dibungkus di dalamnya. Oleh itu, penggunaan tipografi pada Sesuatu reka bentuk pembungkusan produk perlu menarik, senang difahami serta diingati pembeli. Penggunaan tipografi yang unik dan kreatif dapat

menarik perhatian pembeli. Penggunaan tipografi perlulah bersesuaian, tidak terlalu besar atau kecil dan tidak mempunyai corak untuk memudahkan pembeli membaca.

v) Warna

Penggunaan warna memainkan peranan penting dalam reka bentuk pembungkusan sesuatu produk. Ini menyebabkan warna memainkan peranan penting dalam mewujudkan identiti sesuatu produk. Selain itu, warna memberi kesan secara langsung kepada reka bentuk pembungkusan sesuatu produk. Justeru, pemilihan warna kontras perlu sesuai untuk sesuatu produk supaya dapat memberi gambaran yang lebih jelas kepada pengguna dan dapat bersaing dipasaran.

vi) Reka Bentuk Dan Saiz

Ia merupakan salah satu elemen grafik yang penting dalam menghasilkan sesuatu pembungkusan. Selain itu, reka bentuk merupakan sesuatu pembungkusan perlu menepati beberapa sifat iaitu ergonomic, mudah dibawa, selamat digunakan, mesra alam dan sebagainya. Reka bentuk perlu dibuat mengikut jenis produk supaya ia dapat melindungi produk daripada dicemari dan selamat digunakan. Walau bagaimanapun, reka bentuk pembungkusan bukan hanya perlu kelihatan menarik malahan perlu mempunyai ciri-ciri keselamatan sebelum sesuatu produk itu dibungkus. Dalam hal ini, saiz dapat memberi lebih banyak pilihan kepada pembeli. Penentuan saiz kepada sesuatu produk akan mempengaruhi kuantiti sesuatu produk.

2.1.3 Ilustrasi

Menurut sumber kamus Dewan Bahasa Melayu (DBM) ilustrasi dapat diterjemahkan dengan mudah sebagai suatu informasi berbentuk gambar, rajah, diagram dan sebagainya. Ilustrasi juga penjelasan melalui proses seni dalam bentuk lukisan, gambar foto mahupun gambar rajah. Dalam konteks penerbitan buku, ilustrasi merangkumi bidang yang lebih luas meliputi segala jenis lakaran, graf, gambar rajah, gambar foto, pelan, peta, segala rajah berbentuk teknikal dan lain-lain. Untuk menghasilkan ilustrasi yang baik, penggunaan elemen dan prinsip reka bentuk harus diguna pakai secara menyeluruh. Seorang ilustrator harus memiliki pengetahuan yang mendalam mengenai perkara asas reka bentuk tersebut.

i) Sejarah Perkembangan Ilustrasi

Sejarah perkembangan ilustrasi dipercayai berkembang selaras dengan perkembangan masyarakat dunia. Ilustrasi terawal dipercayai dilukis pada dinding-dinding gua atau dinamakan ilustrasi pra-sejarah iaitu dalam bentuk piktograf. Bermula dengan ilustrasi piktograf inilah para arkeologi menemukan tidak hanya lukisan atau lakaran tunggal tetapi dalam bentuk penceritaan dan berangkai yang banyak dilukis di dinding-dinding gua. Manusia pada masa dahulu berkarya atas imaginasi dan persepsi masing-masing.

Mereka pada waktu itu, menggunakan bahan disekeliling dan persekitaran untuk menghasilkan karya seni. Ilustrasi awal pada zaman lampau melalui lukisan pada dinding gua ini merupakan salah satu konsep ilustrasi terawal yang dijumpai di serata dunia. Secara tidak langsung, keadaan ini jelas menunjukkan masyarakat dunia telah lama sedar mengenai ilustrasi.

ii) Elemen asas reka bentuk

Terdapat enam elemen asas dalam reka bentuk bagi menghasilkan ilustrasi yang baik iaitu garisan, warna, rupa, bentuk, jalinan dan ruang. Garisan ialah satu deretan titik yang bersambung-sambung dan boleh diolah untuk mencipta rupa, jalinan, ton, corak dengan tujuan untuk menimbulkan bentuk, ruang, dan pergerakan. Terdapat pelbagai jenis bentuk garisan yang boleh dihasilkan untuk memberi makna tertentu dalam menghasilkan ilustrasi seperti garisan menegak, garisan putus-putus, garisan beralun dan sebagainya.

Warna merupakan unsur yang sangat penting dalam penghasilan ilustrasi. Warna dapat diperolehi dimana-mana sahaja. Warna juga mempengaruhi personaliti dan

psikologi seseorang. Warna terbahagi kepada tiga kumpulan utama iaitu warna harmoni, warna penggenap dan warna sewarna. Warna harmoni ialah warna bersebelahan dalam roda warna dan dikatakan sebagai warna sekeluarga, selesa dan seimbang. Warna penggenap ialah warna yang bertentangan dalam roda warna yang menimbulkan kesan segar, kaya, kontra, getaran dan pergerakan. Warna sewarna pula hanya satu warna yang mempunyai pelbagai ton seperti daripada terang kepada gelap. Warna juga mempunyai dua suhu warna iaitu warna panas dan warna sejuk. Warna panas ialah warna antara warna merah ungu hingga kuning hijau pada roda warna yang menimbulkan kesan bertenaga, garang, harapan, meriah dan sebagainya manakala warna sejuk pula ialah warna antara hijau hingga ungu pada roda warna yang menimbulkan kesan sejuk, sedih, damai dan tenang.

Seterusnya ialah elemen rupa. Rupa terbahagi kepada tiga bahagian iaitu rupa geometri, rupa organik, rupa positif dan negatif. Rupa geometri terdiri daripada rupa bulat, segi empat, segi tiga dan rupa-rupa lain yang bersudut. Rupa geometri direka secara sengaja dan tidak timbul secara tidak sengaja. Rupa Organik pula ialah rupa bebas tanpa sudut. Rupa ini dapat diubah secara bebas. Rupa ini tidak direka cipta secara sengaja. Selain itu, rupa positif dan negatif adalah rupa yang diletakan di atas sesuatu permukaan. Rupa ini dinamakan sebagai rupa positif. Ruang di sekeliling rupa objek tersebut adalah rupa negatif.

Bentuk ialah lanjutan daripada pemahaman rupa. Elemen bentuk mempunyai keluasan, ketinggian, jisim dan lebih daripada satu permukaan. Bentuk terbahagi kepada dua iaitu bentuk konkrit dan bentuk ilusi. Bentuk konkrit merupakan bentuk objek sebenar yang bersifat tiga dimensi iaitu boleh disentuh, dilihat, dan dirasai. Bentuk konkrit tidak digunakan dalam penghasilan buku teks. Bentuk ilusi pula ialah bentuk visual yang bersifat dua dimensi yang digambarkan melalui lukisan, gambar dan banyak diguna pakai dalam penghasilan ilustrasi dalam buku.

Jalanan ialah kesan-kesan yang terdapat pada permukaan benda atau objek. Semua objek sama ada objek semula jadi atau buatan manusia mempunyai kesan jalanan pada permukaannya. Jalanan terbahagi kepada dua iaitu jalanan sentuh dan jalanan tampak. Jalanan sentuh ialah jalanan yang dapat dirasai dengan sentuhan tangan seperti kolaj dan arca. Jalanan tampak pula merujuk kepada jalanan yang hanya dapat dilihat tetapi tidak dapat dirasai dengan tangan seperti ilustrasi dalam buku atau gambar foto. Dalam seni visual, kesan jalanan dapat menimbulkan jisim dan bentuk. Karya yang mempunyai kesan jalanan akan kelihatan lebih menarik dan realistik.

Ruang ialah kawasan kosong di sekeliling objek, jarak antara dua objek, atau rongga dalam sesuatu objek. Ruang juga terbahagi kepada dua iaitu ruang nyata dan ruang tampak. Ruang nyata ialah ruang sebenar yang terdapat pada bentuk-bentuk konkrit. Ruang tampak pula ialah ruang yang hanya dapat dilihat dalam seni tampak seperti lukisan atau ilustrasi di dalam buku.

iii) Jenis-jenis Ilustrasi

1. Realis



Segala sesuatu yang menggambarkan kepada bentuk-bentuk adanya, nyata tidak ada ada penyimpangan bentuk deformasi.

2. Dekoratif



Gaya kecenderungan yang mengarah pada garis hias (dekoratif)

3. Surrealis



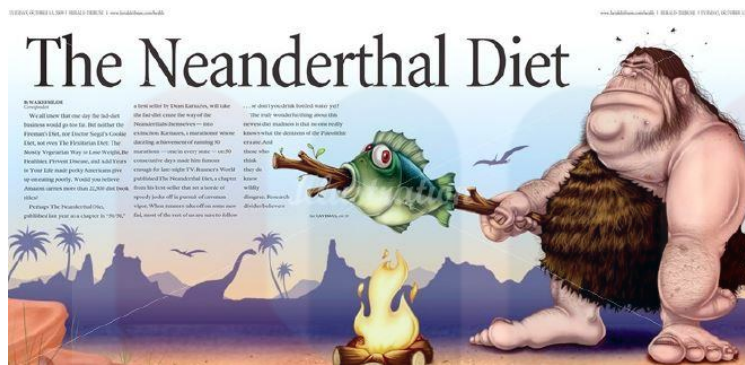
Cara penggambaran yang ada dibawah sadar, tidak logis, dunia mimpi, Fantastis. Pada dasarnya penggambaran surealis adalah penggambaran bentuk tidak rasional.

4. Ekspresionis



Mengutamakan keinginan melontarkan ekspresi diri dan kemudian menjelaskan. Isi tulisan atau naskah jatuh pada kepentingan akhir.

5. Gaya karikatur/kartun



Gaya yang melebih-lebihkan suatu pertandaan, ciri, sifat, tindak, atau seseorang atau kelompok untuk menyindir.

iv) Fungsi Ilustrasi

Terdapat beberapa fungsi ilustrasi secara umum. Adapun fungsi-fungsi dari ilustrasi adalah sebagai berikut (Arifin dan Kusrianto, 2009):

1. Fungsi Deskriptif. Fungsi deskriptif dari ilustrasi adalah menggantikan huraian mengenai sesuatu secara verbal dan naratif dengan menggunakan perkataan yang panjang. Ilustrasi dapat dimanfaatkan untuk melukiskan sehingga dapat lebih cepat dan lebih mudah dipahami.
2. Fungsi Ekspresif. Fungsi ilustrasi dalam memperlihatkan dan menyatakan sesuatu gagasan, perasaan, maksud, situasi ataupun konsep yang abstrak menjadi yang nyata sehingga mudah dipahami.
3. Fungsi Analisis atau Struktur. Ilustrasi dapat menunjukkan rincian bahagian demi bahagian dari suatu benda, sistem atau proses secara terperinci, agar lebih mudah dipahami.
4. Fungsi Kualitatif. Fungsi ini sering digunakan untuk membuat grafik, kartun, foto, gambar, sketsa, dan simbol.

2.4 Kesimpulan

Secara keseluruhan yang pengkaji dapati sepanjang menjalani kajian dan tinjauan lepas ini adalah pengkaji sedikit sebanyak memperolehi maklumat, idea dan inspirasi dalam aspek tentang skop kajian yang dipilih. Rekabetuk ilustrasi komik adalah ilustrasi yang sesuai untuk di aplikasikan di dalam kajian ini kerana ianya adalah focus terhadap golongan remaja. Kaedah penyampaian dan perkongsian ilmu yang lebih santai dan menyeronokkan lebih merangsang minda golongan muda untuk terus menuntut ilmu dan mencintainya serta mudah ntuk diingati dan diaplikasikan dalam kehidupan seharian.

BAB 3

METODOLOGI KAJIAN

3.0 PENGENALAN

Dalam bab ini pengkaji akan mengemukakan reka bentuk kajian, pengumpulan data, persampelan, instrument yang digunakan, analisis data kajian dan kesimpulan kajian. Metodologi kajian merupakan satu kaedah untuk melakukan setiap penyelidikan dengan cara-cara yang tepat.

3.1 REKA BENTUK KAJIAN

Rekabentuk kajian yang sesuai mampu mengawal pemboleh ubah yang tidak dengan penyelidikan (Kerlinger:1973). Hal ini adalah bertujuan untuk tidak mempengaruhi penyelidikan, maka pemboleh ubah yang tidak berkaitan atau yang tidak sesuai perlu diasingkan. Setiap kajian yang dilakukan juga perlu menggunakan reka bentuk kajian yang sesuai agar tidak mengganggu proses sewaktu melakukan kajian ini. Reka bentuk kajian terbahagi kepada tiga bahagian iaitu kualitatif, kuantitatif dan campuran. Setiap kaedah yang terdapat dalam reka bentuk kajian mempunyai proses yang berbeza dalam mengumpulkan maklumat bagi menjalankan penyelidikan.

Kajian kualitatif merupakan suatu kaedah yang dilakukan untuk mendapatkan maklumat secara terperinci tanpa sebarang numeratif. Pendekatan ini lebih bersifat deskriptif iaitu kepada penghuraian makna atau perkara yang dikaji. Kebanyakan kajian yang menggunakan kaedah ini akan lebih menggunakan instrument seperti pemerhatian, temubual, penulisan dan analisis dokumen. Lexy (2007) mengatakan bahawa pendekatan kualitatif ialah satu prosedur penyelidikan yang menghasilkan data gambaran yang diamati.

Merujuk Kementerian Pelajaran Malaysia (2012), Pendekatan kuantitatif dapat didefinisikan sebagai satu penyelidikan yang melibatkan data numerical dan analisis statistic terhadap data tersebut untuk menjelaskan dan memahami fenomena yang telah dikaji. Instrumen yang digunakan dalam pendekatan ini adalah soal selidik pengiraan seperti min, medium, mod, peratusan, sisihan piawai dan sebagainya, Rohana Yusof (2003) mendefinisikan pendekatan kuantitatif sebagai satu usaha untuk membentuk prinsip serta peraturan umum yang mengandaikan bahawa realiti sosial sebagai suatu objektif dan terpisah atau tidak berkaitan dengan individu.

Seterusnya, pendekatan campuran pula ialah suatu pendekatan yang melibatkan kedua-dua pendekatan iaitu pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Berdasarkan pendefinisian daripada Creswell dan Clark (2011), pendekatan campuran merupakan kombinasi kaedah, falsafah, serta haluan rekabentuk penyelidikan. Kaedah campuran ini telah bermula dalam bidang sains social serta berkembang dalam pelbagai bidang lain seperti sains perubatan dan kesihatan (Wisdom dan Creswell,2013). Pendekatan ini bertujuan untuk membuat perbandingan atau mencari data yang melibatkan kepada numerikal dan deskriptif. Menurut Creswell dan Plano (2011), prosedur kajian ini telah dikembangkan dan diperhalusi bagi memenuhi segala keperluan pelbagai jenis persoalan kajian. Kajian ini melibatkan pelbagai instrument dan proses untuk mencari maklumat dari segi numerikal dan deskriptif.

3.1.1 Kualitatif

Di dalam kajian ini, rekabentuk kajian berbentuk kualitatif digunakan oleh pengkaji. Hal ini adalah disebabkan oleh pengumpulan data untuk mengenalpasi kepentingan penggunaan ilustrasi dalam reka bentuk pembungkusan produk tempatan dalam kalangan masyarakat. Apabila kajian menenai hal, maka boleh diimplikasikan pengumpulan data itu lebih kepada temubual, pemerhatian dan analisis dokumen.

3.2 PENGUMPULAN DATA

Umumnya projek penyelidikan memerlukan pengumpulan data menjawab setiap persoalan kajian yang diutarakan oleh penyelidik sendiri. Pengumpulan data merupakan suatu proses bagi memperoleh maklumat serta menganalisis maklumat bagi menjayakan projek penyelidikan ini. Pengumpulan data pula terbahagi kepada dua iaitu data primer dan data sekunder.

Menurut Hasan (2002) data primer merupakan data yang diperolehi atau dikumpulkan secara langsung di lapangan daripada pemerhatian yang dilakukan oleh seseorang atau berkait dengan yang memerlukannya (Hasan:2002). Tambahan lagi, data primer ini boleh didapati daripada sumber informasi iaitu individu atau seseorang daripada hasil wawancara yang dilakukan oleh pengkaji

3.2.1 Temu Bual

Temu bual adalah satu kaedah yang terdapat dalam pendekatan kualitatif. Kaedah ini merupakan salah satu proses dalam mengumpulkan data primer dimana pengkaji akan menemu

bual individu secara rawak bagi mendapatkan maklumat dalam menjalankan penyelidikan. Data-data yang diperolehi daripada kaedah temu bual ini merupakan data yang terus menerus daripada orang sumber kepada penyelidik.

3.2.2 Pemerhatian

Selain itu, pengkaji juga menggunakan kaedah pemerhatian untuk mendapatkan data primer dalam menjalankan kajian ini. Pengkaji akan melawat lokasi kajian dan membuat pemerhatian sambil mengumpul maklumat dan data-data dalam mengukuhkan projek penyelidikan yang dijalankan.

Data sekunder pula merupakan data yang diperolehi atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan kajian daripada sumber-sumber yang sedia ada menurut Hasan (2002). Data ini digunakan bertujuan untuk mendukung informasi data primer yang telah diperolehi. Antara data sekunder adalah bahan pustaka, kajian lepas, buku dan sebagainya yang berkaitan.

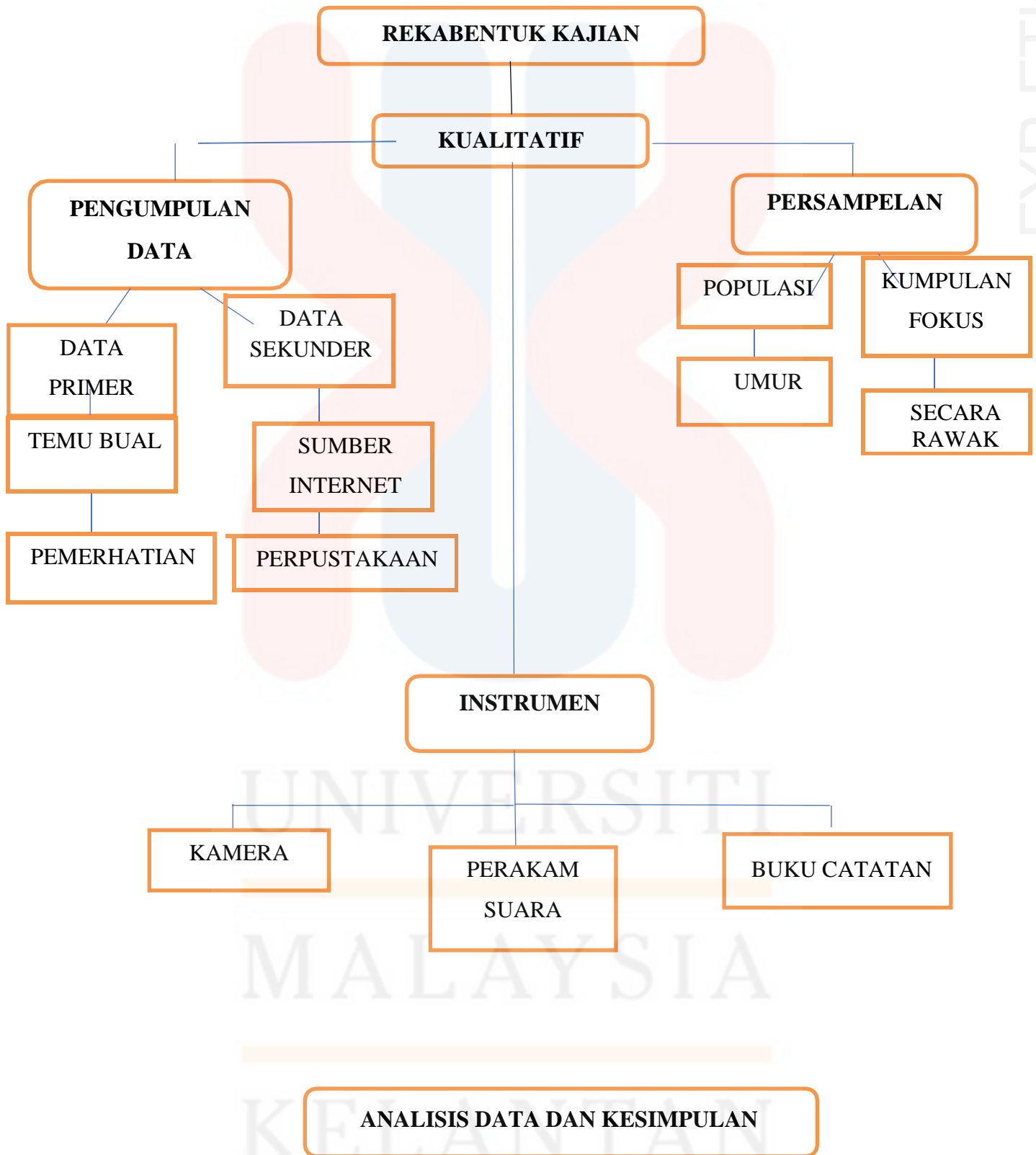
3.2.3 Sumber Internet

Pengkaji menggunakan sumber internet dalam pengumpulan data bagi menjalankan projek penyelidikan ini. Sumber internet memberi banyak sumbangan dalam mendapatkan maklumat seperti pencarian laman sesawang, jurnal, portal, berita serta artikel.

3.2.4 Perpustakaan

Perpustakaan merupakan satu cara untuk mendapatkan maklumat dalam menjalankan kajian atau penyelidikan. Di dalam perpustakaan terdapat rujukan yang berkaitan dengan penyelidikan seperti buku, jurnal dan tesis.

3.3 PROSES KAJIAN



(Sumber: Penyelidik,2020)

Rajah 3.3.1: Proses Kajian

3.4 PERSAMPELAN

Menurut M. Fahmi (2012), persampelan adalah sebahagian pecahan yang diambil daripada sesuatu populasi bagi mewakili populasi itu. Kajian ini akan mengecilkkan skop kepada masyarakat. Hal ini kerana objektif kajian ini adalah untuk mengkaji kepentingan penggunaan ilustrasi dalam reka bentuk pembungkusan.

3.4.1 Populasi

Populasi adalah sekumpulan individu, objek mahupun benda kejadian yang terdapat ciri-ciri yang sama untuk (M. Fahmi :2012), setiap individu atau objek dalam sesuatu populasi mungkin mempunyai perbezaan dalam pelbagai segi, tetapi ia harus mempunyai satu ciri yang sama sekurang-kurangnya (Rohana Yusuf: 2004). Dalam penyelidikan yang dijalankan, populasi kajian merupakan satu faktor penting dalam menentukan jumlah responden yang dipilih bagi mendapatkan maklumat yang diperlukan dalam penyelidikan ini. Penyelidik telah menentukan populasi kajian yang terdiri daripada masyarakat berumur dalam lingkungan 20 tahun ke atas. Masyarakat yang berumur lebih 20 tahun ke atas ini diambil kerana kemahiran berfikir yang mampu menghasilkan persepsi tersendiri terhadap kajian yang dilakukan. Pengkaji menetapkan seramai 100 orang responden untuk diserahkan borang soal selidik.

3.4.2 Kumpulan Fokus

Kumpulan fokus merupakan salah satu kaedah penyelidikan kualitatif yang digunakan dalam mencari jawapan kepada persoalan (H. Freitas: 1998). Penyelidik membuat kumpulan fokus bagi menjawab persoalan kajian yang dinyatakan. Pengkaji akan memilih sebanyak 5 responden untuk ditemu bual secara rawak bagi menjalankan kajian ini.

3.5 INSTRUMEN

Ibnu Hadjar (1996) mengatakan bahawa instrument adalah alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan informasi kuantitatif mengenai variasi karakter pembolehubah secara objektif. Instrumen pengumpulan data adalah alat bantuan terpilih yang digunakan oleh penyelidik dalam pengumpulan maklumat supaya penyelidik menjadi lebih sistematik (Suharsimi Arikunto: 2002). Terdapat pelbagai instrument yang digunakan dalam kajian ini. Antara Instrumen yang digunakan dalam kajian ini ialah:

1) Perakam Suara

Perakam suara digunakan sewaktu proses temu bual untuk bagi merakam perbualan semasa antara penyelidik dan orang yang ditemubual. Hal ini untuk mengelakkan pengkaji terlepas apa-apa info penting semasa menjalankan temu bual.

2) Buku Catatan

Di dalam kajian ini, buku catatan digunakan untuk mencatat informasi yang dapat hasil daripada temubual yang dilakukan oleh pengkaji bersama dengan masyarakat di Jeniang, Kedah.

3) Kamera

Kamera digunakan untuk menangkap gambar sekeliling kawasan Jeniang terutamanya kawasan penemuan relau untuk tujuan memerhati geografi kawasan tersebut dalam menjalankan kajian ini.

3.6 ANALISIS DATA

Analisis data merupakan satu langkah untuk menentukan satu penyelidikan kerana analisis data berfungsi bagi membuat kesimpulan akhir penyelidikan (A.Astohar.2010). Analisis data dilakukan bagi mempersembahkan data yang telah diperoleh daripada hasil pengumpulan data primer dan data sekunder.

Analisis data yang akan dijalankan oleh penyelidik adalah dengan menggunakan analisis secara naratif. Menurut Webster dan Metrova (1953), naratif merupakan satu kaedah kajian di dalam ilmu-ilmu social. Isi dari kajian ini adalah kemampuannya untuk memahami identiti dan pandangan dunia seseorang dengan penceritaan yang ia dengar atau dituturkan di dalam aktiviti sehariannya. (Webster dan Metrova:1953). Analisis data secara naratif ini bermaksud analisis data penceritaan. Penyelidik akan menganalisis data yang telah diperoleh secara penceritaan kerana menggunakan kaedah kajian secara kualitatif.

3.7 KESIMPULAN

Tuntasnya bab ini telah menerangkan mengenai reka bentuk kajian dan kaedah penyelidikan yang digunakan, cara pengumpulan data untuk penyelidikan ini, proses penyelidikan ini dijalankan, persampelan yang digunakan untuk penyelidikan ini dengan menggunakan populasi dan kumpulan fokus, instrument yang sesuai digunakan serta analisis data yang digunakan untuk menjalankan penyelidikan ini. Semua proses ini penting bagi mencari maklumat yang tepat dan tersusun dalam penyelidikan ini.

BAB 4

ANALISIS DATA DAN PEMBANGUNAN PRODUK

4.1 PENGENALAN

Bahagian ini akan membincangkan, mengumpul dan menganalisis data yang diperoleh daripada seramai 100 orang responden yang telah menjawab soal selidik yang telah dikemukakan oleh pengkaji dengan lebih terperinci.

4.1 ANALISIS DATA

Analisis data ini dilakukan untuk memudahkan data-data yang diperoleh daripada responden untuk dibaca, diasingkan dan difahami dengan lebih tepat dan teratur. Terdapat 100 orang responden telah menjawab soal selidik yang telah diedarkan. Soal selidik ini mempunyai 3 bahagian iaitu bahagian A berkaitan demografi responden, bahagian B berkaitan pendapat dan cadangan dan bahagian C mengenai persepsi responden terhadap syarikat. Secara keseluruhannya bahagian A sebanyak 4 soalan, bahagian B dengan 6 soalan dan bahagian C mengandungi 7 soalan.

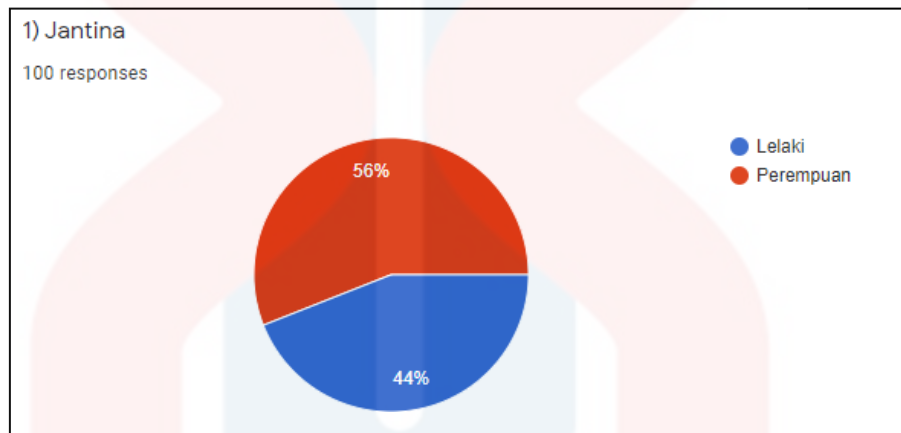
4.1.1 ANALISIS DEMOGRAFI RESPONDEN

Bahagian A adalah berkaitan demografi responden seperti jantina, umur, taraf pendidikan, pekerjaan dan juga pertanyaan mengenai syarikat dengan pilihan jawapan ya atau tidak.

i. Jantina

Jadual 4.1 : Jumlah responden mengikut jantina

Kategori	Kekerapan (Orang)	Peratus (%)
Perempuan	56	56%
Lelaki	44	44%



Carta Pai 4.1 : Jumlah responden mengikut jantina

Berdasarkan jadual 4.1 dan carta pai 4.1 yang ditunjukkan diatas adalah menunjukkan jumlah dan peratusan kajian mengikut jantina. Melalui data diatas jelas menunjukkan bahawa majoriti responden adalah terdiri daripada dikalangan responden wanita iaitu sebanyak 56 orang bersamaan 56%. Manakala data bagi responden lelaki pula adalah sebanyak 44 orang bersamaan 44%.

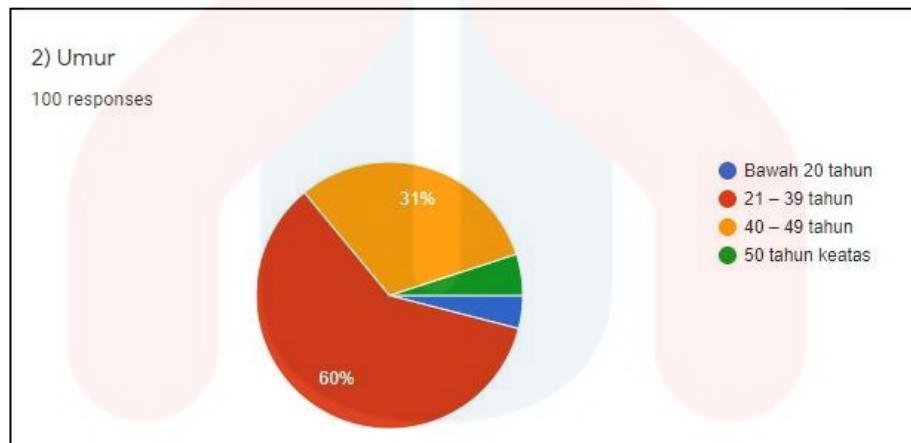
MALAYSIA

KELANTAN

ii. Umur

Jadual 4.2 : Jumlah responden mengikut umur

Kategori	Kekerapan (Orang)	Peratus (%)
Bawah 20 tahun	4	4%
21 – 39 tahun	60	60%
40 – 49 tahun	31	31%
50 tahun keatas	5	5%



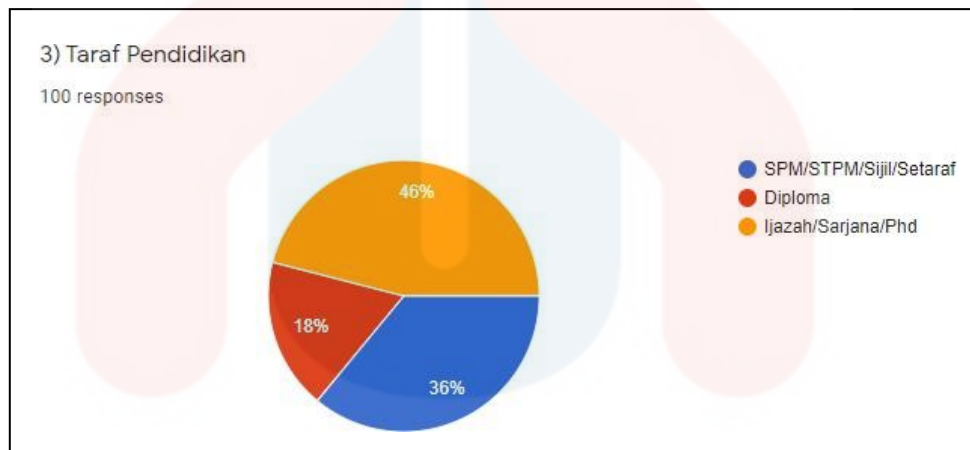
Carta Pai 4.2 : Jumlah responden mengikut jantina

Jadual 4.2 dan carta pai 4.2 yang ditunjukkan adalah data penuh bagi jumlah responden mengikut umur. Berdasarkan kedua-kedua tersebut, majoriti responden adalah dikalangan umur 21 hingga 39 tahun iaitu sebanyak 60 orang bersamaan 60 peratus. Diikuti dengan responden yang berumur dikalangan 40 hingga 49 tahun sebanyak 31 orang bersamaan 31 peratus. Selain itu, terdapat juga responden dikalangan remaja iaitu lingkungan umur bawah 20 tahun dan mencatatkan seramai 4 orang bersamaan 4 peratus. Akhir sekali adalah responden dikalangan peringkat umur yang lebih tua iaitu 50 tahun keatas dengan merekodkan seramai 5 orang dengan peratusan sebanyak 5 peratus.

iii. Taraf Pendidikan

Jadual 4.3 : Jumlah responden mengikut taraf pendidikan

Kategori	Kekerapan (Orang)	Peratus (%)
SPM/STPM/Sijil/Setaraf	36	36%
Diploma	18	18%
Ijazah/Sarjana/Phd	46	46%



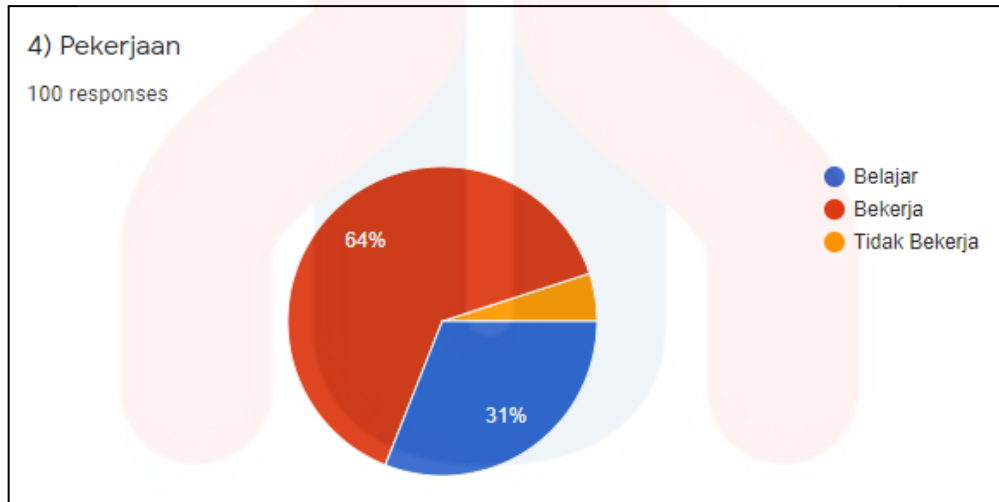
Carta Pai 4.3 : Jumlah responden mengikut taraf pendidikan

Jadual dan carta diatas adalah berkaitan jumlah responden mengikut taraf pendidikan. Berdasarkan data tersebut didapati bahawa majoriti responden mempunyai taraf pendidikan dikalangan ijazah, sarjana dan Phd iaitu dengan kekerapan 46 orang bersamaan 46 peratus. Diikuti dengan responden bertaraf pendidikan SPM, STPM, Sijil dan setaraf iaitu sebanyak 36 orang bersamaan 36 peratus dan akhir sekali responden dikalangan diploma dengan kekerapan sebanyak 18 orang bersamaan 18 peratus dan jumlah keseluruhan adalah sebanyak 100 peratus.

iv. Pekerjaan

Jadual 4.4 : Jumlah responden mengikut pekerjaan

Kategori	Kekerapan (Orang)	Peratus (%)
Belajar	31	31%
Bekerja	64	64%
Tidak Bekerja	5	5%



Carta Pai 4.4 : Jumlah responden mengikut pekerjaan

Jadual dan carta pai diatas adalah merupakan data yang diperoleh daripada responden bagi pekerjaan. Berdasarkan bukti diatas, majoriti responden adalah terdiri daripada golongan bekerja iaitu sebanyak 64 kekerapan bersamaan 64 peratus diikuti dengan responden berstatus pelajar dengan kekerapan 31 orang bersamaan 31 peratus dan golongan tidak bekerja hanya mengutip 5 kekerapan bersamaan 5 peratus.

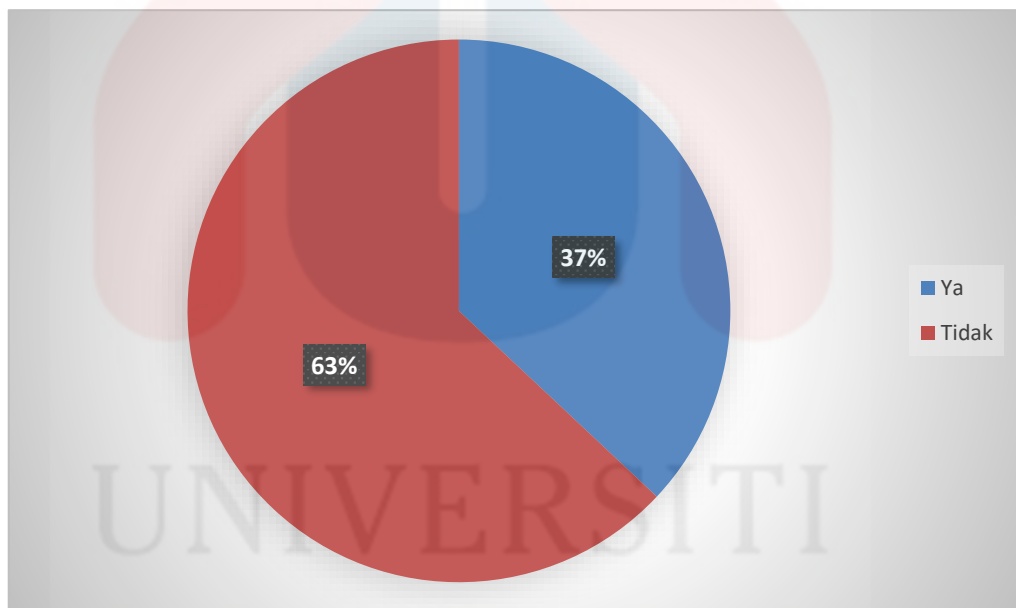
4.1.1 Bahagian B

Bahagian B ini mempunyai sebanyak 6 soalan yang berkaitan pengetahuan dan pendapat responden mengenai identiti korporat.

Soalan 1 : Adakah anda mengetahui apa itu ilustrasi dalam pembungkusan produk ?

Jadual 4.7 : Jumlah keseluruhan bagi soalan 1

Kategori	Kekerapan (Orang)	Peratus (%)
Ya	37	37%
Tidak	63	63%



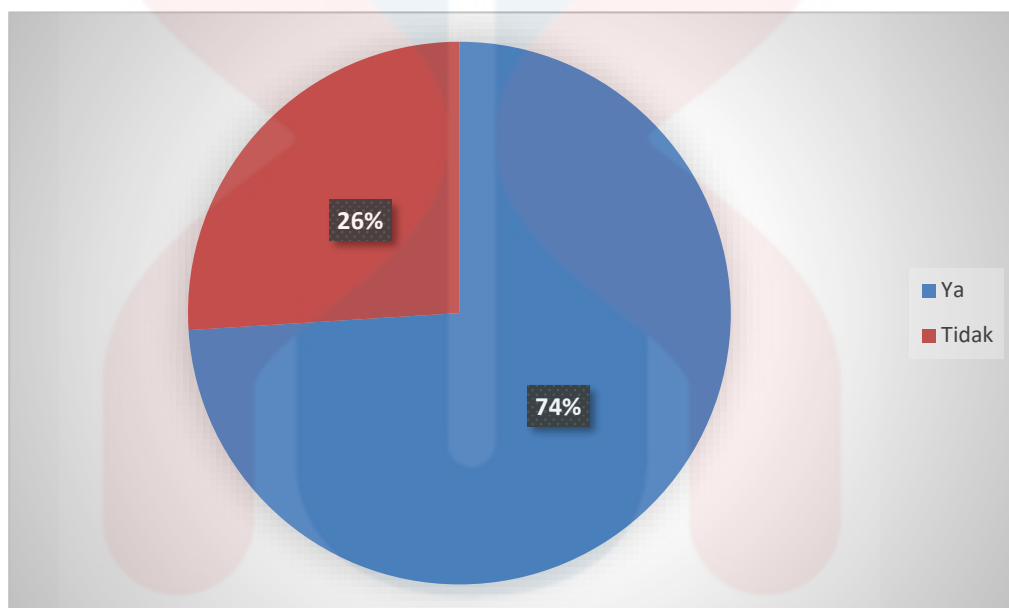
Carta Pai 4.7 : Jumlah responden bagi soalan 1

Berdasarkan carta dan jadual diatas menunjukkan keputusan responden. Data diatas menunjukkan majoriti responden menjawab Tidak iaitu dengan 63 kekerapan bersamaan 63 peratus manakala jumlah responden menjawab Ya sebanyak 37 kekerapan bersamaan 37 peratus. Hal ini menunjukkan responden tidak mengetahui akan apa itu ilustrasi dalam pembungkusan produk..

Soalan 2 : Adakah anda pernah melihat ilustrasi pembungkusan produk seperti gambar 1 diatas?

Jadual 4.8 : Jumlah keseluruhan bagi soalan 2

Kategori	Kekerapan (orang)	Peratusan (%)
Ya	74	74%
Tidak	26	26%



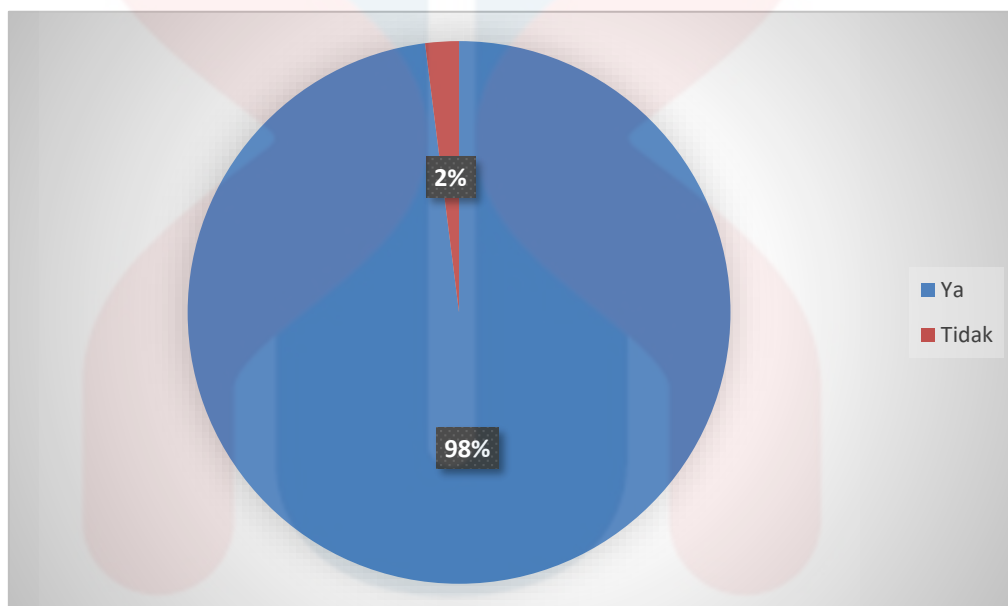
Carta Pai 4.8 : Jumlah responden bagi soalan 2

Carta dan jadual diatas menunjukkan data keseluruhan responden bagi soalan 2. Berdasarkan data diatas, didapati bahawa majoriti responden menjawab Ya dengan kekerapan sebanyak 74 bersamaan 74 peratus manakala bagi jawapan Tidak hanya mendapat 26 kekerapan iaitu 26 peratus. Hal ini menunjukkan perbezaan corak jawapan selepas menunjukkan contoh visual pembungkusan produk walaupun soalan 1 dan soalan 2 seakan sama.

Soalan 3 : Adakah anda merasakan pembungkusan produk seperti diatas sangat penting dalam memasarkan sesuatu produk?

Jadual 4.9 : Jumlah keseluruhan bagi soalan 3

Kategori	Kekerapan (Orang)	Peartusan (%)
Ya	98	98%
Tidak	2	2%



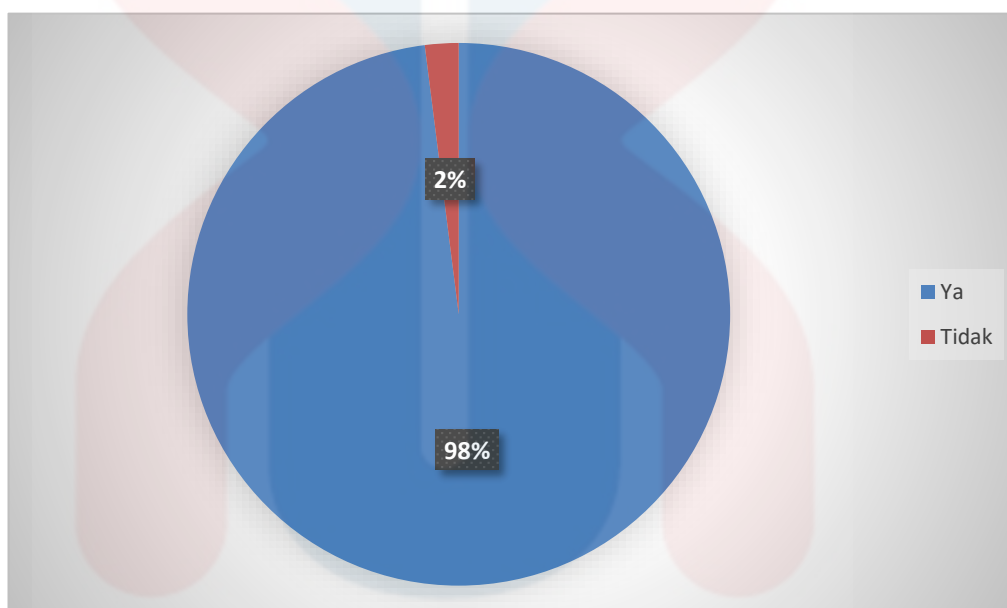
Carta pai 4.9 : Jumlah responden bagi soalan 3

Berdasarkan jadual dan carta diatas menunjukkan bahawa rata-rata responden menjawab Ya untuk soalan ini dengan mengutip sebanyak 98 kekerapan bersamaan 98% manakala jawapan Tidak memperoleh sebanyak 2 kekerapan iaitu 2%. Hasil keputusan ini menunjukkan majoriti responden bersetuju mengatakan pentingnya pembungkusan produk dalam memasarkan sesuatu produk.

Soalan 4 : Selain produk itu sendiri, adakah imej pembungkusan produk juga penting dalam menarik perhatian pelanggan?

Jadual 4.10 : Jumlah keseluruhan bagi soalan 4

Kategori	Kekerapan (Orang)	Peratusan (%)
Ya	98	98%
Tidak	2	2%



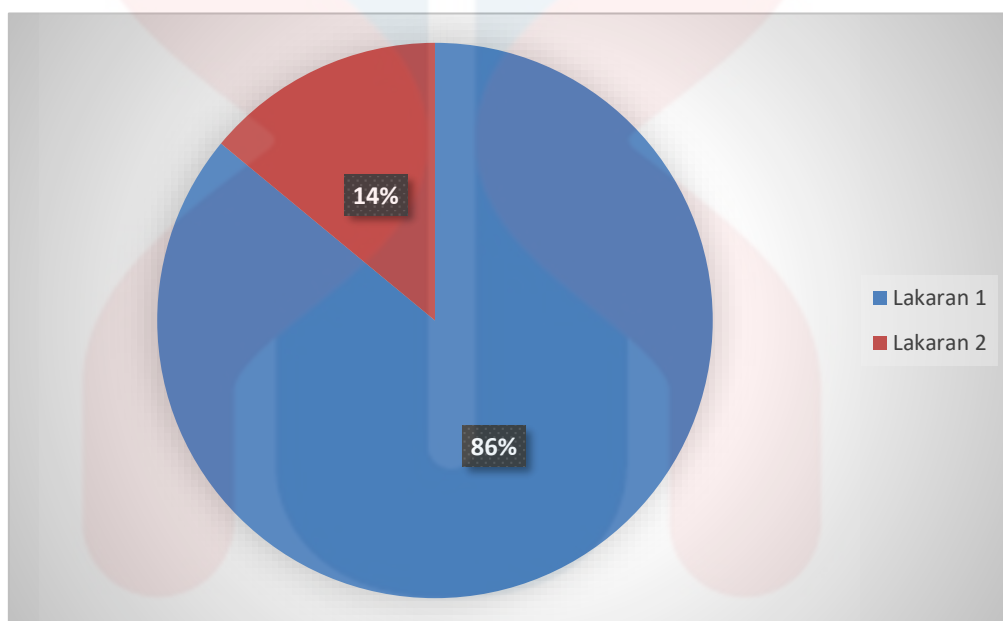
Carta pai 4.10 : Jumlah responden bagi soalan 4

Carta dan jadual diatas adalah merupakan data keseluruhan responden bagi soalan 4. Berdasarkan hasil yang ditunjukkan, responden bersetuju mengatakan imej pembungkusan produk penting bagi menarik perhatian pelanggan, hal ini kerana rata-rata responden menjawab Ya dengan kekerapan sebanyak 98 bersamaan 98 peratus. Selain itu, jumlah jawapan Tidak adalah sebanyak 2 kekerapan bersamaan 2 peratus sahaja.

Soalan 5 : Antara lakaran pada gambar 2 diatas yang manakah menurut anda sebagai sebuah idea yang baik dan lebih moden?

Jadual 4.11 : Jumlah keseluruhan bagi soalan 5

Kategori	Kekerapan (Orang)	Peratusan (%)
Lakaran 1	86	86%
Lakaran 2	14	14%



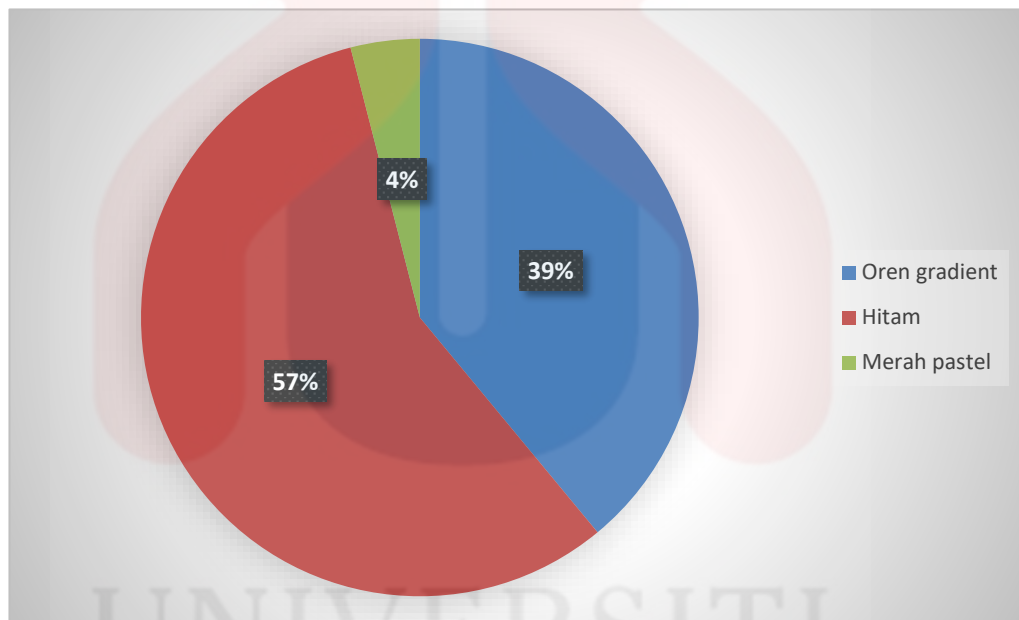
Carta pai 4.11 : Jumlah responden bagi soalan 5

Carta dan jadual diatas adalah merupakan data keseluruhan responden bagi soalan 5. Berdasarkan hasil yang ditunjukkan, responden lebih menyukai rekaan lakaran 1 dengan kekerapan sebanyak 86 orang bersamaan 86 peratus. Manakala lakaran 2 dipilih oleh seramai 14 orang bersamaan 14 peratus. Hal ini menunjukkan responden lebih memilih idea baru pada lakaran 1 berbanding lakaran pembungkusan produk lama syarikat tersebut.

Soalan 6 : Pada pandangan anda, warna yang manakah lebih menarik diletakkan pada latar pembungkusan produk?

Jadual 4.12 : Jumlah keseluruhan bagi soalan 6

Kategori	Kekerapan (Orang)	Peratusan (%)
Oren Gradient	39	39%
Hitam	57	57%
Merah pastel	4	4%



Carta pai 4.12 : Jumlah responden bagi soalan 6

Carta dan jadual diatas adalah merupakan data keseluruhan responden bagi soalan 6. Berdasarkan hasil yang ditunjukkan, responden lebih menyukai warna hitam dengan kekerapan sebanyak 57 orang bersamaan 57 peratus. Manakala warna oren *gradient* mendapat sebanyak 39 kekerapan bersamaan 39 peratus dan warna merah pastel dipilih oleh 4 orang bersamaan 4 peratus.

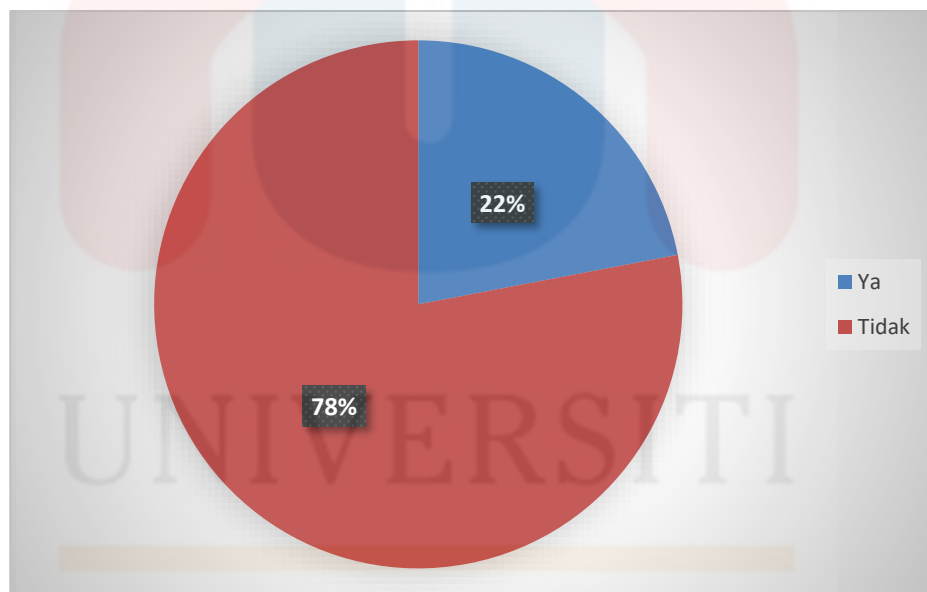
4.1.2 Bahagian C

Bahagian C ini mempunyai sebanyak 7 soalan yang berkaitan persepsi responden terhadap pembungkusan produk tempatan.

Soalan 1 : Pada pendapat anda, berdasarkan gambar 4, adakah pembungkusan asal produk ini menarik?

Jadual 4.13 : Jumlah keseluruhan bagi soalan 1

Kategori	Kekerapan (Orang)	Peratusan (%)
Ya	22	22%
Tidak	78	78%



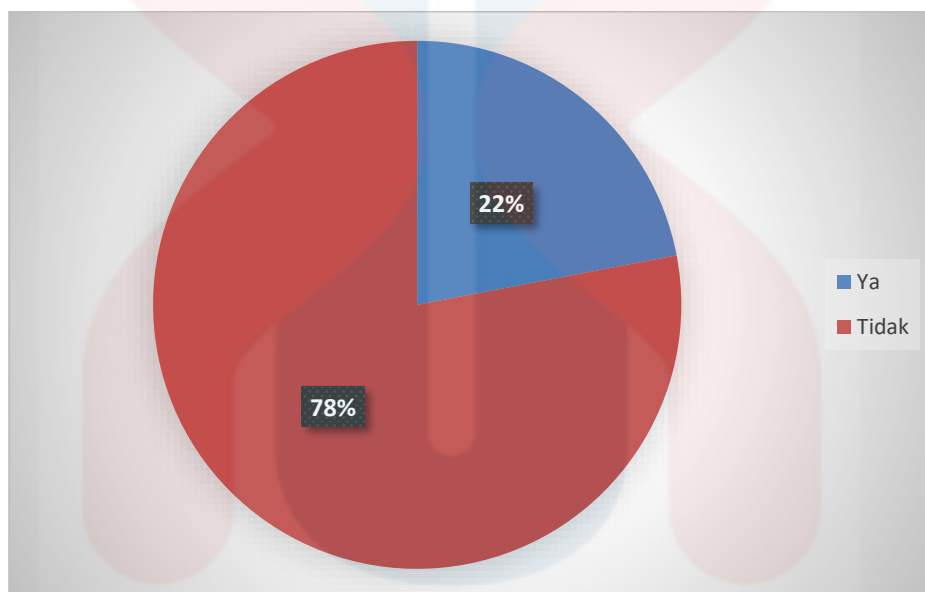
Carta Pai 4.13 : Jumlah responden bagi soalan 1

Berdasarkan carta dan jadual diatas menunjukkan keputusan responden. Data diatas menunjukkan majoriti responden menjawab Tidak iaitu dengan 78 kekerapan bersamaan 78 peratus manakala jumlah responden menjawab Ya sebanyak 22 kekerapan bersamaan 22 peratus.

Soalan 2 : Adakah penggunaan huruf dan imej pada pembungkusan digambar 4 diatas kelihatan menarik?

Jadual 4.14 : Jumlah keseluruhan bagi soalan 2

Kategori	Kekerapan (Orang)	Peratusan (%)
Ya	22	22%
Tidak	78	78%



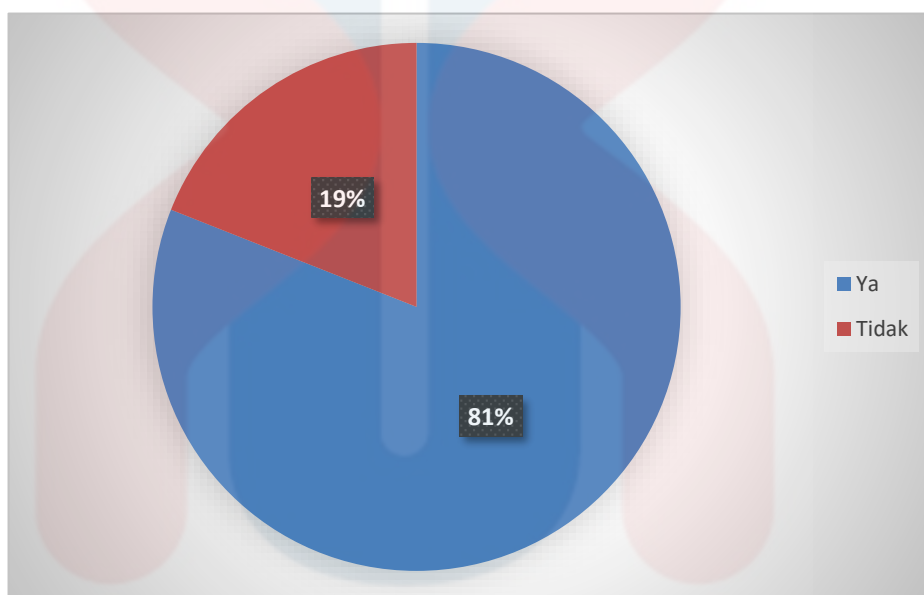
Carta pai 4.14 : Jumlah responden bagi soalan 2

Carta dan jadual diatas adalah merupakan data keseluruhan responden bagi soalan 2. Berdasarkan hasil yang ditunjukkan, responden menjawab Tidak lebih banyak berbanding Ya iaitu sebanyak 78 kekerapan bersamaan 78 peratus dan bagi jawapan Ya hanya sebanyak 22 kekerapan iaitu 22 peratus. Hal ini jelaslah bahawa rata-rata responden tidak bersetuju akan penggunaan huruf dan imej sedia ada pada pembungkusan produk.

Soalan 3 : Pada pandangan anda, adakah pembungkusan produk sedia perlu ditukar/direka semula dengan idea yang baru?

Jadual 4.15 : Jumlah keseluruhan bagi soalan 3

Kategori	Kekerapan (Orang)	Peratusan (%)
Ya	81	81%
Tidak	19	19%



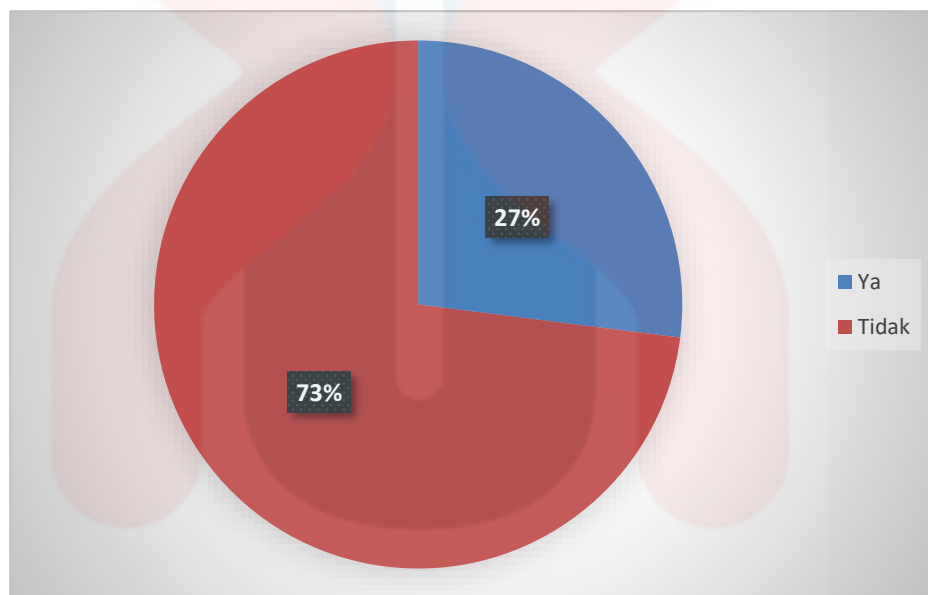
Carta pai 4.15 : Jumlah responden bagi soalan 3

Carta dan jadual diatas adalah merupakan data keseluruhan responden bagi soalan 3. Berdasarkan hasil yang ditunjukkan, responden menjawab Ya lebih banyak berbanding Tidak iaitu sebanyak 81 kekerapan bersamaan 81 peratus dan bagi jawapan Tidak hanya sebanyak 19 kekerapan iaitu 19 peratus. Rata-rata responden bersetuju untuk pembungkusan produk sedia perlu direka semula.

Soalan 4 : Adakah warna putih dan hitam yang digunakan pada pembungkusan produk pada gambar 4 diatas sesuai untuk menarik perhatian pelanggan?

Jadual 4.16 : Jumlah keseluruhan bagi soalan 4

Kategori	Kekerapan (Orang)	Peratusan (%)
Ya	27	27%
Tidak	73	73%



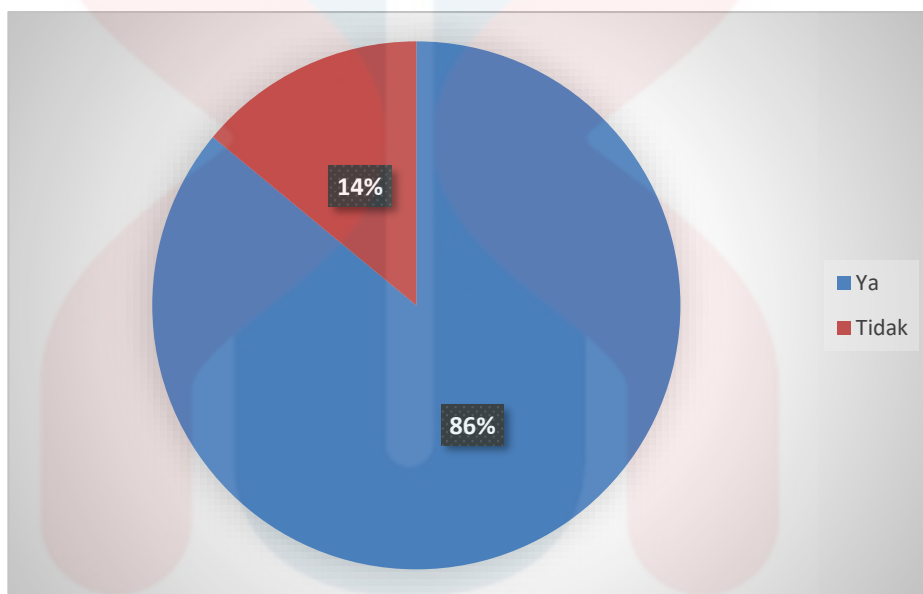
Carta pai 4.16 : Jumlah responden bagi soalan 4

Carta dan jadual diatas adalah merupakan data keseluruhan responden bagi soalan 4. Berdasarkan hasil yang ditunjukkan, majoriti responden tidak bersetuju akan soalan yang dikemukakan iaitu sebanyak 73 orang menjawab Tidak bersamaan 73 peratus, manakala 27 orang menjawab Ya bersamaan 27 peratus.

Soalan 5 : Menurut anda, adakah warna tersebut perlu ditukar dengan warna lain yang lebih sesuai dan menarik?

Jadual 4.17 : Jumlah keseluruhan bagi soalan 5

Kategori	Kekerapan (Orang)	Peratusan (%)
Ya	86	86%
Tidak	14	14%



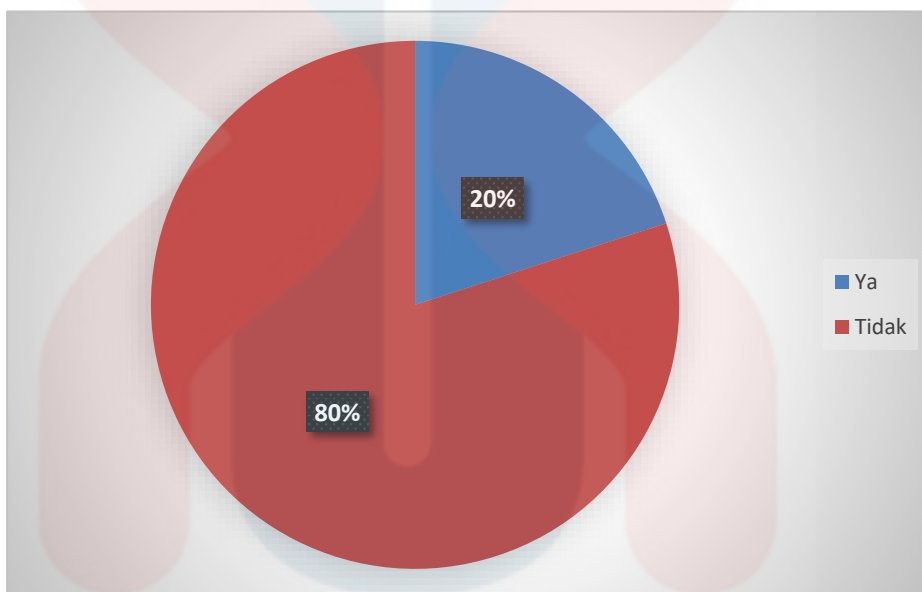
Carta pai 4.17 : Jumlah responden bagi soalan 5

Carta dan jadual diatas adalah merupakan data keseluruhan responden bagi soalan 5. Berdasarkan hasil yang ditunjukkan, majoriti responden menjawab Ya lebih banyak iaitu dengan 86 responden bersamaan 86 peratus manakala bagi jawapan Tidak hanya mempunyai 14 responden bersamaan 14 peratus. Hal ini menunjukkan responden bersetuju dan menggalakan warna latar pembungkusan produk syarikat perlu ditukar dengan warna baharu bagi memberikan lagi impak tarikan pelanggan.

Soalan 6 : Adakah pembungkusan produk ini pada gambar 4 diatas mempunyai rekaan yang menarik?

Jadual 4.18 : Jumlah keseluruhan bagi soalan 6

Kategori	Kekerapan (Orang)	Peratusan (%)
Ya	20	20%
Tidak	80	80%



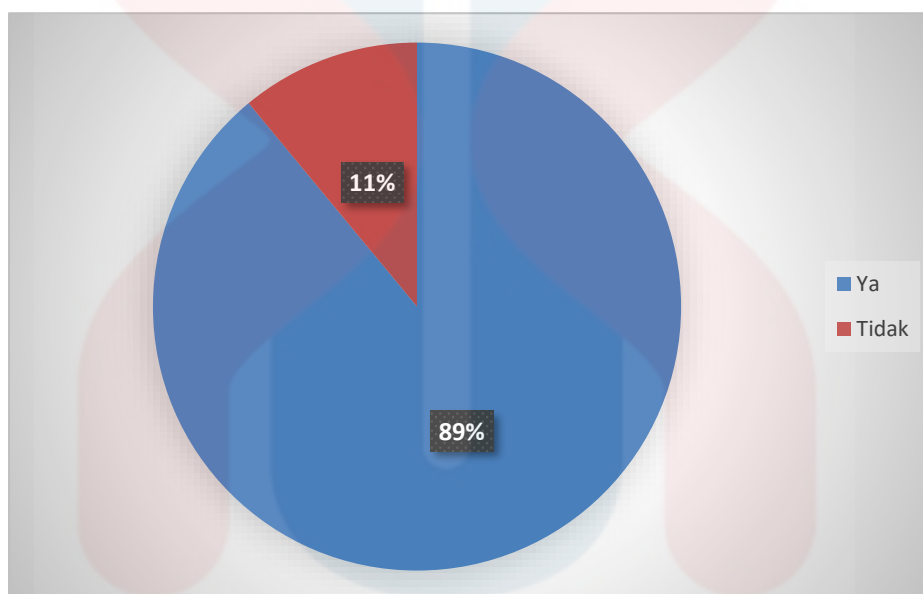
Carta pai 4.18 : Jumlah responden bagi soalan 6

Carta dan jadual diatas adalah merupakan data keseluruhan responden bagi soalan 6. Berdasarkan hasil yang ditunjukkan, majoriti responden menjawab Tidak lebih banyak iaitu dengan 80 kekerapan bersamaan 80 peratus manakala bagi jawapan Ya hanya mengumpul sebanyak 20 kekerapan bersamaan 20 peratus sahaja. Ini menunjukkan responden menganggap pembungkusan produk syarikat ini tidak menarik dan tidak menonjol.

Soalan 7 : Menurut pendapat anda, adakah perubahan rekaan perlu dilakukan pembungkusan produk syarikat ini?

Jadual 4.19 : Jumlah keseluruhan bagi soalan 7

Kategori	Kekerapan (Orang)	Peratusan (%)
Ya	89	89%
Tidak	11	11%



Carta pai 4.19 : Jumlah responden bagi soalan 7

Carta dan jadual diatas adalah merupakan data keseluruhan responden bagi soalan 7. Berdasarkan hasil yang ditunjukkan, majoriti responden menjawab Ya iaitu sebanyak 89 responden bersamaan 89 peratus dan jawapan Tidak hanya 11 responden bersamaan 11 peratus. Dengan itu, rata-rata responden bersetuju jika pembungkusan produk syarikat ini diubah dan direka dengan yang baru.

4.2 PROSES PEMBANGUNAN PRODUK

Dalam menjalankan kajian ini terdapat beberapa proses yang perlu dilaksanakan dari awal permulaan sehinggalah kepada produk akhir rekaan ilustrasi pembungkusan produk. Proses pembangunan produk ini adalah sangat penting bagi memastikan produk akhir yang dihasilkan benar-benar menyelesaikan masalah berdasarkan objektif kajian yang dipilih. Antara proses yang terlibat adalah seperti proses mengumpul bahan, mengenalpasti konsep atau kriteria yang bersesuaian dengan produk, melakukan proses lakaran idea dan akhir sekali adalah proses menghasilkan rekabentuk pembungkusan produk tempatan yang dipilih.

4.2.1 PROSES PENGUMPULAN BAHAN

Bagi proses pengumpulan bahan, pengkaji akan mengenalpasti permasalahan kajian yang dihadapi oleh syarikat. Hal ini adalah kerana, pengkaji ingin memastikan bahawa produk akhir yang dihasilkan nanti adalah merupakan produk yang benar-benar menjawab soalan, mampu menyelesaikan masalah serta memberikan manfaat kepada syarikat. Berdasarkan permasalahan kajian, pengkaji telah mengumpulkan bahan-bahan berkaitan pembungkusan produk asal syarikat tersebut. Hal ini adalah kerana masalah yang dinyatakan adalah berkaitan ilustrasi pembungkusan yang kurang menonjol dan dilihat lemah dari segi rekaan dan penghasilannya. Oleh itu, pengkaji menghasilkan sebuah rekaan baru dan menyelesaikan masalah bagi perkara tersebut.

4.2.2 MENGENALPASTI KONSEP DAN KRITERIA

Setelah selesai proses mencari bahan dan maklumat berkaitan dilakukan, seterusnya adalah proses untuk mengenalpasti dan menetapkan konsep atau kriteria yang bersesuaian bagi pembangunan produk akhir. Produk yang akan dihasilkan adalah sebuah rekaan ilustrasi dalam pembungkusan produk tempatan. Bagi memastikan kedua-duanya berhasil memberikan impak yang baik kepada syarikat, pengkaji telah memilih konsep moden dan ringkas. Hal ini adalah kerana sebuah ilustrasi pembungkusan produk yang baik perlulah mempunyai ciri-ciri yang bersesuaian dan mudah untuk diingat. Konsep yang sama digunakan bagi memastikan kedua-duanya mempunyai satu identiti yang unik dan menarik serta lebih mudah untuk dikenali oleh pelanggan dan masyarakat sekeliling.

4.2.2.1 IDEA

Bagi mendapatkan inspirasi dan idea yang menarik, pengkaji telah melakukan rujukan visual dengan melihat pada contoh-contoh gambar dan idea yang baru dari laman web *Google Image* dan juga beberapa laman web grafik yang lain seperti "*Pinterest*" dan "*Behance*".

Selain itu, pengkaji juga membuat rujukan di dalam buku-buku mengenai rekabentuk pembungkusan di perpustakaan. Pengkaji juga turut meminta pandangan dan cadangan daripada rakan-rakan pereka grafik yang lain.

MALAYSIA

KELANTAN

4.2.2.2 PEMILIHAN WARNA

Bagi menghasilkan produk, pemilihan warna adalah sangat penting. Hal ini kerana, warna menjadi peranan dalam sesuatu rekaan terutamanya bagi sesebuah syarikat untuk mengukuhkan lagi produk mereka yang tersendiri. Pengkaji menggunakan kombinasi tiga warna hitam, putih dan juga merah. Warna yang dipilih adalah kerana pengkaji merasakan warna hitam agak sesuai dengan pembungkusan produk supaya kelihatan lebih profesional dan realistik. Warna hitam juga mempunyai sifat dan maknanya yang tersendiri. Sebagai contoh, warna biru melambangkan kekuatan dan neutral selain itu warna hitam juga memberikan kesan yang elegan. Sebagai sebuah syarikat ingin menempatkan produk dalam pasaran, pengkaji menganggap warna hitam amatlah sesuai digunakan pada latar pembungkusan produk.

Warna merah pula membawa maksud kesejahteraan dan keberuntungan. Warna merah mempunyai tindakan yang menggambarkan kekuatan, tenaga dan semangat dalam berniaga. Sebagai mempromosikan produk kepada pelanggan amatlah penting dan juga warna merah kelihatan sepadan dengan warna hitam. Kombinasi ini boleh membangkitkan semangat profesional dan tarikan terhadap produk yang ingin dipasarkan. Warna putih merupakan warna yang tenang untuk dilihat, selain itu warna ini juga membawa maksud kesederhanaan, bersih dan suci.

4.2.2.3 TIPOGRAFI

Bagi penggunaan tipografi pula, pengkaji menggunakan *font* bernama “Edge of madness” dan “Tentang nanti” pada tulisan yang dibahagian hadapan ilustrasi pembungkusan. Penggunaan *font* ini juga dibincangkan dengan pengurus dan kakitangan syarikat dan mereka bersetuju dengan idea yang diberikan.

BANANA

“Edge of madness”

banana

“Tentang nanti”

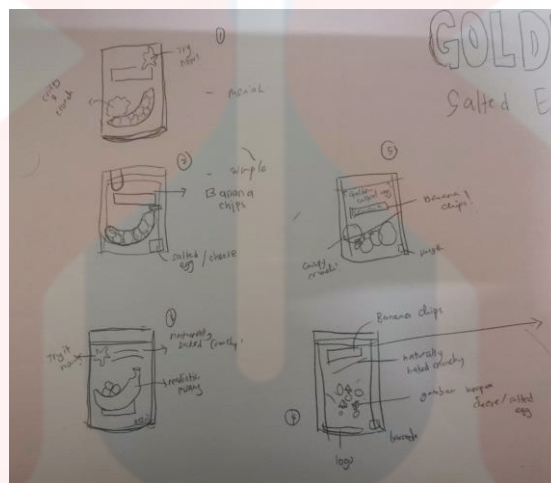
UNIVERSITI

MALAYSIA

KELANTAN

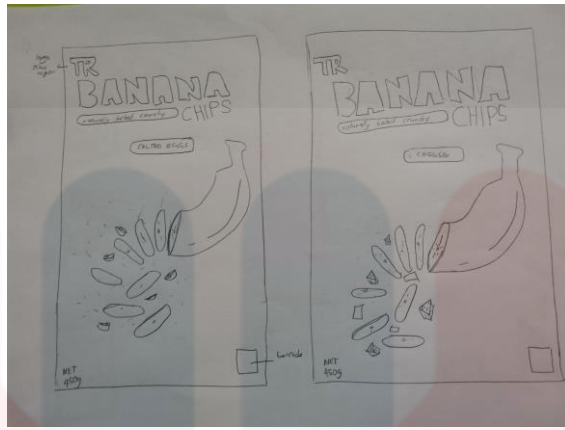
4.2.3 PROSES LAKARAN IDEA

Proses lakaran ini merupakan proses yang agak penting sebelum memulakan rekaan sebenar. Proses lakaran ini membantu dalam mendapatkan idea dan struktur rekaan yang diinginkan. Selain itu, proses ini juga serba sedikit membantu pengkaji dalam mendapatkan gambaran awal. Lakaran awal ini juga dapat menjadi satu eksperimen kepada pengkaji. Dengan lakaran kasar yang dibuat, pengkaji boleh mengubah idea lakaran dari semasa ke semasa sebelum dimasukkan kepada bentuk digital.



Gambar 4.3 : Lakaran kasar idea rekabentuk pembungkusan produk

Proses lakaran bagi rekabentuk pembungkusan banyak dilakukan oleh pengkaji. Hal ini kerana rekaan pembungkusan produk perlulah mempunyai ciri-ciri yang sesuai dengan kehendak masa kini. Pengkaji juga ada mencipta beberapa idea pembungkusan produk. Selepas idea dipilih dan dipersetujui daripada soal selidik yang dijalankan. Rekabentuk pembungkusan produk diubah suai mengikut kesesuaian warna dan penerimaan responden.



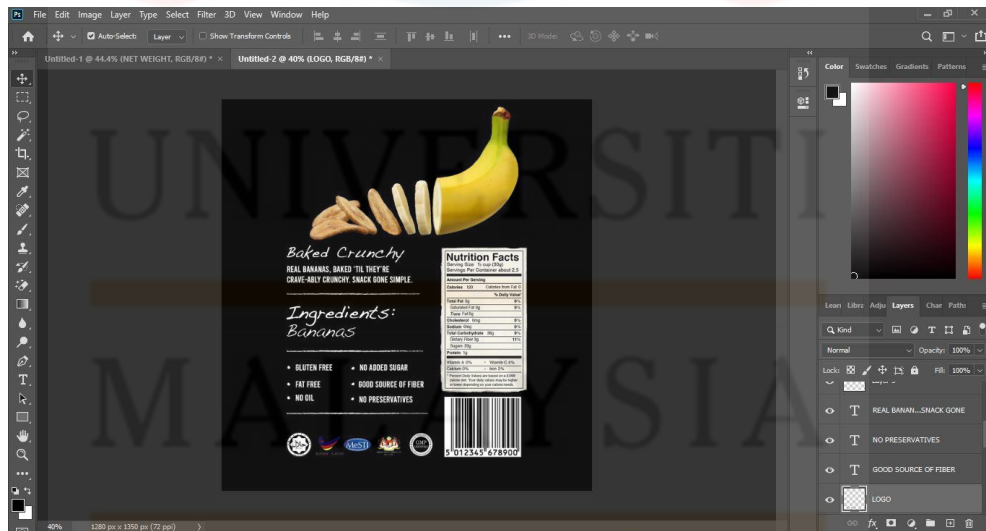
Gambar 4.4 : Visual rekabentuk yang telah dipilih

4.2.4 PROSES LAKARAN DIGITAL DAN PENGHASILAN PRODUK

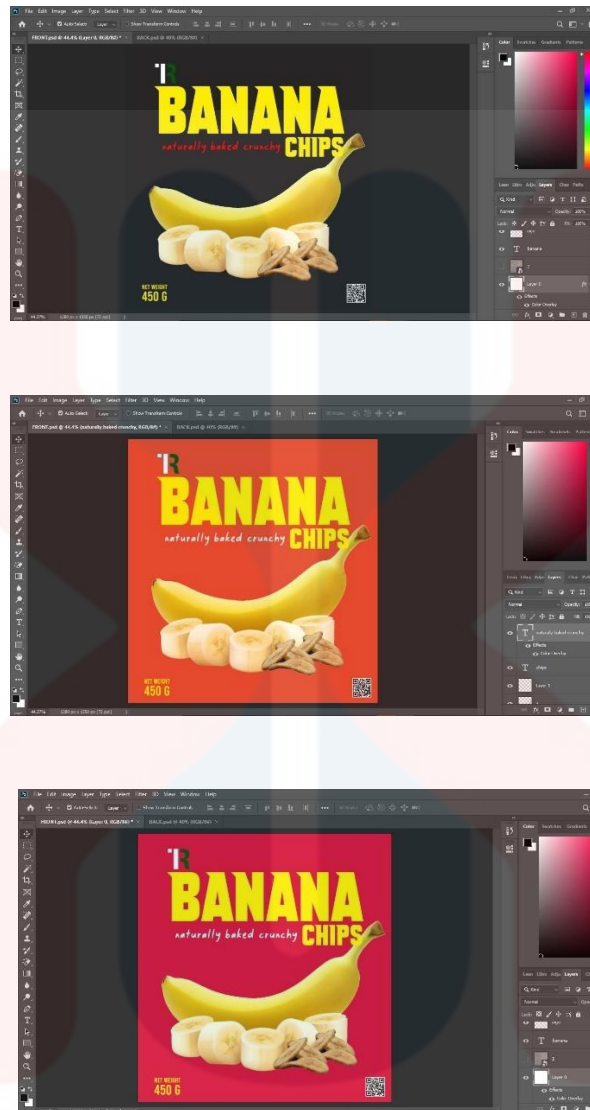


Gambar 4.5 : Visual lakaran digital menggunakan perisian Adobe Photoshop

Selepas lakaran diatas kertas dilakukan, lakaran akan dibawa masuk kedalam perisian untuk dilakar semula secara digital. Pengkaji menggunakan perisian *Adobe Photoshop* untuk merekabentuk kesemua produk akhir.



Gambar 4.6 : Visual lakaran digital menggunakan perisian Adobe Photoshop



Gambar 4.7 : Visual eksperimentasi warna terhadap rekabentuk pembungkusan

Selepas proses lakaran dipindah kedalam bentuk digital, proses penghasilan pula dilakukan dimulai dengan mewarna rekabentuk pembungkusan produk. Pengkaji telah memilih beberapa warna untuk dijadikan eksperimen. Eksperimen warna dilakukan adalah untuk melihat kesesuaian warna dengan rekabentuk pembungkusan berkenaan. Warna memainkan peranan dalam sesuatu perkara kerana mempengaruhi minat pengguna atau pelanggan untuk membeli produk tersebut.

Melalui analisis data yang telah dibuat, rata-rata responden bersetuju untuk menetapkan warna baru pembungkusan produk kepada warna hitam. Pengkaji menggunakan warna-warna seperti yang ditunjukkan pada gambar 4.7 diatas. Warna kuning digunakan pada tipografi untuk memberikan perbezaan agar kelihatan lebih menarik dan jelas. Warna tulisan pula menggunakan dua warna, iaitu warna merah dan putih digunakan pada permukaan latar yang gelap dan warna kelabu digunakan pada permukaan yang cerah seperti contoh yang ditunjukkan pada gambar 4.5 dan 4.6. Warna hitam yang dipilih ini adalah sangat tepat kerana pengkaji beranggapan bahawa warna ini merupakan warna yang *fresh* dan mampu memberikan aura dan semangat yang baru kepada produk tersebut. Hal ini juga dipersetujui oleh beberapa responden.



Gambar 4.8 : Visual akhir pembungkusan produk

BAB 5

CADANGAN DAN KESIMPULAN

5.1 PENGENALAN

Bab ini merupakan bab yang terakhir bagi kajian ini. Secara keseluruhannya, bab ini akan membincangkan tentang rumusan serta cadangan dalam kajian yang telah dijalankan oleh pengkaji. Secara amnya, dibahagian ini pengkaji akan membincangkan mengenai dapatan kajian yang telah diperoleh daripada proses pengumpulan data. Selain itu, beberapa cadangan akan diutarakan sebagai panduan dan rujukan bagi pengkaji- pengkaji yang akan datang serta keseluruhan penuh terhadap kajian ini.

5.2 RUMUSAN

Berdasarkan keseluruhan hasil kajian yang telah dijalankan melalui soal selidik, pengkaji telah membuat beberapa rumusan daripada kajian ini. Antaranya ialah, rata-rata responden dan penduduk sekitar kawasan kajian tahu akan apa itu ilustrasi dan mereka bersetuju mengatakan ilustrasi ini sangat penting dalam menghasilkan rekabentuk pembungkusan produk. Hal ini kerana ilustrasi ini merupakan salah satu cara untuk membina identiti produk yang kuat selaras dengan elemen-elemen yang dapat menarik para pelanggan. Oleh itu, ilustrasi yang lengkap perlu diwujudkan bagi memudahkan produk ini dikenali dan dapat menarik perhatian dan keyakinan pelanggan mereka.

Tambahan lagi, mereka juga menyokong bahawa ilustrasi juga adalah sesuatu yang penting bagi sesebuah produk untuk mengekalkan prestasi selain dapat meluaskan pengaruh yang kuat. Ilustrasi pembungkusan produk sebaiknya ringkas dan mudah untuk diingati oleh pelanggan. Melalui soal selidik yang dijalankan didapati bahawa responden bersetuju untuk ilustrasi pembungkusan produk ini diubah dan direka baru. Ilustrasi yang menarik akan menarik minat pelanggan serta dapat meraih kepercayaan terhadap produk yang ditawarkan.

5.3 CADANGAN

Melalui kajian yang telah dijalankan, pengkaji mencadangkan kepada pengkaji yang akan datang agar mengkaji akan cara untuk mempromosikan produk dengan lebih proaktif. Mereka boleh mengkaji dan membuat pemerhatian berkenaan kelemahan ilustrasi dalam mempromosikan produk yang mereka jalankan. Hal ini kerana, pengkaji memerhatikan bahawa, individu atau syarikat yang ingin menghasilkan produk ini tidak mempunyai laman web yang kukuh dan tidak dikemaskini dengan info-info berkaitan produk terkini dari sini dinasihati untuk sentiasa cakna semasa ke semasa dengan baik dan teratur.

Selain itu, pengkaji juga turut mencadangkan agar, menggunakan kaedah ilustrasi atau grafik bergerak sebagai salah satu cara untuk mempromosikan produk ini secara keseluruhannya. Hal ini kerana ilustrasi dan juga kaedah grafik bergerak merupakan salah satu elemen grafik yang sangat kreatif dan mendapat permintaan yang tinggi pada masa kini.

5.4 KESIMPULAN

Secara keseluruhan kesimpulan daripada kajian ini adalah untuk mewujudkan atau merekabentuk pembungkusan produk dengan lebih kreatif. Melalui hasil dapatan kajian yang telah dilakukan, pengkaji mendapat banyak maklum balas dan jawapan serta maklumat berkenaan rekabentuk pembungkusan produk yang diperlukan. Pengkaji berharap agar dengan wujudnya pembungkusan produk yang baru ini, pihak syarikat akan menggunakannya dimasa akan datang. Tambahan lagi, keberkesanan kajian ini dapat dilihat apabila, responden memberikan serba sedikit pandangan yang baik selepas pembungkusan produk dilakukan. Para responden juga bersetuju mengatakan bahawa dengan adanya pembungkusan produk baru ini akan memantapkan lagi perniagaan syarikat tersebut. Mereka juga amat menyokong pembungkusan produk baru ini dihasilkan, kerana dengan adanya penjenamaan semula akan memberikan semangat dan matlamat baru untuk memajukan syarikat. Kesimpulannya, pembungkusan produk yang dihasilkan dapat membantu syarikat ini untuk terus berkembang dan melebarkan sayapnya keserata dunia kerana telah mempunyai satu identiti yang kukuh yang dapat memberikan kepercayaan terhadap produk kepada pelanggan-pelanggan mereka dimasa akan datang.

RUJUKAN

- Geuens, M. Pelsmacker, P. D. dan Faseur, T. (2010). Emotional advertising: Revisiting the role of product category. *Journal of Business Research*. Elseiver
- LM Pramudita & SA Rahim. (2011). Periklanan Internet: Faktor Pendorong Yang Merangsang Pembelian Produk Kecantikan. *Malaysian Journal of Communication*, Jilid 27(1): 1-17. UKM
- Parkinson, M. (2007). *Do-it-yourself: Billion dollar business graphics*. Virginia, VA: Pepperlip Inc
- Rusydi Mohamad Kamal, Fakrulnizam Jafri, Jalilah Jaafar Sidek, Mohd Hilmi Bakar, Noraminah Ibrahim & Rosdi Safian.(2014). *Keberkesanan Komunikasi Visual Mesej Kesihatan Terhadap Perokok Wanita*. The 2nd International Conference On Communication, Media & Society 2014.
- Sharif, N. M., Ali, M. N. S., & Abdullah, M. Y. H. (2014). Literasi Visual dalam Imej Digital Fotografi Forensik Penyiasatan. *Jurnal Komunikasi; Malaysian Journal of Communication*, 30, 159-176
- Kismiaji. *Ilustrasi*. Pengolahan Grafis Digital
- Arifin dan Kusrianto. 2009. *Tujuan Penggunaan Ilustrasi*.
http://sir.stikom.edu/id/eprint/1738/4/BAB_II.pdf .
- Arifin dan Kusrianto. 2009. *Fungsi Ilustrasi*.
<https://apoiki.blogspot.coSoedarso.2014.ilustrasi.m/2018/08/pengertian-ilustrasi-fungsi-ilustrasi.html>.
- Reka Bentuk dan Teknologi: <http://anyflip.com/wfwd/ubmk/basic>
- <https://jagad.id/pengertian-ilustrasi-fungsi-tujuan-jenis-dan-contoh/>
- https://www.researchgate.net/publication/43330448_PENGGUNAAN_ILUSTRASI_SEBAGAI_DAYA_TARIK_PADA_IKLAN_MEDIA_CETAK
- https://kupdf.net/queue/definisi-pengiklanan_5a2f6007e2b6f5e05571c8b2_pdf?queue_id=-1&x=1585712550&z=MjAwMTplNjg6NDQyZjo1YmI0OjgxOWU6YTAwNjo4ZDk5OjdlODM=
- <http://senipandai.blogspot.my/2015/11/macam-macam-seni-ilustrasi-yang-harus.html>
<http://materidesaingrafis.blogspot.my/2016/03/pengertian-ilustrasi-dan-macam-macam>
- <http://ermacaharlie.blogspot.com/2012/06/pembungkusan-packaging.html>
- http://eprints.usm.my/30192/1/NUR_ASFARINA.pdf
- https://kktemerloh.mypolycc.edu.my/images/ELEMEN_PEMASARAN_PRODUK_KASUT.pdf

LAMPIRAN

Jadual 1 : Carta Gantt Projek Penyelidikan 1

Minggu	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Bincang mengenai projek penyelidikan 1														
Penghantaran proposal projek penyelidikan 1														
Perbincangan mengenai proposal projek penyelidikan 1														
Membuat format dan persediaan PP1														
Mengumpul maklumat														
Penulisan bab 1 : Pendahuluan														
Penulisan bab 2 : Kajian literature														
Penulisan bab 3 : Metodologi kajian														
Menyemak bab 1-3														
Hantar penulisan														
Pembentangan														

Jadual 1 : Carta Gantt Projek Penyelidikan 2

Minggu	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Bincang mengenai projek penyelidikan 2	█	█	█											
Penghantaran proposal projek penyelidikan 2	█	█	█											
Perbincangan mengenai proposal projek penyelidikan 2	█	█	█											
Membuat format dan persediaan PP2	█	█												
Mengumpul maklumat	█	█												
Penulisan bab 4 : Pendahuluan			█	█	█									
Penulisan bab 4 : Analisis data dan Pembangunan produk			█	█	█	█								
Penulisan bab 5 : Rumusan dan cadangan						█	█	█						
Menyemak bab 4-5									█	█	█	█	█	
Hantar penulisan													█	
Pembentangan														█

LAMPIRAN A

BORANG SOAL SELIDIK

KAJIAN TERHADAP PENJENAMAAN SEMULA PEMBUNGKUSAN PRODUK TEMPATAN

Bahagian A: Demografi

1) Jantina

() Lelaki () Perempuan

2) Umur

() Bawah 20 tahun () 40 – 49 tahun

() 21 – 39 tahun () 50 tahun keatas

3) Taraf Pendidikan

() SPM/STPM/Sijil/Setaraf () Diploma () Ijazah/Sarjana/Phd

4) Pekerjaan

() Belajar () Bekerja () Tidak Bekerja

Bahagian B: Soalan dibahagian ini berkaitan dengan Pengetahuan dan Pendapat mengenai ilustrasi pada pembungkusan produk

1) Adakah anda mengetahui apa itu ilustrasi dalam pembungkusan produk?

Ya Tidak



2) Adakah anda pernah melihat ilustrasi pembungkusan produk seperti gambar 1 diatas?

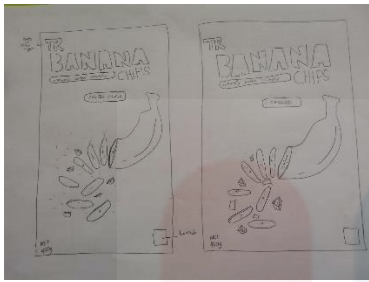
Ya Tidak

3) Adakah anda merasakan pembungkusan produk seperti diatas sangat penting dalam dalam memasarkan sesuatu produk?

Ya Tidak

4) Selain produk itu sendiri, adakah imej prmbungkusan produk juga penting dalam menarik perhatian pelanggan?

Ya Tidak



Lakaran 1



Lakaran 2

5) Antara logo pada gambar 2 diatas yang manakah menurut anda sebagai sebuah logo yang baik dan lebih moden ?

() Lakaran 1 () Lakaran 2



6) Pada pandangan anda, warna yang manakah lebih menarik diletakkan pada latar pembungkusan produk?

() Oren Gradient () Hitam () Merah pastel

Bahagian C : Soalan dibahagian ini bertujuan untuk mengenalpasti persepsi responden terhadap pembungkusan produk tempatan



1) Pada pendapat anda, berdasarkan gambar 4, adakah pembungkusan asal produk ini menarik?

() Ya () Tidak

2) Adakah penggunaan huruf dan imej pada pembungkusan di gambar 4 diatas kelihatan menarik?

() Ya () Tidak

3) Pada pandangan anda, adakah pembungkusan produk sedia ada perlu ditukar/direka semula dengan idea baru?

() Ya () Tidak

4) Adakah warna putih dan hitam yang digunakan pada pembungkusan produk pada gambar 4 diatas sesuai untuk menarik perhatian pelanggan?

Ya Tidak

5) Menurut anda, adakah warna tersebut perlu ditukar dengan warna lain yang lebih sesuai dan menarik?

Ya Tidak

6) Adakah pembungkusan produk ini pada gambar 4 diatas mempunyai rekaan yang menarik?

Ya Tidak

7) Menurut pendapat anda, adakah perubahan rekaan perlu dilakukan pada pembungkusan produk syarikat ini?

Ya Tidak