

CITRA VISUAL FOTOGRAFI POTRET PADA KEMASAN HERBANA

Siti Desintha
desintha@telkomuniversity.ac.id

Program Studi Desain Komunikasi Visual
Fakultas Industri Kreatif
Universitas Telkom
Jl. Telekomunikasi No. 1, Bandung, Jawa Barat, Indonesia

ABSTRAK

Visualisasi kemasan menjadi salah satu daya tarik utama dalam mempersuasi konsumen terhadap produk tersebut. Selain menyampaikan pesan juga dapat menimbulkan rasa keterikatan secara emosional. Fotografi potret yang ditampilkan dapat merepresentasikan keunggulan produk sebagai narasi visual. Pada penelitian ini bidang ilmu desain komunikasi visual khususnya semiotika menjadi pijakan utama dalam proses analisis yang membahas tentang korelasi antar tanda pada fotografi potret yang terdapat pada kemasan *Herbana Balance Madia Menstrual Comfort*. Varian ini menawarkan produk herbal yang dikhususkan untuk meredakan rasa sakit yang sering dialami perempuan saat menstruasi. Penggunaan fotografi potret dalam mendeskripsikan produk berdasarkan fenomena masalah tersebut menjadi hal yang menarik untuk dikaji. Kajian tersebut dapat menjelaskan secara rinci mengenai pengaruh fotografi potret dalam menciptakan nilai maupun fungsi. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan semiotika Barthes. Penelitian ini menemukan bahwa fotografi potret sebagai media yang mampu mempersuasi konsumen terhadap produk melalui ekspresi yang ditampilkan.

Kata Kunci: potret; kemasan; semiotika

ABSTRACT

Packaging visualization is one of the most essential components in persuading buyers to buy a product. Aside from delivering the material, it may also create an emotional reaction. The portrait photo on the show may reflect the grandeur of the items as a visual tale. In this study, the field of visual communication design, notably semiotics, takes centre stage in the analytical process that investigates the relationship between signs in portrait photographs contained in the *Herbana Balance Madia Menstrual Comfort* package. This variant offers herbal medicines designed specifically to alleviate the discomfort that women typically experience during menstruation. The use of portrait photography to describe objects based on the phenomenon of the problem is an exciting subject to examine. This research may go into great depth on the impact of portrait photography on the creation of value and function. This research employs a qualitative methodology based on Roland Barthes' semiotic approach. According to the findings of this study, portrait photography as a medium can influence customers to buy a product.

Keyword: portrait ,packaging,semiotic

PENDAHULUAN

Setiap produk memiliki strategi untuk meyakinkan dan menarik perhatian konsumen. Selain mengutamakan kandungan yang terdapat pada produknya juga segi promosi. Kemasan merupakan salah satu media pemegang peranan penting dalam keberhasilan produk. Berdasarkan pendapat dari Sri Julianti, pakar yang menggeluti dunia kemasan selama 30 tahun, secara fungsional kemasan sangat membantu dan mempermudah konsumen ketika membawa atau memindahkan produk. Sedangkan dari sisi nilai, kemasan menjadi faktor yang berpengaruh besar terhadap konsumen dalam memilih produk di pasaran serta meningkatkan kualitas dan daya beli bagi produsen (Julianti, 2014, pp.15). Pada bagian permukaan kemasan (panel display utama) terdapat keterangan isi produk berupa ilustrasi, logo, tipografi atau teks, warna, juga bentuk kemasan yang berfungsi sebagai strategi komunikasi (Sari, N. L. D. I. D., 2013). Chen (2007) mengemukakan bahwa ilustrasi visual foto dalam kemasan menjadi representasi produk yang mendorong secara utuh sebuah persepsi dengan aspek-aspek pentingnya yakni teknik ekspresi, pemilihan media, dan penyederhanaan ilustrasi (Nugrahani, 2015).

Fotografi merupakan media visual yang bersifat naturalis, lahir dari perkembangan seni rupa baru sebagai perpaduan teknologi dan seni menjadikan fotografi sebagai salah satu media ungkap yang 'jujur'. Pada masa perkembangan periklanan, tampilan visual memegang peranan penting dalam menarik perhatian konsumen. Apalagi dengan ditampilkan figur-figur yang sedang diidolakan pada masa itu. Membentuk sebuah kepercayaan publik akan produk yang hendak dibeli sehingga dapat menimbulkan keterikatan secara emosional. Ekspresi pada fotografi potret merupakan salah satu hal yang akan menentukan keberhasilan pesan produk sehingga dapat memunculkan imajinasi konsumen.

Berdasarkan wawancara singkat dengan fotografer komersial yaitu Lestari Perangin Angin, diketahui bahwa fotografi potret digunakan sebagai alat untuk mempersuasi konsumen terhadap produk tersebut.

Herbana merupakan produk alami yang disajikan secara modern dengan kearifan lokal sesuai motonya yaitu: "Herbana menyimpan khasiat dari warisan alam yang menawarkan berbagai pilihan produk". Salah satunya adalah varian *Herbana Balance Madia Menstrual Comfort* yang mengandung bahan-bahan organik khusus untuk kesehatan reproduksi perempuan. Varian ini merupakan produk herbal untuk meredakan *dismenore* atau nyeri haid yang seringkali dirasakan kalangan perempuan sebagai suatu permasalahan umum. Selain itu, tampilan kemasan dengan foto ekspresi wajah elegan cukup menarik perhatian untuk diteliti. Fenomena inilah yang menjadi urgensi dan alasan kemasan Herbana varian ini dipilih untuk dikaji lebih lanjut.



Gambar 1. Produk *Herbana Balance Madia Menstrual Comfort*
Sumber : Husna, 2021

Visualisasi kemasan tersebut didominasi oleh penggunaan fotografi potret sebagai elemen visual yang dikonsepsi sedemikian rupa sehingga mewakili pesan produk. Pada penelitian sebelumnya oleh Desintha, S., Ayu, I. K., & Octamediana, H. (2020), dikemukakan bahwa analisis unsur visual berkonsep nuansa alam pada tampilan kemasan *Granola Creations* mewakili pesan khasiat produk. Begitu juga dengan kemasan *Herbana Balance Madia Menstrual Comfort* ini yang menjadikan fotografi potret sebagai unsur visual yang memiliki fungsi representatif. Penelitian ini berfokus pada bahasan tentang korelasi antara ekspresi fotografi potret pada kemasan Herbana dengan pesan produknya dari segi kesesuaian makna yang dapat mempersuasi konsumen. Hal ini dapat berpotensi menambah kekuatan *brand* sebagai hal penting dalam penyajian produk. Oleh karena itu, penelitian ini disusun untuk membahas citra visual fotografi potret dalam kemasan Herbana.

METODE PENELITIAN

Untuk mendapatkan hasil penelitian yang baik, digunakan analisis deskriptif yang secara spesifik membahas mengenai citra visual fotografi pada kemasan *Herbana Balance Madia Menstrual Comfort*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan observasi topik permasalahan, studi pustaka, analisis obyek kajian secara terstruktur menggunakan teori semiotika untuk mendapatkan kesimpulan.



Gambar 2. Skema Penelitian
Sumber : Tim Peneliti, 2021

Metode ini menjadi pilihan karena memiliki kesesuaian terhadap latar belakang masalah penelitian menekankan makna dari pada generalisasi, bersifat artistik atau seni (kurang terpola), serta interpretatif karena data hasil penelitian berkaitan dengan interpretasi terhadap data yang ditemukan di lapangan (Sugiyono, 2015). Dengan demikian, dapat dihasilkan data tertulis yang menguraikan dan memaparkan tentang teori yang berkaitan dengan topik yang diangkat.

Tahapan Penelitian

Sebuah penelitian hadir tidak lain untuk memecahkan masalah secara sistematis dengan menggunakan beberapa tahapan. Setiap tahapan memiliki urgensi dan keterkaitan satu sama lain secara terstruktur. Pada tahap awal ditentukan terlebih dahulu topik permasalahan dari fenomena yang diangkat untuk mengidentifikasi permasalahan secara mendalam. Dalam hal ini, masalahnya adalah bagaimana citra visual yang terdapat pada fotografi potret kemasan Herbana dapat memberikan identitas atau nilai pada *brand* itu sendiri. Selanjutnya, tahap kedua dilakukan dengan mencari sumber teoritis dari media yang tersedia, seperti buku atau jurnal tentang semiotika, yang tentunya masih dapat dijadikan rujukan yang relevan sekurang-kurangnya pernah diterbitkan dalam 10 tahun terakhir. Selain itu, ditambahkan juga data pendukung melalui observasi, wawancara dari narasumber ahli. Kemudian pada tahap ketiga, kemampuan analisis sangat diperlukan karena terdapat aktivitas menelaah dan menghubungkan teori dengan topik masalah yang diobservasi dan diteliti untuk menarik kesimpulan.

Sumber Data

Sumber data untuk penelitian ini didapatkan dari observasi penelitian lapangan dan studi literatur. Sumber data observasi lapangan didapat dari hasil pengamatan langsung terhadap kemasan produk Herbana itu sendiri dan juga penggalian informasi dari media *website* dan Instagram resmi Herbana. Sedangkan sumber studi pustaka untuk mengkaji teori dicari dari beberapa buku rujukan dan jurnal tentang topik permasalahan, yakni fotografi potret, kemasan, dan semiotika yang relevan dengan bidang penelitian. Dilengkapi dengan data melalui wawancara dengan narasumber bernama Lestari Perangin Angin untuk menggali informasi mengenai sudut pandangnya terhadap fotografi potret dalam desain kemasan.

Landasan Teori

1. Fotografi

Fotografi merupakan media visual ekspresif yang menjadi sebuah gaya hidup dan memiliki beberapa jenis berdasarkan tujuan dari penggunaan fotografi itu sendiri, baik untuk keperluan komersial maupun seni. Salah satunya adalah fotografi potret yang melibatkan sisi empati fotografer terhadap subjek sebagai pendekatan yang mempengaruhi hasil foto tersebut (Desintha dkk, 2019). Dalam dunia periklanan, fotografi potret menjadi elemen visual yang memiliki daya jual karena fotografi jenis ini mampu memberikan *point of view* sebagai penarik perhatian sebuah tampilan iklan cetak. (Soedjono, 2017: 125). Fotografi jenis ini juga diatur oleh komposisi jika meninjau dari bentuk yang divisualisasikan. Menurut West, definisi fotografi potret dikaitkan dengan karakter yang menjadi poin utama yang secara eksplisit mengidentitaskan seseorang secara personal (Irwandi & Apriyanto, 2012). Kathleen Francis menerangkan esensi yang dimuat dalam fotografi antara lain,

- *Personality*, ciri khas utama dari fotografi potret adalah menghadirkan karakteristik yang kuat. Sehingga seringkali jenis foto ini banyak digunakan dalam menampilkan tokoh-tokoh tertentu;
- Pencahayaan, kesan disampaikan melalui pengaturan arah cahaya yang menunjukkan suatu kontekstual yang mempertajam konsep fotografi. Sehingga dapat memunculkan pesan tertentu untuk diangkat dan diperlihatkan.
- Latar, untuk menghasilkan foto potrait yang lebih maksimal, penggunaan latar menjadi faktor pendukung karakteristik subyek fotografi yang porsinya tidak boleh mendominasi *frame*. Dalam pengaplikasiannya, harus diperhatikan pula

prinsip kesatuan (*unity*) antara subyek dan latar itu sendiri agar tidak mengganggu kesesuaian makna denotasi maupun konotasinya;

- Pose, karakter dan sikap seseorang dalam fotografi dapat ditunjukkan dengan sebuah pose. Dengan adanya pose, karakter, profesi, bahkan status sosial dapat teridentifikasi. Itulah yang menjadikan pose merupakan hal yang intim

(Irwandi & Apriyanto, 2012)

2. Semiotika Roland Barthes

Semiotika adalah ilmu yang mengkaji tanda dalam kehidupan manusia. Artinya semua yang hadir dalam kehidupan kita dilihat sebagai tanda yakni sesuatu yang harus kita beri makna. Semiotika pada perkembangannya menjadi perangkat teori yang digunakan untuk mengkaji kebudayaan manusia. Barthes (1957) menggunakan perkembangan teori tanda Saussure (penanda dan petanda) sebagai upaya menjelaskan bagaimana kita dalam kehidupan bermasyarakat di dominasi oleh konotasi. Roland Barthes melihat tanda sebagai kombinasi dari penanda dan petanda.

Tabel 1. Kombinasi dari Penanda dan Petanda

Signifier	Signified
Sign	

Sumber: Fiske (2007)

3. Kemasan

Kemasan menjadi bagian krusial dari suatu produk sebagai identitas *brand* yang membedakan dengan produk lainnya dan memuat informasi yang dibutuhkan konsumen saat dipasaran (Julianti, S., 2014). Marianner Rosner Klimchuk dan Sandra A. Krasovec (2007:34) mengemukakan definisi mengemas dengan sederhana yakni sebagai wadah. Berikut uraian mengenai fungsi dasar kemasan,

- Melindungi isi produk agar tetap aman serta terhindar dari kerusakan yang menyebabkan kualitasnya menurun (fungsi kekedapan);
- Mengondisikan produk agar tidak berserakan (fungsi kenyamanan);
- Kemasan dirancang untuk memudahkan mobilisasi produk dari produsen ke konsumen (fungsi logistik);
- Sebagai faktor penentu konsumen dalam memilih produk. Sehingga informasi dan identitas produk menjadi strategi komunikasi pemasaran (fungsi *marketing*).

4. *Female gaze*

Menurut Lobo (2018), *female gaze* lahir dari adanya teori *male gaze*. *Female gaze* berbicara tentang bagaimana tatapan perempuan sebagai alat yang digunakan untuk mewakili citra diri dan menyuarakan diri mereka sendiri (Putra, M. S. B. N., & Sokowati, M. E., 2020, p. 422).

PEMBAHASAN

Tanaman herba atau terna merupakan jenis tumbuhan dengan batang tidak berkayu yang kaya akan manfaat dalam kehidupan bumi. Penggunaannya secara turun-temurun dimanfaatkan hingga saat ini dalam dunia kesehatan, kuliner, atau kecantikan. PT. Deltomed Laboratories menjadi salah satu perusahaan yang meluncurkan Herbana sebagai produk yang mengimplementasikan sudut pandang paradoksal dengan menggabungkan praktik modern dengan bahan herbal yang bersumber dari warisan alam yang biasanya lebih dikenal nuansa tradisional. Terdapat 2 klasifikasi dari produk Herbana, yakni Relief Sari dan Balance Madia. Dalam kelompok Balance Madia terdapat 7 varian, yakni *Herbana Balance Madia Immusupport, Cool Down, Menstrual Comfort, Cold Ease, Feminime Health, Good Night, Muscle Ease*.

Pada penelitian ini, difokuskan pada obyek kajian produk *Herbana Balance Madia Menstrual Comfort* (Gambar 1). Varian *Balance Madia Menstrual Comfort* adalah obat herbal yang secara alami mengandung ekstrak kunyit, *yarrow* dan *habbatussauda* yang berkhasiat dalam mengurangi rasa nyeri saat haid.

Kondisi Wanita pada saat Menstruasi

Secara alamiah, perempuan yang telah mencapai masa pubertas tentu mengalami perubahan fisik yang ditandai dengan adanya menstruasi. Menstruasi adalah proses fisiologis yang dialami tidak hanya terjadi pada kalangan tertentu tetapi universal menjangkau lintas budaya (Critchley, H. O. dkk, 2020: 627). Menstruasi bersifat rasional dan normal terjadi dalam perkembangan manusia. Fenomena yang seringkali terjadi pada wanita haid adalah *dismenore* atau nyeri haid. Menurut Bernardi, Lazzeri, Perelli, & Reis (2017: 3) *dismenore* adalah kondisi rahim yang mengalami kram dan menimbulkan rasa sakit serta menjadi faktor penyebab sakit panggul dan gangguan menstruasi. Selain proses fisik, menstruasi juga berpengaruh terhadap perubahan emosi. Sebuah jurnal membuktikan bahwa perempuan yang mengalami haid menunjukkan bahwa perempuan memiliki gairah hedonis yang rendah, rasa frustrasi marah yang tinggi dan pengaruh negatif yang tinggi selama masa menstruasinya dibandingkan dengan hari-

hari biasa. Selain itu, persepsi kesehatan mental juga ditemukan lebih negatif pada periode menstruasi daripada penilaian balik mereka (Mishra, 2018).


Hasil Wawancara

Dilakukan pada bulan Juni oleh penulis bersama narasumber seorang fotografer profesional yaitu Lestari Perangin Angin. Menurut beliau penggunaan foto potret banyak digunakan untuk produk peraga. Keunggulannya adalah untuk mempersuasi konsumen agar tertarik menggunakan produk tersebut. Banyak hal yang perlu diperhatikan dalam foto potret seperti jenis cahaya, komposisi, sudut pengambilan gambar dan yang utama adalah ekspresi serta pose dari model. Karena terkadang ekspresi model kurang dapat merepresentasikan pesan sehingga dapat mempengaruhi daya beli masyarakat. Maka yang harus ditampilkan lebih kepada ekspresi kerberhasilan setelah menggunakan produk tersebut. Pada produk obat *Balance Madia Menstrual Comfort*, ekspresi lega dan lepas dari rasa sakit yang kerap dialami oleh kaum perempuan harus dapat tersampaikan melalui foto.

Analisis Aspek Fotografi Potret

Secara teknis sebuah karya fotografi dihasilkan oleh pengaturan elemen visual yang disusun berdasarkan suatu konsep dan karakteristik tertentu. Karakteristik foto yang bersifat representatif merupakan bagian cukup mendasar dalam penyajian fotografi potret (Efendy & Desintha, 2016). Selain itu, Komposisi objek yang menjadi foreground memperlihatkan secara langsung dan tegas terhadap informasi yang ingin ditampilkan (Desintha, 2019). Berikut uraian aspek - aspek yang terdapat pada fotografi potret menurut Kathleen Francis dalam Irwandi & Apriyanto, M. F. (2012):

Tabel 2. Analisis aspek fotografi potret dalam visual kemasan herbana

Aspek Fotografi Potret	
<i>Personality</i>	<i>Personality</i> digambarkan dengan tokoh seorang perempuan berambut sepanjang bahu yang terlihat dibiarkan terurai dengan teknik pengambilan foto <i>big close up</i> .
Pencahayaannya	Sumber pencahayaan terlihat muncul dari arah depan dengan menggunakan <i>flash</i>
Latar	Latar yang digunakan berwarna polos dan tidak mendominasi karena proporsinya yang sedikit.

Pose	Berpose dengan posisi kepala sedikit menyerong cenderung menghadap ke depan dengan tambahan ekspresi yang diambil dengan posisi <i>eye angle</i> Sumber: dokumentasi penulis, 2021
------	---

Aspek Fotografi Potret

- *Personality*. *Personality* digambarkan dengan tokoh seorang perempuan berambut sepanjang bahu yang terlihat dibiarkan terurai dengan teknik pengambilan foto *big close-up*.
- Pencahayaan. Sumber pencahayaan terlihat muncul dari arah depan dengan menggunakan *flash*.
- Latar. Latar yang digunakan berwarna polos dan tidak mendominasi karena proporsinya yang sedikit.
- Pose. Berpose dengan posisi kepala sedikit menyerong cenderung menghadap ke depan dengan tambahan ekspresi yang diambil dengan posisi *eye-angle*


Dari uraian tersebut, tiap aspek memiliki keterkaitan satu sama lain. Kesan yang dihasilkan dari teknik penggunaan cahaya yang disorot dari depan sangat sesuai dengan gaya *personality* dan tentu akan berbeda kesannya jika sorotan cahaya diarahkan dari belakang, atas maupun bawah. Adapun pose tubuh yang sedikit menyamping sehingga menghasilkan kesan non-formal. Hal ini juga tentu akan berbeda dengan pose wajah yang menghadap simetris ke depan ataupun ke belakang. Sedangkan latar yang cenderung tidak dominan pun menandakan bahwa ada komposisi lebih penting untuk fokus utama yakni objek wanita itu sendiri. Komposisi *dead center* memberikan mata audiens akan langsung tertuju pada foto tersebut. Kesan disajikan kuat terhadap karakter tokoh wanita dan ekspresi yang muncul pada visual kemasan herbana juga diatur oleh konsep dan teknik fotografi potret yang disajikan secara matang dan bermakna.

Analisis Denotasi dan Konotasi Fotografi Potret

Saat melihat obyek visual, tanpa menunggu waktu yang lama otak manusia akan mengenali objek tersebut dari tanda-tanda yang ditangkap oleh indera penglihatan. Tanda yang dapat dijelaskan langsung secara eksplisit oleh kata atau bahasa itulah yang dinamakan dengan denotasi sebagai makna tingkatan pertama. Sedangkan konotasi adalah tanda tersirat yang dapat diketahui setelah mengetahui makna denotasi itu sendiri. Sehingga kedudukan konotasi menjadi tingkatan kedua. Dalam menemukan makna denotasi dan konotasi dari sebuah fotografi potret, ada sebuah proses

penguraian tanda yang muncul. Berikut uraian makna denotasi dan konotasi yang dapat teridentifikasi.

Tabel 3. Analisis denotasi konotasi fotografi potret pada kemasan Herbana

Sign	Denotasi	Konotasi
 <p>Fotografi Potret Wanita</p>	<p><i>Type of shoot</i> yang digunakan pada iklan ini adalah <i>big close up</i> dimana ekspresi dapat terlihat secara detail. Mengkomunikasi pesan secara langsung. Ekspresi tertawa dengan mata terpejam merupakan gambaran yang dinamis dan bahagia. Rambut pendek merupakan model rambut yang praktis. Posisi menghadap kekanan lebih menggambarkan ekspresi emosi, imajinasi.</p>	<p>Menggambarkan sebuah hal yang sensitif, ekspresi kebebasan yang seutuhnya karena nyeri haid yang sering kali dialami wanita memang amat sangat mengganggu aktivitas. Posisi kepala yang menyamping kearah kanan sebagai indeks dari perasaan (emosi) yang akan ditimbulkan setelah meminum obat tersebut. Potongan rambut pendek menggambarkan hal yang mudah, ringan dan sebuah kebebasan karena jenis model rambut yang praktis.</p>

Denotasi dalam visual kemasan ini adalah wajah seorang perempuan berambut pendek yang memperlihatkan detail ekspresi bibir tersenyum, mata terpejam dan posisi wajah yang menghadap kearah kanan. Secara konotasi wanita berambut pendek digambarkan sebagai hal yang ringan dan mudah karena rambut pendek dinilai praktis. Bibir tersenyum dan mata terpejam indeks dari ekspresi senang sebagai ekspresi positif yang memberikan perasaan lega dan nyaman. Berkaitan dengan teori *female gaze*, mata terpejam yang menghindari kontak mata disertai senyuman seolah mengartikan sebuah ekspresi ketenangan yang berkaitan dengan hal yang intim perempuan. Sedangkan pose wajah menghadap kearah kanan indeks dari perasaan (emosi) yang muncul. Sehingga jika uraian tersebut dikaitkan dengan konteks produk mengartikan sebuah ekspresi kebebasan dan kebahagiaan yang dirasakan perempuan setelah meminum produk *Herbana Balance Madia Menstrual Comfort*. Menimbulkan rasa aman dan nyaman dikarenakan adanya kepercayaan secara emosi yang dipengaruhi oleh foto potret. Kemudian hal tersebut mempengaruhi keadaan psikis dan fisik wanita yang sedang mengalami nyeri akibat menstruasi.

Sehingga dengan komposisi tersebut kemasan dapat mempersepsikan visual dengan makna yang sesuai dengan konteks produk. Kesesuaian ini tidak hanya berguna untuk merepresentasikan produk tetapi juga sebagai nilai yang secara tidak langsung memberi dampak terhadap kekuatan *brand*. Dalam penelitian ini, kelegaan terbebas dari rasa sakit haid adalah nilai yang menjadi gagasan dari kebiasaan atau kebutuhan

perempuan. Karena adalah salah satu hal penting dalam meningkatkan ekuitas *brand* yang menjadi tujuan utama pemasaran produk.

PENUTUP

Definisi nilai yang baik dari suatu tampilan kemasan produk tidak hanya sebagai identitas pembeda *brand* tertentu tetapi juga sebagai konsep pesan tersirat yang berhubungan dengan behaviour target pengguna produk tersebut. Salah satu varian *Herbana Balance Madia Menstrual Comfort* menampilkan secara jelas adanya fotografi sosok wanita pada surface kemasannya. Kesan feminim yang muncul dari visualisasi wanita tersebut dikomposisikan secara matang dengan ekspresi senyum yang menandakan perasaan nyaman yang umumnya dirasakan kalangan wanita jika bisa menghadapi masa menstruasi tanpa mengalami rasa sakit. Selain itu, terdapat makna mendalam yang menyoroti sebuah gagasan perilaku yang menginginkan kenyamanan dan kemudahan secara praktis hanya dengan mengkonsumsi obat herbal saat haid. Sehingga pada penelitian ini, herbana berhasil mengimplementasikan nilai dan fungsi kemasan secara utuh. Dapat disimpulkan bahwa tujuan dari produk *Herbana Balance Madia Menstrual Comfort* sebagai pereda haid dapat memberikan kepercayaan sehingga wanita dapat tetap beraktifitas seperti biasa. Hal ini sangat berkorelasi dengan ekspresi potret yang tertera pada kemasan tersebut. Memberikan jaminan yang tidak hanya secara teks namun juga secara visual. Dengan adanya tampilan visual secara informatif maka dapat memberikan jaminan akan manfaat yang diperoleh setelah mengkonsumsi produk tersebut.

REFERENSI

- Bernardi, M., Lazzeri, L., Perelli, F., & Reis, F. (2017). Dysmenorrhea and related disorders. *F1000 Reaserch*, 1. OK
- Critchley, H. O., Babayev, E., Bulun, S. E., Clark, S., Garcia-Grau, I., Gregersen, P. K., ... & Griffith, L. G. (2020). Menstruation: science and society. *American journal of obstetrics and gynecology*.
- Desintha, S. (2019). *Persepsi Visual terhadap Dekorasi Fotografi Makanan di Imah Babaturan Bandung*. 2(2), 388–392.
- Desintha, S., Wahab, T., & Abdillah, M. (2019). *The Aesthetic Photo Creation of Roy Genggam on The Book of Memotret Pemotret BT - Proceedings of the 5th Bandung Creative Movement International Conference*

on *Creative Industries 2018 (5th BCM 2018)*. 510–514. <https://www.atlantispress.com/article/125910977>

Desintha, S., Ayu, I. K., & Octamediana, H. (2020). Unsur Visual Kemasan Granola Creations.

Efendy, A. S., & Desintha, S. (2016). *THE STUDY OF PORTRAIT PHOTOGRAPHY IN. 1864*, 269–273.

Kushendrawati, S. M. (2008). Yasraf Amir Piliang. Hiper-moralitas; Mengadili Bayang-Bayang. Yogyakarta: Belukar, 2003, iv + 176 hlm. ISBN 979-96572-0-2. Harga: Rp20.000,00 (soft cover). *Wacana, Journal of the Humanities of Indonesia*, 10(1), 172.

Irwandi & Apriyanto, M. F. (2012). Membaca Fotografi Potret (Teori, Wacana, dan Praktik). Yogyakarta: Gama Media.

Julianti, S. (2014). *The Art of Packaging*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Julianti, S. (2017). *A Practical Guide to Flexible Packaging*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.

Klimchuk, M. R., & Krasovec, S. A. (2007). *Desain kemasan: Perencanaan merek produk yang berhasil mulai dari konsep sampai penjualan*. Jakarta: Erlangga.

Little, J. D. (2009). QUICK GUIDE TO COMPOSITION. *Online, March*, 2009.

Mishra, K. D. (2018). Effect of Menstruation Cycle on Mood, Affection, Mental Health and Valence. *Journal of Industrial Relationship, Corporate Governance & Management Explorer*, 32.

Nugrahani, R. (2015). Peran desain grafis pada label dan kemasan produk makanan umkm. *Imajinasi: Jurnal Seni*, 9(2), 127-136.

Putra, M. S. B. N., & Sokowati, M. E. (2020). Female Gaze dalam Film Indonesia (Analisis Naratif Seksualitas Remaja dalam Film Dua Garis Biru). *Prosiding UMY Grace*, 1(1), 419-429.

Romdhoni, A. (2019). *Semiotik Metodologi Penelitian*. Depok: Literatur Nusantara.

Sadono, S. (2015). *Serial Fotomaster: Komposisi*. Elex Media Komputindo.

Sari, N. L. D. I. D. (2013). Elemen visual kemasan sebagai strategi komunikasi produk. *Profetik: Jurnal Komunikasi*, 6(1).

Safanayong, Y. (2006). *Desain-desain komunikasi, komunikasi visual: Visual terpadu*. Arte Intermedia.

Soedjono, S. (2017). *Pot -Pouri Fotografi*. Penerbit: Universitas Trisakti

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta