

**ALAT TRANSPORTASI SEBAGAI BRAND KEMASAN
WINGKO BABAT KOTA SEMARANG DALAM
PERSPEKTIF SEMIOTIKA**

TESIS

guna memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Magister dari
Institut Seni Indonesia Surakarta



Oleh:

Michelle

NIM: 17211178

Program Studi Seni Program Magister

PASCASARJANA

INSTITUT SENI INDONESIA SURAKARTA

2021

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa tesis dengan judul “ALAT TRANSPORTASI SEBAGAI BRAND KEMASAN WINGKO BABAT KOTA SEMARANG DALAM PERSPEKTIF SEMIOTIKA” ini, beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan plagiasi atau pengutipan dengan cara yang tidak sesuai dengan kaidah dan etika keilmuan yang berlaku. Apabila di kemudian hari ditemukan dan terbukti ada pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam tesis ini atau ada klaim dari pihak lain terhadap etika keaslian karya saya ini, saya siap menanggung resiko atau sanksi yang dijatuhkan kepada saya.

Surakarta, 19 Agustus 2021

Yang membuat pernyataan



Michelle

17211178

PERSETUJUAN

TESIS

**ALAT TRANSPORTASI SEBAGAI BRAND KEMASAN
WINGKO BABAT KOTA SEMARANG DALAM
PERSPEKTIF SEMIOTIKA**

Oleh
Michelle
NIM: 17211178

Surakarta, 19 Agustus 2021

Menyetujui,
Pembimbing



Dr. Drs. Guntur, M.Hum.
NIP. 196407161991031003

Mengetahui,
Koordinator Program Studi,



Dr. Zulkarnain Mistortoify, M.Hum.
NIP. 196610111999031001

PENGESAHAN

TESIS

ALAT TRANSPORTASI SEBAGAI BRAND KEMASAN WINGKO BABAT KOTA SEMARANG DALAM PERSPEKTIF SEMIOTIKA

Oleh

Michelle

NIM: 17211178

Program Studi Seni Program Magister

Telah dipertahankan dalam Ujian Tesis dan diterima
sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Magister
pada Program Studi Seni Program Magister
Pascasarjana Institut Seni Indonesia Surakarta
pada tanggal 19 Agustus 2021

Ketua Penguji



Dr. Zulkarnain Mistortoify, M.Hum.
NIP. 196610111999031001

Penguji I



Dr. Bagus Indrayana, M.Sn.
NIP. 197108202003121001

Penguji II / Pembimbing



Dr. Drs. Guntur, M.Hum.
NIP. 196407161991031003

Direktur



Dr. Bambang Sunarto, S.Sen., M.Sn.
NIP. 196203261991031001

ABSTRAK

ALAT TRANSPORTASI SEBAGAI BRAND KEMASAN WINGKO BABAT KOTA SEMARANG DALAM PERSPEKTIF SEMIOTIKA

Oleh:

Michelle

NIM: 17211178

Program Studi Seni Program Magister

Michelle. 2021. ALAT TRANSPORTASI SEBAGAI BRAND KEMASAN WINGKO BABAT KOTA SEMARANG DALAM PRESPEKTIF SEMIOTIKA. TESIS. Ikon alat transportasi tetap bertahan di tengah kemudahan dan kemajuan teknologi digital desain. Penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif yang menggunakan pendekatan semiotika pada visual, dimana bertujuan untuk mengungkap bentuk dan gaya desain kemasan wingko babat kota Semarang dan mencari makna dibalik kemasan tersebut. Populasi penelitian ini mencakup lima sampel Perusahaan wingko babat di kota Semarang. Adapun sampel *brand* masing-masing adalah empat kemasan untuk *brand* Wingko Babat cap Kereta Api, lima kemasan untuk *brand* Wingko Babat cap Stoom Mini, lima kemasan untuk *brand* Wingko Babat cap Pesawat Jet, empat kemasan untuk *brand* Wingko Babat cap Bus Bisnis, dan tiga kemasan untuk *brand* Wingko Babat cap Kapal Laut.

Hasil menunjukkan bahwa: *pertama*, penggunaan gambar alat transportasi sebagai ikon *brand* Wingko babat kota Semarang adalah sebagai tanda bahwa produk yang dijual merupakan produk buah tangan dari masyarakat yang mengunjungi kota Semarang. *Kedua*, penggunaan tanda mulai dari penggambaran ikon, jenis huruf, warna, komposisi sebuah tanda di dalam kemasan Wingko Babat kota Semarang digambarkan sangat sederhana untuk memudahkan konsumen mengetahui produk tersebut. Sehingga gaya desain kemasan wingko babat kota Semarang sudah tertanam di kalangan masyarakat luas. Mitos bahwa kota Semarang sebagai cikal bakal terciptanya wingko babat dan penggunaan warna kemasan membuat masyarakat bernostalgia mengenai pengalaman masa lalu ketika membeli wingko babat.

Kata kunci: wingko babat, *brand*, ikon, kemasan, teori semiotika, mitos.

ABSTRACT

ALAT TRANSPORTASI SEBAGAI BRAND KEMASAN WINGKO BABAT KOTA SEMARANG DALAM PERSPEKTIF SEMIOTIKA

By:

Michelle

NIM: 17211178

Master's Program in Arts Study Program

Michelle. 2021. TRANSPORTATION TOOLS AS A PACKAGING BRAND FOR WINGKO BABAT, SEMARANG CITY IN SEMIOTICS PRESPECTIVE. THESIS. The transportation icon remains in the midst of the ease and advancement of digital design technology. This research is a qualitative descriptive study that uses a semiotic approach to visuals, which aims to reveal the shape and design style of the Wingko Babat of Semarang City's packaging and find the meaning behind the packaging. The population of this study includes five samples of the WingkoBabatCompany in the city of Semarang. The samples for each brand are four packages for the brand of Wingko Babat cap Kereta Api, five packages for thebrand of Wingko Babat cap Stoom Mini, five packs for the brand of Wingko Babat brand cap Pesawat Jet, four packages for the brand of Wingko Babat brand capBus Bisnis, and three packages for the brand of Wingko Babat cap Kapal Laut.

The results show that: first, the use of images of transportation as an icon for the Wingko Babat brand in Semarang City is a sign that the product being sold is a souvenir product of the people who visit the city of Semarang. Second, the use of signs starting from the icons, fonts, colors, and the composition of a sign inside the wingko babat packaging in Semarang city is described very simply to make it easier for consumers to know the product. So that the packaging design of wingko babat in the city of Semarang has been embedded in the wider community. The myth that the city of Semarang was the forerunner to the creation of wingko babat and the use of packaging colors makes people reminisce about past experiences when buying wingko babat.

Keywords: *wingko babat, brand, icon, packaging, semiotics theory, myth.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kepada Allah SWT/Tuhan YME atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga dapat terselesaikan Proposal Tesis dengan judul “ALAT TRANSPORTASI SEBAGAI BRAND KEMASAN WINGKO BABAT KOTA SEMARANG DALAM PERSPEKTIF SEMIOTIKA”, sebagai salah satu persyaratan akademis dalam rangka menyelesaikan studi di Program Studi Seni Program Magister Pascasarjana Institut Seni Indonesia Surakarta.

Dalam tesis ini membahas mengenai alasan penggunaan gambar alat transportasi pada kemasan wingko babat kota Semarang, dan untuk mengetahui makna dari kemasan tersebut yang ditinjau dengan teori Semiotika.

Atas keberhasilan dalam penulisan proposal tesis ini disampaikan terimakasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada Dr. Drs. Guntur, M.Hum., selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan petunjuk, koreksi serta saran hingga terwujudnya tesis ini.

Terimakasih dan penghargaan juga disampaikan kepada:

1. Dr. Bambang Sunarto, S.Sen., M.Sn. selaku Direktur Pascasarjana Institut Seni Indonesia Surakarta
2. Dr. Zulkarnain Mistortoify, M.Hum. selaku Koordinator Program Studi Seni Program Magister, Pascasarjana Institut Seni Indoensia Surakarta.
3. Peter Ardhianto S.Sn., M.Sn. selaku kolega dan pembimbing penelitian skripsi Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.
4. Pihak keluarga yang telah mendukung peneliti untuk menyelesaikan gelar Magister ini.
5. Teman-teman yang telah menemani dan mendukung peneliti dari

awal Perkuliahan hingga selesainya penulisan Tesis ini.

Penulis menyadari bahwa laporan ini masih memiliki kekurangan. Oleh sebab itu, saran dan kritik yang membangun agar kedepannya dapat menjadi lebih baik lagi.

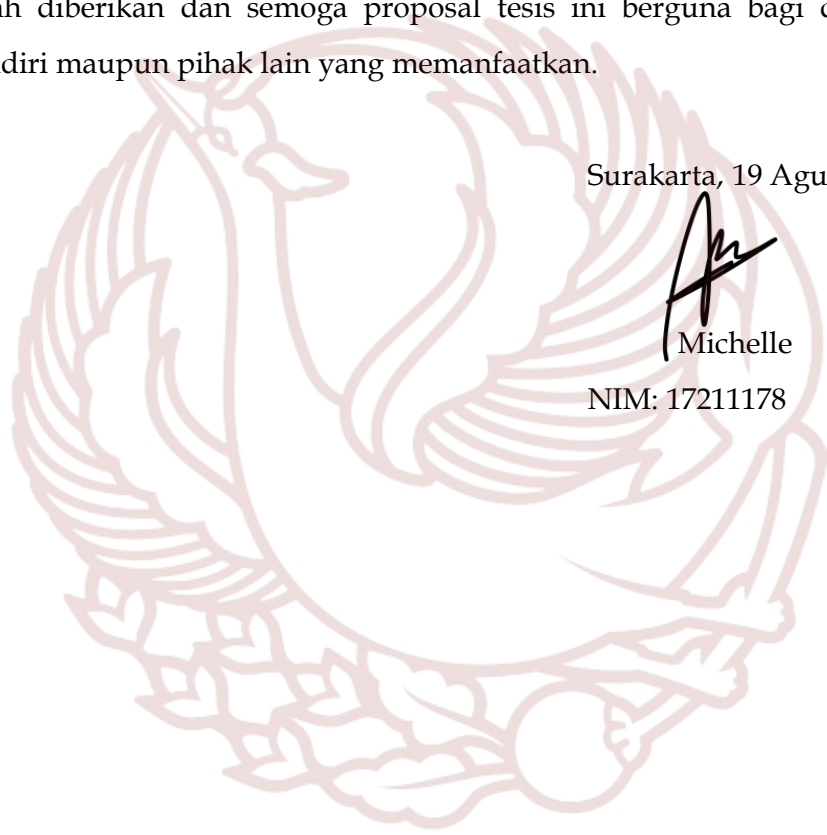
Semoga Tuhan memberikan balasan pahala atas segala amal yang telah diberikan dan semoga proposal tesis ini berguna bagi diri kami sendiri maupun pihak lain yang memanfaatkan.

Surakarta, 19 Agustus 2021



Michelle

NIM: 17211178



DAFTAR ISI

JUDUL	i
PERNYATAAN	ii
PERSETUJUAN	iii
PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR BAGAN	xxi
DAFTAR LAMPIRAN	xxii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
E. Tinjauan Pustaka	6
F. Kerangka Konseptual	10
1. Teori Semiotika Roland Barthes	10

2. Teori Kemasan	11
3. Teori Warna	13
4. Teori <i>Brand</i>	14
G. Metode Penelitian	17
1. Area Penelitian	17
2. Pengumpulan Data	18
3. Analisis	19
H. Sistematika Penulisan	21
BAB II BRAND KEMASAN WINGKO BABAT KOTA	
SEMARANG	22
A. Pengantar	22
B. <i>Brand</i> Wingko Babat kota Semarang	26
1. <i>Brand</i> Wingko Babat cap Kereta Api	26
2. <i>Brand</i> Wingko Babat cap Stoom Mini	28
3. <i>Brand</i> Wingko Babat cap Bus Bisnis	31
4. <i>Brand</i> Wingko Babat cap Pesawat Jet	32
5. <i>Brand</i> Wingko Babat cap Kapal Laut	34
BAB III ELEMEN DAN SISTEM TANDA BRAND KEMASAN	
WINGKO BABAT KOTA SEMARANG	37
A. Pengantar	37
B. Elemen Tanda Visual dan Verbal <i>Brand</i> Kemasan Wingko Babat kota	
Semarang	38

1. Elemen Tanda Visual dan Verbal <i>Brand</i> Wingko Babat cap Kereta Api.....	38
2. Elemen Tanda Visual dan Verbal <i>Brand</i> Wingko Babat cap Stoom Mini.....	44
3. Elemen Tanda Visual dan Verbal <i>Brand</i> Wingko Babat cap Bus Bisnis	50
4. Elemen Tanda Visual dan Verbal <i>Brand</i> Wingko Babat cap Pesawat Jet	56
5. Elemen Tanda Visual dan Verbal <i>Brand</i> Wingko Babat cap Kapal Laut.....	64
C. Sistem Tanda Visual dan Verbal <i>Brand</i> Kemasan Wingko Babat kota Semarang	69
1. Sistem Tanda Visual dan Verbal <i>Brand</i> Kemasan Wingko Babat cap Kereta Api.....	69
a. Sistem Tanda Visual	69
b. Sistem Tanda Verbal	71
2. Sistem Tanda Visual dan Verbal <i>Brand</i> Kemasan Wingko Babat cap Stoom Mini	72
a. Sistem Tanda Visual	72
b. Sistem Tanda Verbal	74
3. Sistem Tanda Visual dan Verbal <i>Brand</i> Kemasan Wingko Babat cap Bus Bisnis.....	75

a. Sistem Tanda Visual	75
b. Sistem Tanda Verbal	77
4. Sistem Tanda Visual dan Verbal <i>Brand</i>Kemasan Wingko Babat cap Pesawat Jet	78
a. Sistem Tanda Visual	78
b. Sistem Tanda Verbal	80
5. Sistem Tanda Visual dan Verbal <i>Brand</i>Kemasan Wingko Babat cap Kapal Laut	81
a. Sistem Tanda Visual	81
b. Sistem Tanda Verbal	82
BAB IV MAKNA TANDA <i>BRAND</i> KEMASAN WINGKO BABAT KOTA SEMARANG	84
A. Pengantar	84
B. Makna Tanda <i>Brand</i> Kemasan Wingko Babat kota Semarang	85
1. Makna Tanda <i>Brand</i>Kemasan Wingko Babat cap Kereta Api.....	85
a. Tanda Visual <i>Brand</i> Kemasan Wingko Babat cap Kereta Api	86
b. Tanda Verbal <i>Brand</i> Kemasan Wingko Babat cap Kereta Api	87
c. Analisis MaknaTanda <i>Brand</i> kemasan Wingko Babat cap Kereta Api.....	87
2. Makna Tanda <i>Brand</i> Kemasan Wingko Babat cap Stoom Mini.....	93
a. Tanda Visual <i>Brand</i> kemasan Wingko Babat cap Stoom Mini	94
b. Tanda Verbal <i>Brand</i> kemasan Wingko Babat cap Stoom Mini	94

c. Analisis MaknaTanda <i>Brand</i> kemasan Wingko Babat cap Stoom Mini.....	95
3. Makna Tanda <i>Brand</i> Kemasan Wingko Babat cap Bus Bisnis	100
a. Tanda Visual <i>Brand</i> Kemasan Wingko Babat cap Bus Bisnis	101
b. Tanda Verbal <i>Brand</i> Kemasan Wingko Babat cap Bus Bisnis.	102
c. Analisis MaknaTanda <i>Brand</i> KemasanWingko Babat cap Bus Bisnis	102
4. Makna Tanda <i>Brand</i> Kemasan Wingko Babat cap Pesawat Jet ...	107
a. Tanda Visual <i>Brand</i> Kemasan Wingko Babat cap Pesawat Jet ...	108
b. Tanda Verbal <i>Brand</i> KemasanWingko Babat cap Pesawat Jet	109
c. Analisis MaknaTanda <i>Brand</i> Kemasan Wingko Babat cap Pesawat Jet.....	109
5. Makna Tanda <i>Brand</i> Kemasan Wingko Babat cap Kapal Laut	116
a. Tanda Visual <i>Brand</i> KemasanWingko Babat cap Kapal Laut	117
b. Tanda Verbal <i>Brand</i> KemasanWingko Babat cap Kapal Laut	117
c. Analisis MaknaTanda <i>Brand</i> KemasanWingko Babat cap Kapal Laut	118
6. Mitos dibalik Wingko Babat kota Semarang	122
BAB V PENUTUP	123
A. Kesimpulan	123
B. Saran	126
DAFTAR PUSTAKA	127
DAFTAR NARASUMBER	129

LAMPIRAN	130
----------------	-----



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Pusat Penjualan Wingko Babat cap Kereta Api kota Semarang	26
Gambar 2. Lokasi Pembuatan Wingko Babat cap Stoom Mini kota Semarang	31
Gambar 3. Pusat Penjualan Wingko Babat cap Pesawat Jet kota Semarang	32
Gambar 4. Kemasan Pertama <i>Brand</i> Wingko Babat cap Pesawat Jet	33
Gambar 5. Lokasi Pembuatan Wingko Babat cap Kapal Laut kota Semarang	34
Gambar 6. Ilustrasi kereta api uap.....	38
Gambar 7. Motif bercak	39
Gambar 8. Simbol segitiga	39
Gambar 9. <i>Frame</i> kotak.....	40
Gambar 10. Kemasan Wingko Babat cap Kereta Api rasa Kelapa	40
Gambar 11. Kemasan Wingko Babat cap Kereta Api rasa Coklat.....	41
Gambar 12. Kemasan Wingko Babat cap Kereta Api rasa Pisang Raja	41
Gambar 13. Kemasan Wingko Babat cap Kereta Api rasa Nangka	42
Gambar 14. Teks nama merek <i>brand</i> Wingko Babat cap Kereta Api	42
Gambar 15. Teks Nama Pemilik <i>brand</i> Wingko Babat cap Kereta Api	43
Gambar 16. Teks alamat <i>brand</i> Wingko Babat cap Kereta Api	43
Gambar 17. Teks rasa <i>brand</i> Wingko Babat cap Kereta Api.....	43
Gambar 18. Teks komposisi <i>brand</i> Wingko Babat cap Kereta Api	44

Gambar 19. Teks nomer PIRT <i>brand</i> Wingko Babat cap Kereta Api	44
Gambar 20. Ilustrasi kereta stoom mini <i>brand</i> Wingko Babat cap Stoom Mini	45
Gambar 21. Simbol oval <i>brand</i> Wingko Babat cap Stoom Mini	45
Gambar 22. Simbol garis bermotif <i>brand</i> Wingko Babat cap Stoom Mini	46
Gambar 23. <i>Frame</i> kotak <i>brand</i> Wingko Babat cap Stoom Mini.....	46
Gambar 24. Kemasan <i>brand</i> Wingko Babat cap Stoom Mini rasa Kelapa	47
Gambar 25. Kemasan <i>brand</i> Wingko Babat cap Stoom Mini rasa Coklat	47
Gambar 26. Kemasan <i>brand</i> Wingko Babat cap Stoom Mini rasa Nangka	48
Gambar 27. Kemasan <i>brand</i> Wingko Babat cap Stoom Mini rasa Durian	48
Gambar 28. Teks Nama <i>brand</i> Wingko Babat cap Stoom Mini	49
Gambar 29. Teks Nama Pemilik <i>brand</i> Wingko Babat cap Stoom Mini ...	49
Gambar 30. Teks Alamat <i>brand</i> Wingko Babat cap Stoom Mini	49
Gambar 31. Teks Nama Pemilik <i>brand</i> Wingko Babat cap Stoom Mini....	49
Gambar 32. Teks Nomer PIRT <i>brand</i> Wingko Babat cap Stoom Mini	50
Gambar 33. Teks Komposisi Produk <i>brand</i> Wingko Babat cap Stoom Mini	50
Gambar 34. Ilustrasi Bus Bisnis <i>brand</i> Wingko Babat cap Bus Bisnis.....	51

Gambar 35. Simbol Aksen Garis <i>brand</i> Wingko Babat cap Bus Bisnis	51
Gambar 36. Simbol kotak Kemasan <i>brand</i> Wingko Babat cap Bus Bisnis	52
Gambar 37. <i>Frame</i> kotak Kemasan <i>brand</i> Wingko Babat cap Bus Bisnis....	52
Gambar 38. Kemasan <i>brand</i> Wingko Babat cap Bus Bisnis rasa Kelapa ...	53
Gambar 39. Kemasan <i>brand</i> Wingko Babat cap Bus Bisnis rasa Coklat....	53
Gambar 40. Kemasan <i>brand</i> Wingko Babat cap Bus Bisnis rasa Durian ...	54
Gambar 41. Kemasan <i>brand</i> Wingko Babat cap Bus Bisnis rasa Nangka..	54
Gambar 42. Teks Nama Merek Wingko Babat cap Bus Bisnis	55
Gambar 43. <i>Splash</i> Kemasan <i>brand</i> Wingko Babat cap Bus Bisnis.....	55
Gambar 44. Teks Nama Pemilik <i>brand</i> Wingko Babat cap Bus Bisnis	55
Gambar 45. Teks Alamat <i>brand</i> Wingko Babat cap Bus Bisnis	56
Gambar 46. Teks Komposisi Produk <i>brand</i> Wingko Babat cap Bus Bisnis	56
Gambar 47. Teks Nomer Ijin Produk <i>brand</i> Wingko Babat cap Bus Bisnis	56
Gambar 48. Ilustrasi Pesawat Jet Kemasan Wingko Babat cap Pesawat Jet	57
Gambar 49. Ilustrasi Awan Kemasan Wingko Babat cap Pesawat Jet.....	57
Gambar 50. Ilustrasi Asap Pesawat Jet <i>brand</i> Wingko Babat cap Pesawat Jet.....	58
Gambar 51. Simbol Oval Wingko Babat cap Pesawat Jet.....	58

Gambar 52. Motif Garis Bergelombang Wingko Babat cap Pesawat Jet...	59
Gambar 53. Simbol Oval bagian belakang Kemasan Wingko Babat cap Pesawat Jet	59
Gambar 54. Kemasan Wingko Babat cap Pesawat Jet rasa Kelapa	60
Gambar 55. Kemasan Wingko Babat cap Pesawat Jet rasa Coklat.....	60
Gambar 56. Kemasan Wingko Babat cap Pesawat Jet rasa Pisang.....	61
Gambar 57. Kemasan Wingko Babat cap Pesawat Jet rasa Durian	61
Gambar 58. Kemasan Wingko Babat cap Pesawat Jet rasa Nangka.....	62
Gambar 59. Teks Nama Merek Wingko Babat cap Pesawat Jet	62
Gambar 60. Teks Nama Pemilik <i>Brand</i> Wingko Babat cap Pesawat Jet....	63
Gambar 61. Teks Rasa Produk Wingko Babat cap Pesawat Jet	63
Gambar 62. Teks Alamat Wingko Babat cap Pesawat Jet	63
Gambar 63. Teks Komposisi Produk Wingko Babat cap Pesawat Jet	64
Gambar 64. Teks Keterangan Bahan Produk Wingko Babat cap Pesawat Jet	64
Gambar 65. Teks Nomer Ijin Produk Wingko Babat cap Pesawat Jet.....	64
Gambar 66. Ilustrasi Kapal Laut <i>Brand</i> Wingko Babat cap Kapal Laut	65
Gambar 67. Simbol Kotak Kemasan <i>Brand</i> Wingko Babat cap Kapal Laut	65
Gambar 68. Simbol Kotak Penulisan Ijin Usaha <i>Brand</i> Wingko Babat cap Kapal Laut.....	65

Gambar 69. Simbol Kotak Penulisan Komposisi Produk Wingko Babat cap Kapal Laut.....	66
Gambar 70. Kemasan warna utama Produk Wingko Babat cap Kapal Laut	66
Gambar 71. Kemasan warna kedua Produk Wingko Babat cap Kapal Laut	67
Gambar 72. Teks Nama Merek Produk Wingko Babat cap Kapal Laut ...	67
Gambar 73. <i>Splash</i> Kemasan Produk Wingko Babat cap Kapal Laut.....	68
Gambar 74. Teks Nama Pemilik <i>Brand</i> Wingko Babat cap Kapal Laut	68
Gambar 75. Teks Alamat Produk Wingko Babat cap Kapal Laut	68
Gambar 76. Teks Komposisi Produk Wingko Babat cap Kapal Laut	69
Gambar 77. Teks Nomer Ijin Usaha Produk Wingko Babat cap Kapal Laut	69
Gambar 78. Kemasan Wingko Babad cap Kereta Api.....	85
Gambar 79. Layout Kemasan Wingko Babad Cap Kereta Api	86
Gambar 80. Kemasan Wingko Babat cap Stoom Mini	93
Gambar 81. Layout Kemasan Wingko Babad cap Stoom Mini	93
Gambar 82. Kemasan Wingko Babat cap Bus Bisnis	100
Gambar 83. Layout Kemasan Wingko Babat cap Bus Bisnis	100
Gambar 84. Kemasan Wingko Babat cap Pesawat Jet ..	107
Gambar 85. Layout Kemasan Wingko Babat cap Pesawat Jet.....	107
Gambar 86. Kemasan Wingko Babat cap Kapal Laut	116

Gambar 87. Layout Kemasan Wingko Babat cap Kapal Laut	116
--	-----



DAFTAR BAGAN

Bagan 1. Skema Pemikiran.....	17
--------------------------------------	-----------



DAFTAR LAMPIRAN

1. Observasi langsung pada Pusat Oleh-oleh kota Semarang di Jalan Pandanaran.....	130
2. Wawancara dengan Pemilik Wingko Babat cap Pesawat Jet.....	130
3. Wawancara dengan Pemilik Wingko Babat cap Kapal Laut.....	131
4. Wawancara dengan salah satu Orang Kepercayaan Wingko Babat cap Bus Bisnis	131
5. Proses Pengemasan produk Wingko Babat cap Bus Bisnis.....	132
6. Pak Sulaiman selaku pemilik Wingko Babat cap Bus Bisnis.....	132
7. Hasil wawancara tertulis terhadap pemilik Wingko Babat cap Kereta Api	133

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. 2014. *Builiding Strong Brands*(Terj.: A. Baderi). Jakarta: Bumi Aksara.
- Afnita, N. 2010. *Desain Kemasan Wingko Babat: Studi Pengubahan Desain Kemasan Sejak Awal Kemunculannya Hingga Kini di Semarang (1958-2010)*. Skripsi. Yogyakarta: Institut Seni Indonesia.
- Anggraini S, Lia, dan Nathalia, Kilana. 2014. *Desain Komunikasi Visual: Dasar-dasar Panduan untuk Pemula*. Bandung: Nuansa Cendekia.
- Alex, Sobur, 2003. *Semiotika Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Armstrong dan Kotler. 1999. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Barthes, Roland. 1988. *The Semiotics Challenge*. New York: Hill and Wang.
- Barthes, Roland. 2007. *Membedah Mitos-mitos Budaya Massa* (Terj.: Ikramullah Mahyuddin). Yogyakarta: Jalasutra.
- Bilson, Simamora. 2001. *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektid dan Profitabel*, Edisi Pertama. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Cerato, Herman. 2012. *The Meaning of Colors: How Colors Impact Our Daily Life in Bussines, Art Work dan Love*. Tampa, FL: Tertiary Color Scheme.
- Danger, Erirc P. 1992. *Selecting Colour for Packaging*. England: Gower Technical Press Ltd.

- Ferrinadewi, Erna. 2008. *Merek & Psikologi Konsumen Implikasi pada Strategi Pemasaran*, Edisi Pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Giddens. 2002. *Customer Loyalty Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*(Terj.:Dwi Kartini Jaya), Edisi Revisi dan Terbaru. Jakarta: Erlangga.
- Kamaludin, Rustian. 2003. *Ekonomi Transportasi (Karakteristik, Teori, dan Kebijakan)*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Kurniawan. 2001. *Semiologi Roland Barthes*. Magelang: Yayasan Indonesiatara.
- Kotler, Philip. 2003. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kesebelas. Jakarta: Indeks kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2018. *Principles of Marketing*. Edisi Limabelas, Global Edition. Pearson.
- Kress, G. and T.van Leeuwen. 2006. *Reading Images: The Grammar of Visual Design*. Edisi Kedua. London: Routledge.
- Klimchuk, M. S. & Krasovec S.A. 2007. *Desain Kemasan Perancangan Merek Produk yang Berhasil Mulari dari Konsep sampai Penjualan* (Terj.: Bob Sabran). Jakarta: Erlangga.
- Mowen, John dan Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Purwanto, Antonius. 2021. "Kota Semarang: Pintu Gerbang dan Sentra Perdagangan Jawa Tengah". Diakses tgl 30 Juni 2021. <https://kompaspedia.kompas.id/baca/profil/daerah/kota-semarang-pintugerbang-dan-sentra-perdagangan-jawa-tengah>.

Sudjiman, Panuti dan Aart Van Zoest (ed.). 1992. *Serba-Serbi Semiotika*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

DAFTAR NARASUMBER

1. Ny. Mulyono (67 th), Pemilik Wingko Babat cap Kereta Api, Jalan Cendrawasih no.14, Purwodinatan, Kec. Semarang Tengah, kota Semarang.
2. Bapak Junaidi (50 th), Pemilik Wingko Babat cap Stoom Mini, Jalan Cendrawasih no.8, Tanjung Mas, Kec. Semarang Utara, kota Semarang.
3. Lim Ay Yen Nio (60), Pemilik Wingko Babat cap Pesawat Jet. Jalan Kp. Pengapon No.342, Rejomulyo, Kec. Semarang Timur, Kota Semarang.
4. Bapak Sulaiman (67 th), Pemilik Wingko Babat cap Bus Bisnis, Satria Utara IV No.40, Plombokan, Kec. Semarang Utara, Kota Semarang, Jawa Tengah.
5. Bapak Darso (48 th), Pemilik Wingko Babat cap Kapal Laut, Jalan Usman Jannatin no. 15N, Tanjung Mas, Kec. Semarang Utara, kota Semarang.







