



UNIVERSITI
MALAYSIA
KELANTAN

REKABENTUK PEMBUNGKUSAN PRODUK PERUSAHAAN KECIL
SEDERHANA (PKS) TEMPATAN: KUIH KAPIT

Oleh

ELAVARASI VELOO

Tesis ini dikemukakan untuk memenuhi daripada syarat bagi memperolehi

Ijazah Sarjana Muda Teknologi Kreatif

(Komunikasi Visual)

FAKULTI TEKNOLOGI KREATIF

UNIVERSITI MALAYSIA KELANTAN

2021

THESIS DECLARATION

I hereby certify that the work embodied in this thesis is the result of the original research and has not been submitted for a higher degree to any other University or Institution

OPEN ACCESS I agree that my thesis is to be made immediately available as hardcopy or on-line access (full text)

EMBARGOES I agree that my thesis is to be made available as hardcopy or on-line (full text) for a period approved by the Post Graduate Committee
Dated from _____ until _____

CONFIDENTIAL (Contains confidential information under the Official Secret Act)*

RESTRICTED (Contains restricted information as specified by the organization where the research was done)

I acknowledge that Universiti Malaysia Kelantan reserves the right as follows.

1. The thesis is the property of Universiti Malaysia Kelantan.
2. The library of Universiti Malaysia Kelantan has the right to make copies for the purpose of research only.
3. The library has the right to make copies of the thesis for academic exchange.

SIGNATURE
IC/PASSPORT NUMBER

SIGNATURE OF SUPERVISOR
NAME OF SUPERVISOR

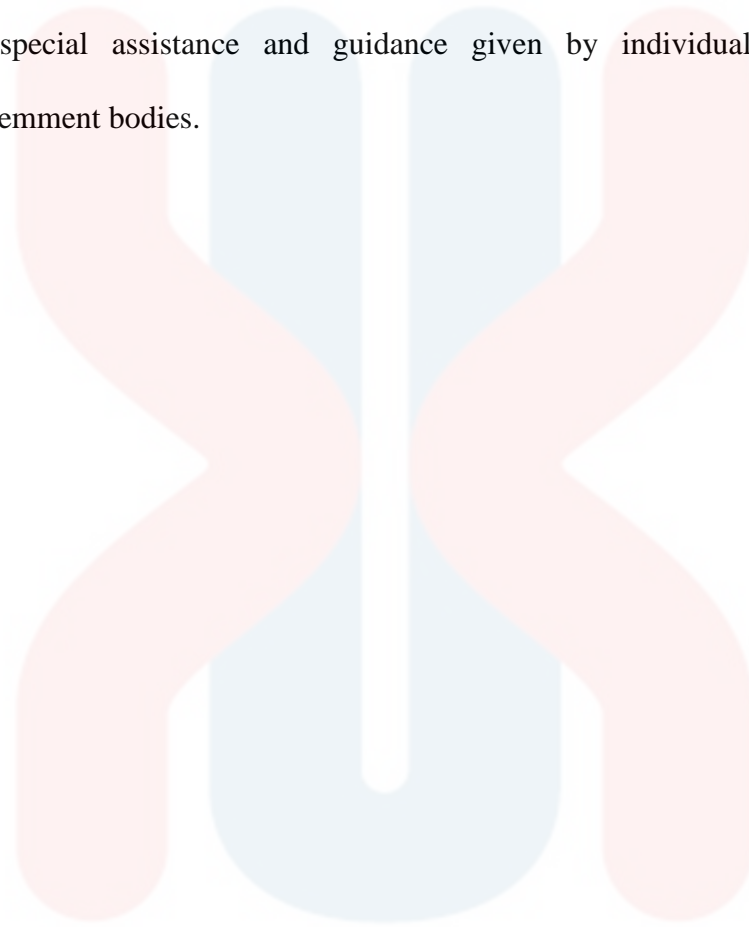
DATE

DATE

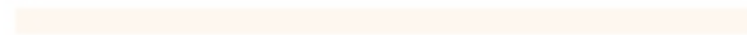
UNIVERSITI
MALAYSIA
KELANTAN

ACKNOWLEDGEMENT

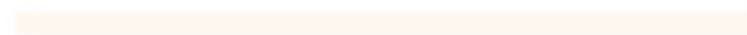
Acnowledgement should include a brief statement of thanks in recognition of special assistance and guidance given by individuals, institutions or government bodies.



UNIVERSITI



MALAYSIA



KELANTAN

PENGHARGAAN

Setinggi penghargaan saya tujukan khas terlebih dahulu kepada kedua-dua ibubapa saya yang telah banyak memberi dorongan dan keperluan-keperluan dalam membantu menjayakan projek Tahun Akhir Komunikasi Visual iaitu Kajian Rekabentuk Pembungkusan Produk PKS Tempatan Kuih Kapit.

Saya juga ingin merakamkan jutaan terima kasih kepada Penyelia saya iaitu YM.Tengku Fauzan Binti Tengku Anuar yang telah memberi tunjuk ajar serta sanggup meluangkan masa semasa proses penyelidikan ini dijalankan. Penghargaan saya juga ditujukan kepada rakan-rakan seperjuangan yang telah memberi sumbangan mereka secara langsung dan tidak langsung dalam menjalankan projek ini.

Akhir kata, sekali lagi saya ingin mengambil peluang ini untuk merakamkan penghargaan yang tidak ternilai kepada semua pihak yang telah mencurahkan jasa bakti yang ikhlas dalam membantu saya merealisasikan projek penyelidikan ini.

UNIVERSITI
MALAYSIA
KELANTAN

TABLE OF CONTENT

BUTIRAN	MUKA SURAT
THESIS DECLARATION	i.
ACKNOWLEDGEMENT	ii.
PENGHARGAAN	iii.
TABLE OF CONTENTS	iv.
ABSTRAK	vii.
ABSTRACT	viii
BAB 1: PENDAHULUAN	1
1.1 PENGENALAN	1
1.2 LATAR BELAKANG	2
1.3 PENYATA MASALAH	5
1.4 OBJEKTIF KAJIAN	6
1.5 PERSOALAN KAJIAN	6
1.6 SKOP KAJIAN	7
1.7 KEPENTINGAN KAJIAN	8
1.8 KAEDAH KAJIAN	9
1.9 KESIMPULAN	10
BAB 2: TINJUAN LITERATUR	11
2.1. PENGENALAN	11
2.2. DEFINISI KAJIAN	11
2.2.1 REKABENTUK	11
2.2.2 PEMBUNGKUSAN	12

2.2.3	PRODUK	14
2.2.4	MAKANAN	15
2.2.5	KUIH KAPIT	16
2.3.	SOROTAN KAJIAN LEPASAN	17
2.3.1	TEORI PEMBUNGKUSAN MAKANAN	17
2.3.2	JENIS-JENIS PEMBUNGKUSAN	23
2.3.3	FUNGSI PEMBUNGKUSAN	35
2.3.4	GABUNGAN ILLUSTRASI DALAM PEMBUNGKUSAN	37
2.3.5	GABUNGAN GAMBAR DALAM PEMBUNGKUSAN	40
2.3.6	KONSEP KEBERKESANAN PEMBUNGKUSAN LESTARI	45
2.4	ELEMEN-ELEMEN PENTING MEREKABENTUK PEMBUNGKUSAN	46
2.4.1	TIPOGRAFIK	47
2.4.2	VISUAL ATAU IMEJ	48
2.4.3	REKABENTUK DAN LETAK	48
2.5	PERLAKSANAAN KAJIAN	51
2.6	KONSEP	51
2.6.1	PEMBUNGKUSAN KUIH KAPIT	51
2.6.2	POSTER	52
2.7	KESIMPULAN	52
BAB 3: METODOLOGI PENYELIDIKAN		53
3.1	PENGENALAN	53
3.2	KAEDAH PENYELIDIKAN	53
3.2.1	REKA BENTUK KAJIAN	54
3.2.2	PESERTA	54
3.2.3	PEMILIHAN LOKASI KAJIAN	54
3.2.4	PEMERHATIAN / TINJUAN	55
3.2.5	DOKUMENTASI	55
3.2.6	SOAL SELIDIK	55
3.2.7	ANALISIS DATA	56
3.3	PROSEDUR PENGUMPULAN DATA	56

3.4 PROSEDUR ANALISIS DATA	56
3.5 JENIS PESERTA	57
3.6 KAEDAH PENILAIAN	57
3.7 KESIMPULAN	57
BAB 4: ANALISIS DATA DAN PEMBANGUNAN PRODUK	58
4.1 PENDAHULUAN	58
4.2 ANALISIS DATA	58
4.2.1 ANALISIS DAPATAN KAJIAN	58
4.2.2 ANALISIS DATA KESELURUHAN	64
4.3 PEMBANGUNAN PRODUK	64
4.3.1 KONSEP REKABENTUK PEMBUNGKUSAN	65
4.4 PRODUK AKHIR	69
4.5 PENILAIAN PRODUK AHIR	71
4.6 KESIMPULAN	74
BAB 5: KESIMPULAN DAN CADANGAN	75
5.1 CADANGAN PENYELIDIKAN	75
5.2 CADANGAN	76
5.3 KESIMPULAN	77
BIBLIOGRAFI	78
LAMPIRAN	82
CARTA GANTT	

ABSTRAK

Kajian ini adalah mengenai kajian merekabentuk pembungkusan produk perusahaan kecil sederhana (PKS) tempatan: kuih kapit. Berdasarkan kajian yang dijalankan terdapat beberapa permasalahan telah ditemui dalam kajian ini antaranya ialah teknik pembungkusan yang kurang menarik dan berkualiti rendah. Berdasarkan pemerhatian yang dijalankan dapat dilihat bahawa pembungkusan produk makanan kuih kapit yang digunakan pada masa kini tidak mempunyai elemen grafik dalam kriteria sesebuah pembungkusan. Penyelidikan ini dibuat dengan tujuan mengenalpasti tahap penerimaan pembungkusan lama dan penggunaan elemen grafik yang berkesan ke atas pembungkusan produk kuih kapit. Persampelan kajian dijalankan secara peringkat umur. Kajian ini berbentuk deskriptif dan ditafsir secara kuantitatif. Pengkaji mendapat maklumat melalui pengedaran borang soal selidik kepada responden secara talian. Dalam borang soal selidik, soalan berdasarkan analisis dapatan kajian, faktor kejelasan penambahbaikan rekabentuk pembungkusan berjaya. Seramai 90% responden jelas tentang masalah pembungkusan sedia ada dan perlu pembungkusan yang baharu dan menarik. Dengan adanya kajian ini, PKS dapat memainkan peranan masing-masing agar masalah ini dapat dikawal bersama-sama dan pembungkusan produk PKS dapat ke peringkat yang lebih tinggi setanding jenama terkenal.

Kata kunci: merekabentuk pembungkusan, PKS, kuih kapit

ABSTRACT

This study is about the study of designing the packaging of a local small and medium enterprise (SME) product: Kuih Kapit. Based on the study conducted there are several problems have been found in this study among them are packaging techniques that are less attractive and low quality. Based on the observations made, it can be seen that the packaging of kuih kapit food products used today does not have a graphic element in the criteria of a packaging. This research was conducted with the aim of identifying the level of acceptance of old packaging and the effective use of graphic elements on the packaging of kuih kapit products. Sampling of the study was conducted by age. This study is descriptive and quantitatively interpreted. Researchers obtained information through the distribution of questionnaires to respondents online. In the questionnaire form, the questions based on the analysis of the study findings, the clarity factor of successful packaging design improvement. As many as 90% of respondents are clear about existing packaging problems and need new and attractive packaging. With this study, SMEs can play their respective roles so that this problem can be controlled together and the packaging of SME products can be to a higher level comparable to well-known brands.

Kata kunci: designing of packaging, SME, kuih kapit

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Pengenalan

Penjenamahan, pemasaran, pembungkusan dan periklanan merupakan istilah yang sangat penting dalam pemasaran. Pembungkusan merupakan satu konsep yang digunakan dalam pasaran untuk menjaga keselamatan dan kualiti sesuatu produk. Pembungkusan memainkan peranan penting dalam mencapai objektif keselamatan dan pencegahan sampah.

Pada masa kini, pengguna membeli sesuatu produk berdasarkan pembungkusan produk tersebut. Lebih-lebih lagi, pembungkusan memainkan peranan penting dalam sesebuah perniagaan kerana pembungkusan yang menarik dan unik dapat menjayakan jualan sesuatu produk. Elemen inovatif dalam pembungkusan dapat menyakinkan pelanggan tentang kualiti produk supaya pelanggan memilih produk tersebut. Pembungkusan yang dihasilkan perlu memberikan gambaran yang jelas dan tepat tentang produk yang dipasarkan.

Reka bentuk pembungkusan yang unik dan menarik menyebabkan kelihatan yang lebih mahal dan berstatus tinggi. Reka bentuk pembungkusan yang menarik mempunyai ciri-ciri yang tertentu seperti boleh dibuka dan ditutup dengan mudah, memudahkan penyimpanan, bahan yang selamat digunakan dalam penciptaan reka bentuk pembungkusan supaya kesihatan pengguna dapat dijamin. Setiap rekaan pembungkusan mesti sesuai kepada produk tersebut. Pelbagai jenis pembungkusan menawarkan fungsi keselamatan produk. Pengguna akan menerima pembungkusan yang bermutu tinggi serta produk yang tidak mengalami kerosakkan semasa membelinya.

Pembungkusan yang menarik merupakan pembungkusan yang mempertimbangkan nilai-nilai seperti fungsi, nilai estetik, bahan yang digunakan dalam pembuatan pembungkusan dan pembungkusan yang dihasilkan hendaklah berfungsi dengan baik dan melindungi isi kandungan daripada segala ancaman serta kerosakan.

1.2 Latar Belakang

Dalam dunia pemasaran ini, pandangan pengguna secara visual menyebabkan pengguna tertarik kepada penampilan luaran sesuatu produk terlebih dahulu sebelum terdorong untuk membeli. Pembungkusan merupakan alat pemasaran strategik untuk menaikkan imej produk secara visual pertama pengguna. Hal ini membuktikan pembungkusan adalah sangat penting untuk mempengaruhi emosi, persepsi dan memastikan pelanggan kembali lagi untuk membeli produk tersebut.

Pembungkusan menjadi medium penting untuk melindungi produk daripada sebarang kerosakan fizikal mahupun kesan akibat tindakan bahan kimia. Kerosakkan ini boleh berlaku sepanjang rangkaian semasa proses penyimpanan, pengendalian, pengangkutan sehingga ke pengguna akhir. Perubahan gaya hidup masyarakat zaman sekarang telah menyebabkan peningkatan terhadap peranan pembungkusan terutamanya dalam pemasaran. Campuran pemasaran telah meletakkan pembungkusan sebagai elemen kelima terpenting selepas produk, harga, promosi dan pengguna. Pembungkusan masa kini berperanan sebagai alat komunikasi dalam mempengaruhi keputusan pembelian pengguna (Khan et al. 2017).

Kini, pembungkusan bukan sekadar untuk melindungi produk dari sebarang kerosakan, malahan pembungkusan adalah jurujual dan media komunikasi yang mampu untuk membawa pengeluar produk untuk menikmati keuntungan jualan. Menurut kajian

usahawan di Amerika Syarikat, menyatakan bahawa lebih daripada 80% pembungkusan memainkan peranan penting dalam menjayakan jenama sesuatu produk (Anon. 2018). Tetapi kebanyakan usahawan perniagaan kecil tidak memberikan keutamaan kepada pembungkusan produk. Sumber kewangan yang kurang menyebabkan usahawan perniagaan kecil tidak dapat menghasilkan pembungkusan yang menarik dan berinformasi.

Dapat dilihat hari ini bahawa statistik menunjukkan bahawa pembungkusan usahawan perniagaan mikro sangat membimbangkan. Di Malaysia terdapat lebih 60 agensi kerajaan untuk membantu, menfokuskan, dan membangunkan usahawan perniagaan mikro ini. Fungsi agensi-agensi kerajaan ini adalah membantu usahawan-usahawan yang memulakan perniagaan kecil sampai perniagaan tersebut berjaya ke pasaran global. Mereka akan memberikan nasihat berkaitan tentang penjenamaan, pemasaran, pembungkusan, dan periklanan dalam sesuatu perniagaan. Namun begitu masih usahawan perniagaan mikro ini tidak mempunyai pembungkusan yang menarik, unik dan berinformasi.

Selain itu, kajian menunjukkan bahawa usahawan perniagaan mikro masih mempunyai kelemahan dalam pembungkusan. Produk makanan yang dikeluarkan oleh usahawan perniagaan mikro seperti rempeyek, kerepek, keropok bergoreng, biskut, cencaluk, kuih tempatan seperti kuih kapit, karas, kuih cincin, kuih bahu, dan sebagainya menggunakan plastik satu lapisan terutamanya plastik polipropilena (PP). Produk yang menggunakan pembungkusan plastik ini menyebabkan tidak tahan lama, cepat lembik, berbau tengik dan menyebabkan label yang dicetak menjadi kurang menarik.

Selain itu, kelemahan yang terdapat dalam pembungkusan produk-produk dapat dilihat pada produk-produk PKS ialah tidak mempunyai penjenamaan tersendiri, pembungkusan kurang menarik, tidak menekankan elemen-elemen seni reka pembungkusan dan sebagainya. Produk-produk PKS berpotensi untuk dikomersialkan ke peringkat antarabangsa contohnya produk kuih kapit lantas dapat memperkenalkan Malaysia di mata dunia dari segi makanan ringan. Oleh itu, perkara yang perlu dilakukan ialah memperbaiki kelemahan pada pembungkusan, penjenamaan dan perlabelan seperti kod bar, kandungan nutrisi, tanda halal, tarikh luput, cara penggunaan dan sebagainya.

Antara faktor utama pembungkusan yang berkurang menarik adalah sumber modal yang kurang. Usahawan perniagaan mikro tidak mempunyai modal yang berskala besar untuk memulakan, menjalankan perniagaan serta menghasilkan pembungkusan produk yang menarik. Selain itu, kurang pengetahuan juga merupakan antara faktor utama. Kajian menunjukkan bahawa pembungkusan yang tidak mempunyai elemen grafik dan ia memberikan kesan negatif terhadap pasaran global.

Secara kesimpulannya, pembungkusan berperanan penting dalam memasarkan produk. Pembungkusan yang baik merupakan pembungkusan yang dapat mengatasi masalah yang terdapat pada isi kandungan produk dan dapat menarik perhatian pelanggan untuk membelinya. Misalnya pembungkusan produk kuih kapit yang masih mempunyai kelemahan dan harus diperbaiki supaya dapat bersaing dengan produk-produk yang lain. Oleh kerana itu, reka bentuk pembungkusan perlu dijadikan alat utama dalam meningkatkan sesuatu perniagaan. Maka, perlu diwujudkan elemen-elemen yang boleh menarik minat masyarakat untuk membeli produk tersebut.

1.3 Penyataan Masalah

Menurut Anwar. (2018) dan Hutahayan & Yufra. (2019) dalam kajian mereka menjelaskan bahawa usahawan perniagaan mikro tidak mempunyai penampilan pembungkusan yang menarik serta menggunakan pembungkusan yang berkurangan informasi dan penggunaan bahan pembungkusan yang berkualiti rendah. Produk yang dibungkus didapati tidak mempunyai imej yang menarik dan penggunaan bahan pembungkus yang kurang sesuai (Ahmad Zaki, 2011).

Berdasarkan pemerhatian yang pengkaji lakukan, rekabentuk pembungkusan pada produk kuih kapit masih kurang memberangsangkan. Usahawan-usahawan perniagaan mikro menggunakan teknik pembungkusan yang kurang berkualiti. Kebanyakan usahawan perniagaan mikro telah menggunakan rekabentuk pembungkusan plastik yang tidak menarik dan berkualiti rendah terhadap produk makanan kuih kapit. Pembungkusan plastik ini menyebabkan kandungan dalaman mudah dipecah dan hancur.

Selain daripada itu, rekabentuk pembungkusan mempunyai elemen grafik yang kurang menarik. Penggunaan tipografi, ilustrasi dan warna pada pembungkusan produk tersebut kurang memuaskan citarasa pengguna. Hal ini menyebabkan pengguna tidak dapat mengenali produk kerana kelemahan dalam penjenamaan, bentuk atau struktur pembungkusan, warna, dan jenis tipografi. Di samping itu, pembungkusan kuih kapit ini memberikan kelemahan dari segi penyimpanan semula selepas penggunaan. Hal ini kerana kebanyakan pembungkusan tidak memberi perlindungan pada produk tersebut setelah produk tersebut dibuka. Oleh kerana itu, pengguna terpaksa mencari inisiatif lain dengan menggunakan bekas-bekas lain untuk menyimpan baki produk yang digunakan.

1.4 Objektif Kajian

Tujuan kajian ini dilakukan adalah untuk mencadangkan konsep rekabentuk pembungkusan produk makanan kuih kapit di samping menarik minat pengguna untuk membeli produknya. Pengkaji merasakan bahawa teknik ini adalah konsep yang terbaik dalam menyampaikan maklumat yang berkaitan tentang rekabentuk pembungkusan produk makanan kuih kapit kepada sasaran. Maka beberapa objektif kajian diambil seperti berikut:

1. Mengenalpasti penilaian tahap penerimaan pembungkusan lama produk makanan kuih kapit.
2. Mengkaji elemen dan konsep rekabentuk pembungkusan yang sesuai untuk memperkenalkan pembungkusan produk makanan kuih kapit yang baharu.
3. Mencadangkan rekabentuk pembungkusan yang lebih sesuai untuk kuih kapit terutamanya berkaitan dengan elemen rekabentuk grafik

1.5 Persoalan Kajian

Berdasarkan pemerhatian awal yang pengkaji lakukan dalam kajian ini, terdapat beberapa persoalan yang boleh diketengahkan antaranya:

1. Mengapakah usahawan perniagaan mikro menggunakan pembungkusan plastik sebagai pembungkusan utama kepada produknya?

2. Apakah teknik dan konsep pembungkusan yang terbaik yang boleh digunakan untuk melindungi produk makanan kuih kapit?
3. Bagaimana cara untuk mereka bentuk pembungkusan kuih kapit yang berkonsepkan yang terbaik dari segi elemen grafik?

1.6 Skop Kajian

Kajian ini dilakukan adalah untuk membantu meningkatkan pemahaman dalam kalangan usahawan terhadap rekabentuk pembungkusan produk makanan kuih kapit. Pengkaji juga membuat kajian dari segi elemen-elemen pembungkusan dalam produk makanan kuih kapit seperti penggunaan tipografi, penggunaan warna, ilustrasi, rekabentuk dan bahan pembungkusan yang sesuai.

Responden terdiri daripada masyarakat pelbagai umur dan latar belakang pendidikan. Pembeli kuih kapit dan pengusaha kuih kapit adalah responden utama dalam kajian ini kerana golongan ini adalah dikategorikan sebagai orang yang perubahan suasana dan persekitaran. Antara lokasi kaji selidik dilakukan adalah persekitaran kedai kuih tradisional Sungai Petani, Kedah.

Pengkecilan skop kajian dibuat supaya memudahkan pengambilan dan pengumpulan data dalam proses mendapatkan jumlah dapatan dengan cepat dan baik. Pengumpulan data melalui kaedah lain turut dilakukan seperti pengumpulan data melalui borang soal selidik melalui atas talian kepada masyarakat umum.

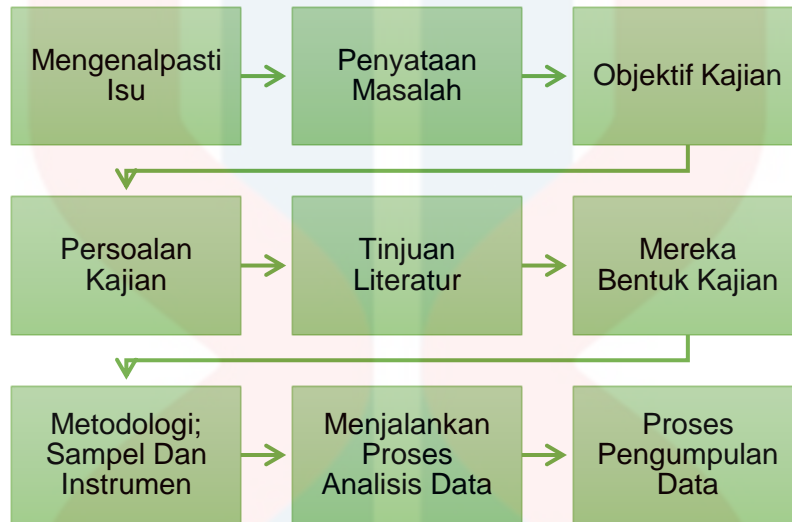
1.7 Kepentingan Kajian

Melalui kajian ini, terdapat beberapa kepentingan yang dapat dikritikkan oleh pengkaji bagi mengenai pembungkusan produk makanan. Kajian ini dapat memberi manfaat kepada penyelidik lain untuk mengambil hasil kajian ini sebagai satu contoh panduan dalam pembelajaran. Kajian ini juga mampu memberikan manfaat dan pendedahan kepada mereka supaya dapat menerapkan elemen-elemen grafik dalam kajian yang akan datang sebagai sumber rujukan. Oleh kerana, kajian ini perlulah dijadikan sebagai sumber rujukan kepada penyelidik lain yang ingin membuat kajian mengenai pembungkusan produk makanan.

Bagi usahawan perniagaan mikro yang memulakan perniagaan, kajian ini turut dijadikan sebagai kesedaran dan pengetahuan baharu tentang kepentingan pembungkusan produk makanan. Dengan hasil kajian ini pengkaji berharap agar usahawan mikro ini dapat diberikan kesedaran dalam mendalami bidang grafik ini khususnya dalam bahagian pembungkusan sesuatu produk makanan. Dengan adanya kajian seperti ini, usahawan mikro akan memperkembangkan lagi pengetahuan mereka tentang pembungkusan sesuatu produk makanan dan penggunaan elemen grafik dalam sesuatu pembungkusan produk makanan. Daripada hasil kajian ini juga, bagi pihak industri terutamanya khususnya firma-firma boleh berkesempatan menggunakan kajian ini untuk memperkembangkan lagi idea-idea mereka dalam pembungkusaan yang lebih baik, menarik dan unik.

1.8 Kaedah Kajian

Dalam kajian ini, pengkaji telah menyediakan satu jadual pergerakan kajian ini secara teratur seperti di dalam jadual berikut.



Jadual 1: jadual pergerakan kajian

Di dalam jadual di atas, pengkaji telah menyatakan bahawa kaedah kajian yang pertama adalah mengenal pasti isu yang hendak dikaji dan isu yang telah dipilih oleh pengkaji adalah rekabentuk pembungkusan produk makanan kuih kapit di sekitar Sungai Petani Kedah.

Kaedah kedua pula adalah pengkaji telah memilih untuk menyatakan permasalahan bahawa kurangnya daya tarikan terhadap pembungkusan kuih kapit dalam masyarakat Malaysia. Seterusnya objektif kajian seperti yang telah dinyatakan oleh pengkaji pada ruangan objektif kajian.

Peringkat seterusnya adalah persoalan kajian. Pengkaji akan menyatakan setiap persoalan yang ada dalam kajian yang dilakukan. Pada peringkat ini pengkaji akan melakukan tinjauan literatur iaitu mengkaji beberapa kajian para pengkaji sebelum ini

untuk dijadikan sumber rujukan dalam memperolehi data dan maklumat. Dalam peringkat keenam ini, pengkaji akan mereka bentuk kajian dari segi pengkaji cuba untuk memperolehi data dan maklumat melalui, borang kaji selidik.

Pada kaedah ini, pengkaji akan melampirkan sampel kajian yang akan digunakan oleh pengkaji melalui beberapa medium yang dinyatakan diatas. Setelah sampel itu didapati maka proses analisis data dari beberapa responden yang telah ditetapkan oleh pengkaji akan dilakukan. Seterusnya setelah semua maklumat dan data yang telah lengkap seperti butiran yang diperlukan diperolehi maka pengkaji akan mula menyediakan semua data tersebut dalam satu bentuk laporan kajian yang lengkap.

1.9 Kesimpulan

Kajian yang dijalankan oleh pengkaji adalah suatu medium utama yang sangat penting dalam meningkatkan pembungkusan produk makanan yang berkualiti dan unik dengan satu kaedah yang mudah difahami oleh usahawan-usahawan kecil. Kaedah ini akan membantu usahawan-usahawan perniagaan kecil yang lain untuk menghasilkan pembungkusan yang menarik dan unik dalam pasaran global. Disamping ingin melihat produk kuih kapit tempatan mempunyai kualiti yang tinggi dari segi rekabentuk, penggunaan bahan, fungsi, nilai estetika, peragaan (display) dan promosi yang menyeluruh.

Semua maklumbalas dari informasi mengenai pembungkusan produk kuih kapit yang dikaji akan memperbaiki kelemahan pada produk kuih kapit dan menghasilkan pencapaian yang memberangsangkan. Selain itu, pengkaji dapat mengenali dan mempelajari dengan lebih dekat mengenai produk-produk kuih kapit yang sedia ada di pasaran sekarang.

BAB 2

TINJAUAN LITERATUR

2.1 Pengenalan

Di dalam kajian ini, pengkaji menggunakan konsep reka bentuk pembungkusan dalam kaedah penyampaian maklumat. Kaedah itu bermaksud, pengkaji ingin menyampaikan konsep reka bentuk pembungkusan dengan menggunakan elemen-elemen grafik. Di dalam kajian literatur ini pengkaji akan menyatakan jenis pembungkusan dan elemen grafik yang terdapat dalam pembungkusan secara mendalam.

Menurut ibarat pepatah melayu ‘melentur buluh biar dari rebungunya’. Maka dengan itu pengkaji memilih untuk masyarakat khususnya golongan muda sebagai responden utama dalam kajian ini. Tujuannya adalah untuk menjadikan masyarakat lebih mengenali pembungkusan yang baik serta menjayakan produk tersebut sehingga ke pasaran global.

2.2 Definisi Kajian

2.2.1 Rekabentuk

Istilah reka didefinisikan sebagai satu proses untuk membuat atau mencipta sesuatu objek yang baru. Ia juga merupakan sesuatu idea yang memperbaharui sesuatu yang lama menjadi sesuatu yang kreatif dan inovatif. Istilah bentuk merupakan sesuatu yang dihasilkan untuk kegunaan ekonomi. Menurut buku teks tingkatan 1 reka bentuk dan teknologi (KSSM), rekabentuk adalah pengetahuan tentang penyusunan bahan secara terancang untuk mencipta sesuatu produk yang memberikan impak kepada kehidupan

masyarakat. Produk yang dihasilkan perlu berdaya saing dengan produk yang sedia ada dalam pasaran. Selain daripada itu, mengikut pendapat lain adalah rekabentuk merupakan lakaran yang dihasilkan sebelum menentukan pengeluaran sesuatu produk. Istilah rekabentuk ini merujuk kepada penambilan produk tertentu dari segi garis, bentuk, dan fungsi.

2.2.2 Pembungkusan

Pembungkusan didefinisikan sebagai sains, seni dan teknologi untuk menjaga dan memelihara kualiti sesuatu barangan semasa dihantar, disimpan, atau dipamerkan. Konsep pembungkusan telah bermula sejak manusia mula berniaga. Pada sekitar tahun 1970-an, pembungkusan telah menjadi satu perdagangan yang penting pada zaman industri di Eropah. Pembungkusan merupakan alat pemasaran yang strategik untuk mencipta imej yang baik terhadap sesuatu produk dengan pandangan pertama pengguna. Pembungkusan merupakan sistem terkordinasi penyediaan barang untuk pengangkutan, pengedaran, penyimpanan, peruncitan dan penggunaan akhir. Pembungkusan adalah kaedah untuk memastikan penghantaran yang selamat kepada pengguna akhir dalam keadaan baik dengan kos keseluruhan minimum.

Merujuk kepada Kamus Dewan Edisi Baru terbitan Dewan Bahasa dan Pustaka (1989), pembungkusan didefinisikan sebagai perbuatan (kerja atau proses membungkus). Pandangan pertama pengguna secara visual ini dapat menarik perhatian pengguna untuk membeli produknya. Hal ini dapat membuktikan bahawa pembungkusan produk dapat mempengaruhi jiwa dan emosi seseorang dengan sekelip mata. Pembungkusan juga menjadi alat komunikasi pengguna untuk membeli produk tersebut. Tambahan pula, reka bentuk pembungkusan yang menarik dapat memberikan nilai terhadap sesuatu produk.

Masyarakat dahulu telah menggunakan alam semula jadi sebagai pembungkusan makanan. Bahan-bahan alam semula jadi yang digunakan oleh masyarakat ialah buluh, kulit binatang, kulit kayu, dan daun. Pembungkusan cara lama ini masih digunakan dalam perniagaan. Sebagai contohnya, peniaga menggunakan daun pisang untuk membungkus nasi lemak atau kuih-muih. Pembungkusan lama ini masih memberikan rasa yang sedap. Dengan peningkatan kemahiran masyarakat, wujud penciptaan bakul, lumpur periuk, mangkuk lumpur dan tempayan untuk membungkus makanan dan menyimpan makanan daripada kerosakan.

Pada 4000 tahun yang lalu, masyarakat mula mencipta pelbagai bekas pembungkusan seperti seramik dan kaca. Pada abad ke-16, Europe telah membina sebuah kilang yang mengeluarkan pelbagai jenis bekas pembungkusan kaca. Pada penghujung abad ke-18, seorang perancis telah mencipta makanan stor pembungkusan kaedah pensterikan, kaca, tin makanan, dan tinsplate. Sejak abad ini pembungkusan moden dapat diwujudkan. Pada awal abad ke-20, kepesatan pembangunan sains dan teknologi dapat menciptakan bahan-bahan baru untuk menghasilkan pembungkusan. Antara bahan pembungkusan adalah politilena, kertas, kaca, kerancang aluminium, plastik rencam dan sebagainya.

Pada akhir abad ke-20, kebanyakan pengeluar produk telah menggunakan pembungkusan bekas yang berbentuk bulat yang menjadi fleksible dan bekas yang berbentuk segi empat tepat. Pada zaman ini, 90% barangan mengandungi pembungkusan yang berbeza darjah. Pembungkusan menjadi satu bahagian yang penting dalam setiap perniagaan. Pada zaman ini juga teknologi elektronik, teknologi laser, gelombang mikro teknologi digunakan dalam pembungkusan. Pembungkusan yang dihasilkan perlu memberikan gambaran yang jelas dan tepat tentang produk yang dipasarkan.

Pembungkusan merupakan bahagian yang tidak dapat dipisahkan daripada sesebuah perniagaan, Pembungkusan mempunyai kepentingan dalam pengurusan dan pemasaran sesuatu jenama. Dari segi pemasaran, perkembangan sesuatu produk bukan bergantung kepada kualiti produk. Malah ia juga bergantung pada reka bentuk pembungkusan.

2.2.3 Produk

Produk merupakan sesuatu barang yang ditawarkan kepada pasaran yang mempunyai sifat-sifat yang dapat menarik perhatian pengguna. Produk mempunyai dua jenis faedah iaitu faedah psikologi dan faedah fizikal yang boleh memuaskan kehendak pengguna. Produk mempunyai ciri-ciri yang ketara dan tidak ketara. Antara ciri-ciri ketara ialah reka bentuk, warna, berat, dan harga. Manakala ciri-ciri tidak ketara ialah kepuasan, kecekapan, keberkesanan, dan penyelesaian.

Dalam pemasaran, produk difungsi sebagai objek yang ditawarkan dalam pasaran dengan memenuhi kehendak pengguna. Selain daripada itu, mengikut pendapat lain, definisi produk adalah bahan yang dihasilkan oleh pengeluar dan ditawarkan ke pasar untuk memenuhi keperluan atau keinginan pengguna. Produk mempunyai tiga tahap iaitu tahap produk teras, produk sebenar dan produk tambahan.

Produk teras merupakan produk yang berkaitan langsung dengan pengguna. Tahap ini meliputi faedah yang ingin didapati daripada pembelian sesuatu produk. Produk sebenar merupakan produk yang mengenakan faedah tambahan bersama produk. Tahap ini mempunyai empat ciri iaitu, jenama, pembungkusan, reka bentuk, dan kualiti. Pengeluar akan mengubah idea produk teras supaya produk tersebut menjadi sesuatu yang

ketara. Produk tambahan pula merupakan produk yang menawarkan faedah-faedah tambahan bersama produk supaya mewujudkan perbezaan antara produk dan perkhidmatan.

2.2.4 Makanan

Istilah makanan didefinisikan sebagai bahan yang mempunyai rasa yang menarik dan boleh menghilangkan rasa kelaparan. Menurut pakar pemakanan, makanan merupakan sesuatu bahan yang dimakan dan boleh menyebabkan pertumbuhan badan dan membekalkan tenaga serta mengawal proses perjalanan badan. Makanan menjadi keperluan asas setiap manusia. Makanan ialah sesuatu bahan yang boleh dimakan dalam bentuk pepejal dan cecair. Makanan terdiri dalam pelbagai bentuk, rasa, rupa, tekstur, warna dan bau yang berlainan. Makanan juga terdapat pelbagai gabungan rasa. Antara rasanya ialah pahit, masam, manis, masin dan pedas.

Tekstur makanan adalah kelembutan, kelicinan, kekerasan, kegaringan, dan kekasaran. Fungsi makanan adalah memenuhi keperluan fizikal, fisiologi, psikologi, dan sosial. Tahap kesihatan setiap individu mempengaruhi kuantiti dan kualiti makanan. Antara faktor keperluan makanan ialah faktor geografi, agama, budaya, dan sosial. Setiap individu memilih makanan mengikut kategori umur, jantina, aktiviti seharian, pekerjaan, saiz badan, iklim dan tahap kesihatan.

2.2.5 Kuih Kapit

Kuih kapit mula dikenali dalam kalangan masyarakat inggeris dan belanda. Mereka bergelar kuih kapit sebagai “egg roll wafer” untuk sajian minum petang. Belanda mempunyai pelbagai jenis biskut termasuk biskut wafer nipis yang bersamaan dengan kuih kapit. Banyak teknik biskut dan kek telah diwariskan kepada Orang Melayu oleh Belanda, Inggeris, dan Portugis. Biskut-biskut ini mungkin dibawa ke bahagian-bahagian Malaysia dan Singapura dari Pulau Pinang dan Melaka oleh Peranakan Cina tanpa mengetahui nama snek Belanda yang mereka hadapi, hanya menyebutnya Kuih Belanda atau Apit-apit.

Pada Era penjajahan, kuih ini dibawa masuk melalui negeri-negeri selat yang dimonopoli oleh masyarakat peranakan Baba Nyonya. Dengan kreativiti yang dimiliki oleh Baba Nyonya, mereka mengubah kuih belanda ini dengan cara dikepit atau disepit dengan acuan khas bermotif flora kemudian dibakar di atas arang dan seterusnya dilipat segi tiga. Kuih sepit atau dikenali sebagai kuih kapit ini menjadi menu utama ketika perayaan Tahun Baru Cina. Dalam kuih kapit ini terdapat dua jenis iaitu kuih kapit gulung dan kuih kapit lipat. Dengan berjalannya waktu, kuih tradisi ini mengalami pelbagai inovasi dari segi cara pembuatan, lipatan, perasa tambahan dan cara persembahan sehingga kuih warisan ini menjadi snek setiap masa untuk semua peringkat umur dan sesuai dihidangkan pada semua jenis majlis dan perayaan.



Gambar 2.2.1: Kuih Kapit

2.3 Sorotan Kajian Lepas

2.3.1 Teori Pembungkusan Makanan

Pembungkusan berfungsi untuk melindungi produk daripada kesan akibat tindakan bahan kimia dan kerosakan fizikal. Pembungkusan juga berperanan penting dalam pemasaran sebagai alat komunikasi untuk mempengaruhi keputusan pembelian pengguna (Khan et al., 2017). Malah, hasil kajian menunjukkan penggunaan pembungkusan mesra alam dan reka bentuk pembungkusan seperti grafik, warna, dan informasi produk adalah penting untuk tujuan promosi dan mempengaruhi tingkah laku beli pengguna (Mohebbi. (2014), Polyakova. (2013), Shahrin et al. (2016)

Kajian yang dijalankan Ahmad Zaki. (2011), Anon. (2018), Hutahayan & Yufra. (2019) jelas menunjukkan PKS perlu meningkatkan pembungkusan makanan kerana kajian terhadap kesedaran pengguna menunjukkan mereka lebih suka memilih produk berkualiti. Walau bagaimanapun, jika tidak ada peluang untuk mengetahui kualiti sesuatu produk itu maka, pengguna akan merujuk kepada pembungkusan dan penjenamaan. Oleh sebab itu, pembungkusan lebih mempengaruhi pengambilan keputusan untuk memiliki

produk. Pembungkusan yang baik akan mencerminkan lebih positif dalam tingkah laku pembelian pengguna.

Hasil kajian Polyakova (2013) dan Mohebbi (2014) menunjukkan kepentingan reka bentuk pembungkusan seperti grafik, warna, dan maklumat produk berperanan penting dalam mempromosikan produk dan mempengaruhi tingkah laku beli pengguna. Inovasi pembungkusan yang terhasil dapat membezakan produk sendiri dengan produk pesaing dan menyumbang kepada penciptaan nilai terhadap sesuatu produk (Che Mohd Zulkifli & Anas. (2014), Rundh. (2016). Malah, penjajaran pembungkusan seperti unsur visual, warna, reka grafik, fon, saiz, bentuk dan bahan pembungkusan memberi kesan terhadap tingkah laku pembelian pengguna (Bettels et al. (2020), Lo et al. (2017), Mohamed et al. (2018). Sebagai contoh, pembungkusan visual yang lebih ceria memberikan keseronokan dan reaksi yang lebih positif oleh kanak-kanak berbanding pembungkusan biasa (Dial & Musher-Eizenman 2020). Pihak pasar raya juga menekankan penampilan pembungkusan semasa peringkat penilaian produk walaupun sebagai sampel (Anwar, 2018).

Kajian berkaitan tentang pembungkusan yang dijalankan terhadap usahawan di Amerika Syarikat, lebih daripada 80% usahawan menyatakan pembungkusan memainkan peranan penting untuk memastikan kejayaan produk jenama mereka (Anon. 2018). Secara amnya, fungsi pembungkusan adalah untuk melindungi produk daripada faktor kerosakan yang disebabkan oleh perubahan suhu, kelembapan, pencemaran, kerosakan mekanikal dan memudahkan proses pengangkutan. Kini, pembungkusan bukan sekadar untuk melindungi produk dari sebarang kerosakan, malahan pembungkusan adalah ‘jurujual’ dan media komunikasi yang mampu untuk membawa syarikat pengeluar produk untuk menikmati keuntungan jualan.

Pembungkusan adalah sebahagian daripada proses pemasaran. Pembungkusan berperanan sebagai jurujual secara senyap (silent salesman). Hal ini kerana tumpuan pengguna akan difokuskan pada pembungkusan terlebih dahulu apabila membeli sesuatu produk, lazimnya pengguna akan tertarik untuk membeli produk apabila ada daya tarikan pada pembungkusan. Pengguna biasanya tertarik pada kelainan rekaan pembungkusan dan pastikan ia boleh diguna semula selepas digunakan. Tarik pemasaran adalah prasyarat untuk inovasi yang berjaya dalam bahan bentuk, rekabentuk atau proses pembungkusan. Komunikasi yang tidak mencukupi wujud antara fungsi pemasaran dan pengedaran. Kegagalan produk di pasaran kerana pembungkusan pelindung yang tidak mencukupi.

Menurut kajian menyatakan bahawa, pengguna tidak mengambil masa untuk membaca teks panjang yang membentuk atribut dan oleh itu atribut visual lebih menjanjikan untuk berkomunikasi dengan pengguna dalam pembungkusan. Komunikasi dapat difasilitasi dengan menggunakan sifat visual pembungkusan. label, simbol, atau logotaip, seperti label anti sampah sarap, label maklumat atau logo kitar semula diketengahkan sebagai faktor yang dapat meningkatkan tingkah laku kitar semula. (Wilson, N.W.W. 2017)

Menurut pandangan Wyrwa dan Barska (2017) menyatakan bahawa ciri-ciri pembungkusan yang paling penting bagi pengguna adalah keselesaan penggunaan dan ketahanan. Magnier et al. (2016) pula mendapati, kualiti produk makanan yang mempunyai pembungkusan menarik memberikan persepsi yang lebih positif kepada pengguna berbanding apabila ia dibungkus dalam pembungkusan konvensional. Ini bagi memastikan produk yang dihasilkan adalah berbeza dengan produk pesaing supaya ianya kekal relevan untuk berada di pasaran.

Perusahaan kecil dan sederhana (PKS) telah memberikan sumbangan penting dalam pertumbuhan ekonomi dan meningkatkan pendapatan. PKS memerlukan modal yang lebih tinggi untuk meningkatkan upah dan produktiviti dalam kemahiran, inovasi dan teknologi (OECD, 2019). Di Malaysia, PKS telah menyumbangkan sebanyak 76.5% dalam pertumbuhan ekonomi negara (SME Corp. Malaysia, 2018). Malaysia dipertanggungjawabkan untuk membantu, memfokuskan dan membangunkan usahawan mikro (SME Corp. Malaysia, 2018). Antara khidmat agensi pembimbing yang diberikan adalah pembiayaan, bantuan peralatan, perkongsian teknologi, khidmat nasihat dan jaringan perniagaan. Tujuannya bagi memastikan usahawan mikro terus dapat berdaya saing dalam pasaran yang semakin kompetitif

Justeru itu, kepentingan inovasi pembungkusan sebagai medium untuk meningkatkan pemasaran produk dan meningkatkan daya membeli pengguna adalah jelas. Inovasi pembungkusan berupaya ditingkatkan dengan adanya sokongan daripada agensi pembimbing yang berkaitan. Agensi pembimbing berperanan penting untuk membantu usahawan PKS bagi meningkatkan perniagaan.

Agensi pembimbing ini telah menawarkan perkhidmatan nasihat dan jaringan perniagaan, geran pembiayaan, latihan dan perkongsian teknologi. Menurut kajian Azmi et al. (2012) Muhammad Asri & Zaimah. (2012), Maisarah & Sarmila (2017) menyatakan bahawa faktor sokongan agensi daripada aspek kewangan, jaringan institusi dan teknologi mendorong kejayaan perniagaan dan peningkatan prestasi perniagaan. Kewangan adalah faktor yang sangat kritikal untuk mempengaruhi kejayaan sesebuah perniagaan dalam melaksanakan inovasi pembungkusan. Chittithaworn et al. (2011) Diana-Rose et al. (2016), Nor Ghani et al. (2016), Adigun. (2016), Yahaya et al. (2018). Hal ini kerana

inovasi boleh dilaksanakan sekiranya usahawan mampu merancang sumber, menyusun semula, meningkatkan jaringan institusi dan bertindak mengikut perancangan.

Pembungkusan yang baik memainkan peranan penting dalam membekalkan makanan yang bersih dan selamat kepada pengguna dengan melindunginya daripada kerosakan fizikal, kimia, dan mikroba. Pembungkusan yang baik dapat meningkatkan penjualan produk, mengurangkan tahap inventori, yang menghasilkan keuntungan yang lebih tinggi. Menurut kajian Becker et al. (2011) menyatakan bahawa reka bentuk pembungkusan yang baik dapat mempengaruhi penilaian produk dan jangkaan harga yang lebih umum.

Dengan kajian ini, juga dapat membuktikan bahawa pembungkusan baik perlu mengandungi item-item penting seperti rekabentuk, warna, logo, jenis, simbol, maklumat produk, mempunyai nilai estetik, nama peniaga, dan teknologi tinggi. Maklumat ini terutamanya harus mempertimbangkan keperluan pengguna untuk menarik perhatian mereka dan membangkitkan keinginan mereka untuk membeli produk. (Baraniecka. 2002). Ini boleh mengandungi maklumat mengenai jangka hayat, kaedah penyediaan, penggunaan, nilai pemakanan, dan masalah komersial lain. (Agriopoulou. 2016).

Tambahan pula, dalam pembungkusan baik pelanggan lebih mementingkan kandungan produk daripada ukuran dan gambaran grafiknya. Dengan kata lain, maklumat-maklumat penting ini mewakili nilai yang lebih tinggi untuk pilihan pelanggan berbanding dengan faktor visualisasi. Pembungkusan baik dapat menarik pelanggan untuk membeli produk (Pal. 2014). Ia juga memainkan peranan penting dalam mengurangkan risiko keselamatan semasa penghantaran. Teknik pembungkusan yang baik seperti pembungkusan pintar, pembungkusan bioaktif, dan pembungkusan aktif dapat melindungi kesihatan pengguna (Majid et al. 2016).

Pembungkusan baik mempunyai ciri-ciri yang penting iaitu melindungi dari kerosakan fizikal, pencemaran, bau busuk, luaran toksik, tidak beracun, mudah dibuka dan ditutup, penghalang kelembapan, menyaring cahaya ultra ungu yang berbahaya, telus, tahan lama dan kos rendah. Pembungkusan baik dapat membantu mempromosikan makanan kerana memberikan maklumat kepada pengguna mengenai banyak tawaran iaitu produk tambahan percuma, produk baru, diskaun dan sebagainya. Pembungkusan baik berfungsi sebagai alat untuk memperluas pasar dalam konteks globalisasi, membantu mengakomodasi peraturan keselamatan makanan nasional dan antarabangsa yang lebih ketat dan bahkan pelayan sebagai perlindungan terhadap potensi bioterorisme makanan.

Usahawan juga perlu bersikap proaktif dalam mencari maklumat dan bimbingan untuk membantu mereka meningkatkan pengetahuan dalam aspek pembungkusan. Penggunaan teknologi ini akan memudahkan pencarian maklumat pemasaran dengan cepat dan pada kos yang rendah. Maklumat pemasaran seperti produk, kaedah pembungkusan, harga, kaedah promosi dan lain-lain yang tidak dianggap “sulit” dari pesaing lain membolehkan sesebuah perniagaan membuat perbandingan produk yang ditawarkan dengan produk pesaing dan seterusnya merancang strategi yang sesuai untuk menghasilkan produk yang berbeza dari pesaing (Baharuddin, 2009). Strategik ini akan memberikan impak yang positif di dalam perniagaan dan pemasaran kerana produk yang dihasilkan adalah berbeza dan unik. Namun begitu, terdapat pelbagai cabaran lain yang terpaksa ditempuhi oleh PKS di dalam memastikan perniagaan terus berdaya tahan.

2.3.2 Jenis-jenis Pembungkusan

Rekabentuk pembungkusan sesuatu produk memainkan peranan dalam menentukan jangka hayat produk makanan. Pembungkusan yang menarik merupakan pembungkusan yang mempertimbangkan nilai-nilai seperti fungsi, nilai estetik, bahan yang digunakan dalam menghasilkan pembungkusan dan pembungkusan yang dihasilkan hendaklah berfungsi dengan baik dan melindungi isi kandungan dari segala ancaman.

Pemilihan bahan yang tepat dan teknologi pembungkusan yang tinggi dapat mengekalkan kualiti produk dan kesegaran semasa pengedaran dan penyimpanan. Bahan mempunyai kemampuan untuk mengarahkan persepsi jenama dengan cara yang berbeza. Oleh kerana bahan mempengaruhi deria sentuhan dan juga penglihatan, mereka membuat imej jenama yang tidak dapat diubah dengan mudah dalam ingatan pengguna (Marsh, K., & Bugusu, B. 2007).

Bahan yang digunakan dalam pembungkusan produk makanan adalah kaca, kertas, plastik dan logam iaitu aluminium, foil, lamina, tinplate serta keluli bebas timah. Pada zaman moden ini, pelbagai jenis plastik dapat digunakan dalam bentuk dan fleksible dalam pembungkusan produk makanan. Pembungkusan makanan hari ini telah mengabungkan beberapa bahan untuk mengeksploitasi sifat fungsional atau estetik.

A. Kaca

Pembungkusan kaca dipercayai mula muncul pada sekitar tahun 3000 SM (Sacharow & Griffin 1980). Bekas kaca dikeluarkan dengan melibatkan pemanasan campuran silika, natrium karbonat, batu kapur, atau kalsium karbonat dan alumina dalam suhu tinggi. Bahan cecair yang dihasilkan dalam proses ini akan dicampurkan ke dalam jisim cecair

tebal. Kemudian dituangkan dalam acuan. Dalam proses ini, kaca pecah juga dapat digunakan dalam pembuatan kaca.

Bekas kaca yang digunakan dalam pembungkusan telah dilapiskan permukaan supaya permukaan tersebut memberikan pelincinan dan menghilangkan kecalaran. Menurut pandangan McKown (2000), pembungkusan kaca telah mengekalkan kekuatan dan mengurangkan kerosakan produk. Beliau juga menyatakan bahawa, penggunaan kaca nipis yang mengurangkan berat badan dalam pembungkusan kaca menyebabkan mengurangkan penembusan udara. Pengurangan berat pembungkusan kaca dapat mengurangkan kos pengangkutan.

Pembungkusan kaca tidak berbau dan tidak mempunyai bahan kimia. Pembungkusan ini tidak dapat ditembusi gas dan wap. Hal ini demikian, pembungkusan kaca dapat mengekalkan kesegaran produk dalam jangka masa yang panjang tanpa menjejaskan rasa dan bau. Keupayaan pembungkusan kaca adalah menahan suhu pemprosesan yang tinggi untuk pensterilan haba makanan acid rendah dan makanan acid tinggi. Ketelusan kaca dapat membolehkan pengguna melihat produknya dengan lebih jelas. Namun, pelbagai warna kaca dapat melindungi kandungan daripada cahaya. Pembungkusan kaca memberi manfaat kepada alam persekitaran kerana ia boleh digunakan semula dan boleh dikitar semula.

Kaca, yang telah lama digunakan dalam pembungkusan produk cair dan semi-cair, sekarang digunakan dengan ketara dalam industri minyak wangi dan kosmetik, serta dalam bahan kimia dan industri farmaseutikal. Pembungkusan kaca juga mempunyai beberapa kekurangan. Walaupun pengeluar mengeluarkan pembungkusan kaca yang nipis tetapi beratnya masih tinggi. Hal ini demikian menambahkan kos pengangkutan.

Kekurangan lain adalah kerapuhan dan keretakan tekanan dalaman, hentaman, atau kejutan terma.pembungkusan kaca (Çakıcı, 1987).



Gambar 2.3.1& 2.3.2 Pembungkusan Kaca.

B. Logam

Jumlah pasaran tin logam dunia dianggarkan berjumlah 410 bilion unit setiap tahun. 320 bilion daripadanya adalah tin minuman dan 75 bilion adalah tin makanan yang diproses. Bakinya adalah tin aerosol dan tujuan am. Pembungkusan logam adalah yang paling banyak digunakan oleh pengeluar dalam pembungkusan. Pembungkusan logam ini mempunyai gabungan sifat perlindungan dan penghalang fizikal yang sangat baik. Tin

minuman dibahagikan kepada tidak berkarbonat iaitu kopi, teh, minuman bertenaga serta berkarbonat dan minuman ringan. kebanyakannya telah menjalani proses pasteurisasi.

Pembungkusan bahan makanan logam mesti memenuhi fungsi berikut untuk menyampaikan bahan dengan selamat dan jujur kepada pengguna. Antara fungsi pembungkusan logam adalah. memberikan ketahanan terhadap kesan bahan kimia produk serta memelihara dan melindungi produk. Pembungkusan logam ini mudah dihasilkan dari bahan mentah yang boleh dikitar semula (Mcdowell dan J. Kiwan, 2003).

Di samping itu, tin akan melindungi produk walaupun lama selepas jangka hayat produk tamat. Sebilangan besar tin makanan dan minuman yang boleh disimpan untuk waktu yang lama menjalani beberapa bentuk pemanasan untuk memanjangkan jangka hayatnya. Biasanya, pembungkusan tin memberikan jangka hayat dua hingga tiga tahun. Proses untuk mencapainya cukup berat, dan kotak untuk mencapainya mesti dirancang khas untuk menahan suhu dan tekanan yang tinggi di persekitaran wap atau air. Kebanyakan pengeluar menggunakan dua jenis pembungkusan logam iaitu pembungkusan aluminium dan pembungkusan keluli.

I. Aluminium

Pembungkusan aluminium ini biasa digunakan untuk membuat tin, dan dilaminasi pembungkusan kertas atau plastik. Pembungkusan aluminium berwarna putih keperakan yang ringan. Logam berasal dari bijih bauksit, di mana ia wujud dalam kombinasi dengan oksigen sebagai alumina. Magnesium dan mangan sering ditambah ke pembungkusan aluminium untuk meningkatkan sifat kekuatannya supaya pembungkusan aluminium dapat bertahan terhadap kakisan. Pembungkusan aluminium mempunyai oksida yang menyediakan penghalang yang sangat berkesan terhadap kesan udara, suhu, kelembapan dan serangan kimia. Selain itu, pembungkusan aluminium mempunyai fleksibiliti dan

ketahanan permukaan yang baik. Pembungkusan ini juga mempunyai kelenturan dan yang sangat baik, serta mempunyai potensi yang luar biasa. Pembungkusan aluminium ini merupakan bahan yang sesuai untuk dikitar semula kerana senang untuk mendapatkan semula dan memproseskan produk baru. (Marsh, K., & Bugusu, B. 2007).



Gambar 2.3.3 & 2.3.4: Pembungkusan Aluminium

II. Kertas Aluminium

Kertas aluminium dibuat dengan menggulung logam aluminium tulen menjadi kepingan yang sangat nipis untuk mencapai sifat lipatan mati yang membolehkannya dilipat dengan ketat. Di samping itu, kertas aluminium mempunyai pelbagai ketebalan, yang digunakan untuk membungkus makanan. Kertas aluminium yang tebal digunakan untuk dulang. Pembungkusan kertas aluminium juga dapat menyediakan penghalang yang sangat baik terhadap kelembapan, udara, bau, cahaya, dan mikroorganisma. Pembungkusan kertas aluminium ini merupakan lengai untuk makanan berasid dan tidak memerlukan laker atau perlindungan lain. Walaupun aluminium mudah dikitar semula,

kertas aluminium tidak dapat dibuat dari aluminium kitar semula tanpa pembentukan lubang lubang di kepingan nipis.



Gambar 2.3.5& 2.3.6: Pembungkusan Kertas Aluminium

III. Keluli (Tinplate).

Pembungkusan keluli ini dihasilkan daripada keluli berkarbon rendah. Pembungkusan keluli adalah hasil pelapisan kedua sisi blackplate dengan lapisan timah yang nipis. Pembungkusan keluli ini dihasilkan dengan mencelupkan kepingan keluli dalam timah cair yang mempunyai suhu yang tinggi atau dengan pemendapan timah elektro pada kepingan keluli. Pengeluar biasa digunakan adalah bahan dalam kumpulan fenolik dan oleoresin epoksi dan resin vinil.

Selain itu, pembungkusan keluli ini mempunyai sifat penghalang yang sangat baik daripada gas, wap air, cahaya, dan bau. Pembungkusan keluli ini dapat dirawat dengan panas dan ditutup secara padat. Hal ini menjadikannya sesuai untuk produk steril. Hal ini demikian, pembungkusan keluli mempunyai kemuluran dan kebolehbentukan yang baik. Tambahan pula, pelat timah yang terdapat dalam pembungkusan dapat digunakan untuk bekas dengan berbagai bentuk. Oleh itu, pembungkusan keluli banyak digunakan untuk membentuk tin untuk minuman, makanan yang diproses.

Pembungkusan keluli adalah substrat yang sangat baik untuk lapisan logam moden dan teknologi litoprinting, memungkinkan hiasan grafik yang luar biasa. Beratnya yang relatif rendah dan kekuatan mekanik yang tinggi memudahkan penghantaran dan penyimpanan. Akhirnya, plat timah mudah dikitar semula berkali-kali tanpa kehilangan kualiti dan kosnya jauh lebih rendah daripada aluminium



Gambar 2.3.7: Pembungkusan Keluli

C. Plastik

Plastik dibuat dengan unit monomer dalam pempolimeran kondensasi (polycondensation) atau penambahan pempolimeran (polyaddition). Dalam polikondensasi, rantai polimer tumbuh dengan tindak balas pemeluwapan antara molekul

dengan pembentukan produk sampingan berat molekul rendah seperti air dan metanol. Polikondensasi melibatkan dua kumpulan monomer berfungsi iaitu kumpulan alkohol, amina, dan kumpulan karboksilik. Dalam poliadisi, rantai polimer tumbuh dengan reaksi penambahan, menyebabkan molekul bergabung untuk membentuk molekul yang lebih besar tanpa pembebasan produk sampingan. Polyaddition melibatkan monomer yang tidak tepu, menyebabkan ikatan menghubungkan rantai berputus.

Pembungkusan plastik mempunyai kelebihan dalam pembungkusan makanan. Cecair boleh dibentuk dalam pembungkusan plastik. Ia akan menjadi bentuk, dan struktur yang menawarkan fleksibiliti rekabentuk yang cukup besar. Pembungkusan plastik telah bertahan bahan kimia. Tambahan pula, pembungkusan plastik tidak mahal dan ringan dengan pelbagai sifat fizikal dan optik. Sebenarnya, kebanyakan plastik boleh ditutup dengan panas, senang dicetak, dan dapat disatukan ke dalam proses pengeluaran. Kelemahan utama plastik adalah kebolehtelapan berubah-ubah terhadap cahaya, gas, wap, dan molekul berat molekul rendah.

Dalam pembungkusan plastik terdapat dua kategori yang utama iaitu termoset dan termoplastik (EPA 2006b). Termoset merupakan polimer yang menguatkan dan tidak dapat dipulihkan ketika dipanaskan. Hal ini demikian plastik termoset ini kuat dan bertahan lama. Ia juga cenderung digunakan terutamanya dalam kenderaan dan aplikasi pembinaan seperti pelekat dan pelapis, bukan dalam aplikasi pembungkusan makanan.

Termo-plastik merupakan polimer yang melembutkan apabila terdedah kepada haba dan kembali ke keadaan asal mereka pada suhu bilik. Kerana termo-plastik dengan mudah dapat dibentuk dan dibentuk menjadi pelbagai produk seperti botol, jag, dan filem plastik, ia sesuai untuk pembungkusan makanan. Lebih-lebih lagi, hampir semua termoplastik boleh dikitar semula dan digunakan semula sebagai bahan mentah untuk

pengeluaran produk baru. Walaupun pemisahan menimbulkan beberapa batasan praktikal untuk produk tertentu. Proses kitar semula memerlukan pemisahan mengikut jenis resin seperti yang dikenal pastioleh Majlis Plastik Amerika

Pembungkusan plastik ini menyebabkan beberapa masalah kesihatan mengenai sisa monomer dan komponen dalam plastik, iaitu penstabil, pemplastik, dan komponen pemeluwapan seperti bisphenol A.

Walaupun terdapat masalah keselamatan ini, penggunaan plastik dalam pembungkusan makanan terus meningkat kerana kos bahan yang rendah dan mempunyai fungsi yang banyak seperti termosabiliti, kemampuan gelombang mikro, sifat optik, dan saiz dan bentuk yang tidak terhad berbanding bahan tradisional seperti kaca dan plat timah (Lopez-Rubio dan lain-lain 2004). Dengan kebolehubahan ciri plastik, bekas baru dapat disediakan untuk mencerminkan fesyen. Perbezaan besar atau kecil mempengaruhi pendapat pengguna untuk berkomunikasi dengan produk dan produk agar sesuai dengan gaya hidup pengguna. (Colver, 2007).

Bekas plastik keras termasuk botol, balang dan tiub yang digunakan. Pelbagai jenis plastik digunakan sebagai bahan untuk pembungkusan makanan, termasuk poliolefin (polyolefin), poliester (polyester), polivinil klorida (polyvinyl chloride), polivinilidena klorida (polyvinylidene chloride), polistirena (polystyrene), poliamida (polyamide), dan etilena vinil alkohol (and ethylene vinyl alcohol). Walaupun lebih daripada 30 jenis plastik telah digunakan sebagai bahan pembungkusan poliolefin dan poliester adalah yang paling biasa. Ini memiliki berbagai kegunaan dalam produk makanan dan bahan pembersih. (Lau dan Wong 2000).

I. Poliolefin (Polyolefin)

Poliolefin merupakan istilah kolektif untuk polietilena (PET) dan polipropilena (PP) iaitu dua plastik yang banyak digunakan dalam pembungkusan makanan, dan polimer lain yang kurang popular. Polietilena dan polipropilena kedua-duanya mempunyai kombinasi sifat yang berjaya. Antara sifatnya adalah fleksibiliti, kekuatan, ringan, kestabilan, kelembapan dan ketahanan kimia, dan mudah diproses, dan sangat sesuai untuk dikitar semula dan menggunakan semula.

Plastik dibuat dengan penambahan pempolimeran etilena ialah polietilena. Dalam polietilena terdapat dua kategori asas iaitu ketumpatan tinggi dan ketumpatan rendah. Polietilena berketumpatan tinggi (HDPE) adalah kaku, kuat, tahan terhadap bahan kimia dan kelembapan, telap terhadap gas, mudah diproses, dan senang dibentuk. HDPE ini digunakan untuk membuat botol susu, jus, dan air; pelapik kotak bijirin, tab mandi marjerin, beg runcit, sampah, dan runcit.

Polietilena berketumpatan rendah (LDPE) adalah fleksibel, kuat, sukar, mudah dilekatkan, dan tahan terhadap kelembapan. Oleh kerana polietilena berketumpatan rendah agak telus, kebanyakannya digunakan dalam aplikasi filem dan aplikasi yang memerlukan penyegelan panas. Beg roti dan beku, penutup yang fleksibel, dan botol makanan yang boleh diperah adalah contoh polietilena berketumpatan rendah. Beg polietilena kadangkala digunakan semula.

Polipropilena mempunyai ketahanan yang baik terhadap bahan kimia dan berkesan pada menyekat wap air. Titik leburnya yang tinggi menjadikannya sesuai untuk aplikasi yang memerlukan rintangan haba, seperti pembungkusan panas dan gelombang mikro.

II. Poliester.

Polyethylene terephthalate (PETE), polikarbonat, dan polyethylene naphthalate (PEN) adalah poliester, yang polimer pemeluwapan yang terbentuk daripada monomer ester yang terhasil daripada tindak balas antara asid karboksilik dan alkohol. Paling banyak poliester yang biasa digunakan dalam pembungkusan makanan ialah PETE. Polyethylene terephthalate terbentuk apabila asid terephthalic bertindak balas dengan etilena glikol, PETE memberikan penghalang yang baik terhadap gas oksigen dan karbon dioksida serta memberikan kelembapan.

PETE juga mempunyai ketahanan yang baik untuk memanaskan, minyak mineral, pelarut, dan asid, tetapi tidak ke asas. Oleh itu, PETE menjadi bahan pilihan pembungkusan pelbagai produk makanan, terutamanya minuman dan perairan mineral. Penggunaan PETE untuk membuat botol plastik untuk minuman berkarbonat adalah meningkat dengan stabil (van Willige dan lain-lain 2002). PETE ini dapat menghalang gas untuk mengekalkan karbonasi, berat ringan, dan ketahanan pecah. (Marsh, K., & Bugusu, B. 2007).



Gambar 2.3.8: Pembungkusan Plastik

D. Kertas dan Kadbod

Industri bahan kertas dan pembuatan kertas adalah salah satu industri tertua di dunia yang dapat dikembangkan dengan kemanusiaan. Penggunaan kertas dan kadbod untuk pembungkusan makanan bermula sejak dulu lagi hingga abad ke-17 dengan penggunaan dipercepat di bahagian akhir. Kayu, yang merupakan bahan mentah kertas. Ia membentuk pulpa dengan kapas, linen dan bahan berserat lain. Abad ke-19, kertas adalah bahan lembaran yang dibuat dari rangkaian serat selulosa yang bersambung daripada kayu dengan menggunakan sulfat dan sulfit (Kirwan 2003). Serat kemudian ditebal atau dilunturkan dan dirawat dengan bahan kimia seperti racun nipis dan agen pengukuhan untuk menghasilkan produk kertas.

Walaupun bahan pembungkusan baru yang terus dikembangkan sebagai hasil daripada perkembangan teknologi yang berbeza dalam bidang pembungkusan. Pembungkusan berasaskan kertas masih disukai hari ini dengan ciri semula jadi dan lestari. Walau bagaimanapun, kertas mempunyai sedikit sifat pelindung, dan produknya mungkin tidak mengandungi kelembapan. serta tidak dapat melindungi daripada gas. Untuk mengatasi masalah ini, kertas dilapisi dengan bahan yang berbeza mulai dari parafin hingga beberapa plastik dan aluminium khusus dan digunakan pada pembungkusan (Stewart, 2007).

Produk yang dibentuk dengan melapisi permukaan atas disebut kadbod bergelombang. Papan kadbod ini lebih disukai terutamanya dalam pembungkusan luar di sektor pembungkusan dan kadbod bergelombang, yang kebanyakannya digunakan dalam pembungkusan makanan yang diproses dengan buah-buahan dan sayur-sayuran segar, terutamanya minuman, kimia, tekstil, barang putih, barang coklat, produk tembakau. Ia memenuhi keperluan pembungkusan 25 sektor termasuk sektor pembinaan (Erdal, 2009).

Penggunaan kertas dan kadbod boleh didapati dalam semua kategori makanan. Antaranya adalah Produk makanan kering, bijirin, biskut, roti dan barang bakar, teh, kopi, gula, tepung, makanan kering, makanan dan minuman cair iaitu minuman jus, susu dan produk tenusu, coklat dan gula-gula dan makanan segera (M.J. Kirwan, 2003).



Gambar 2.3.9: Pembungkusan Kertas

2.3.3 Fungsi Pembungkusan

Fungsi asas pembungkusan makanan adalah untuk mengenal pasti produk dan memastikan produk itu selamat melalui sistem pengedaran kepada pengguna. Pembungkusan merangkumi keselamatan sesuatu produk. Pembungkusan sentiasa memastikan isi kandungannya berada dalam keadaan yang menarik dan baik. Pembungkusan dapat mengelakkan produk bocor atau pecah, dan melindunginya daripada kemungkinan pencemaran.

Pembungkusan produk bukan sahaja melindungi produk malah ia juga mempunyai fungsi lain. Pembungkusan berfungsi sebagai menyampaikan produk kepada pengguna dengan cara yang sihat, melindungi produk daripada pencemaran. Pembungkusan harus memberikan kemudahan semasa pengendalian produk, pengangkutan, pengedaran dan

pemasaran. Ukuran, bentuk dan berat pembungkusan harus dipertimbangkan ketika memilih pembungkusan terutama pada produk makanan.

Pembungkusan berfungsi dalam iklan dan pemasaran. Pembungkusan harus memberikan promosi dan maklumat yang diperlukan agar produk dapat digunakan dengan betul dan menarik perhatian (Erdal, 2009). Fungsi pembungkusan telah dikelaskan secara berbeza dalam pelbagai sumber. Fungsi pembungkusan diterima dalam literatur dalam bentuk fungsi asas dan fungsi kuadratik. Pembungkusan berfungsi sebagai penyimpanan. Pembungkusan dapat meletakkan barangan di dalamnya. Pembungkusan juga turut memberi kemudahan seperti membiarkan pengguna memanaskan semula makanan yang terkandung dalam ketuhar gelombang mikro.

Fungsi pembungkusan berdasarkan pada reka bentuk yang baik serta pelanggan dapat mengetahui produk tersebut dengan lebih lanjut. Reka bentuk pembungkusan yang mempunyai fungsi yang banyak dapat menarik perhatian pengguna untuk membeli produk tersebut. Pembungkusan mengandungi informasi-informasi yang penting berkaitan tentang visual dan ilustrasi, isi kandungan, tarikh luput, barkod, kuantiti, jaminan dan sebagainya. Tambahan pula, pembungkusan dapat menyatukan maklumat penting mengenai produk makanan yang terkandung dan kandungan nutriennya dan untuk memberi arahan pelekat. Sekiranya dalam pembungkusan terdapat kekurangan maklumat menyebabkan pelanggan akan beralih kepada produk lain untuk membelinya. Hal ini menunjukkan bahawa fungsi iklan sangat penting dalam pembungkusan produk.

Pembungkusan berfungsi sebagai bahan periklanan. Tujuan pengeluar untuk mengiklankan pada pembungkusan adalah untuk meningkatkan minat pengguna terhadap produk. Menurut Steward, ia menunjukkan bahawa pengguna membeli produk tertentu tanpa prejudis. Pembungkusan memainkan peranan penting dalam memprovokasi

keinginan ini. Setiap warna yang terdapat pada pembungkusan dapat menarik kumpulan pengguna tertentu. Warna, penggunaan grafik, teks dan gambar yang akan diletakkan pada pembungkusan adalah unsur iklan. Sebaliknya, hakikat bahawa pembungkusan itu mudah alih iaitu mudah dibuka dan ditutup juga mengiklankan dirinya dan produk di dalamnya. Hal ini membuktikan bahawa pengguna akan lebih suka produk yang terkenal dan bertahan di pasaran.

Pada masa kini, pengeluar perlu mengeluarkan pembungkusan yang menarik dan mengandungi iklan yang efektif supaya dapat menyakinkan pengguna terhadap produk tersebut. Pembungkusan produk melindungi, mempromosikan, memberi maklumat, menarik perhatian dan mengiklankan produk. Oleh itu, antara jenama pesaing akan direka pembungkusan sesuai dengan elemen dan prinsip reka bentuk grafik, dengan warna, ilustrasi, tipografi, imej dan bahan jenama. Reka bentuk grafik, sebagai alat pengiklanan yang berkesan, mempunyai kesan terhadap tingkah laku pembelian dan penggunaan pengguna. (Lurus, 2012). Menurut pandangan Palyakova (2013) dan Mohebi (2014) reka bentuk pembungkusan seperti grafik, warna, dan maklumat produk sangat penting untuk mempromosikan produk tersebut. Seseengah pengeluar mengeluarkan pembungkusan yang tidak berkualiti, informasi yang tidak lengkap, reka grafik yang tidak menarik dan kaedah pembungkusan yang kurang sesuai. (Ahmad Zaki 2011; Anon. 2014, 2018).

Pembungkusan juga turut memberikan fungsi perlindungan. Peningkatan dalam pembungkusan dapat ditingkatkan kemudahan pengangkutan dan perlindungan selari dengan produk, kerana produk harus sampai kepada penggunaanya dalam keadaan yang selamat dan berkualiti tinggi yang dirancang dengan sesuai. (Erdal, 2009). Pembungkusan produk dapat melindungi sumber daya dunia dengan mencegah kerosakan dan pembaziran. Peranan utama pembungkusan adalah melindungi, mengawet makanan

dan memberi maklumat kepada pengguna. Oleh itu, sisa makanan dapat diminimumkan dan kesihatan pengguna dilindungi.

Fungsi perlindungan pembungkusan merangkumi fungsi perlindungan fizikal produk seperti hentaman, pembasahan, kerosakan di satu pihak, serta fungsi perlindungan kimia seperti tidak merosakkan kualiti produk, contohnya, masam, kemerosotan, reput, dan lain-lain. (Çakıcı, 1987).

Pembungkusan harus memberikan komunikasi antara pengguna dan produk, serta melindungi, menyimpan dan membungkus produk. Menurut penyelidikan Kocamanlar, 73% pengguna memutuskan produk yang akan mereka beli pada saat membeli produk hanya dalam 7 saat. Apabila ini diambil kira, dapat difahami bahawa pembungkusan, yang disebut penjual rak secara senyap, adalah alat maklumat penting (Kocamanlar, 2009). Dengan ini mewujudkan komunikasi antara pengguna dan pembungkusan produk melalui fungsi pengambilan maklumat pembungkusan.

Pembungkusan produk mempunyai tempat yang signifikan di pasaran sebagai alat pemasaran. Hal ini menyebabkan pembungkusan memberikan komunikasi dengan pengguna, selain fungsinya melindungi produk dan memberikan kemudahan. Dalam konteks ini, tidak ada perbezaan antara pembungkusan dan jenama. Pembungkusan juga dimaklumkan dengan kaedah pelabelan. Pelabelan pembungkusan dilakukan dengan melekatkan di atas pembungkusan. Antara maklumat yang terdapat pada label pembungkusan adalah nama dan logo produk, alamat pengeluar, bahan produk, tarikh luput produk, dan berat atau bilangan produk

2.3.4 Gabungan Ilustrasi dalam Pembungkusan

Ilustrasi ditakrifkan sebagai cabang seni yang dapat diakses dan dimanfaatkan oleh semua orang. Hubungan antara lukisan dan orang yang melihatnya berkembang seiring dengan kehidupan mereka. Ilustrasi dapat mewujudkan hubungan emosi antara orang yang melihatnya dan detik-detik dalam kehidupan mereka. Walau bagaimanapun, seniman sering tidak memahami asas intelektual gambar yang mereka pilih. Sebaliknya mereka secara naluri mengetahui bahawa ia akan berfungsi dengan memilih gambar tertentu dan menggambarkan mesej yang betul.

Menurut Zeegen, ilustrasi berperanan sebagai latar belakang visual setiap individu mempengaruhi bagaimana dia bereaksi terhadap gambar tersebut. Walau bagaimanapun, semiotik, sains mentafsirkan bahawa gambar dan tulisan dapat membantu untuk memahami minda masyarakat terhadap gambar. Dalam ilustrasi, tanda-tanda akan digunakan sebagai ikon dan simbol dalam gambar. Ikon adalah garis yang menyerupai objek yang diwakilinya. Manakala simbol adalah visual yang mengungkapkan sesuatu yang lain melalui hubungan, hubungan atau peraturan (Zeegen, 2009). Perkara penting dalam reka bentuk pembungkusan adalah membuat produk diperhatikan oleh pembeli sasaran. Ilustrasi yang berkesan adalah salah satu kunci yang dapat memainkan peranan aktif dalam penjualan produk (Ceylan, Eliri, 2014).

Penggunaan ilustrasi dalam rekabentuk pembungkusan dapat menarik perhatian lebih kepada sesuatu produk. Ilustrasi mempunyai prestasi rekabentuk visual yang lebih biasa dan membuat orang itu merasa lebih dekat. Perasaan gembira senang merangsang perasaan membeli, yang membawa kepada pembelian yang lebih hedonik. Teknik ekspresi dan media lukisan yang berlainan pada bungkusan dapat menyatakan ciri-ciri karya yang berbeza dan membolehkan pengguna mempunyai perasaan yang berbeza.

Ilustrasi mempengaruhi rasa dan nilai barang pengguna. Dengan teknik ekspresi dan media lukisan, ilustrasi adalah salah satu faktor terpenting yang mempengaruhi rasa pembelian pengguna. Ilustrasi menerangkan dan menyajikan dengan jelas dan dapat difahami pemikiran atau idea yang tidak dapat dilihat yang digambarkan oleh media visual konkrit, dan bukan sekadar grafik yang menerangkan unsur tersebut, tetapi gambar yang bertujuan untuk menghiasi susun atur.

Salah satu tujuan pereka pembungkusan adalah memberi kesan terhadap pembelian produk. Pada ketika ini, peranan ilustrasi yang digunakan dalam pembungkusan sangat penting. Perkara penting dalam rekabentuk pembungkusan ilustrasi adalah membuat produk diperhatikan oleh pengguna. Ilustrasi yang berkesan adalah salah satu kunci yang dapat memainkan peranan aktif dalam penjualan produk (Ceylan, Eliri, 2014).

2.3.5 Gabungan Gambar dalam Pembungkusan

Gambar menjadi penting di mana teks tidak dapat difahami oleh pengguna. Rekabentuk grafik dan ilustrasi pada pembungkusan dapat menjual produk. Pembungkusan menyajikan maklumat pakej produk dan juga berfungsi untuk menarik perhatian. Kajian mengenai penggunaan rekabentuk grafik membantu pereka pada pembungkusan makanan dan minuman memilih bentuk untuk visual pada pembungkusan. Iklan, yang merupakan gambar yang disajikan sendiri, berjaya berkomunikasi dengan pengguna. Dalam pembungkusan, gambar adalah elemen penting untuk meyakinkan pelanggan (Pensasitorn, 2015).

Gambar terbahagi kepada dua cabang utama iaitu gambar dan lukisan (Meyers dan Lubliner 1998). Lukisan ini digunakan pada bungkusan makanan dan pakaian. Fotografi menjadikan makanan menyelerakan atau membuat gambar makanan mudah difahami oleh pengguna. Menurut Meyers dan Lubliner (1998), terdapat empat kumpulan dalam pembungkusan berdasarkan gambar. Antaranya ialah pembungkusan yang bergambar, pembungkusan yang mempunyai ilustrasi, pembungkusan yang mempunyai gambar dan ilustrasi dan pembungkusan yang tidak mengandungi gambar dan ilustrasi.



Gambar 2.3.9: Pembungkusan yang bergambar



Gambar 2.3.10: Pembungkusan yang mengandungi ilustrasi

UNIVERSITI
MALAYSIA
KELANTAN



Gambar 2.3.11: Pembungkusan yang terdapat gambar dan ilustrasi



Gambar 2.3.12: pembungkusan yang tidak mengandungi gambar dan ilustrasi.

Menurut pandangan Pensasitorn, (2015), dalam pembungkusan produk terdapat 11 kaedah untuk menunjukkan gambar. Antaranya ialah

1. Gambar hanya menunjukkan produk
2. Gambar menunjukkan kelebihan produk
3. Gambar menunjukkan selepas penggunaan produk
4. Menggunakan mascot
5. Gambar menunjukkan daya tarikan emosi produk
6. Membuka tettingkap pada pembungkusan untuk menunjukkan kandungan produk
7. Gambar yang menunjukkan nama produk, tanda dagang dan nama jenama
8. Gambar menunjukkan hasilnya apabila produk digunakan
9. Menggunakan orang terkenal sebagai wajah jenama
10. Menggunakan corak hiasan pada pembungkusan
11. Gambar menunjukkan identiti jenama



1



2



3



4



5



6



7



8



9



10



11

Gambar 2.3.13: Gambar-gambar ini menunjukkan kaedah pembungkusan bergambar

Sesuatu gambar dalam pembungkusan makanan memberikan kesan warna yang dinamik dan menyelerakan. Ilustrasi yang menunjukkan produk apabila dibuat dengan imaginasi pereka yang luas, bahasa seni asli dan ekspresi yang kuat, ia menjadikan pembungkusan lebih berkualiti (Düz, 2012). Teknik ekspresi, media lukisan dan penyederhanaan ilustrasi sangat berkesan untuk dinikmati oleh pelanggan. Pembungkusan adalah gambaran menyeluruh mengenai konsep jenama, ciri produk, psikologi pengguna. Ini mempunyai kesan langsung pada pembelian pengguna. Tujuan pembungkusan bergambar adalah untuk membuat daya tarik yang kuat. Komunikasi visual dalam meneliti proses visual dari sudut visual proses aliran maklumat reka bentuk orang adalah model kognitif berdasarkan kebiasaan mental dan fizikal orang.

Rekabentuk pembungkusan produk dapat meningkatkan permintaan pengguna secara visual yang sangat baik telah menjadi tujuan utama untuk rekabentuk pembungkusan moden (Qing, Kai, Chen, 2012) Selain kualiti dan kegunaan produk, pengguna juga harus memperhatikan rekabentuk pembungkusan produk ketika membeli barang. Gambar sebagai "media lukisan" berkesan dalam menyampaikan mesej. Persekitaran lukisan yang berbeza membuat orang merasakan emosi yang berbeza (W.Y. Wang, Chun Chen, 2007).

Gambar-gambar yang mempunyai ilustrasi dalam pembungkusan dapat memberikan emosi yang berbeza. Hal ini dapat mewujudkan ruang komunikasi yang menghadirkan realiti dengan mengubahnya. Ilustrasi yang direka pada pembungkusan boleh dianggap sebagai petunjuk produk. Hal ini demikian, pelanggan selalu menggunakan produk yang tidak diketahui pada bungkusannya. Malah pengguna akan membeli berdasarkan ilustrasi atau gambar. Produk dalam industri makanan terdapat ilustrasi pada pembungkusan sebagai pengantar, terutama yang menjadi sasaran kanak-kanak. Pengeluar tidak

menunjukkan kandungan produk. Malah mereka menggunakan ilustrasi sebagai produk perantaraan dalam pembungkusan.

2.3.6 Konsep Keberkesanan Pembungkusan Lestari

konsep kelestarian difokuskan pada pencegahan masalah persekitaran yang timbul selari dengan perkembangan ekonomi dan teknologi dan melindungi ekosistem. Konsep kelestarian pertama dikenalkan dalam Piagam Alam Dunia yang diadopsi pada tahun 1982 oleh Kesatuan Dunia untuk Pemuliharaan Alam (IUCN). Oleh itu, diramalkan bahawa ekosistem, organisma, darat, laut, dan sumber daya atmosfera yang dimanfaatkan oleh manusia harus diuruskan dengan cara yang dapat mencapai kelestarian yang optimum. Hal ini harus dilakukan dengan cara yang tidak membahayakan integritas ekosistem dan spesies (Karakurut, 2009).

Tujuan utama pembungkusan dalam Industri pembungkusan adalah penggunaan kreativiti untuk menjimatkan tenaga dan bahan mentah serta mengurangkan sisa tanpa membahayakan alam dan pengguna. Hari ini, kelestarian produk baru, dan terutama pembungkusannya, adalah antara parameter asas yang berlaku dalam reka bentuk, pengeluaran dan promosi produk baru. Eksekutif perdagangan runcit percaya bahawa tuntutan produk untuk kelestarian atau keramahan alam sekitar mempengaruhi pilihan pelanggan rata-rata.

Pembungkusan lestari adalah salah satu penambahan pembungkusan yang agak baru kepada faktor persekitaran dan memerlukan analisis dan dokumentasi mengenai reka bentuk pembungkusan, pemilihan bahan, pemprosesan dan kitaran hidup. Pembungkusan lestari bukan hanya langkah hijau yang diambil kira oleh banyak perniagaan dan syarikat dalam beberapa tahun kebelakangan. Syarikat melaksanakan langkah-langkah mesra

alam ini supaya mengurangkan pelepasan karbon, menggunakan bahan kitar semula, dan menggunakan semula komponen pembungkusan. (Amcorcom, 2014).

Pembungkusan lestari adalah penggunaan pembungkusan yang membawa kepada peningkatan kestabilan, dan ini terdiri daripada penilaian kitaran hidup dan pengurangan kesan terhadap alam sekitar. Tujuannya adalah untuk menyediakan penggunaan jangka panjang, untuk meningkatkan kualiti hidup manusia dan meningkatkan umur ekosistem semula jadi. Dalam pembungkusan lestari ini tidak menggunakan bahan yang berbahaya dan beracun untuk persekitaran manusia dan semula jadi. Pembungkusan lestari ini bermanfaat, selamat dan sihat untuk individu dan masyarakat sepanjang kitaran hidupnya. Pembungkusan mesra alam ini dapat mengurangkan pencemaran pembungkusan global.

2.4 Elemen-Elemen Penting Merekabentuk Pembungkusan

Pembungkusan merupakan sangat penting bagi jenama untuk mengekspresikan dirinya. Ia juga akan menyampaikan maklumat mengenai jenama dan bahan kepada pengguna dengan ciri struktur yang berbeza seperti penampilan kemasan dan bahan yang digunakan. Unsur-unsur material pembungkusan memastikan bahawa pembungkusan dapat memiliki identiti di pasaran. Hal ini menyebabkan perbezaan persepsi timbul bergantung pada ciri asas. Ciri-ciri yang perlu ada pada rekabentuk permukaan pembungkusan adalah jenama, logo, pilihan warna, bar kod, cara pembuangan, keperluan teks, slogan, tanda harga, amaran bahaya, nama produk, isi kandungan, cara membuka, petunjuk kecemasan, informasi alam sekitar, nama syarikat, tanda keselamatan, cara penggunaan dan tanda halal.

Elemen asas reka bentuk pembungkusan, nama, bentuk, warna, tipografi, bahan, dan maklumat produk. Elemen reka bentuk pembungkusan yang lain, seperti angka, watak, bentuk, skala, perkadaran, juga sangat penting dalam pembungkusan. Elemen reka bentuk adalah gambaran dalam fikiran pengguna. Elemen-elemen ini juga dapat membantu jenama membuat dan berkomunikasi dengan pengguna. Surat dan teknik grafik yang memaparkan perkataan menghasilkan kesan yang berbeza (Vyas, 2015).

Dalam reka bentuk pembungkusan, perkara pertama yang terlintas dalam fikiran pengguna adalah grafik dan saiz rekabentuk. Pengguna harus mempertimbangkan bentuk pakej, jenama, warna, perkataan, dan gaya grafik. Satu-satunya kunci yang kuat untuk pemasaran, menjadikan pembungkusan sebagai alat penjualan yang kuat dan memperoleh kelebihan dalam pertandingan.

2.4.1 Tipografi

Dalam setiap imej visual, medium penyampaian maklumat, difokus kepada tulisan yang menarik minat pengguna untuk membaca dan membeli. Merujuk kepada setiap medium untuk pereka seni grafik dalam menyampaikan maklumat. Sekiranya medium itu besar dan tulisan adalah objek utama maka setiap maklumat utama perlu di tekankan dan diutamakan kerana pernyataan tersebut berkelihatan lebih jelas berbanding yang lain. Namun jika tulisan hanya sampingan maka ianya tidak perlu terlalu menonjol sehingga ianya mengganggu penglihatan dan konsentrasi pembaca. Di Dalam projek kajian pengkaji ini, elemen tipografi adalah sangat penting kerana tipografi yang menarik dapat pengguna tertarik dengan produknya tersebut.

2.4.2 Visual atau Imej

Teknik memvisualkan suatu gambar atau imej menjadikan sebagai penyampaian maklumat dalam sesuatu produk. Penyusunan suatu imej atau gambar dalam sesuatu pembungkusan adalah suatu cabaran yang sangat besar. Untuk skop kajian yang pengkaji pilih ini juga suatu cabaran yang cukup besar. Teknik mengilustrasikan pembungkusan ini perlulah memiliki dorongan dan tunjuk ajar dari golongan professional untuk memastikan setiap unit imej dan visual yang dilaksanakan tidak membawa makna yang berlainan. Kaedah ini juga bertujuan untuk mengelakkan pengguna hilang minat untuk membeli produknya. Hal ini menunjukkan bahawa penggunaan teknik visual dan imej dalam pembungkusan dapat membantu merangsang minda agar lebih fokus dan dapat mengingat setiap input penting dalam tempoh yang singkat.

2.4.3 Rekabentuk dan Letak

Selain gambar, antara elemen penting yang perlu diutamakan dalam skop penghasilan ini adalah rekabentuk dan letak. Ianya merujuk kepada aspek penggunaan warna, petak, garis tepi kerawang, saiz tulisan, tanda pengenalan dalam sesuatu iklan cetak dan sebagainya. Hari ini dapat dilihat bahawa kemajuan teknologi telah memudahkan skop kerja dan pengurusan di mana terciptanya system Macintosh ataupun PC (Windows). Selain itu, wujud juga perisian lain yang memberikan penawaran hebat dalam memudahkan kerja dalam skop rekabentuk dan letak seperti Adobe Page Maker, Illustrator, Photoshop, Quark Xpress dan sebagainya.

Setiap perisian ini telah memudahkan dan mempercepat penghasilan penerbitan istilah DTP (Desktop Publishing) sudah tidak asing lagi dalam dunia pereka grafik untuk menguruskan sesebuah penghasilan penerbitan dan percetakan. Penulisan itu dikatakan bukan penghasilan yang baik sekiranya pembaca tidak dapat memahami mesej itu dengan baik. Oleh itu, setiap penulis perlu memastikan bahawa penulisan mereka itu telah menyampaikan mesej dan maklumat dalam bentuk yang diminati dan mudah difahami.

Antara elemen-elemen penting dalam dalam rekabentuk dan letak adalah seperti berikut:

A. Nama Produk

Kebanyakan usahawan yang berjaya menganggap nama produk adalah unsur penting di dalam setiap pembungkusan. Tujuan utama adalah untuk mengenali sesuatu produk melalui nama kerana ianya adalah himpunan segala isi kandungan dalam bentuk yang paling mudah. Mesej keseluruhan biasanya digambarkan melalui nama. Kemudian ianya membawa pengguna kepada bacaan seterusnya iaitu isi kandungan kenyataan tersebut.

B. Warna

Menurut pendapat Siti Zaleh Mohammad (2012) dalam kajiannya menyatakan bahawa warna adalah hasil kepanjangan gelombang cahaya yang berbeza. Warna dapat menggambarkan jenama. Jenama industri yang terkenal mempunyai warna yang serupa (Akgün, 2013). Warna adalah sumber maklumat penting. Warna memberikan sifat pemikiran dan perasaan kepada pengguna. Ia juga memberikan kesan yang besar dan kuat terhadap tingkah laku mereka (Mohebbi, 2014).

Warna mempengaruhi keputusan pengguna dalam proses pembelian. Di dunia sekarang ini, banyak orang memutuskan apa yang hendak dibeli ketika mempertimbangkan reka bentuk pembungkusan dan dengan melihat warnanya. Hal ini mendapatkan kelebihan daya saing di pasaran yang kompetitif. (Vyas, 2015). Sebenarnya, daya tarikan yang diperoleh melalui warna memainkan peranan penting dalam pemilihan jenama dalam pemasaran.

C. Logo

Tujuan logo adalah untuk menggambarkan maklumat atau mesej dalam reka bentuk dengan susunan penulisan yang berkesan dan estetik (Düz, 2012). Dalam logo terdapat lebih penggunaan tipografi. Logo adalah simbol yang mempunyai ciri-ciri jenama atau lambang pengenalan. Tujuan dalam tipografi logo berformat watak dan identiti jenama dengan betul kepada pelanggan sebelum mudah dibaca. Teks pengenalan dan nama jenama serta logo jelas berbeza antara satu sama lain. Font terbesar pada bungkusan mestilah milik huruf jenama. Font kecil adalah pesanan jenama, identiti produk, tarikh pengeluaran dan tarikh luput produk, nilai pemakanan produk, Ia mestilah dalam bentuk maklumat deskriptif dan maklumat hubungan mengenai produk (Erdal, 2009).

Dalam reka bentuk pembungkusan, elemen logo lebih dominan daripada elemen lain kerana ia adalah identiti produk dan untuk ini ia mesti dikenali pada pandangan pertama dan tetap dalam fikiran penonton. Di samping itu, pembungkusan dengan logo di atasnya memenuhi tugas untuk mencerminkan ciri produk dan memberikan maklumat mengenai produk tersebut. Identiti logo yang dibuat dengan gaya yang unik tetap ada di fikiran dan pendapat pelanggan.

2.5 Pelaksanaan Kajian

Setiap hasil kerja yang telah siap bersesuaian dengan tajuk iaitu merekabentuk pembungkusan kuih kapit. Pengkaji akan mengambil inisiatif untuk menghasilkan pembungkusan baharu yang mengandungi elemen-elemen grafik. Hal ini memudahkan usahawan peniaga mikro untuk menjadikan sumber rujukan. Selain itu, kesempatan ini juga boleh diambil oleh penyelidik lain untuk menjadikan sumber tambahan dalam kajian mereka.

Teknik penciptaan pembungkusan baharu juga adalah sebagai langkah berjaga-jaga bagi pengkaji menggabungkan setiap elemen-elemen grafik diterjemahkan dalam bentuk ilustrasi. Bahan ini juga boleh dijadikan sumber rujukan usahawan mikro, penyelidik lain, dan masyarakat yang mementingkan ilmu tentang pembungkusan produk makanan.

2.6 KONSEP

2.6.1 Pembungkusan Kuih Kapit

Pemilihan skop kajian untuk teknik akhir penghasilan projek adalah menghasilkan semula rekabentuk pembungkusan produk makanan kuih kapit. Pemilihan ini bertujuan menjadikan golongan usahawan mikro mendapat lebih idea dalam pembungkusan. Mereka akan mengetahui menghasilkan pembungkusan yang menarik. Mereka juga akan memahami kepentingan pembungkusan dalam perniagaan. Dengan penghasilan pembungkusan yang menarik dan unik dapat meningkatkan jualan perniagaan mereka.

Pemilihan ini juga berdasarkan peratusan yang tinggi pada masyarakat yang minat makan kuih kapit. Pengkaji mengetahui bahawa kebanyakan pembungkusan kuih kapit tidak mempunyai maklumat penting dan pembungkusan yang kurang menarik. Namun ianya menjejaskan pendapatan usahawan perniagaan mikro. Selain itu, pengkaji juga mengambil inisiatif baru dalam menghasilkan pembungkusan kuih kapit yang unik dan menarik untuk usahawan mikro.

2.6.2 Poster

Penghasilan produk akhir ini adalah mengikut peredaran masa yang mana kini penyampaian maklumat lebih tertumpu melalui poster. Maka pengkaji mengambil inisiatif untuk mewujudkan konsep yang baru dalam penghasilan produk akhir kajian bagi menjawab persoalan dan memenuhi objektif kajian.

2.7 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. Penggunaan elemen-elemen yang grafik adalah sangat sesuai untuk diaplikasikan di dalam kajian ini kerana ianya adalah fokus terhadap golongan peniaga. Kaedah penyampaian dan perkongsian ilmu yang lebih santai dan menyeronokkan lebih merangsang minda golongan muda untuk terus menuntut ilmu dan mencintainya serta mudah untuk diingati dan diaplikasikan dalam kehidupan seharian.

BAB 3

METODOLOGI PENYELIDIKAN

3.1 Pengenalan

Di dalam bab ini pengkaji akan menerangkan kaedah yang akan digunakan semasa menjalankan kajian yang meliputi beberapa proses pengumpulan maklumat dan data kajian bagi mencapai objektif yang telah dibincangkan di dalam bab 1. Data-data ini kemudian diolah dan diubah kepada bentuk maklumat yang mudah difahami. Bab ini akan menjelaskan tentang metodologi penyelidikan yang digunakan pengkaji sepanjang kajian ini dilakukan.

3.2 Kaedah Penyelidikan

Dalam proses dapatan kajian ini, pengkaji telah menggunakan beberapa kaedah penyelidikan agar proses dapatan kajian ini tepat berdasarkan sumber kajian yang dipilih melalui kaedah berikut:



Jadual2: Kaedah Penyelidikan

3.2.1 Rekabentuk Kajian

Kajian ini merupakan kajian yang menggunakan kaedah kuantitatif dan kualitatif. Rekabentuk kajian ini dipilih atas dasar kesesuaian dan menepati skop kajian penyelidikan yang dilakukan bagi menerokai teknik alternatif yang boleh digunakan bagi usaha menaiktaraf kaedah penyampaian maklumat kepada pengguna di Sungai Petani sekaligus membolehkan pengkaji untuk memahami secara mendalam tentang kajian yang di jalankan berdasarkan maklumat yang dikumpulkan.

3.2.2 Peserta

Persampelan bermaksud pemilihan kumpulan yang akan di jadikan bahan sumber utama untuk dapatan maklumat untuk kajian yang dilakukan oleh pengkaji. Di dalam kajian ini pengkaji telah mengecilkan skop dengan mengambil pembeli produk kuih kapit di sekitar sungai petani sebagai sampel kajian. Pemilihan kawasan berikut adalah berdasarkan jarak yang dekat dengan pusat kajian dilakukan serta kaedah ini juga menjurus kepada pengurangan kos, tenaga, dan masa penyelidikan dilakukan. Ianya memudahkan proses pengumpulan maklumat daripada sebahagian individu berbanding keseluruhan populasi.

3.2.3 Pemilihan Lokasi Kajian

Di dalam kajian ini, pengkaji memilih lokasi kedai kuih tradisional di sungai petani sebagai lokasi kaji selidik. Kawasan kajian ini dipilih adalah kerana menilai kesesuaian dan keberkesanan teknik pembungkusan kuih kapit yang sedia ada dan selepas kajian dilakukan. Tinjauan pengkaji ke lokasi kajian di jalankan adalah merupakan satu bentuk pengutipan data yang telah di rancang bagi tujuan meramal, membuat pemerhatian dan menganalisis hubungan antara pembolehubah-pembolehubah dalam kajian.

3.2.4 Pemerhatian /Tinjauan

Pengkaji turut melakukan pemerhatian secara keseluruhan terhadap permasalahan kajian yang dijalankan berdasarkan isu-isu semasa dalam perniagaan. Kadar peningkatan masalah pembungkusan produk makanan dalam usahawan-usahawan perniagaan kecil sangat membimbangkan. Permasalahan ini tidak asing lagi dalam dada akhbar saban hari. Pada 24 Disember 2015 kementerian kesihatan telah menyatakan bahawa pembungkusan surat khabar membahayakan kesihatan masyarakat. Tinjauan dilakukan secara rawak di kawasan sekitar Sungai Petani.

3.2.5 Dokumentasi

Kaedah dokumentasi di buat bagi memenuhi bahan kajian seperti maklumat daripada pembacaan jurnal, artikel, buku, internet serta surat khabar yang berkaitan dengan kajian supaya dapat membantu kajian mencapai objektif dan sasaran. Bahan-bahan dan maklumat daripada dokumentasi ini adalah bertujuan sebagai salah satu kaedah mendapatkan sumber inspirasi atau idea yang berkait rapat dalam membantu meningkatkan keberkesanan kajian.

3.2.6 Soal Selidik

Borang kajian soal selidik dilakukan oleh pengkaji melalui kaedah online di media internet bertujuan mengumpul data dan analisis pendapat masyarakat setempat dari Sungai Petani bagi memastikan kajian yang sedang dilakukan ini berkesan dan mendapat sokongan dari masyarakat Kedah. Kajian juga terbuka kepada pelajar dan juga orang awam yang memiliki anak mahupun warga pendidik di sekolah yang berlainan di kawasan kajian. Pengkaji menggunakan kaedah ini untuk mengkaji objektif pertama iaitu mengenalpasti penilaian tahap penerimaan pembungkusan produk makanan kuih kapit

dan objektif kedua iaitu mengkaji elemen atau konsep rekabentuk pembungkusan yang sesuai untuk memperkenalkan pembungkusan produk makanan kuih kapit. Pengkaji mengkaji 80 responden untuk mendapatkan maklumat berkaitan dengan objektif kajian.

3.2.7 Analisis Data

Setelah semua maklumat berjaya dikumpulkan melalui kaedah kualitatif dan kuantitatif, data akan dianalisis dengan relevan dan sistematik. Analisis kajian akan dilakukan sebelum dan selepas rekaan baru dihasilkan bagi menjawab persoalan dan permasalahan kajian. Kesemua data yang diperolehi akan membantu dalam proses pembangunan mereka bentuk pembungkusan kuih kapit. Pengkaji menggunakan software Excel untuk mengkaji data yang dikumpulkan.

3.3 Prosedur Pengumpulan Data

Proses pengumpulan data akan dilakukan melalui responden penemu bual secara hardcopy berserta borang soal selidik yang dilakukan secara online melalui khidmat dan aplikasi Google Form.

3.4 Prosedur Analisis Data

Setiap data yang telah dikumpulkan akan dianalisis mengikut pembahagian tersebut.

- I. Jumlah responden mengikut kumpulan iaitu jantina, umur, bangsa, dan pekerjaan.
- II. Peratusan yang boleh memahami terjemahan dengan baik.

- III. Peratusan bersetuju untuk konsep rekabentuk pembungkusan produk makanan kuih kapit yang baru dihasilkan oleh pengkaji.
- IV. Peratusan bersetuju untuk konsep rekabentuk pembungkusan yang sesuai untuk produk makanan kuih kapit.

3.5 Jenis Peserta

Dalam konteks ini, pengkaji membuat kajian secara online. Pengkaji telah memilih golongan masyarakat umum atau orang awam, golongan professional dan golongan pelajar melalui kaedah online aplikasi Google Form.

3.6 Kaedah Penilaian

Kaedah penilaian ini akan dilakukan dalam bentuk rajah dan graf bagi menampakkan kadar peratusan dengan jelas dan keputusan yang tepat. Setiap responden yang menjawab borang soal selidik akan di selaraskan jawapan mengikut jenis soalan untuk mengetahui jumlah peratusan bagi setiap satu soalan.

3.7 Kesimpulan

Berdasarkan kajian selidik yang telah dirangka, pengkaji akan dapat mengetahui jumlah peratusan dan konsep pembungkusan ini dalam mencapai objektif kajian. Pengkaji juga dapat meneliti persamaan dalam kajian ini diantara kajian pengkaji dan hasil penyelidikan kajian sebelum ini. Kaedah ini juga bagi mendapatkan respond kefahaman masyarakat umum terhadap pembungkusan kuih kapit. Dapatan kajian ini juga akan membantu pengkaji dalam mendapatkan idea untuk menghasilkan produk akhir mengikut kriteria terbaik untuk mencapai objektif kajian yang dinyatakan.

BAB 4

ANALISIS DATA DAN PEMBANGUNAN PRODUK

4.1 Pendahuluan

Dalam bab ini pengkaji akan membincangkan tentang analisi data berdasarkan hasil dapatan kajian yang diperoleh berdasarkan borang soal selidik. Borang soal selidik tersebut telah pun diedarkan oleh pengkaji bertujuan untuk proses analisis data. Pemilihan soalan berdasarkan perbincangan masalah terhadap kajian ini dan membantu untuk menyokong kajian yang dilakukan ini. Disamping itu, perbincangan mengenai pembangunan produk juga akan dinyatakan secara terperinci di dalam bab ini mengikut turutan proses yang dilakukan bermula dengan proses analisis, mencari bahan rujukan, konsep visual dan rekabentuk produk akhir. Data akhir yang diperolehi akan membantu pengkaji untuk proses merancang semula pembungkusan yang lebih sesuai untuk kuih kapit terutamanya berkaitan dengan elemen reka bentuk grafik.

4.2 Analisis Data

Melalui proses pengumpulan data yang telah dilakukan pengkaji, sebanyak 80 responden telah menjawab borang soal selidik pada fasa pertama pembangunan produk. Didalam analisis tersebut terdapat peratusan yang telah dinyatakan oleh pengkaji berdasarkan jawapan yang telah diberikan oleh responden dalam data tersebut bagi membantu kajian ini dijalankan.

4.2.1 Analisis Dapatan Kajian

Jadual 3 menunjukkan demografi dapatan kajian yang diperolehi berdasarkan borang yang dijawab oleh responden. Borang soal selidik tersebut terbahagi kepada 3 bahagian iaitu latar belakang responden, pendapat umum responden berkenaan penilaian tahap

penerimaan pembungkusan dan mengkaji elemen dan konsep rekabentuk pembungkusan yang sesuai untuk memperkenalkan pembungkusan produk makanan kapit.

i. Latar Belakang Responden

Latar belakang Responden		Kekerapan n=80	Peratusan (%)
Jantina	Lelaki	19	23.8
	Perempuan	61	76.2
Umur	16 tahun ke bawah	3	3.8
	17 tahun-29 tahun	54	67.5
	30 tahun-49 tahun	17	21.3
	50 tahun ke atas	6	7.5
Pekerjaan	Kerajaan	19	23.8
	Swasta	21	26.2
	Sendiri	12	15
	Belajar	28	35

Jadual 4.1: Demografi latar belakang responden

Berdasarkan dapatan analisis responden, seramai 61 orang responden terdiri daripada golongan perempuan dengan peratusan 76.2% manakala bakinya seramai 19 responden terdiri daripada golongan lelaki dengan peratusan 23.8%. Dalam data analisis responden ini, majoriti golongan berumur 17 tahun hingga 29 tahun dengan kadar peratusan 67.5% bersamaan dengan 54 responden. Manakala bakinya seramai 17 responden berada dalam lingkungan umur 30 tahun hingga 40 tahun dengan kadar peratusan 21.3%, seramai 6 responden adalah berumur 50 tahun keatas bersamaan dengan 7.5% dan seramai 3 responden berumur 16 tahun ke bawah dengan kadar peratusan 3.8%. Borang kaji selidik ini juga dijawab secara majoriti oleh golongan pelajar dan Mahasiswa dengan peratusan 35%. Dalam data analisis ini golongan yang berkerja sebagai penjawat awam yang menjawab adalah jumlah 19 orang responden dengan kadar peratusan 23.8% sahaja berbanding pekerja swasta dengan kadar 26.2% orang responden. Bakinya 12 responden adalah pekerja sendiri dengan kadar peratusan 15%.

ii. Pendapat Umum Responden Berkenaan Penilaian Tahap Penerimaan Pembungkusan

Titik	Skala Julat	Penjelasan
1	1.00 – 1.80	Sangat Tidak Setuju
2	1.81 – 2.60	Tidak Setuju
3	2.61 – 3.40	Tidak Pasti
4	3.41 – 4.20	Setuju
5	4.30 – 5.00	Sangat Setuju

Jadual 4.2 Pentafsiran Skala Likert Lima Titik

Pendapat umum berkenaan pembungkusan plastik lama produk		Sangat tidak Setuju	Tidak setuju	Tidak pasti	Setuju	Sangat setuju	Min	
1.	tidak dapat memberikan penampilan yang menarik	3.7% (3)	5% (4)	8.8% (7)	40% (32)	42.5% (34)	4.13	Setuju
2.	tidak dapat memberikan maklumat mengenai produk	2.5% (2)	7.5% (6)	10% (8)	42.5% (34)	37.5% (30)	4.05	Setuju
3.	kandungan dalam mudah pecah	0% -	2.5% (2)	7.5% (6)	51.2% (41)	38.8% (31)	4.26	Setuju
4.	Memberikan elemen grafik yang kurang menarik.	0% -	5% (4)	10% (8)	47.5% (38)	37.5% (30)	4.18	Setuju

5.	Tidak dapat memberikan kepuasan	2.5% (2)	6.3% (5)	18.8% (15)	35% (28)	37.5% (30)	4.00	Setuju
----	---------------------------------	-------------	-------------	---------------	-------------	---------------	------	--------

Jadual 4.3: pendapat umum berkenaan tahap penerimaan pembungkusan lama

Dalam data analisis ini, majoriti responden bersetuju bahawa pembungkusan plastik yang digunakan oleh PKS tidak dapat memberikan penampilan yang menarik kepada pembeli. Berdasarkan analisis soalan kedua, kebanyakan responden telah bersetuju seramai 64 bersamaan dengan kadar peratusan 80% dengan kenyataan pengkaji iaitu pembungkusan plastik tidak dapat memberikan maklumat mengenai produk. Menurut kajian ini, majoriti responden telah bersetuju bahawa pembungkusan plastik menyebabkan kandungan dalaman mudah pecah. Seramai 72 responden dengan kadar peratusan 90% bersetuju bahawa pembungkusan plastik ini menyebabkan kandungan kuih kapit mudah pecah. Dalam data analisis responden ini, majoriti responden dengan kadar peratusan 85% telah bersetuju dengan pernyataan pengkaji iaitu pembungkusan plastik yang digunakan oleh PKS terdapat penggunaan elemen grafik yang kurang menarik seperti tipografi warna rekabentuk atau letak dan sebagainya. Kebanyakan responden bersamaan dengan 58 responden bersetuju bahawa pembungkusan plastik tidak memberikan kepuasan kepada pembeli produk makanan kuih kapit. Secara keseluruhan responden memberikan jawapan bersetuju secara majoriti 90% untuk menambahbaik pembungkusan lama kuih kapit. Adapun yang tidak bersetuju minoriti 10% kerana pembungkusan lama memberikan penampilan yang menarik.

iii. Mengkaji elemen dan konsep rekabentuk pembungkusan yang sesuai

Elemen atau konsep rekabentuk pembungkusan yang sesuai		Sangat tidak Setuju	Tidak setuju	Tidak pasti	Setuju	Sangat setuju	Min	
1.	Elemen tipografi sangat penting dalam pembungkusan	1.2% (1)	1.2% (1)	6.3% (5)	48.8% (39)	42.5% (34)	4.30	Sangat Setuju
	Elemen visual atau imej sangat penting dalam pembungkusan	0% -	2.5% (2)	2.5% (2)	48.7% (39)	46.3% (37)	4.39	Sangat Setuju
	Elemen rekabentuk dan letak sangat penting dalam pembungkusan	0% -	3.7% (3)	5% (4)	46.3% (37)	45% (36)	4.33	Sangat Setuju
	Pembungkusan yang unik mampu menarik pembeli	0% -	1.2% (1)	7.5% (6)	35% (28)	56.3% (45)	4.46	Sangat Setuju
	Pembungkusan yang unik mampu meningkatkan jualan	1.2% (1)	0% -	11.3% (9)	40% (32)	47.5% (38)	4.33	Sangat Setuju
	Pembungkusan yang berkualiti tinggi mampu menjaga produk.	1.2% (1)	1.2% (1)	3.7% (3)	37.5% (30)	56.3% (45)	4.46	Sangat Setuju

Jadual 4.3: elemen atau konsep rekabentuk pembungkusan yang sesuai

Dalam data analisis ini, majoriti responden bersamaan dengan 73 responden dengan kadar peratusan 91.3% sangat bersetuju bahawa elemen tipografi sangat penting dalam pembungkusan yang baru untuk produk makanan kuih kapit. Berdasarkan analisis soalan kedua, kebanyakan responden telah bersetuju seramai 76 bersamaan dengan kadar peratusan 95% dengan kenyataan pengkaji iaitu elemen visual atau imej sangat penting kepada pembungkusan baru untuk produk makanan kuih kapit. Menurut kajian ini, majoriti responden telah bersetuju bahawa elemen rekabentuk dan letak sangat penting kepada sesuatu pembungkusan. Seramai 73 responden dengan kadar peratusan 91.3% sangat bersetuju bahawa elemen rekabentuk dan letak sangat penting untuk pembungkusan produk makanan kuih kapit. Dalam data analisis responden ini, majoriti responden dengan kadar peratusan 91.3% telah sangat bersetuju dengan pernyataan pengkaji iaitu pembungkusan yang unik mampu menarik pembeli untuk membeli produk makanan kuih kapit tersebut. Kebanyakan responden bersamaan dengan 70 responden bersetuju bahawa pembungkusan yang unik dapat meningkatkan jualan produk PKS iaitu kuih kapit. Dalam data analisis ini, majoriti responden dengan kadar peratusan 93.8% telah sangat bersetuju bahawa pembungkusan yang berkualiti tinggi mampu menjaga produk dalaman daripada ancaman. Secara keseluruhan responden memberikan jawapan sangat bersetuju secara majoriti 95% bahawa elemen-elemen sangat penting dalam pembungkusan kuih kapit. Adapun yang tidak bersetuju minoriti 5% kerana elemen-elemen grafik tidak penting dalam pembungkusan produk makanan kuih kapit.

4.2.2 Analisis Data Keseluruhan

Melalui dapatan kajian berdasarkan borang soal selidik yang pengkaji lakukan, pembungkusan plastik produk makanan kuih kapit adalah sangat diperlukan untuk menambahbaik. Berdasarkan responden yang menjawab sebanyak 90% bersetuju pembungkusan plastik tidak memberikan kepuasan kepada pembeli. Tujuan merekabentuk pembungkusan baharu untuk kuih kapit adalah produk PKS dapat ditingkatkan dalam pasaran global. Berdasarkan kajian ini, majoriti responden yang menjawab sebanyak 95% sangat bersetuju elemen-elemen grafik sangat penting dalam pembungkusan produk makanan PKS. Elemen-elemen grafik dapat meningkatkan jualan dan mamupu menarik pelanggan untuk membeli produk PKS.

4.3 PEMBANGUNAN PRODUK

Berdasarkan sokongan responden pada borang soal selidik, pengkaji akan melakukan proses pembangunan produk mengikut beberapa fasa. Fasa pertama pengkaji akan mengumpul bahan produk berdasarkan tajuk pengkaji iaitu merekabentuk pembungkusan produk makanan tempatan PKS: kuih kapit. Sumber carian bahan utama adalah jenis pembungkusan yang sesuai untuk produk makanan kuih kapit di website untuk membentuk pembungkusan yang unik dn berkualiti tinggi. Pada fasa pertama ini pengkaji perlu meneliti konsep supaya dapat menepati kehendak objektif kajian. Pada fasa kedua pula pengkaji perlu menjalankan satu kajian analisis terhadap rangka produk yang telah dilakukan supaya ianya dapat menjawab semua persoalan kajian dan mendapat maklum balas yang baik daripada responden. Fasa ketiga adalah melaksanakan konsep visual dari segi dapatkan idea dan mencari penyelesaian kepada masalah kajian. Akhir sekali adalah

fasa rekabentuk pembungkusan produk di mana pengkaji akan merekabentuk pembungkusan produk yang lengkap untuk memenuhi kehendak kajian.

4.3.1 Konsep Rekabentuk Pembungkusan

I. Pembungkusan bekas

Penggunaan konsep pembungkusan ini dipilih kerana ianya mamu menarik minat pelanggan untuk membeli produk tempatan PKS. Tambahan pula, pengkaji memilih pembungkusan bekas ini kerana produk dalaman iaitu kuih kapit juga dapat dilindungi daripada kerosakan dan pecah.

II. Lakaran awal

Pada bahagian ini pengkaji telah menggunakan teknik lukisan dan teknik ilustrasi sebagai lakaran awal untuk menjana idea bagi projek pembangunan produk akhir. Teknik ilustrasi digunakan bagi mencipta logo untuk produk PKS untuk memudahkan proses lakaran idea awal berjalan lancar supaya lakaran idea awal dapat dibaca dengan jelas sebelum pengkaji memulakan pembangunan produk akhir. Berikut merupakan susunan idea awal pengkaji untuk meneliti dan menganalisis elemen penting yang perlu di tambah bagi memastikan produk akhir dapat menjawab permasalahan kajian.





Gambar 4.3.1 & 4.3.2 teknik lakaran logo untuk pembungkusan baharu kuih kapiti



Gambar 4.3.3 teknik ilustrasi logo untuk pembungkusan baharu kuih kapiti

III. Proses Suntingan dan Lakaran Sebenar Produk

Lakaran awal adalah kaedah untuk pengkaji mendapatkan idea untuk membina produk akhir. Produk akhir akan bergantung kepada proses yang telah dibina bersesuaian dengan tajuk bagi menjawab persoalan dan memenuhi objektif kajian. Berikut merupakan proses merekabentuk pembungkusan yang telah dilakarkan mengikut lakaran awal. Berikut merupakan hasil suntingan sebelum produk akhir dihasilkan.

Pembungkusan produk makanan kuih kapit

a. Pembungkusan kuih kapit original



b. Pembungkusan kuih kapit coklat



c. Pembungkusan kuih kapit kacang



d. Pembungkusan kuih kapit nutella



4.4 Produk Akhir

Untuk menghasilkan produk akhir ini pengkaji telah menjadikan beberapa produk sedia ada sebagai bahan rujukan tambahan. Proses ini bertujuan menjana idea yang lebih kreatif dan bersesuaian dengan konsep dan tema yang pengkaji bawakan.

I. Pemilihan warna tema

Dalam proses penghasilan produk akhir ini pengkaji telah memilih warna Kuning dan oren sebagai tema utama kerana ianya memiliki peranan penting dalam menarik minat pembeli dan bersesuaian dalam pembungkusan makanan ini. Warna kuning dan oren mampu menarik tarikan pelanggan untuk membeli produk tersebut.

II. Rujukan Visual

Untuk menghasilkan produk akhir yang terbaik dan mengikuti objektif kajian, pengkaji telah menjadikan beberapa produk sedia ada sebagai rujukan utama untuk menghasilkan produk yang lebih berkualiti dan menjawab persoalan kajian.

III. Tipografi

Dalam proses penghasilan produk akhir ini, pengkaji telah memilih font Beyond The Mountains untuk tajuk utama dalam pembungkusan kerana ianya akan menarik perhatian pembeli untuk membeli produk PKS. Untuk menghasilkan produk akhir, pengkaji menggunakan font lain seperti corbel italic, dan corbel bold dalam pembungkusan produk makanan kuih kapit



Gambar 4.4.5 projek akhir pembungkusan kuih kapit



Gambar 4.4.6 poster produk untuk pembungkusan baharu

4.5 Penilaian Produk Akhir

Untuk memastikan bahawa kajian ini mampu menjawab persoalan kajian maka sedikit kaji selidik untuk produk akhir dilakukan terhadap pembaca untuk mendapatkan maklum balas mereka terhadap produk akhir ini. Berikut merupakan analisa bagi kaji selidik produk akhir yang telah dilakukan.

Latar belakang Responden		Kekerapan n=80	Peratusan (%)
Jantina	Lelaki	19	23.8
	Perempuan	61	76.2
Umur	16 tahun ke bawah	3	3.8
	17 tahun-29 tahun	54	67.5
	30 tahun-49 tahun	17	21.3
	50 tahun ke atas	6	7.5
Pekerjaan	Kerajaan	19	23.8
	Swasta	21	26.2
	Sendiri	12	15
	Belajar	28	35

Jadual 4.5.1 demografi latar belakang responden

Berdasarkan dapatan analisis responden, seramai 61 orang responden terdiri daripada golongan perempuan dengan peratusan 76.2% manakala bakinya seramai 19 responden terdiri daripada golongan lelaki dengan peratusan 23.8%. Dalam data analisis responden ini, majoriti golongan berumur 17 tahun hingga 29 tahun dengan kadar peratusan 67.5% bersamaan dengan 54 responden. Manakala bakinya seramai 17 responden berada dalam lingkungan umur 30 tahun hingga 40 tahun dengan kadar peratusan 21.3%, seramai 6 responden adalah berumur 50 tahun keatas bersamaan dengan 7.5% dan seramai 3 responden berumur 16 tahun ke bawah dengan kadar peratusan 3.8%. Borang kaji selidik ini juga dijawab secara majoriti oleh golongan pelajar dan Mahasiswa dengan peratusan 35%. Dalam data analisis ini golongan yang berkerja sebagai penjawat awam yang menjawab adalah jumlah 19 orang responden dengan kadar peratusan 23.8%

sahaja berbanding pekerja swasta dengan kadar 26.2% orang responden. Bakinya 12 responden adalah pekerja sendiri dengan kadar peratusan 15%.

Pendapat responden berkenaan produk akhir		Kekerapan n=80	Peratusan (%)	
1.	Antara pembungkusan manakah yang lebih mudah untuk fahami?	Pembungkusan plastik	19	23.3%
		Pembungkusan bekas	61	76.7%
2.	Antara pembungkusan manakah yang lebih menarik untuk membeli	Pembungkusan plastik	13	16.2%
		Pembungkusan bekas	67	83.8%
3.	Antara pembungkusan yang manakah lebih berkesan dalam penyampaian maklumat berkaitan produk?	Pembungkusan plastik	11	13.2%
		Pembungkusan bekas	69	86.8%

Jadual 4.5.2 demografi responden berkenaan produk

Mengikut analisis dapatan kajian di atas, responden bersetuju bahawa kaedah pembungkusan bekas yang baharu adalah pembungkusan yang mudah untuk difahami dengan peratusan responden seramai 76.7%. bakinya responden bersetuju bahawa pembungkusan bekas ini kurang mudah faham dengan peratusan responden seramai 23.3%. Dengan jumlah responden seramai 67 responden juga turut bersetuju bahawa pembungkusan ini lebih menarik untuk dibeli dengan peratusan sebanyak 83.8%. Manakala bakinya seramai 13 responden tida bersetuju bahawa pembungkusan bekas tidak menarik pembelinya. Namun untuk soalan keberkesanan dalam kaedah menyampaikan maklumat seramai 69 orang responden sahaja yang bersetuju dengan peratusan 86.8% dan bakinya pula mengatakan bahawa pembungkusan ini akan menjadikan pemahaman berbeza mengikut daya imaginasi masing-masing.

pendapat responden berkenaan grafik		Sangat tidak Setuju	Tidak setuju	Tidak pasti	Setuju	Sangat setuju	Min	
1.	Penggunaan warna sangat sesuai dalam pembungkusan kuih kapit baru	1.2% (1)	5% (5)	5% (4)	27.5% (22)	61.3% (49)	4.40	Sangat Setuju
	Penggunaan tipografi sangat sesuai dalam pembungkusan kuih kapit baru	1.2% (1)	3.7% (3)	6.3% (5)	30% (24)	58.8% (47)	4.41	Sangat Setuju
	Penggunaan ilustrasi sangat sesuai dalam pembungkusan kuih kapit baru	1.2% (1)	6.3% (5)	2.5% (2)	31.3% (25)	58.8% (47)	4.40	Sangat Setuju

4.5.3 jadual pendapat responden berkenaan grafik

Merujuk analisis di atas sebanyak 71 responden bersetuju bahawa penggunaan warna sangat sesuai dalam pembungkusan kuih kapit dengan kadar peratusan 88.8%. manakala bakinya 6 responden bersamaan dengan kadar peratusan 6.2% tidak setuju serta sebanyak 4 responden bersamaan dengan kadar peratusan 5% tidak pasti dengan warnanya. Dalam analisis ini, kebanyakan responden sebanyak 71 responden dengan kadar peratusan 88.8% bersetuju dengan pernyataan penggunaan tipografi sangat sesuai dalam pembungkusan kuih kapit. Terdapat 4 orang responden tidak bersetuju bahawa penggunaan tipografi tersebut bersesuaian dengan konsep. Bakinya 5 responden dengan kadar peratusan 6.3% tidak pasti dengan penggunaan tipografi dalam pembungkusan kuih kapit. Dalam analisis ini majoriti responden telah bersetuju dengan penggunaan ilustrasi

dalam pembungkusan baharu dengan kadar peratusan 90.1%. Manakala bakinya minoriti tidak bersetuju dengan penggunaan ilustrasi dalam pembungkusan dengan kadar peratusan 7.5% serta 2 responden tidak pasti dengan pernyataan penggunaan ilustrasi dalam pembungkusan.

4.6 Kesimpulan

Berdasarkan dapatan analisis kajian yang dilakukan, dapat dilihat bahawa secara keseluruhan responden bersetuju bahawa kaedah ini adalah bersesuaian dalam mencapai objektif kajian dan mampu menjawab semua persoalan kajian. Tidak dinafikan terdapat juga responden yang kurang bersetuju namun jumlahnya hanya minoriti yang sangat sedikit. Kaedah pembungkusan ini dapat memberikan kefahaman kepada PKS. Hampir keseluruhan responden bersetuju bahawa kaedah pembungkusan ini mampu memberi kesan dan dapat menyampaikan maklumat dengan baik. Pengkaji juga yakin sekiranya penambahbaikan dilakukan dari segi grafik ianya mampu mencapai tahap yang lebih baik. Namun secara keseluruhan dapat dilihat responden bersetuju dari segi grafik dan juga kaedah penyampaian maklumat di dalam produk akhir ini. Amat jauh untuk pengkaji mengatakan bahawa produk akhir sudah berjaya namun ianya lebih tepat di katakana sebagai permulaan yang baik.

BAB 5

KESIMPULAN DAN CADANGAN

5.1 Cadangan Penyelidikan

Sepanjang proses penyelidikan ini dijalankan pengkaji mendapati bahawa konsep rekabentuk pembungkusan makanan adalah medium yang sangat berkesan dalam menyampaikan maklumat kepada orang ramai. Malah dapat dilihat kini bahawa penggunaan elemen grafik dan ilustrasi semakin banyak digunakan dalam merekabentuk pembungkusan sesuatu produk. Oleh itu kajian ini telah berjaya mencapai objektif kajian iaitu untuk mengkaji elemen atau konsep rekabentuk pembungkusan yang sesuai untuk menarik perhatian masyarakat dan mampu menarik minat mereka untuk membeli produk tersebut.

Melalui kaedah borang soal selidik yang telah dijalankan pula, pengkaji berjaya meneliti merekabentuk pembungkusan produk makanan PKS kuih kapit menyampaikan maklumat kepada golongan masyarakat hasil daripada analisis data kajian yang dilakukan. Tambahan pula, pengkaji juga turut mendapatkan maklumat berkaitan elemen-elemen grafik. Secara keseluruhan, responden bersetuju dengan kaedah ini dan bersetuju bahawa ianya lebih berkesan dan mampu menarik minat golongan masyarakat

5.2 Cadangan

Penggunaan elemen-elemen grafik ini perlu diteruskan pada kajian produk PKS lain kerana ianya adalah satu platform yang baik dalam menyampaikan kefahaman masyarakat terhadap pembungkusan kerana ia sangat penting dalam sesuatu perniagaan. Kebanyakan perniagaan yang maju telah menggunakan pembungkusan yang menarik untuk meningkatkan jualan mereka. Atas faktor tersebut mereka mencapai kemajuan lebih daripada perniagaan lain.

Melalui kajian lepas yang telah pengkaji jalankan terdapat sejumlah besar artikel yang bertulis tentang PKS tidak mempunyai modal yang besar menyebabkan pembungkusan yang tidak menarik. Hal ini menyebabkan jualan perniagaan mikro berkurang di pasaran global. Menurut kajian usahawan di Amerika syarikat, menyatakan bahawa pembungkusan memainkan peranan penting dalam menjayakan sesuatu produk. Jelas menunjukkan bahawa pembungkusan produk makanan mampu meningkatkan sesuatu perniagaan hingga berjaya.

Oleh itu, pengkaji mencadangkan agar proses ini di perluaskan lagi melalui semua medium yang ada untuk memberi kefahaman pembungkusan yang menarik kepada PKS. Boleh juga diselitkan seminit atau lebih untuk golongan perniagaan kecil atau perniagaan yang maju untuk memberikan perincian setiap elemen yang telah diberikan dalam pembungkusan. Akhir sekali, pelaksanaan kaedah ini akan menjadi sumber kepada perniagaan PKS semasa memulakan perniagaan pada masa akan datang. Hal ini akan membantu perniagaan mikro untuk mendapatkan maklumat tambahan berkaitan pembungkusan produk makanan.

5.3 Kesimpulan

Pembungkusan adalah medium yang terbaik pada abad ini dalam menyampaikan maklumat berkenaan produk makanan. Keberkesanannya tidak dapat dinafikan lagi kerana penggunaan ilustrasi yang banyak dan kurangnya penggunaan tipografi membantu menarik minat pembeli untuk membelinya. Konsep ilustrasi di dalam ini juga memberikan peranan penting kepada pembeli kerana ianya mampu menjadikan maklumat tersebut mudah difahami ataupun sebaliknya.

Antara faktor yang membantu keberkesanan pembungkusan adalah ilustrasi, tipografi, warna, rekaletak, dan visual yang digunakan. Kebanyakannya pembungkusan di Malaysia masih menggunakan tipografi yang banyak dan hanya menjadikan ikon sebagai hiasan pada pembungkusan tersebut. Hal ini kerana penggunaan ini masih baru lagi dan jika penggunaan ikon secara menyeluruh akan menyusahkan pengguna kerana susah mengetahui dan memahami maksud setiap penggunaan icon tersebut.

Namun begitu, teknik ilustrasi adalah mudah untuk difahami oleh pengguna kerana ianya adalah visual menyampaikan maklumat dan memudahkan mereka memahami maklumat yang cuba disampaikan. Maka dengan itu, pengkaji memilih konsep dan kaedah pembungkusan dengan elemen grafik sebagai medium terbaik dalam menyampaikan maklumat kepada lapisan masyarakat untuk mereka memahaminya secara keseluruhan. Akhir sekali, dapat disimpulkan bahawa kajian ini adalah penyelidikan yang dilakukan untuk membawa fenomena baru kepada masyarakat dengan kaedah pembungkusan dengan elemen grafik menyampaikan maklumat berkaitan produk kuih kapit.

BIBLIOGRAFI / RUJUKAN

Rujukan Artikel dan Journal online

- Amat, M., & Ishak, S. (2019). Faktor PSiKKIT: Pendorong inovasi pembungkusan dalam kalangan Industri Kecil dan Sederhana berasaskan perusahaan makanan (PSiKKIT factors: Drivers of packaging innovation among food companies within the Small and Medium Industries). *Geografia-Malaysian Journal of Society and Space*, 15(3).
- Amat, M., & Ishak, S. (2020). Amalan Inovasi Pembungkusan Produk Usahawan Mikro di Selangor. *Malaysian Journal of Social Sciences and Humanities (MJSSH)*, 5(1), 1-8.
- Amat, M., & Ishak, S. (2020). Pengetahuan, Sikap dan Kesedaran Pendorong Tingkah Laku Inovasi Pembungkusan Usahawan Mikro. *Malaysian Journal of Social Sciences and Humanities (MJSSH)*, 5(5), 1-11.
- Ampuero, O., & Vila, N. (2006). Consumer perceptions of product packaging. *Journal of consumer marketing*.
- Fawizah bt. Ramli. (2008). *Kajian Rekabentuk Pembungkusan Produk Gula Apong*, Doctoral dissertation, Universiti Malaysia Sarawak.
- Gelici-Zeko, M. M., Lutters, D., ten Klooster, R., & Weijzen, P. L. G. (2013). Studying the influence of packaging design on consumer perceptions (of dairy products) using categorizing and perceptual mapping. *Packaging Technology and Science*, 26(4), 215-228.
- Gopal, RK, & George, M. (2014). Pembungkusan, seni visual: analisis pada pembungkusan barang FMCG. *Asia Pacific Journal of Research Vol: I Edisi XVI*.

- Han, J. H. (Ed.). (2005). *Innovations in food packaging*. Elsevier.
- Marsh, K., & Bugusu, B. (2007). Food packaging-roles, materials, and environmental issues. *Journal of food science*, 72(3), R39-R55.
- Mohammadian, E., Alizadeh-Sani, M., & Jafari, S. M. (2020). Smart monitoring of gas/temperature changes within food packaging based on natural colorants. *Comprehensive Reviews in Food Science and Food Safety*, 19(6), 2885-2931.
- Risch, S. J. (2009). Food packaging history and innovations. *Journal of agricultural and food chemistry*, 57(18), 8089-8092.
- Steenis, N. D., van Herpen, E., van der Lans, I. A., Ligthart, T. N., & van Trijp, H. C. (2017). Consumer response to packaging design: The role of packaging materials and graphics in sustainability perceptions and product evaluations. *Journal of Cleaner Production*, 162, 286-298
- Suwardi Afandi, A., & Mohd Arif, W. (2014). Persepsi pengeluar mengintip pembungkusan dan pelabelan. *Kajian Pengurusan Ekonomi dan Teknologi*, 9, 155-162.
- Svanes, E., Vold, M., Møller, H., Pettersen, M. K., Larsen, H., & Hanssen, O. J. (2010). Sustainable packaging design: a holistic methodology for packaging design. *Packaging Technology and Science: An International Journal*, 23(3), 161-175.
- Vila, N., & Ampuero, O. (2006). Persepsi pengguna terhadap pembungkusan produk. *Jurnal pemasaran pengguna*, 23 (2), 100-112.

Zulkifli, WNIWM, Ramli, Z., Harun, MF, Samsudin, NS, & Tahir, HM ELEMEN VISUAL

POTENSI UNTUK PEMBUNGKUSAN MAKANAN: KAJIAN KES UKM MELAKA.

Rujukan Buku Online

Anne Emblem & Henry Emblem. Packaging Technology Fundamentals, Materials and processes. Woodhead Publising. (2012)

https://books.google.com.my/books?hl=en&lr=&id=H9pkAgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=packaging+methods+using+technology&ots=IDzZ8W1fE_&sig=cntVFSyx-1lDh46dkejJarVN91U&redir_esc=y#v=onepage&q&f=true

Dr.Salmiah Binti Jaba, & Rahimah Binti Jamaludin. Reka Bentuk Teknologi Tingkatan 1. (2016)

<http://anyflip.com/wfwd/ubmk/basic>

Nur Syaza. “Reka Bentuk Pembungkusan”. Fliphtml. (2019)

<https://fliphtml5.com/afqcb/dpai/basic>

Rujukan Blog dan Website Online

Asif Yahya. Prinsip Rekaan Pembungkusan Makanan. (2011)

<https://www.slideshare.net/asifyahya/prinsip-rekaan-pembungkusan-makanan>

Cikgu Hairul Nizam Hassan. Anjung Pengajian Perniagaan STPM. (2014)

<https://pengajianperniagaan.wordpress.com/bab-1/bab-3/3-1-3-campuran-pemasaran/produk/>

DR.Ridzuan, Pembungkusan/Packaging. My World Online (2012)

<http://ermacaharlie.blogspot.com/2012/06/pembungkusan-packaging.html>

Erf-Est.Org. Rekabentuk. (2017)

<https://ms.erf-est.org/12332-dise-o.html>

Erf-Est.Org. Produk. (2017)

<https://ms.erf-est.org/10817-producto.html>

Facts-News.Org. Definisi Makanan (2013)

<https://ms.facts-news.org/definisi-makanan>

Hamparan Seni, Pengertian Rekabentuk Dari Sudut Seni Visual. (2012)

<http://psv3.blogspot.com/p/pengertian-reka-bentuk-dari-sudut-seni.html>

Maz Ina. Rekabentuk &Teknologi: Dunia Reka Bentuk. (2018)

<https://www.slideshare.net/MazIna1/reka-bentuk-dan-teknologi-85942282>

Mohd Taufik Bin Abd Rashid, Pembungkusan. (2016)

<https://www.scribd.com/doc/70328100/Pembungkusan>

Yixing Xincheng Industrial Automation Technology Co., Ltd. Xincheng Technology. Sejarah Pembungkusan (2018).

<http://my.xinchengmachine.com/info/history-of-packaging-30177106.html>

M. Prawiro. Pengertian Produk: Definisi, Jenis, Tingkatan, Dan Contoh Produk. (2019)

<https://www.maxmanroe.com/vid/bisnis/pengertian-produk.html>

Rujuklan Akhbar Online

24 Disember 2015, Berita Harian Online, Kertas surat khabar lapisan kedua bungkus makanan



UNIVERSITI
MALAYSIA
KELANTAN

BORANG SOAL SELIDIK

Tajuk Kajian: Merekabentuk Pembungkusan Produk Makanan PKS: Kuih Kapit.

Soal selidik ini bertujuan untuk mendapatkan maklumat mengenai pemahaman masyarakat terhadap pembungkusan kuih kapit berpandukan sumber rujukan sedia ada. Kaji selidik ini hanya untuk kegunaan akademik sahaja dan kerahsiannya adalah terjamin. Diharap tuan/puan dapat menjawab semua soal selidik dengan ikhlas dan jujur. Segala kerjasama tuan/puan amat dihargai dan diucapkan ribuan terima kasih.

Bahagian A: Latar Belakang Responden

1. Jantina: Lelaki Perempuan
2. Umur: 16 tahun kebawah
- 17 tahun - 29 tahun
- 30 tahun- 49 tahun
- 50 tahun ke atas
3. Pekerjaan: Kerajaan
- Swasta
- Sendiri
- Lain-lain

Bahagian B: Mengenalpasti Penilaian Tahap Penerimaan Pembungkusan Produk

Makanan Kuih Kapit

	Sangat setuju	Setuju	Tidak pasti	Tidak setuju	Sangat tidak setuju
1. pembungkusan plastik yang digunakan oleh PKS tidak dapat memberikan penampilan yang menarik kepada pembeli.					
2. pembungkusan plastik yang digunakan oleh PKS tidak dapat memberikan maklumat mengenai produk makanan kuih kapit.					
3. Pembungkusan plastik yang digunakan oleh PKS menyebabkan kandungan dalaman iaitu kuih kapit mudah pecah.					
4. Pembungkusan plastik memberikan elemen grafik yang kurang menarik dalam produk makanan PKS: kuih kapit.					
5. Pembungkusan plastic yang digunakan oleh PKS ini tidak dapat memberikan kepuasan kepada pembeli.					

Bahagian c: Mengkaji Elemen Atau Konsep Rekabentuk Pembungkusan Yang Sesuai
Untuk Memperkenalkan Pembungkusan Produk.

	Sangat setuju	Setuju	Tidak pasti	Tidak setuju	Sangat tidak setuju
1. Elemen tipografi sangat penting dalam pembungkusan produk PKS: kuih kapit.					
2. Elemen visual atau imej sangat penting dalam pembungkusan produk PKS: kuih kapit.					
3. Elemen rekabentuk dan letak sangat penting dalam pembungkusan produk PKS: kuih kapit					
4. Pembungkusan yang unik mampu menarik pembeli untuk membeli produk PKS.					
5. teknik pembungkusan yang unik mampu meningkatkan jualan produk PKS.					
6. Rekabentuk pembungkusan yang berkualiti tinggi mampu menjaga produk dalam dengan baik.					

Bahagian D: Pendapat Responden Berkenaan Produk Akhir Pembungkusan

Pendapat responden berkenaan produk akhir	Pembungkusan plastik	Pembungkusan bekas
1. Antara pembungkusan manakah yang lebih mudah untuk difahami?		
2. Antara pembungkusan manakah yang lebih menarik untuk membeli?		
3. Antara pembungkusan yang manakah lebih berkesan dalam penyampaian maklumat berkaitan produk?		

Bahagian E: Pendapat Responden Berkenaan Grafik

	Sangat setuju	Setuju	Tidak pasti	Tidak setuju	Sangat tidak setuju
1. Penggunaan warna sangat sesuai dalam pembungkusan kuih kapit baru					
2. Penggunaan tipografi sangat sesuai dalam pembungkusan kuih kapit baru					
3. Penggunaan ilustrasi sangat sesuai dalam pembungkusan kuih kapit baru					

RAMUAN:
Tepung gandum,
Gula pasir,
Santan,
Telur,
Garam,
Coklat
dan Minyak

INGREDIENTS:
Flour,
Sugar,
Coconut milk,
Egg,
Salt,
Chocolate
and Oil

Dibuat oleh/ Manufactured by
Krunchy Kapit Homemade Biscuit
No249789-S, Lot 7399, Jalan Mempaga Mukim
Sabaiz8600, Sungai Petani, Kedah Darul Aman.



Kuih Kapit Coklat

Kuih Kapit/ Biscuit Kapit
maklumat pemakanan/
nutrition hidangan setiap
pek/erving per pack 1 saiz
hidangan/ serving saiz: 250 g

	Setiap/Per 100g	Setiap hidangan/ Per serving 250 g
Tenaga/ Energy	46kcal	114kcal
Protein	0.0 g	0.0 g
Lemak/ Fat	1.5 g	3.0 g
Karbohidrat/ Carbohydrate	11.4 g	28.5 g
Jumlah gula/ Total sugar	11.1 g	27.8 g

100% Delicious

TARIKH LUPUT
31 July 2021

120 g





RAMUAN:
Tepung gandum,
Gula pasir,
Santan,
Telur,
Garam,
Kacang
dan Minyak

INGREDIENTS:
Flour,
Sugar,
Coconut milk,
Egg,
Salt,
Peanut
and Oil

Dibuat oleh/ Manufactured by
Krunchy Kapit Homemade Biscuit
No249789-S, Lot 7399, Jalan Mempaga Mukim
Sabaiz8600, Sungai Petani, Kedah Darul Aman.



Kuih Kapit Kacang

Kuih Kapit/ Biscuit Kapit
maklumat pemakanan/
nutrition hidangan setiap
pek/erving per pack 1 saiz
hidangan/ serving saiz: 250 g

	Setiap/Per 100g	Setiap hidangan/ Per serving 250 g
Tenaga/ Energy	46kcal	114kcal
Protein	0.0 g	0.0 g
Lemak/ Fat	1.5 g	3.0 g
Karbohidrat/ Carbohydrate	11.4 g	28.5 g
Jumlah gula/ Total sugar	11.1 g	27.8 g

100% Delicious

TARIKH LUPUT
31 July 2021

120 g





RAMUAN:
Tepung gandum,
Gula pasir,
Santan,
Telur,
Garam,
Nutella
dan Minyak

INGREDIENTS:
Flour,
Sugar,
Coconut milk,
Egg,
Salt,
Nutella
and Oil

**Kuih Kapit
Nutella**

**Kuih Kapit/ Biscuit Kapit
maklumat pemakanan/
nutrition hidangan setiap
pek/serving per pack 1 saiz
hidangan/ serving saiz: 250 g**

	Setiap/Per 100g	Setiap hidangan/ Per serving 250 g
Tenaga/ Energy	46kcal	114kcal
Protein	0.0 g	0.0 g
Lemak/ Fat	1.5 g	3.0 g
Karbhidrat/ Carbohydrate	11.4 g	28.5 g
Jumlah gula/ Total sugar	11.1 g	27.8 g

Dibuat oleh/ Manufactured by
Krunchy Kapit Homemade Biscuit
No249789-S, Lot 7399, Jalan Mempaga Mukim
Sabai28600, Sungai Petani, Kedah Darul Aman.

120 g

RAMUAN:
Tepung gandum,
Gula pasir,
Santan,
Telur,
Garam,
dan Minyak

INGREDIENTS:
Flour,
Sugar,
Coconut milk,
Egg,
Salt,
and Oil

**Kuih Kapit
Ori**

**Kuih Kapit/ Biscuit Kapit
maklumat pemakanan/
nutrition hidangan setiap
pek/serving per pack 1 saiz
hidangan/ serving saiz: 250 g**

	Setiap/Per 100g	Setiap hidangan/ Per serving 250 g
Tenaga/ Energy	46kcal	114kcal
Protein	0.0 g	0.0 g
Lemak/ Fat	1.5 g	3.0 g
Karbhidrat/ Carbohydrate	11.4 g	28.5 g
Jumlah gula/ Total sugar	11.1 g	27.8 g

Dibuat oleh/ Manufactured by
Krunchy Kapit Homemade Biscuit
No249789-S, Lot 7399, Jalan Mempaga Mukim
Sabai28600, Sungai Petani, Kedah Darul Aman.

120 g

MALAYSIA
KELANTAN



MALAYSIA

KELANTAN



UNIVERSITI
MALAYSIA
KELANTAN

**NEW
LOOK!**



Kruk! Kruk!

*"Sekali Makan,
Pasti Nak Lagi"*



**100%
Delicious**

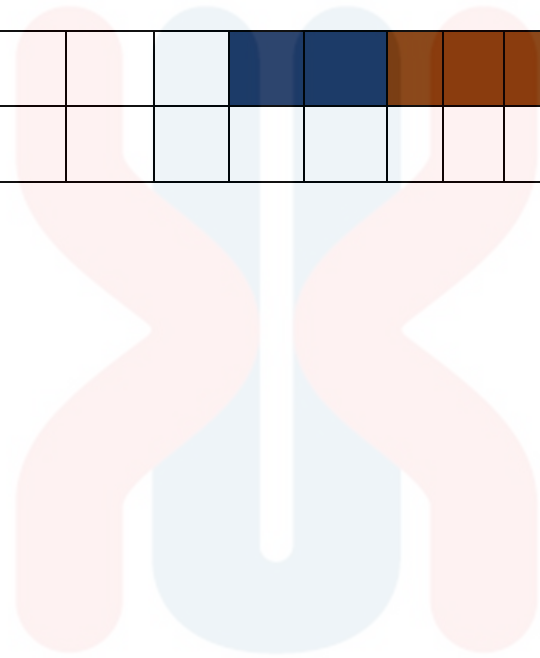
KELANTAN

CARTA GANTT BAGI PROJEK PENYELIDIKAN 1

TAJUK: REKABENTUK PEMBUNGKUSAN PRODUK PERUSAHAAN KECIL SEDERHANA (PKS) TEMPATAN: KUIH KAPIT

AKTIVITI	TARIKH																		
	Oktober				November					Disember					January				
	11-15	16-20	21-25	26-31	1-7	8-14	15-21	22-28	29-30	1-7	8-14	15-21	22-28	29-31	1-7	8-14	15-21	22-28	29-31
Melaksanakan tinjauan awal																			
Perbincangan Bersama sv																			
Pemilihan tajuk																			
Penyata masalah																			
Merangka draf proposal kajian																			
Objektif & persoalan kajian																			
Skop & kepentingan kajian																			
Kaedah had & Batasan kajian																			

Tinjuan literatur																			
Metodologi kajian																			



UNIVERSITI
 MALAYSIA
 KELANTAN

CARTA GANTT BAGI PROJEK PENYELIDIKAN 2

TAJUK: REKABENTUK PEMBUNGKUSAN PRODUK PERUSAHAAN KECIL SEDERHANA (PKS) TEMPATAN: KUIH KAPIT

AKTIVITI	TARIKH																			
	April					May					Jun					July				
	1-7	8-14	15-21	22-28	29-30	1-7	8-14	15-21	22-28	29-31	1-7	8-14	15-21	22-28	29-30	1-7	8-14	15-21	22-28	29-31
Perbincangan bersama sv																				
Penyediaan & penyerahan borang soal seidik																				
Pengumpulan data																				
Analisis data																				
Lakaran awal & development logo																				
Lakaran pembungkusan produk																				
Penyediaan poster pembungkusan																				

Menyediakan cadangan																			
Menyediakan kesimpulan																			
Menyediakan bibliografi																			
Menyediakan lampiran																			
Penghantaran kajian draf penuh penyelidikan																			
Menyediakan poster pembentangan																			
Membuat video presentation																			
Menyediakan persediaan xad																			
Penghantaran laporan penuh penyelidikan																			