

Analisis Visual dan Implementasi Desain Keberlanjutan Pada Kemasan Album Newjeans OMG (Varian Hanni)

Leon Alfath Tiero ^{1,a,*}, Inko Sakti Dewanto ²

¹ Institut Teknologi Nasional Bandung

² Institut Teknologi Nasional Bandung

^a leonalfath26@gmail.com*

* Corresponding Author

Abstrak

Industri musik K-Pop saat ini menunjukkan fenomena paradoks di mana penjualan album fisik terus meningkat di tengah dominasi era digital. Hal ini ditandai dengan evolusi kemasan album yang tidak lagi sekadar wadah pelindung, melainkan artefak budaya. Merespons isu lingkungan akibat limbah kemasan, grup NewJeans merilis album "OMG" (Varian Hanni) yang menawarkan pendekatan estetika Y2K dan prinsip keberlanjutan. Penelitian ini menggunakan metode analisis visual dan pendekatan deskriptif kualitatif untuk membedah strategi desain kemasan tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa elemen visual seperti tipografi eklektik dan grafis "doodle" berhasil membangun narasi nostalgia digital yang relevan dengan Gen Z. Selain itu, ditemukan penerapan prinsip desain keberlanjutan melalui dematerialisasi (penghilangan tray plastik) dan fungsionalitas ganda kemasan sebagai kotak penyimpanan. Temuan ini menegaskan bahwa desain grafis berperan strategis dalam membentuk identitas merek sekaligus menjawab tantangan ekologis industri musik

Progress Artikel

Dikirim 2026-02-26

Revisi 2026-07-13

Diterima 2026-07-16

Kata Kunci

Desain Kemasan,
NewJeans,
Keberlanjutan,
Budaya Pop.

1. Pendahuluan

Industri musik global saat ini berada pada era disrupsi digital, di mana platform streaming memegang kendali utama atas rutinitas konsumsi musik masyarakat. Namun, di tengah masifnya digitalisasi tersebut, industri musik pop Korea Selatan (K-Pop) justru menunjukkan fenomena paradoks yang luar biasa: angka penjualan album fisik terus melonjak dan memecahkan rekor dari tahun ke tahun. Dalam ekosistem K-Pop, album fisik telah berevolusi dan melampaui fungsi dasarnya sebagai sekadar medium penyimpanan audio. Album telah bertransformasi menjadi artefak budaya, merchandise eksklusif, dan objek fetis yang memediasi hubungan emosional antara idola dan penggemar. Kepemilikan wujud fisik menjadi simbol loyalitas yang konkret serta bentuk partisipasi aktif dalam praktik budaya penggemar.

Sayangnya, tren kebangkitan rilisan fisik ini membawa konsekuensi ekologis yang sangat mengkhawatirkan. Praktik produksi massal album K-Pop konvensional sangat bergantung pada material polimer yang sulit terurai secara alami. Penggunaan jewel case berbahan polikarbonat, nampan plastik mika (plastic tray), laminasi sintetis pada photobook, hingga pembungkus plastik sekali pakai menyumbang limbah yang masif. Tingginya frekuensi pembelian album—yang seringkali hanya didorong oleh motif untuk mengoleksi kartu foto di dalamnya—menyebabkan banyak struktur kemasan plastik yang langsung dibuang dan berakhir menjadi limbah abadi. Desakan dari berbagai komunitas peduli lingkungan dan kesadaran global akan krisis iklim menuntut agensi hiburan untuk segera berinovasi. Mereka tidak hanya dituntut kreatif dalam musik, tetapi juga harus memikul tanggung jawab material (material responsibility) atas produk cetak yang mereka distribusikan.

Merespons urgensi ekologis dan pergeseran tren tersebut, agensi ADOR menghadirkan terobosan desain yang signifikan melalui grup NewJeans lewat perilisan album single bertajuk "OMG"

(Message Card Version). Berbeda dengan standar industri yang kaku dan seragam, album ini mendekonstruksi wujud kemasan CD konvensional menjadi sebuah kotak stasioner berbahan dasar kertas yang interaktif. Penelitian ini mengangkat studi kasus secara spesifik pada varian kemasan anggota grup Hanni. Objek ini dipilih karena menampilkan perpaduan yang sangat distingtif antara strategi visual retro (estetika Y2K) yang playful dengan aplikasi materialitas yang lebih bertanggung jawab terhadap lingkungan.

Penelitian terdahulu mengenai desain kemasan album K-Pop umumnya berfokus pada strategi pemasaran dan perilaku konsumen, sementara kajian yang mengintegrasikan analisis visual dan prinsip desain keberlanjutan masih terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini menawarkan kontribusi berupa identifikasi hubungan antara estetika visual, identitas merek, dan praktik sustainable design pada kemasan album populer

Kajian ini menjadi sangat penting untuk menjabarkan bagaimana elemen-elemen desain grafis mampu bekerja secara strategis dalam merespons isu kontemporer. Melalui penelitian ini, penulis akan membedah bagaimana estetika nostalgia dipadukan dengan material kertas untuk menciptakan persepsi nilai baru di mata konsumen. Rumusan masalah pada penelitian ini adalah: Bagaimana strategi visual dan materialitas kemasan album NewJeans "OMG" varian Hanni merepresentasikan identitas merek sekaligus menawarkan solusi desain yang berkelanjutan? Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk memberikan pemahaman mendalam mengenai pergeseran fungsi desain kemasan musik, yang kini tidak lagi sekadar berfokus pada daya tarik "estetis" semata, melainkan bergerak menuju perancangan yang "etis dan fungsional".

2. Metode

2.1 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis visual untuk mengkaji elemen-elemen desain pada kemasan album *NewJeans OMG* (Varian Hanni). Pendekatan kualitatif dipilih karena mampu memberikan pemahaman mendalam terhadap makna, fungsi, dan representasi visual yang terkandung dalam suatu artefak desain (Soewardikoen, 2019). Analisis dilakukan dengan mengintegrasikan teori desain komunikasi visual, semiotika visual, dan prinsip desain keberlanjutan (*sustainable design*).

Metode analisis yang digunakan mengacu pada model kritik seni Edmund Burke Feldman yang terdiri atas empat tahapan, yaitu: (1) *description* (deskripsi), (2) *analysis* (analisis formal), (3) *interpretation* (interpretasi makna), dan (4) *judgment* (penilaian). Pendekatan ini dipilih karena mampu mengungkap hubungan antara aspek visual, makna budaya, dan nilai fungsional suatu karya desain secara sistematis.

2.2 Objek Penelitian

Objek penelitian adalah kemasan fisik album *NewJeans OMG (Message Card Version)* varian Hanni yang dirilis oleh ADOR pada tahun 2023. Objek dipilih berdasarkan tiga pertimbangan utama, yaitu: (1) memiliki diferensiasi visual yang kuat dibandingkan album K-Pop konvensional; (2) menerapkan pendekatan desain berbasis material kertas yang lebih ramah lingkungan; dan (3) merepresentasikan estetika Y2K yang menjadi tren visual generasi muda saat ini.

2.3 Teknik Pengumpulan Data

Data penelitian diperoleh melalui observasi langsung terhadap artefak fisik album, meliputi:

1. Struktur dan bentuk kemasan.
2. Material yang digunakan.
3. Elemen visual (tipografi, warna, ilustrasi, dan tata letak).
4. Komponen pendukung (photobook, lyric book, message card, dan compact disc).

Selain itu, data sekunder diperoleh melalui studi pustaka yang mencakup teori desain komunikasi visual, budaya populer, semiotika visual, hubungan parasosial (*parasocial relationship*), serta prinsip

desain keberlanjutan. Literatur yang digunakan berasal dari buku ilmiah, artikel jurnal, dan publikasi akademik yang relevan.

2.4 Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan melalui empat tahapan berdasarkan model Feldman sebagai berikut:

Gambar 2.4 Tahapan Analisis

Tahapan Feldman	Implementasi dalam Penelitian
Description	Mendeskripsikan elemen visual, material, warna, tipografi, dan struktur kemasan.
Analysis	Menganalisis hubungan antarunsur visual dan prinsip desain yang digunakan.
Interpretation	Menafsirkan makna visual, estetika Y2K, identitas merek, dan hubungan emosional yang dibangun dengan penggemar.
Judgment	Menilai keberhasilan desain dalam merepresentasikan identitas NewJeans serta penerapan prinsip keberlanjutan pada kemasan.

Tahap deskripsi digunakan untuk mengidentifikasi karakteristik visual secara objektif. Tahap analisis bertujuan menguraikan keterkaitan antarelemen visual menggunakan prinsip desain komunikasi visual. Selanjutnya, tahap interpretasi digunakan untuk memahami makna budaya dan pesan yang terkandung dalam desain. Tahap terakhir, yaitu penilaian, dilakukan untuk mengevaluasi efektivitas desain dalam menjawab kebutuhan estetika, fungsional, dan keberlanjutan.

2.4 Validitas Data

Validitas data dilakukan melalui teknik triangulasi sumber dengan membandingkan hasil observasi visual terhadap artefak dengan literatur terkait desain kemasan, budaya populer K-Pop, dan desain keberlanjutan. Selain itu, hasil analisis juga dikaji menggunakan berbagai perspektif teori guna meningkatkan objektivitas dan konsistensi interpretasi.

Melalui pendekatan tersebut, penelitian ini diharapkan mampu menghasilkan analisis yang komprehensif mengenai bagaimana desain kemasan album *NewJeans OMG* (Varian Hanni) berfungsi sebagai medium komunikasi visual, representasi identitas merek, serta contoh implementasi prinsip desain keberlanjutan dalam industri musik populer.

3. Hasil dan Diskusi

3.1 Analisis Visual

Keunikan utama album NewJeans "OMG" terletak pada dekonstruksi format album konvensional. Analisis berikut membedah setiap komponen artefak secara terperinci.

3.1.1. Kemasan Luar (*Outbox*)



Gambar 3.1 Kemasan Bagian Depan dan Belakang

Kemasan ini berbentuk kotak kartu (card box). Sisi depan menampilkan foto close-up wajah Hanni dengan bingkai grafis api (flame frame) berwarna merah muda neon. Judul album "OMG" ditulis dengan gaya coretan tangan (doodle) bergaris luar putih.

Terdapat kontradiksi visual (juxtaposition) yang disengaja. Tipografi pada sisi samping (spine) kanan menggunakan jenis huruf Serif klasik bertuliskan "NewJeans" di atas latar merah bata, kontras dengan grafis "liar" di bagian depan. Hal ini merepresentasikan identitas ganda NewJeans: elegan namun tetap berjiwa muda.

3.1.2. Kartu Pesan (*Message Cards*)



Gambar 3.2 Message Card Bagian Depan dan Belakang

Komponen ini terdiri dari 25 lembar kartu terpisah yang menggantikan fungsi photobook jilid. Setiap kartu menampilkan foto Hanni di satu sisi dan pesan tulisan tangan serta ilustrasi di sisi lainnya. Format ini menyimulasikan pengalaman korespondensi pribadi (pen-pal). Tipografi tulisan tangan yang tidak rapi (imperfect) memberikan kesan autentik dan intim, seolah-olah penggemar sedang membaca surat asli dari idola, bukan produk cetak massal. Ini memperkuat ikatan emosional (parasocial relationship) antara penggemar dan artis.

3.1.3. Buku Lirik (*Lyric Book*)



Gambar 3.3 Buku Lirik

Buku lirik dirancang menyerupai lembaran koran mini atau fanzine dengan kertas bertekstur kasar (newsprint). Tata letak tipografi lirik tidak disusun rapi rata kiri-kanan, melainkan menyebar secara acak dan dinamis mengikuti alur ilustrasi.

Desain ini mengadopsi estetika anti-design atau grunge era 90-an. Ketidakteraturan tata letak menuntut audiens untuk memutar dan mengamati lembaran secara aktif, mengubah pengalaman membaca lirik pasif menjadi eksplorasi visual interaktif.

3.1.4. Buku Foto (*Photobook*)



Gambar 3.4 Photobook

Buku foto setebal 52 halaman ini menampilkan Hanni dalam balutan busana streetwear Y2K (topi bulu, aksesoris manik-manik). Pencahayaan yang digunakan cenderung high-key dengan filter soft-focus. Gaya fotografi ini mereferensikan visual majalah remaja awal tahun 2000-an. Penggunaan soft-focus menciptakan nuansa mimpi (dreamy) dan nostalgia, memperkuat narasi masa muda yang menjadi konsep utama grup.

3.1.5. CD



Gambar 3.5 Foto CD

Berbeda dengan kemasan luarnya yang ramai, kepingan CD didesain sangat minimalis. Hanya menampilkan ikon kelinci geometris berwarna perak di atas latar transparan atau putih bersih.

Minimalisme pada CD berfungsi sebagai penyeimbang (visual rest) di tengah keramaian elemen grafis lainnya. Ikon kelinci berfungsi sebagai logo maskot yang ikonik, membangun brand recognition yang kuat tanpa perlu menuliskan nama grup secara besar.

4. Penutup

Berdasarkan analisis visual mendalam terhadap komponen photobook, lyric book, CD, dan message cards, dapat disimpulkan bahwa kemasan album NewJeans "OMG" varian Hanni merupakan manifestasi desain yang responsif terhadap semangat zaman (zeitgeist).

Secara visual, desain ini merefleksikan tren estetika Y2K melalui pendekatan eklektik yang memadukan kesan amatir (DIY) pada message cards dengan fotografi nostalgia pada photobook. Secara fungsional, kemasan ini membuktikan bahwa industri musik dapat mengurangi dampak lingkungan melalui pemilihan material kertas dan desain struktural yang reusable. Dinamika nilai estetika dan etika lingkungan di sini saling bertautan, menciptakan standar baru bagi desain kemasan album musik populer masa kini.

Ucapan Terima Kasih

Penelitian ini dapat terlaksana dengan baik atas dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada Fakultas Arsitektur dan Desain Itenas Bandung, khususnya Program Studi Desain Komunikasi Visual. Apresiasi juga diberikan kepada Dosen Pembimbing atas dedikasi waktunya dalam mengarahkan tulisan ini, serta kepada rekan-rekan mahasiswa yang telah bersedia menjadi teman diskusi dalam membedah fenomena budaya pop dan desain kemasan selama proses penelitian berlangsung..

Daftar Pustaka

- Storey, J., (1996), *Cultural Studies and the Study of Popular Culture*, University of Georgia Press, Athens.
- Miller, D. (Ed.), (1998), *Material Cultures: Why Some Things Matter*, University of Chicago Press, Chicago.
- Soewardikoen, D. W., (2019), *Metodologi Penelitian: Desain Komunikasi Visual*, PT Kanisius, Yogyakarta.

Kress, G., & Van Leeuwen, T., (2006), *Reading Images: The Grammar of Visual Design*, Routledge, London.

Jedlicka, W., (2009), *Packaging Sustainability: Tools, Systems and Strategies for Innovative Package Design*, John Wiley & Sons, Hoboken.

Wheeler, A., (2017), *Designing Brand Identity*, John Wiley & Sons, Hoboken.