

REDESAIN KEMASAN OTAK-OTAK BANDENG BU MUZANAH KHAS GRESIK

Christine Yunita¹, Bramantijo², Ryan Pratama Sutanto³

^{1,3}Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain

Universitas Kristen Petra Surabaya

²Program Studi Seni Rupa, STK Wilwatikta Surabaya

christineyunita@rocketmail.com

Abstrak

Produk bandeng Bu Muzanah telah ada sejak 1969 di Kota Gresik. Hal ini membuat merek dan produk bandeng Bu Muzanah sudah sangat dikenal dan banyak dicari oleh wisatawan. Banyak pesaing yang muncul baik dari Kota Gresik maupun dari luar kota dengan menawarkan produk yang serupa yaitu otak-otak bandeng. Desain kemasan otak-otak bandeng Bu Muzanah dengan kompetitor terdapat beberapa kesamaan yang dapat membingungkan konsumen. Oleh karena itu, diperlukan identitas kemasan yang lebih jelas untuk menunjukkan kekhasan produk otak-otak bandeng Bu Muzanah khas Gresik. Teknik analisa yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisa *SWOT* untuk mengetahui kelebihan, kelemahan, peluang, dan ancaman pada kemasan yang lama dibandingkan dengan kompetitor Bu Muzanah, sehingga diperlukan perancangan kemasan yang baru sebagai solusi dari permasalahan.

Kata kunci: redesain, kemasan, bandeng, Bu Muzanah

Abstract

Packaging Redesigning of Otak-otak Bandeng Bu Muzanah from Gresik

Since 1969 Bu Muzanah's otak-otak bandeng has been made at Gresik. Bu Muzanah's experience have made their product become the favorite of many domestic tourism. There're many competitors come out from Gresik and any other cities that also sell otak-otak bandeng. The packaging design of Bu Muzanah and the competitors have a few similarities that may confusing the consumer. Thus, it is important to show the identity of Bu Muzanah's otak-otak bandeng from Gresik, so that the consumer will know which one is the Bu Muzanah's product. The analysis technique used SWOT analysis to know the strength, weakness, opportunity, and threat of the Bu Muzanah and the competitor's bandeng package to produce a new design which become a solution for this problem.

Keywords: redesign, packaging, bandeng, Bu Muzanah

Pendahuluan

Situasi dan kondisi suatu daerah dapat menyebabkan daerah tersebut menghasilkan sumber daya alam yang berbeda-beda antara satu daerah dengan daerah lainnya. Salah satunya adalah Kota Gresik. Kota yang terletak di sebelah Utara Kota Surabaya ini, memiliki potensi perikanan yang mencapai 32.000 hektar, memudahkan para pedagang untuk memperoleh & mengolah ikan sehingga tidak sedikit pedagang yang menjual hasil olahan ikan. Salah satu produksi makanan hasil olahan ikan yang sering ditemui di Gresik adalah otak-otak bandeng. "Makanan dari ikan bandeng ini seolah sudah menjadi *trademark* Kota Gresik" (Wasono, 2011:1).

Otak-Otak Bandeng Bu Muzanah merupakan salah satu otak-otak bandeng Gresik yang terkenal dan telah berdiri sejak 1969 (*Otak-otak Bandeng Bu Muzanah*, 2012, para. 2). Bagi Achmad Zakki Rosid selaku pengelola dan cucu dari Bu Muzanah, menjaga kualitas produk menjadi hal yang terutama. Otak-Otak Bandeng Bu Muzanah selalu dijual di tokonya dalam keadaan *fresh* dan tidak berbau tanah karena menggunakan bandeng air asin (Wasono, 2011:7). Bandeng tersebut dimasak dan sekaligus dijual dalam 1 hari, sehingga rasa yang diberikan tidak berubah. Otak-otak bandeng yang dijual dengan harga Rp. 40.000,- tersebut hanya dapat bertahan sekitar 2 hari karena tidak menggunakan bahan pengawet. Bu Muzanah juga menyediakan empat jenis produk bandeng olahan lainnya yaitu, bandeng asap, bandeng

asap tanpa duri, bandeng presto, dan bandeng goreng/bakar tanpa duri.

Meskipun pembuatan otak-otak bandeng ini cukup rumit, tidak sedikit pedagang yang juga menjual otak-otak bandeng olahan mereka dan bersaing dengan Otak-Otak Bandeng Bu Muzanah. Fakta yang muncul dari persaingan dengan produk otak-otak bandeng lainnya di Gresik adalah adanya beberapa kesamaan ciri pada warna dan bentuk kemasannya, seperti penggunaan warna dasar atau warna dominan hijau, menunjukkan gambar/foto ikan bandeng pada kemasan, serta memiliki bentuk kotak yang hampir mirip antara satu dengan lainnya. Sedangkan untuk bahan kemasan Otak-Otak Bandeng Bu Muzanah berasal dari kertas duplex. Bahan kertas duplex ini cukup tebal, namun apabila kemasan tersebut telah terisi dengan otak-otak bandeng untuk waktu yang cukup lama maka minyak ataupun bumbu dari otak-otak tersebut dapat membekas pada kemasannya sehingga keestetisannya berkurang dan kekakuan dari kertas duplex pun ikut berkurang. "Hanya merek yang menonjol atau dikenal yang dilirik" (Wirya, 1999:5). Otak-otak bandeng merek Bu Muzanah ini sudah cukup dikenal di masyarakat, namun tidak berarti untuk mempertahankan dan terus mengembangkan kekuatan merek dapat berhenti sampai di sini. Berdasarkan penjelasan di atas, penulis tertarik untuk merancang ulang (redesain) kemasan agar dapat menunjukkan karakteristik dan identitas dari Otak-Otak Bandeng Bu Muzanah khas Gresik yang telah ada sejak 1969 agar merek Otak-Otak Bandeng Bu Muzanah ini dapat berbeda dengan desain kemasan produk sejenis lainnya yang ada saat ini.

Metode Penelitian

Untuk metode pengumpulan data, penulis menggunakan tiga metode yaitu metode wawancara mendalam, metode studi dokumentasi, dan metode observasi. Metode wawancara mendalam diterapkan kepada pengelola dan target konsumen, dan metode studi dokumentasi diterapkan pada beberapa media *online* atau jaringan lainnya yang dapat dipertanggungjawabkan. Sementara itu, metode observasi juga diterapkan untuk pengumpulan data penelitian. Dalam metode analisis data, penulis menggunakan metode analisis kualitatif dan analisis SWOT.

Analisis Data

Berikut analisa SWOT dari otak-otak bandeng Bu Muzanah :

Strength

- a) Otak-otak bandeng Bu Muzanah telah dikenal di Gresik dan sekitarnya.
- b) Merupakan pioneer otak-otak bandeng dari Gresik sejak tahun 1969.

- c) Memiliki variasi produk olahan bandeng yang cukup banyak.
- d) Produk seringkali dijadikan sebagai oleh-oleh baik untuk luar kota maupun luar pulau.
- e) Mempertahankan kualitas bandeng dengan memproduksi dan menjual pada hari yang sama.
- f) Identitas Gresik sebagai kota dengan mayoritas beragama Islam ditunjukkan dengan penggunaan warna hijau (warna yang sering digunakan pada simbol keislaman) pada kemasan dan pada *brand identity*.
- g) Memiliki *reseller* lepas untuk kota Surabaya dan Jakarta.
- h) Pemasaran dengan menggunakan social media : facebook, blog-*multiply*.
- i) Informasi mengenai otak-otak bandeng Bu Muzanah telah dimuat di beberapa media secara online seperti tabloid Nova, di *website* Informasi Kabupaten Gresik, dan pada media cetak 'Keluarga Mandiri' 2009.
- j) Produk telah tersertifikasi dengan memiliki kode P-IRT dan nomor dari MUI yang tercantum pada kemasan.
- k) Kemasan menunjukkan merek Bu Muzanah yang langsung terlihat, sebagai pembeda dari otak-otak bandeng lainnya.
- l) Kemasan telah didesain dengan bagian atas dan bawah yang terpisah agar memudahkan pada saat mengemas bandeng.
- m) Pada kemasan ditambahkan kertas minyak dengan 1 sisi bergambar *pattern* logo Bu Muzanah. Kertas ini menunjukkan ciri *pattern* Bu Muzanah.
- n) Menggunakan daun pisang sebagai alas dari otak-otak bandeng sebelum menyentuh kertas minyak untuk menjaga cita rasa dari otak-otak bandeng.
- o) Kemasan yang dibuat dengan bahan duplex menjadikan kemasan cukup kuat dan kaku untuk dibawa bepergian dan melindungi produk.

Weakness

- a) Harganya lebih mahal dibandingkan dengan merek kompetitor.
- b) Produk hanya dapat bertahan hingga 2-3 hari.
- c) Pada kemasan tidak dicantumkan saran penyimpanan maupun untuk memanasi kembali sedangkan produk seringkali dijadikan oleh-oleh.
- d) Kemasan kurang menunjukkan ciri khas Gresik dalam bentuk lainnya kecuali untuk penggunaan nama merek dan warna hijau.
- e) Kemasan menggunakan bahan kertas duplex yang dapat menyerap minyak atau bumbu dari otak-otak bandeng, sehingga menimbulkan bekas bumbu pada kemasannya yang dapat menurunkan kekakuan pada kemasan.

- f) Warna kemasan Bu Muzanah didominasi dengan warna hijau yang juga merupakan warna dominasi dari kemasan otak-otak bandeng lainnya.
- g) Pada kemasan otak-otak bandeng Bu Muzanah dan kompetitor juga menggunakan gambar ikan.
- h) Kemasan otak-otak bandeng Bu Muzanah dan kompetitor memiliki bentuk kesamaan yang sama, yaitu balok.

Opportunity

- a) Tersedianya fasilitas internet dengan jaringan komunikasi yang luas dapat lebih memperkenalkan produk bandeng Bu Muzanah kepada masyarakat luas.
- b) Kemajuan teknologi cetak dan kemasan yang dapat menambah inovasi baru pada kemasan.
- c) Kemajuan sistem transportasi yang dapat memudahkan masyarakat untuk bepergian ke berbagai kota dan tempat.
- d) Cara pikir masyarakat saat ini yang memprioritaskan kualitas di atas harga (berdasarkan wawancara dengan konsumen).
- e) Kebiasaan wisatawan domestik yang sering membawakan oleh-oleh untuk keluarganya membuka kesempatan bagi produk Bu Muzanah untuk memperluas pemasarannya (berdasarkan wawancara dengan konsumen yang membeli produk Bu Muzanah untuk oleh-oleh).

Threat

- a) Motto masyarakat Gresik yang lebih memilih untuk membuka usaha sendiri daripada menjadi pegawai, membawa kemungkinan munculnya produsen-produsen usaha olahan bandeng lainnya.
- b) Produk otak-otak bandeng merek lain memiliki fasilitas kirim, baik untuk pulau Jawa hingga luar pulau.
- c) Produk otak-otak bandeng merek lain dapat bertahan lebih lama tanpa pengawet dengan menggunakan kemasan *vacuum*.
- d) Harga dari beberapa merek lain yang lebih murah daripada merek Bu Muzanah.
- e) Bentuk dan warna dari beberapa kemasan otak-otak bandeng merek lain yang hampir serupa dengan merek Bu Muzanah.
- f) Kota Gresik yang bukan Ibukota Provinsi Jawa Timur menjadikan perkembangan sistem, teknologi, dan informasi yang lebih lambat daripada Ibukota Provinsi.
- g) Munculnya produk olahan bandeng di kota-kota selain Gresik yang juga menawarkan keunggulannya masing-masing.

Analisa SWOT produk kompetitor Bandeng Juwana

Strength

- a) Harga lebih murah dibanding Bu Muzanah.

- b) Produk dapat bertahan lebih lama dibanding merek Bu Muzanah karena dikemas secara *vacuum*.
- c) Kemasan menunjukkan merek Bandeng Juwana yang cukup dikenal di masyarakat.
- d) Produk seringkali dijadikan sebagai oleh-oleh luar kota maupun luar pulau.
- e) Merupakan merek yang telah cukup dikenal di Semarang (kota asal produksi).
- f) Dalam satu kemasan berisi 2 ekor ikan dengan duri lunak.
- g) Pada kemasan beberapa keterangan beserta tambahan informasi lainnya tertulis dalam bahasa Inggris.
- h) Produk Bandeng Juwana yang asli produksi Semarang telah mampu untuk memperluas pasarnya hingga kota Gresik dan kota lainnya.
- i) Dengan produk otak-otak bandeng yang dapat bertahan cukup lama tanpa tambahan bahan pengawet dapat membuat produk ini didistribusikan ke tempat-tempat yang jauh.
- j) Memiliki cara penyampaianya sendiri tentang produk otak-otaknya dengan memberikan istilah bandeng otak-otak, seperti juga yang tertera pada kemasannya.
- k) Sistem pemasaran yang telah menggunakan fasilitas internet, memiliki *website* sendiri untuk produk olahan bandeng merek Bandeng Juwana ini.
- l) Menjual beberapa variasi produk olahan bandeng seperti bandeng otak-otak dan bandeng dalam sangkar.

Weakness

- a) Tidak memiliki variasi produk yang cukup banyak.
- b) Penggunaan plastik *press* untuk bandeng membuat bandeng terlihat kurang *fresh* dan kurang menarik untuk dimakan.-bersifat opini
- c) Produk tidak dapat bertahan lama apabila tidak dikemas secara *vacuum*.
- d) Warna hijau pada kemasan Bandeng Juwana serupa dengan beberapa produk otak-otak bandeng lainnya.

Opportunity

- a) Di kota-kota tertentu masih terdapat produk olahan bandeng yang tidak dapat bertahan lama, hal ini membuka kesempatan Bandeng Juwana untuk menawarkan kelebihan produk bandengnya yang dapat bertahan untuk waktu yang cukup lama.
- b) Kemajuan sistem transportasi yang dapat memudahkan masyarakat untuk bepergian ke berbagai kota dan tempat.
- c) Cara pikir masyarakat saat ini yang memprioritaskan kualitas di atas harga (berdasarkan wawancara dengan konsumen).

- d) Kebiasaan wisatawan domestik yang sering membawakan oleh-oleh untuk keluarganya membuka kesempatan untuk memperluas pemasarannya (berdasarkan wawancara dengan konsumen yang membeli produk Bu Muzanah untuk oleh-oleh).

Threat

- a) Di kota Gresik terdapat pioner otak-otak bandeng yang membuat pioner tersebut begitu kuat menguasai pasar Gresik yaitu produk bandeng merek Bu Muzanah.
- b) Munculnya produk olahan bandeng merek lain dari dalam kota-kota tempat wilayah pengiriman Bandeng Juwana.
- c) Produk otak-otak bandeng merek lain yang juga dapat bertahan lebih lama tanpa pengawet dengan menggunakan kemasan *vacuum*.
- d) Bentuk dan warna dari beberapa kemasan otak-otak bandeng merek lain yang hampir serupa dengan merek Bandeng Juwana.
- e) Munculnya produk olahan bandeng di kota-kota lain yang juga menawarkan keunggulannya masing-masing.
- f) Banyaknya makanan tradisional yang ditawarkan di Semarang, yang juga mempengaruhi konsumen untuk mengambil keputusan pembelian.

Produk kompetitor otak-otak bandeng khas Gresik Bu Tatik

Strength

- a) Harga lebih murah dibanding Bu Muzanah dan Bandeng Juwana
- b) Berukuran dan berbentuk cukup besar dan hampir mirip dengan otak-otak bandeng merek Bu Muzanah yang menjual dengan harga lebih mahal.
- c) Dapat menerima pesanan otak-otak bandeng
- d) Menunjukkan bandeng khas olahan Gresik dengan penggunaan penjepit bambu
- e) Bandeng yang digunakan untuk otak-otak merupakan bandeng dari Gresik yang berkualitas baik.
- f) Bentuk produk otak-otak bandeng yang serupa dengan bentuk produk otak-otak Bu Muzanah yang menggunakan penjepit bambu.
- g) Produk ini terdapat di dua toko oleh-oleh di Gresik, yang berarti membuka peluang untuk mudah ditemui oleh konsumen.

Weakness

- a) Tidak memiliki variasi produk yang cukup banyak.
- b) Produk tidak dapat bertahan lama karena tanpa bahan pengawet.
- c) Merek belum mencantumkan nomor P-IRT yang dikeluarkan oleh kota dan kabupaten.

- d) Saat ini produk hanya dipasarkan di kota Gresik.
- e) Adanya perubahan merek namun kemasan yang mencantumkan merek lama masih dijual.

Opportunity

- a) Harga kompetitor yang lebih tinggi dibandingkan harga bandeng Bu Tatik, sehingga calon pembeli dapat memikirkan untuk membeli produk Bu Tatik dengan harga lebih murah dan kualitas yang tetap terjaga.
- b) Kemajuan sistem transportasi yang dapat memudahkan masyarakat untuk bepergian ke berbagai kota dan tempat.
- c) Kebiasaan wisatawan domestik yang sering membawakan oleh-oleh untuk keluarganya membuka kesempatan untuk memperluas pemasarannya (berdasarkan wawancara dengan konsumen yang membeli produk Bu Muzanah untuk oleh-oleh).
- d) Perkembangan teknologi cetak dengan harga yang bervariasi dapat membuka kesempatan untuk mengembangkan kemasan produk Bu Tatik ini.

Threat

- a) Di kota Gresik terdapat pioner otak-otak bandeng yang membuat pioner tersebut begitu kuat menguasai pasar Gresik.
- b) Produk otak-otak bandeng merek lain yang dapat bertahan lebih lama tanpa pengawet dengan menggunakan kemasan *vacuum*.
- c) Bentuk dan warna dari beberapa kemasan otak-otak bandeng merek lain yang hampir serupa dengan merek Otak-Otak Bandeng Bu Tatik.
- d) Munculnya produk olahan bandeng di kota-kota lain yang juga menawarkan keunggulannya masing-masing.
- e) Banyaknya makanan tradisional yang ditawarkan di Gresik, yang juga mempengaruhi konsumen untuk mengambil keputusan pembelian.

Analisis Tujuan Brand Positioning

Terdapat cukup banyak penjual otak-otak bandeng yang bermunculan di berbagai kota. Oleh karena itu diperlukan adanya pembeda dalam *brand positioning*nya yaitu dengan menempatkan otak-otak bandeng Bu Muzanah sebagai otak-otak bandeng dengan cita rasa Gresik yang sudah berdiri sejak 1969. Penekanan terhadap tahun keberadaan otak-otak bandeng untuk menunjukkan bahwa otak-otak bandeng merek Bu Muzanah ini telah lama berdiri dan telah lama ada sebagai pioneer otak-otak bandeng di Gresik. Namun perihal pioneer ini bukan sebagai sesuatu yang utama untuk diperhitungkan oleh konsumen, karena berdasarkan wawancara dari konsumen otak-otak bandeng yang berkunjung di Bu Muzanah Store

mereka mengenal otak-otak bandeng Bu Muzanah sebagai otak-otak bandeng yang enak di Gresik dan bukan karena waktu berdirinya yang telah sangat lama.

Analisis Kategori Produk

Apabila dilihat dari harga dan fasilitas toko, otak-otak bandeng Bu Muzanah ini masuk dalam kategori golongan menengah ke atas. Harga dengan kualitas produk yang ditawarkan sangat sesuai. Jika ditinjau dari segi pengemasan, otak-otak bandeng Bu Muzanah telah didesain dengan begitu bagus untuk dapat menunjukkan kelasnya. Namun, tetap diperlukan adanya inovasi untuk selalu dapat menunjukkan perbedaan antara merek Bu Muzanah dengan merek lainnya, membuat kemasan yang lebih praktis, menyampaikan informasi yang diperlukan melalui kemasan, membuat kemasan yang menjual, serta memperkuat *brand* dalam benak konsumen.

Analisis Kompetitor

Kualitas produk, harga, serta daya tahan produk merupakan faktor-faktor yang penting untuk dipikirkan apabila konsumen menginginkan sebuah oleh-oleh untuk kerabat atau teman mereka yang berada di tempat yang jauh. Ketiga hal tersebut yang juga ditawarkan oleh produk kompetitor.

Seperti yang telah dituliskan pada analisa SWOT untuk produk kompetitor, otak-otak Bandeng Juwana telah cukup dikenal dikalangan masyarakat. Saat Bandeng Juwana ini juga masuk ke Gresik, merek ini menjadi kompetitor yang cukup kuat untuk otak-otak bandeng Bu Muzanah.

Bandeng Juwana sebagai merek yang cukup dikenal dengan harga lebih murah dibanding bandeng Bu Muzanah menawarkan kepada konsumen 2 ekor bandeng olahan dalam 1 kemasan yang dapat bertahan lebih lama dibanding bandeng Bu Muzanah. Sehingga untuk kepentingan pengiriman oleh-oleh yang membutuhkan waktu cukup lama, konsumen akan berpikir kembali bandeng olahan merek siapa yang akan mereka pilih.

Informasi yang terdapat pada kemasan Bandeng Juwana menggunakan bahasa Indonesia dan bahasa Inggris. Hal ini dapat bertujuan untuk mempersiapkan dan menunjukkan merek Bandeng Juwana sebagai oleh-oleh yang bersifat nasional dan internasional, ditujukan untuk wisatawan domestik maupun wisatawan luar negeri.

Produk bandeng olahan merek Otak-Otak Bandeng Khas Gresik Bu Tatik ini masih dikemas dan dijual secara sederhana dan belum secara resmi. Namun, faktor yang perlu diperhatikan adalah harga dan rasa.

Otak-otak bandeng Bu Tatik dibuat di kota Gresik dengan menggunakan hasil perikanan di Gresik. Begitu juga dengan otak-otak bandeng Bu Muzanah yang menggunakan ikan bandeng Gresik sebagai bahan otak-otaknya. Otak-otak bandeng Bu Tatik dan Bu Muzanah juga memiliki persamaan dalam hal bentuk produknya yang dijepit dengan bambu. Selain itu, cita rasa yang dimiliki oleh bandeng Bu Muzanah gurih, pedas, manis juga ditawarkan oleh bandeng Bu Tatik secara tertulis pada kemasannya.

Kedua kompetitor tersebut kurang memperlihatkan unsur lokal berupa elemen visual pada kemasannya agar dapat dikenali asal-usul tempat produk tersebut dihasilkan.

Analisis Fitur Kemasan (*VIEW*)

Penggunaan warna hijau pada kemasan bandeng merek Bu Muzanah mengandung makna tertentu menurut Rosid yaitu adanya pertumbuhan dari sesuatu yang kecil kemudian menjadi semakin besar.

Terdapat 5 produk olahan dari bandeng yang dimiliki oleh Bu Muzanah, yaitu otak-otak bandeng, bandeng asap, bandeng asap tanpa duri, bandeng tanpa duri (bakar atau goreng), dan bandeng presto.

Pembeda dari kelima produk tersebut terdapat pada warna kemasannya. Warna adalah hal pertama yang terlihat saat kita melihat sebuah kemasan, sehingga penggunaan warna sebagai pembeda diantara kelimanya adalah cara yang efektif.

Produk olahan bandeng Bu Muzanah seringkali dijadikan oleh-oleh untuk dikirimkan ke luar kota dan luar pulau, sehingga tidak menutup kemungkinan bahwa orang yang menerima oleh-oleh tersebut tidak mengetahui bagaimana cara penyimpanan dan pemanasan kembali produk bandeng olahan tersebut. Serta didukung oleh pendapat dari wawancara terhadap beberapa konsumen yang berkunjung ke Bu Muzanah Store untuk menambahkan keterangan sederhana mengenai cara penyimpanan dan pemanasan kembali produk tersebut.

Ornamen yang digunakan pada desain kemasan tersebut merupakan ornamen yang tidak membentuk bentukan atau dapat dikatakan sebagai ornamen yang abstrak. Berdasarkan hasil wawancara konsumen yang telah terkumpul, konsumen lebih menyukai sesuatu yang bercorak dibandingkan sesuatu yang polos. Corak tersebut dapat diterapkan sebagai ornamen yang menghiasi kemasan, namun juga dapat sekaligus berfungsi sebagai identitas dari Kota Gresik.

Pembahasan

Perancangan ulang kemasan otak-otak bandeng Bu Muzanah bertujuan untuk dapat menunjukkan

karakteristik dan identitas dari Otak-Otak Bandeng Bu Muzanah khas Gresik. *Brand Positioning* dari otak-otak bandeng Bu Muzanah adalah sebagai otak-otak bandeng dengan cita rasa asli Gresik yang telah ada sejak 1969. *Positioning* ini ditunjukkan pada desain kemasannya dengan memperlihatkan kesan atau suasana kota Gresik serta dengan menunjukkan kesan sebagai sebuah *brand* yang ternama dan telah ada sejak 1969.

Program kreatif yang dilakukan dalam redesain kemasan ini adalah dengan menghasilkan kemasan yang tidak hanya berfungsi untuk melindungi produk namun juga dapat :

- Menampilkan kekuatan dari *brand* Bu Muzanah
- Bercerita tentang Gresik melalui bentuk maupun elemen visualnya.
- Menyampaikan informasi tentang cara penyimpanan dan pemanasan produk yang diperlukan oleh konsumen.
- Diproses secara praktis saat mengemas produk saat pembelian.

Desain kemasan baru menampilkan gambar yang merupakan foto olahan dari beberapa tempat khas di Gresik, yaitu alun-alun Gresik, pelabuhan Gresik, Kampung Kemasan, GNI Kabupaten Gresik, serta Gedung Wahana Ekspresi, Seni, dan Olahraga. Kelima foto tersebut digunakan pada kelima desain kemasan sesuai dengan 5 jenis produk bandeng olahan Bu Muzanah.



Gambar 1. Foto kelima desain kemasan sesuai jenisnya

Kota Gresik juga memiliki ciri khas lain yang telah melekat sebagai identitas Kota Gresik yaitu ilustrasi damar kurung yang unik karya Masmundari. Damar kurung biasa digunakan saat Idul Fitri ataupun menjelang Idul Fitri. Oleh karena itu, penulis membuat desain dengan menggunakan ilustrasi damar kurung dengan gaya grafis Masmundari sebagai

kemasan tematik khusus untuk menjelang Idul Fitri. Gambar ilustrasi pada kemasan yang dibuat oleh penulis, menunjukkan suasana pasar bandeng khas Gresik yang dilaksanakan menjelang hari Raya Idul Fitri. Tradisi pasar bandeng ini ramai dikunjungi oleh para wisatawan domestik dari berbagai kota.

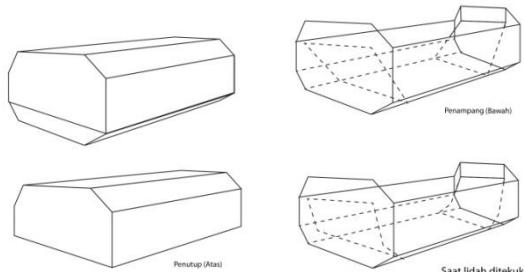


Gambar 2. Desain kemasan tematik

Bentuk kemasan

Pola dasar *single pack* adalah berbentuk segi delapan. Keunggulan dari bentuk ini adalah lebih mudah dan nyaman untuk dipegang, tidak memakan terlalu banyak ruang dibandingkan kemasan yang sebelumnya, serta ukuran dan bentuk kemasan ini lebih pas dengan produk sehingga tidak terlalu menyisakan ruang kosong agar produk tidak terlalu terkoyak. Namun kelemahan dari bentuk kemasan ini adalah pada bagian atas yang tidak cukup kuat untuk menahan bentuknya apabila mendapat tekanan yang terlalu kuat.

Fungsi dari bentuk segi delapan ini juga terdapat pada bagian bawah kemasan yaitu pada sisi samping yang lebih ramping untuk menahan agar ikan tidak terkoyak lebih kuat dan keras.



Gambar 3. Bentuk kemasan sekunder

Tambahan lidah pada bagian dalam kemasan difungsikan seperti pegas yang membantu menahan ikan. Ikan bandeng memiliki ukuran yang berbeda-beda, fungsi lidah dapat membantu menahan agar ikan yang berukuran lebih kecil tidak terlalu terkoyak saat diletakan di dalam kemasan.



Gambar 4. Bentuk kemasan tersier

Untuk *tertiary pack* terdapat 2 macam, yang pertama berbentuk tas yang terbuat dari kertas. Tas ini dapat menampung maksimal 3 buah *secondary pack*. Kemasan yang kedua adalah kemasan yang berisi 5 dan 10 *single pack*. Kemasan ini dibuat khusus untuk didistribusikan atau dibawa bepergian hingga ke luar kota atau luar pulau, oleh karena itu kemasan ini dibuat dari kardus yang cukup tebal dan lebih tahan terhadap tekanan.

Bahan

Kemasan menggunakan ketiga klasifikasi kemasan yaitu *primary*, *secondary*, dan *tertiary*. Pada bagian *primary* akan tetap menggunakan seperti yang ada di kemasan saat ini yaitu daun pisang dan lembaran kertas minyak. Alasan penggunaan daun pisang adalah agar cita rasa Gresik tetap dapat terjaga, sedang alasan penggunaan kertas minyak adalah agar bumbu dari bandeng tidak langsung tersentuh dan terserap oleh kemasan *secondary*.

Pada bagian *secondary* akan menggunakan bahan/material dari *art carton* yang kemudian akan dilaminasi *doff* pada bagian luar dan laminasi *glossy* pada bagian dalam agar bumbu dan minyak dari produk tidak terserap oleh kemasan. Bahan *art carton* cukup kuat untuk menahan tekanan dan warna kertas yang putih membuat kemasan terlihat lebih bersih dibanding dengan penggunaan kertas *duplex* pada kemasan sebelumnya.

Warna

Warna kemasan akan menggunakan perpaduan warna hitam, hijau, coklat, dan abu-abu. Warna hitam dapat menonjolkan warna-warna lain dan membuat warna-warna lain “terlihat”.

Warna hijau untuk menunjukkan warna Islamik dan yang juga berarti pertumbuhan, serta tambahan warna coklat menunjukkan kesan tradisional, natural, warna tanah dan ramah.

Setiap jenis produk olahan bandeng yang terpisah ke dalam 5 kemasan akan dibedakan melalui warna. Kelima warna tersebut adalah oranye (bandeng asap), merah (bandeng asap tanpa duri), biru (bandeng presto), ungu (bandeng bakar atau goreng), dan hijau (otak-otak bandeng).

Pengembangan logo

Pengembangan Logo Bu Muzanah dalam desain kemasan yang baru ini adalah pada penggunaan *typeface* ‘Bu Muzanah’ yang diperbolehkan untuk dirubah dengan *typeface* lain.



Gambar 5. Pengembangan logo Bu Muzanah

Terdapat pula penambahan ikon untuk masing-masing produk bandeng agar dapat lebih mudah dikenali dan diingat.



Gambar 6. Ikon jenis-jenis produk

Ikon produk yang berwarna oranye ditujukan untuk produk bandeng asap. Ikon yang berwarna merah ditujukan untuk produk bandeng asap tanpa duri, yang digambarkan dengan gambar tulang ikan tanpa duri yang berasap. Ikon yang berwarna ungu ditujukan untuk produk bandeng bakar ataupun bandeng goreng yang menggunakan satu kemasan untuk dua jenis produk. Ikon yang berwarna biru ditujukan untuk produk bandeng presto. Gambar ikon ini merupakan gambar pada saat proses pembuatannya yang unik. Ikon yang berwarna hijau ditujukan untuk produk otak-otak bandeng, digambarkan oleh bambu dan pengikatnya yang digunakan dalam proses pembuatan otak-otak bandeng.

Tipografi

Typeface yang digunakan adalah gabungan antara *typeface script* dengan *typeface modern* (*serif/sans serif*). Penggunaan *Script* untuk menunjukkan sifat alami dan natural yang dapat digunakan pada bagian judul/sub judul/untuk keterangan tambahan yang akan disesuaikan kembali saat pemikiran estetis pada tahap eksekusi perancangan.

Untuk *typeface modern* akan digunakan untuk menampilkan kesan *modern* sesuai dengan *brand image* yang diinginkan. Ada keunikan lain yang ditawarkan oleh *typeface serif* yaitu kesan *old style* yang ditunjukkan oleh *typeface serif* tertentu.

Penggunaan *typeface* saat ini pada kemasan merupakan penggunaan *non-commercial* , namun

apabila desain kemasan akan diterapkan/digunakan maka diperlukan untuk mengurus perijinan/ *royalty*.

Alex Brush

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNO
PQRSTUVWXYZ
1234567890..!@#\$%^&*()_+

AllianceCondensed

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOQRSTUWXYZ
1234567890.,!@#\$%^&*()_+

BIGNOODLETITLING

ABCDEFGHIJKLMNOQRSTUWXYZ
ABCDEFGHIJKLMNOQRSTUWXYZ
1234567890.,!@#\$%^&*()_+";:

Communist

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNO
QRSTUWXYZ
1234567890.,!@#\$%^&*()_+";:

DEATHE MAACH NCV

ABCDEFGHIJKLMNOQRSTUWXYZ
ABCDEFGHIJKLMNOQRSTUWXYZ
1234567890.,!@#\$%^&*()_+

ECUYER DAX

ABCDEFGHIJKLMNOQRSTUWXYZ
ABCDEFGHIJKLMNO
QRSTUWXYZ
1234567890.,!@#\$%^&*()_+

Gabriola

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOQRSTUWXYZ
1234567890.,!@#\$%^&*()_+

HaloHandletter

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNO
QRSTUWXYZ
1234567890.,!@#\$%^&*()_+

Biaya Kreatif

Secondary Pack

Ukuran : 40 cm x 10 cm x 6 cm
Materi :

Secara *digital printing* kertas yang dapat digunakan adalah *Art Karton* 310 gsm. Secara *offset printing*, dapat menggunakan kertas *Art Karton* 350 gsm yang lebih tebal.

Jumlah kemasan jadi : 70.000 buah
Tali : Rp 80.000,- (1m =
5buah; 400m x Rp 200,-/m)
Biaya potong : Rp 200.000,-
Biaya kertas + cetak : Rp 45.105.000,-
Biaya Laminasi *Doff* (luar) : Rp 35.133.000,-
Biaya Laminasi *Glossy*(dalam): Rp 22.913.000,-

Agar biaya tidak terlalu tinggi, dapat menggunakan hanya satu kali laminasi yaitu laminasi *doff*.
TOTAL BIAYA : Rp 103.431.000,-
(dengan laminasi *doff* dan *glossy*)
TOTAL BIAYA : Rp 80.518.000,-
(dengan laminasi *doff*)

Harga per satuan kemasan : Rp 1.477,-
(dengan laminasi *doff* dan *glossy*)
Harga per satuan kemasan : Rp 1.150,-
(dengan laminasi *doff*)
(belum termasuk daun pisang, kertas minyak,
dan label)

Transit / Tertiary Pack

Tas isi maksimum 3 buah *secondary pack*
Ukuran (plt) : 42 cm x 12.5 cm x 27 cm
Materi : *Art Karton* 310 gsm
Biaya potong : Rp 200.000,-
Biaya lem : Rp 100.000,-
Tali : Rp 400,- x
(1m x 1000 kemasan)= Rp 400.000,-
Biaya cetak stiker : Rp 150.000
(15.000,-/A3; minimal 10 lembar)
Biaya cetak (paket) : Rp 2.000.000,-
TOTAL BIAYA : Rp 2.850.000,-
Jumlah kemasan total : 1000 buah
Harga per satuan kemasan : Rp 2.850,-
Kardus isi maksimum 5 buah *secondary pack*
Ukuran (plt) : 42 cm x 12 cm x 34 cm
Materi : *Karton box* 275 gr
Keterangan : *corrugated- white kraft*
(single wall)
Finishing : *Die cut*
Biaya potong : Rp 300.000,-
Biaya cetak (paket) : Rp 2.150.000,-
TOTAL BIAYA : Rp 2.450.000,-
Jumlah kemasan total : 1000 buah
Harga per satuan kemasan : Rp 2.450,-

Kardus isi maksimum 10 buah *secondary pack*
Ukuran (plt) : 42 cm x 12 cm x 34 cm
Materi : *Karton box*
Keterangan : *corrugated- white kraft*
(single wall)
Finishing : A1

Biaya potong	: Rp 350.000,-
Biaya cetak (paket)	: Rp 2.650.000,-
TOTAL BIAYA	: Rp 3.000.000,-
Jumlah kemasan total	: 1000 buah
Harga per satuan kemasan	: Rp 3.000,-

POP (Point Of Purchase)

Bahan	: besi
Ukuran	: 40 cm x 20 cm x 150 cm (penampang bawah : 45.6 cm x 36 cm)
Keterangan	: <i>single</i> rak, 5 rak @(40 cm x 21 cm)
Harga	: Rp. 390.000,-
(Belum ditambah bagian atas untuk logo : 40 cm x 20 cm)	

Kemasan Tersier



Gambar 7. Kemasan tersier tiga macam

Desain kemasan tersier yang menggunakan foto toko dari Bu Muzanah merupakan kemasan tersier yang digunakan untuk sehari-hari, sedangkan desain kemasan yang menggunakan ilustrasi damar kurung akan digunakan saat menjelang Hari Raya Idul Fitri. Pada bagian pegangan ditambahkan lidah agar lebih nyaman untuk dibawa. Apabila tidak digunakan, kemasan ini dapat dilipat dan disimpan.

Kemasan tersier telah diuji coba untuk mengangkut beberapa benda yang cukup berat dan membawa kemasan tersebut dalam perjalanan sekitar satu jam (sama seperti waktu perjalanan dari Gresik ke Surabaya). Hal ini dilakukan untuk menguji ketahanan dan kenyamanan dalam membawa kemasan. Awalnya kemasan tersier ini tidak cukup nyaman untuk dipegang karena terdapat bekas potongan pada bagian pegangan kemasan tersier. Permasalahan ini dapat diatasi dengan menyediakan lidah pada lubang pegangan agar lebih nyaman untuk dibawa.

Point Of Purchase



Gambar 8. POP (Point of Purchase)

POP ini akan diletakkan di tempat adanya para wisatawan yang cukup banyak, contoh di Bandara. Bahan POP adalah dari besi dengan cat warna hijau dan coklat sangat tua, ditambah dengan print gambar kapal yang ada di bagian penyangga tengah. Logo Bu Muzanah yang terletak dipaling atas POP akan dibuat menonjol dibandingkan yang lainnya.

Hasil Pengujian Kemasan



Gambar 9. Uji coba kemasan

Kemasan sekunder telah diuji dengan mencoba untuk memasukan produk otak-otak bandeng ke dalam lima buah kemasan sekunder. Pemilihan untuk menguji coba ketahanan kemasan menggunakan produk otak-otak bandeng karena produk ini adalah yang terberat dibandingkan keempat jenis produk lainnya.

Setelah produk otak-otak bandeng tersimpan di dalam kemasan, kemudian kelima kemasan tersebut ditumpuk ke atas sebanyak maksimal 5 buah. Setelah cukup lama diletakkan kedalam lima kemasan tersebut, bentuk dari kemasan tidak berubah, tetap sesuai dengan kondisi awal. Namun dalam keadaan bandeng yang masih panas, menyebabkan bumbu dari bandeng tersebut telah menembus kertas minyak dan menempel pada kemasan sekunder. Bumbu dari bandeng tidak terserap oleh kemasan karena kemasan bagian dalam telah dilaminasi terlebih dahulu.

Kemasan tersier telah diuji coba untuk mengangkut beberapa benda yang cukup berat dan membawa kemasan tersebut dalam perjalanan sekitar satu jam (sama seperti waktu perjalanan dari Gresik ke Surabaya). Hal ini dilakukan untuk menguji ketahanan dan kenyamanan dalam membawa kemasan. Awalnya kemasan tersier ini tidak cukup nyaman untuk dipegang karena terdapat bekas potongan pada bagian pegangan kemasan tersier. Permasalahan ini dapat diatasi dengan menyediakan lidah pada lubang pegangan agar lebih nyaman untuk dibawa.

Ucapan Terima Kasih

Dalam perancangan karya Tugas Akhir ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah berperan sehingga Laporan Perancangan Tugas Akhir ini dapat terselesaikan dengan baik, antara lain:

1. Tuhan Yesus Kristus atas segala pimpinan dan kasih karuniaNya.
2. Achmad Zakki Rosid selaku pengelola Bu Muzanah yang telah banyak membantu.
3. Deddi Duto H, S.Sn, M.Si
4. Aristarchus P K., BA, MA
5. Ani Wijayanti, S.Sn., Med. Kom
6. Semua staff Pusat Karir yang telah begitu membantu dan memberikan kesempatan bagi penulis untuk dapat mengerjakan Tugas Akhir di sela-sela pekerjaan, serta untuk segala masukan yang diberikan.
7. Keluarga tercinta yang telah banyak membantu
8. Teman-teman kelompok bimbingan Tugas Akhir
9. Teman-teman panitia *Career Camp* 2013 yang telah memberi banyak bantuan dan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini tepat waktu.

Daftar Pustaka

Anang Samsul, Pencipta Motif Batik Loh Bandeng Gresik. (2012). *Gresik*. Diunduh 26 April 2013 dari <http://gresik.co/umkm/anang-samsul-pencipta-motif-batik-loh-bandeng-gresik>

Anom, Vina. (2010). Semarak Pasar Bandeng Gresik, Warisan Sang Waliyullah. *Jelajah Budaya*. Diunduh 30 April 2013 dari <http://www.jelajahbudaya.com/kabar-budaya/semarak-pasar-bandeng-gresik-warisan-sang-waliyullah.html>

Arifin, Muhammad. (2012). Apakah Makna Dari Simbol : Warna Hijau, Kubah, Lambang Bulan Dan Bintang? *Muhammadarifin*. Diunduh 14 March 2013 dari <http://muhammadarifin.net/apakah-makna-dari-simbol-warna-hijau-kubah-lambang-bulan-dan-bintang/>

Bandeng Presto Juwana Asli Semarang Bisa Kirim Luar Kota. *Emivomarket*. Diunduh 14 March 2013 dari <http://emivomarket.com/bandeng-presto-juwana-asli-semarang-bisa-kirim-luar-kota>

Kastaman, Roni.(2003). Manajerial Kewirausahaan di Bidang Manajemen Produksi Berbasis Kemasan Produk/ Packaging. Acara *Diklat Manajerial Kewirausahaan Bagi Pengelola Kukm Se Jawa Barat Angkatan : XXVII (Dua Puluh Tujuh) TA 20 Oktober 2003*. Diunduh 26 March 2013 dari http://resources.unpad.ac.id/unpadcontent/uploads/publikasi_dosen/PKM13%20paper-diklat-packaging-Diklat%20KUKM.pdf

Bappeda Provinsi Jawa Timur. (2013, February 7). Nelayan gresik ditawari kelola tanah 3,2 hektar. Pesan disampaikan dalam <http://bappeda.jatimprov.go.id/2012/02/24/nelayan-gresik-ditawari-kelola-tanah-32-hektar/>

Batik Loh Bandeng dari Wringinanom. (2010). *Surabaya Post Online*. Diunduh 26 April 2013 dari <http://www.surabayapost.co.id/?mnlu=berita&act=view&id=5cd21643adc330fc6869f39a1c6ad5b6&jenis=b706835de79a2b4e80506f582af3676a>

Brandopus. Willie's Cacao. *The Dieline*. Diunduh 6 March 2013 dari <http://www.thedieline.com/blog/2013/2/20/willies-cacao.html>

Bucharest. Freddy's. *The Dieline*. Diunduh 6 March 2013 dari <http://www.thedieline.com/blog/2013/3/4/freddys.html>

CSIRO Food and Nutritional Sciences. (2010). *A Guide to Food Safety : Make It Safe*. Australia: CSIRO Publishing.

Damar Kurung, Upaya Memuliakan Warisan Leluhur Gresik. (2012). *Gresik*. Diunduh 27 April 2013 dari <http://gresik.co/gresik/wisata-gresik-gresik/damar-kurung-upaya-memuliakan-warisan-leluhur-gresik>

Design matters : packaging an essential primer for today's competitive market. 1st ed. (2008). United States of America : Rockport Publishers.

Drew, John T. and Sarah A. Meyer. (2008). *Color Management for Packaging : a comprehensive guide for graphic designer*. Switzerland : RotoVision.

Duffy et al. (2011). Whole Foods Market. *Design Related*. Diunduh 6 March 2013 dari <http://www.designrelated.com/portfolio/ginatriplett/entry/57530/whole-foods-market>

Dupuis, Steven and John Silva. (2008). *Package design workbook*. United States of America : Rockport Publishers.

Gelas dan Keramik, Kemasan Makanan Paling Aman. *Portal Kesehatan*. Diunduh 4 March 2013 dari <http://www.portalkesehatan.com/berita/gelas-dan-keramik-kemasan-makanan-paling-aman/>

Hutapea, Roland. (2009). Informasi Regulasi tentang Zat Kontak Pangan. *Workshop Sosialisasi Pengaturan tentang Kemasan Pangan oleh Badan POM Bekerjasama dengan Federasi Pengemasan Indonesia, 21-22 Oktober 2009, Jakarta*.5-8. Diunduh 25 Februari 2013 dari http://xa.yimg.com/kq/groups/16823310/80677521/name/02%20Implementasi%20Kemasan%20Pangan_BP OM.ppt

Indonesia. Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia. "Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia." *Packindo*. Diunduh 4 March 2013 dari http://www.packindo.org/pdf_files/BPOM_No_HK00 05556497_ttgBahanKemasanPangan.pdf

Intan (2013, January). Damar Kurung: Seni Lukis dari Masa Sunan Giri. *Ydsfgresik*. Diunduh 6 Mei 2013 dari <http://ydsfgresik.com/index.php/component/content/article/38-artikel/115-damar-kurung-seni-lukis-dari-masa-sunan-giri>

Izin dikeluarkan Dinkes, Bukan BPOM. (2013, March 9). *Jawa Pos*, 43.

Kisswara, Adi Sucipto. (2010, June 10). Lucu dan Serunya Ketika Anak-anak Membatik. *Kompas*.

Klimchuk, M. R., & Krasovec, S.A. (2006). *Desain kemasan: perencanaan merek produk yang berhasil*

mulai dari konsep sampai penjualan. (Bob Sabran, Trans.). Jakarta : Erlangga.

Lambang, Arti, dan Moto. (2012). *Badan Pusat Statistik Kabupaten Gresik*. BPS Kabupaten Gresik. Diunduh 14 March 2013 dari <http://gresikkab.bps.go.id/index.php/tentangd/lambang-garti>

Loh Bandeng Salah Satu Ikon Batik Gresik. (2012). *Gresik*. Diunduh 26 April 2013 dari <http://gresik.co/gresik/ekonomi/loh-bandeng-salah-satu-ikon-batik-gresik>

Otak-otak bandeng Bu Muzanah, tradisi kelezatan. *Informasi Kabupaten Gresik*. Diunduh 7 Februari 2013 dari <http://gresikkab.go.id/berita/05072012/otak-otak-bandeng-bu-muzanah-tradisi-kelezatan.html>

Otak-otak bandeng Gresik Bu Muzanah. *Direktorat Jendral Pengolahan dan Pemasaran Hasil Perikanan*. Diunduh 7 Februari. 2013 dari <http://www.wpi.kkp.go.id/?p=20>

Structural Packaging. *Cool Hunting*. Diunduh 6 March 2013 dari <http://www.coolhunting.com/design/structural-packaging.php>

Sriwati Masmundari. (2012). *Dewan Kesenian Gresik*. Diunduh 27 April 2013 dari <http://dewakeseniangresik.or.id/sriwati-masmundari-566/>

Tradisi Pasar Bandeng, Sambut Idul Fitri. *Berita 86*. Denidi. Diunduh 30 April 2013 dari <http://www.berita86.com/2009/09/tradisi-pasar-bandeng-sambut-idul-fitri.html>

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan. *Hukum Online*. Diunduh 25 February 2013 dari <http://ppvt.setjen.deptan.go.id/ppvtp/files/61UU1820 12.pdf>

Wahyu, R. S. (2013, February). Damar Kurung: Makna Lukisan Damar Kurung Sebagai Kesenian Masyarakat Gresik. *AntroUnairDotNet*, Vol.2/No.1, 114-123. Diunduh 6 Mei 2013 dari <http://journal.unair.ac.id/filerPDF/Rizky%20Sandika%20Wahyu.pdf>

Wasono, G. (2011). Otak-otak bandeng. *Tabloid Nova*. Diunduh 6 Februari 2013 dari <http://www.tabloidnova.com/layout/set/print/Nova/News/Peristiwa/Kuliner-Unik-dari-Gresik-Populer-karena-Keunggulan-Rasa-2>

Wirya, Irwan. (1999). *Kemasan yang menjual: menang bersaing melalui kemasan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Zainuddin, Oemar. (2010). Kota Gresik 1896-1916 : sejarah sosial budaya dan ekonomi. Depok : Ruas.

Zubir, Solihin. (2011). Keistimewaan Warna Hijau Dalam Islam dan Al-Quran. *Szlihin*. Diunduh 14 March 2013 dari <http://www.szlihin.com/2011/02/warna-hijau-dalam-islam-dan-al-quran.html>