

DESAIN KEMASAN COKELAT SULTENG BERBASIS MOTIF LOKAL KAILI DI KOTA PALU

Muhammad Bakri¹, Zubair Butudoka²

^{1,2}Jurusan Teknik Arsitektur Universitas Tadulako

Jl. Sukarno Hatta KM.9 Palu Sulawesi Tengah, Indonesia

e-mail: embakri@gmail.com, zubairbutudoka@yahoo.com

Abstrak – Permasalahan yang dihadapi oleh Pembuat Cokelat Rumahan di Kota Palu dalam memasarkan produk Cokelat olahan adalah pengemasan produk yang masih sederhana dengan bahan kemasan yang tidak bervariasi. Varian Cokelat yang banyak tidak didukung dengan variasi kemasan sehingga penampilan produk dihasilkan mitra IKM Pembuat Cokelat Rumahan di Kota Palu menjadi kalah bersaing dengan Cokelat olahan yang dihasilkan daerah lain di Indonesia. Permasalahan IKM Pembuat Cokelat Rumahan di Kota Palu adalah belum memiliki konsep desain media promosi melalui kemasan yang kreatif dan variatif. Metode yang digunakan dalam menyelesaikan permasalahan IKM terdiri dari dua tahapan yaitu tahap *What To Say* (WTS) dan tahap *How To Say* (HTS). Untuk menciptakan desain kemasan yang menunjukkan produk lokal digunakan desain dengan mengadaptasi motif lokal suku Kaili. Suku Kaili adalah salah satu suku yang ada di Kota Palu. Motif suku Kaili akan menghiasi kemasan cokelat olahan dari IKM Pembuat Cokelat Rumahan di Kota Palu. Penggunaan motif lokal suku Kaili ini bertujuan untuk memperkenalkan dan melestarikan motif lokal Suku Kaili. Diharapkan dengan adanya desain kemasan yang kreatif dan beradaptasi dari motif lokal suku Kaili akan menambah nilai jual produk cokelat Sulteng yang dihasilkan oleh IKM Pembuat Cokelat Rumahan di Kota Palu.

Kata kunci – desain, cokelat, motif, lokal

1. Cokelat Bar *Couverture* 40 dan 80 gram kemasan yang dijual per biji dan paket (Dikemas dalam satu dos yang berisi aneka rasa)
2. *Praline* cokelat *couverture* dikemas dalam kotak dengan isi yang berbeda, cocok untuk hadiah
3. Cokelat *Compound* (mutu sedang) dengan bentuk dikemas dalam plastik biasa.
4. Minuman cokelat (*hot and Cool*) dibuat dalam kemasan gelas

Konsumen Cokelat Sakaya adalah masyarakat Kota Palu, masyarakat yang datang ke Kota Palu (tamu) dan Anak sekolahan. Distribusi produk dilakukan dengan cara mendistribusikan langsung ke outlet bandara dan Toko Oleh-oleh yang ada di Kota Palu. Produk juga dapat distribusikan langsung kepada konsumen sesuai order konsumen. Model promosi yang dilakukan oleh masih bersifat *door to door*, brosur, mengikuti pameran industri dan promosi radio. Daerah pemasaran produk masih lokal Kota Palu dan sekitarnya. Adanya kendala dalam pengemasan produk untuk dikirim keluar kota Palu menjadikan IKM Pembuat Cokelat Rumahan Sakaya belum mampu untuk mengembangkan pemasaran keluar Kota Palu. Beberapa produk Cokelat yang dihasilkan oleh IKM Pembuat Cokelat Rumahan Sakaya dapat dilihat pada Gambar 1.

I. PENDAHULUAN

Sulawesi Tengah termasuk salah satu sentra produksi kakao di Indonesia, dengan luas lahan 291.445 ha, dengan total produksi 208.405 ton [1]. Untuk menumbuhkan industri pengolahan kakao Sulawesi Tengah maka sejak Oktober 2013 Dinas Perindustrian dan Perdagangan Sulawesi Tengah telah mendirikan pabrik pengolahan biji kakao Sulawesi Tengah di Kota Palu yang diolah menjadi barang setengah Jadi dalam bentuk *Liquor* dan *Couverture*. *Liquor* dan *Couverture* menjadi bahan baku bagi IKM Pembuat Cokelat Rumahan di Kota Palu untuk membuat produk olahan cokelat seperti Cokelat Bar, Selai, Brownis, Lolipop, dan lain-lain. Ketersediaan bahan baku diimbangi dengan pertumbuhan produksi IKM.

Salah satu IKM Pembuat Cokelat Rumahan di Kota Palu adalah Cokelat Sakaya. Cokelat Sakaya merupakan salah satu IKM Pembuat Cokelat Rumahan di Kota Palu yang dikelola sejak Tahun 2015. Produksi dilakukan secara Rumahan menghasilkan olahan Cokelat meliputi:



Gambar 1 Produk IKM Pebuat Cokelat Rumahan Sakaya

Permasalahan IKM Pembuat Cokelat Rumahan Sakaya adalah belum memiliki konsep media promosi melalui kemasan yang kreatif dan variatif. Bentuk kemasan masih menggunakan bahan yang sederhana dengan desain yang sama untuk varian yang berbeda.

Berdasarkan analisis situasi maka permasalahan yang dihadapi oleh IKM Pembuat Cokelat Rumahan di Kota Palu khususnya IKM Pembuat Cokelat Rumahan Sakaya adalah belum memiliki konsep desain media promosi melalui kemasan yang kreatif dan variatif.

II. METODE PENELITIAN

Kemasan dapat mempengaruhi sikap dan kepercayaan konsumen dalam keputusannya untuk membeli suatu produk, karena konsumen menilai sebuah produk pertama kali melalui kemasannya[2]. Kemasan berperan sebagai media promosi sebuah produk[3][4][5]. Beberapa IKM yang berada di Indonesia telah melakukan mengembangkan media promosi melalui kemasan yang lebih kreatif dan bervariasi[6][2].

Tahapan yang dilakukan untuk mendesain kemasan produk adalah adanya sebuah konsep kreatif yang dapat menggambarkan produk sehingga dapat menarik konsumen untuk membelinya. Komponen desain harus memiliki kekuatan ide. Penggalan ide dapat dilakukan dengan metode *What To Say* dan *How To Say*[6]. Untuk mendapatkan ide tersebut dapat dilakukan dengan komunikasi yang efektif dengan pihak IKM dalam hal ini IKMnya adalah cokelat Sakaya.

Adapun tahapan yang dilakukan untuk memperoleh desain pada kemasan produk cokelat IKM Pembuatan Cokelat Rumahan Sakaya adalah sebagai berikut:

1. Tahap *What To Say* (WTS)

Metode WTS akan menganalisis lebih detail produk cokelat yang akan dipromosikan oleh IKM Pembuat Cokelat Rumahan Sakaya sehingga dapat diperoleh ide kreatif yang akan didesain dan diimplementasikan pada kemasan cokelat Sakaya.

2. Tahap *How To Say* (HTS)

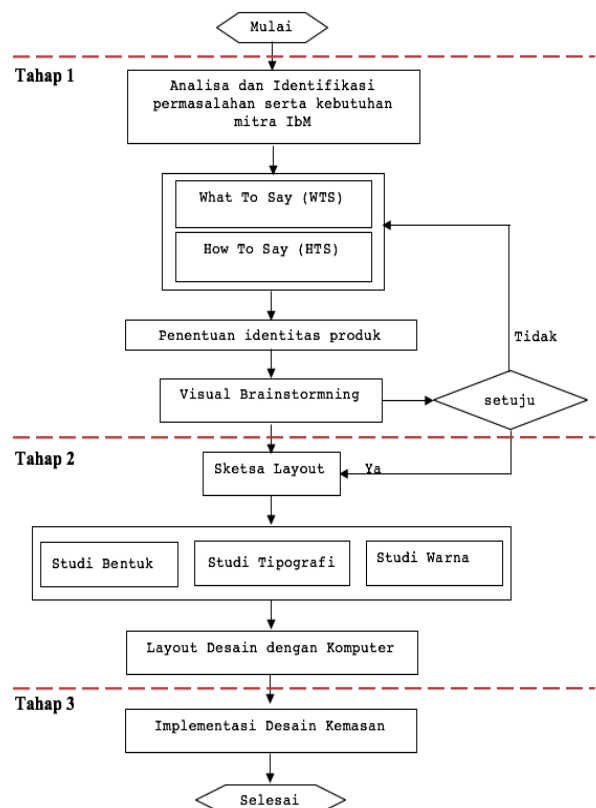
Metode HTS akan menganalisis dan mengidentifikasi cara penyampaian pesan produk dalam kemasan. Metode ini dilaksanakan tim dan IKM Pembuat Cokelat Rumahan Sakaya dalam bentuk pendampingan karena untuk menghasilkan identitas produk diperlukan waktu untuk mendiskusikan produk secara detail.

Adapun beberapa studi yang perlu dilakukan untuk menghasilkan desain pada kemasan, yaitu:

1. Studi Tipografi meliputi studi mengenai jenis huruf yang digunakan pada logo kemasan cokelat Sakaya
2. Studi Warna meliputi studi warna pada kemasan cokelat
3. Studi Bentuk meliputi bentuk-bentuk pada desain kemasan yang mengacu pada motif lokal suku Kaili di Kota Palu.

Untuk menciptakan desain kemasan yang kreatif dan menunjukkan produk lokal digunakan desain dengan mengadaptasi motif lokal suku Kaili. Suku Kaili adalah salah satu suku yang ada di Kota Palu. Motif suku Kaili akan menghiasi kemasan cokelat olahan dari IKM Pembuat Cokelat Rumahan di Kota Palu. Penggunaan motif lokal suku Kaili ini bertujuan untuk memperkenalkan dan melestarikan motif lokal Suku Kaili.

Tahapan yang dilakukan untuk memperoleh desain pada kemasan produk cokelat IKM Pembuatan Cokelat Rumahan Sakaya dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2 Tahapan Proses Desain Kemasan bagi IKM Pembuat Cokelat Rumahan Sakaya

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Identitas produk cokelat Sakaya dijabarkan berdasarkan budaya lokal Suku Kaili. Bentuk motif yang digunakan pada desain kemasan cokelat Sakaya mengacu pada motif lokal budaya kaili. Kaili adalah salah satu suku yang bermukim di Sulawesi Tengah khususnya yang berada Kota Palu. Sakaya dalam Bahasa Kaili memiliki arti perahu. Perahu banyak ditemui di sekitar Teluk Palu. Perahu bagi suku Kaili merupakan sumber penghidupan bagi masyarakat yang berada di Teluk Palu yang kebanyakan berprofesi sebagai nelayan.

Bentuk perahu dipilih sebagai bentuk logo yang menjadi identitas produk cokelat Sakaya. Selain perahu, dipilih bentuk buah cokelat sebagai identitas produk. Identitas produk Sakaya digambarkan dalam bentuk perahu dan buah cokelat yang didesain menjadi sebuah logo produk.

Adapun tahapan yang dilakukan untuk memperoleh desain pada logo kemasan produk cokelat IKM Pembuatan Cokelat Rumahan Sakaya adalah sebagai berikut:

1. Studi Tipografi

Jenis huruf yang digunakan pada logo kemasan Cokelat Sakaya memodifikasi jenis huruf Lucida Calligraphic ada aplikasi pengolah gambar Corel Draw. Huruf pada logo Sakaya diletakkan pada bagian bawah bentuk logo dengan menambahkan ornamen huruf menyerupai ombak pada bagian bawah huruf y pada Kata Sakaya.

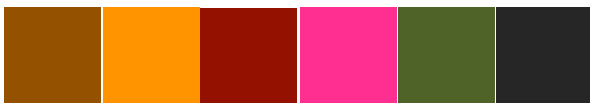
Hasil Studi tipografi pada huruf logo Sakaya dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3 Hasil studi Tipografi pada Logo Cokelat Sakaya

2. Studi Warna

Warna yang digunakan pada kemasan ini mengacu pada nuansa tradisional budaya kaili dan warna buah cokelat yang menjadi bahan baku produk cokelat Sakaya. Kertas kemasan yang digunakan adalah kertas *samson* yang dirangkakan dengan kertas warna sehingga mampu menguatkan nuansa budaya lokal kemasan produk cokelat Sakaya. Hasil studi warna yang diimplementasikan pada kemasan dapat dilihat pada Gambar 4



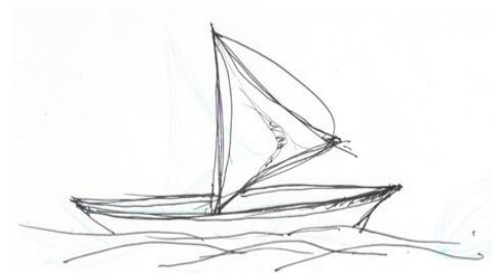
Gambar 4 Hasil studi warna pada Kemasan Cokelat Sakaya

3. Studi Bentuk

Bentuk logo produk cokelat Sakaya mengacu pada bentuk perahu layar yang digunakan oleh nelayan Suku Kaili dan buah cokelat sebagai bahan pokok produk cokelat Sakaya. Motif lokal khas kaili ditambahkan pada kemasan untuk menekankan kekhasan produk sebagai salah satu hasil produk lokal Kota Palu. Perahu nelayan yang menjadi inspirasi pada desain kemasan cokelat Sakaya dapat dilihat pada Gambar 5. Implementasi sketsa desain pada logo dapat dilihat pada Gambar 6.



Gambar 5 Perahu nelayan di Teluk Palu



Gambar 6 Sketsa desain perahu nelayan

Pada desain kemasan cokelat Sakaya ditambahkan buah cokelat dan motif lokal budaya Kaili. Buah cokelat dan hasil sketsa buah cokelat pada kemasan Sakaya ditunjukkan pada Gambar 7.

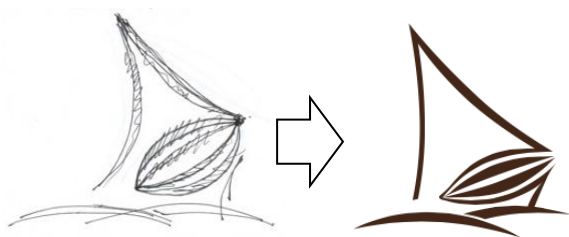


Gambar 7 Sketsa Buah cokelat dan hasil sketsa buah cokelat pada kemasan Sakaya

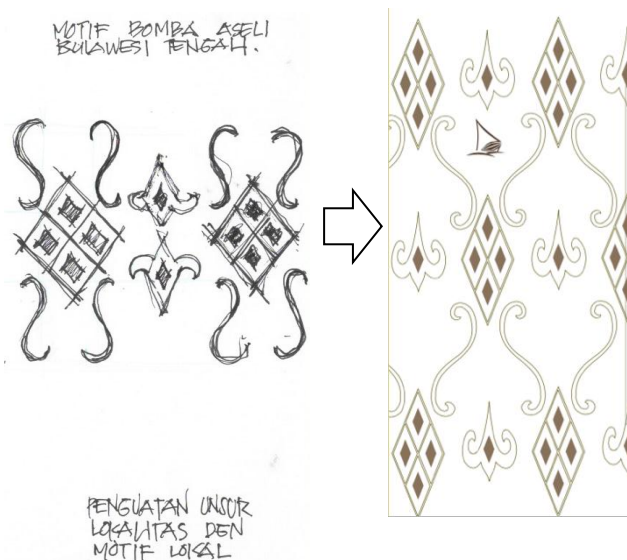
Hasil diskusi dengan pihak IKM Sakaya diperoleh desain bentuk logo untuk produk cokelat Sakaya. Hasil sketsa dan implementasi logo menggunakan aplikasi komputer dapat dilihat pada Gambar 8

Untuk menambahkan kekhasan dari produk cokelat Sakaya ditambahkan motif berbasis budaya Kaili yaitu motif Bomba pada kemasan. Sketsa desain motif Kaili yang ditambahkan pada kemasan dan hasil implementasi dengan komputer dapat dilihat pada

Gambar 9. Desain kemasan yang dihasilkan diaplikasikan dengan berbagai bentuk kemasan disesuaikan dengan ukuran produk cokelat yang dihasilkan oleh IKM Pembuat Cokelat Rumahan Sakaya yang berada di Kota Palu.



Gambar 8 Implementasi sketsa Logo Kemasan Cokelat Sakaya dengan aplikasi Komputer



Gambar 9 Implementasi motif khas budaya Kaili pada Kemasan Cokelat Sakaya dengan aplikasi Komputer

Adapun beberapa aplikasi desain logo pada kemasan pada produk yang dihasilkan IKM Pembuat Cokelat Rumahan Sakaya dapat dilihat pada Gambar 10.



Gambar 10 aplikasi desain logo pada kemasan pada produk yang dihasilkan IKM Pembuat Cokelat Rumahan Sakaya

Adanya kemasan yang dapat menggambarkan identitas produk cokelat dapat meningkatkan penampilan produk menjadi lebih menarik. Identitas budaya khas Kota Palu terwakili dengan adanya motif lokal budaya khas kaili. Selain dapat meningkatkan penampilan produk menjadi lebih menarik, adanya kemasan dengan motif budaya khas Kaili mampu sebagai media promosi budaya Sulawesi Tengah khususnya Kota Palu. Cokelat Sakaya tidak hanya menjadi produk lokal yang bernilai ekonomis sebagai

produk oleh-oleh khas Kota Palu tetapi juga dapat menjadi pelestari motif budaya khas Kaili dan promosi budaya Kota Palu.

IV. KESIMPULAN

Kesimpulan yang diperoleh dari makalah dijabarkan sebagai berikut:

1. Tahapan desain yang terdiri dari sudi tipografi, studi warna dan studi bentuk mampu menghasilkan sebuah desain kemasan bagi IKM Pembuat Cokelat Rumahan di Kota Palu.
2. Pembuatan kemasan dengan desain yang terinspirasi dari identitas lokal perahu dan buah cokelat dapat menambah daya tarik dan daya jual produk cokelat Sulteng khusus bagi IKM Pembuat Cokelat Rumahan Sakaya yang berada di Kota Palu
3. Desain kemasan pada Cokelat Sakaya beradaptasi dari motif lokal suku Kaili dapat menjadi pelestari motif budaya khas Kaili pada produk cokelat Sulteng yang dihasilkan oleh IKM Pembuat Cokelat Rumahan di Kota Palu.

V. SARAN

Pada proses-proses desain selanjutnya disarankan untuk dapat mengeksplorasi motif-motif budaya Kaili yang lain dengan ukuran serta bentuk kemasan yang lebih bervariasi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Kementerian Riset, Teknologi, Dan Pendidikan Tinggi Direktorat Jenderal Penguatan Riset Dan Pengembangan Bidang Riset Dan Pengabdian Masyarakat yang telah memberi dukungan terhadap kegiatan ini melalui program Iptek Bagi Masyarakat (IbM) dengan nomor kontrak: 029/SP2H/PPM/DRPM/2017, Tanggal 2 April 2017.

REFERENSI

- [1] BPS Sulteng, "Luas Areal dan Produksi Tanaman Perkebunan Rakyat menurut Jenis Komoditi dan Kabupaten/Kota, 2010-2014," *sulteng.bps.go.id*, 2014. [Online]. Available: sulteng.bps.go.id.
- [2] E. Tandio, A. Adib, and A. Wijayanti, "Perancangan Logo Dan Desain Kemasan Untuk Dhisti Cookies Sebagai Camilan di Kota Solo," Surabaya, 2013.
- [3] Ni Luh Desi In Diana Sari, "Desain Kemasan Sebagai Strategi Branding Produk Cokelat Bali," *CAPTURE J. Seni Media Rekam*, vol. 2 No 2, no. 1/2, pp. 20–29, 2011.
- [4] C. S. Cenadi, "Peranan Desain Kemasan Dalam Dunia Pemasaran," *Nirmana*, vol. 2, no. 2, pp. 92–103, 2000.
- [5] A. S. Muharam and M. Dr. H. Syuhada Sofian., "Analisis Pengaruh Desain Kemasan Produk Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Brand Awareness Dan Dampaknya Pada Minat Beli Konsumen," Semarang, 2011.
- [6] Ni Luh Desi In Diana Sari, "Konsep Kreatif Perancangan Kemasan Sebagai Media Promosi Cokelat Bali."