

Perancangan Redesain Kemasan Makanan Ringan "Wolio Snack" Khas Kota Bau-bau, Sulawesi Tenggara

Ciciliawati Lumintan¹, Elisabeth Christine Y.², Adi Satria Kurniawan³

^{1, 2, 3}Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain

Universitas Kristen Petra

Email: ci2l_1ya@yahoo.com

Abstrak

Kota Bau-bau merupakan salah satu pulau yang ada di Indonesia yang terletak di Sulawesi Tenggara. Di Bau-bau terdapat toko oleh-oleh yang terkenal dan menjadi salah satu pilihan oleh para wisatawan yaitu toko Wolio. Meskipun tempat oleh-oleh ini ramai dikunjungi para wisatawan, tetapi banyak wisatawan yang mengatakan tampilan kemasan dari Wolio Snack tidak menarik dan tidak adanya kesatuan visual pada tampilan produk dari Wolio Snack antara satu dengan yang lainnya. Serta penggunaan ukuran kardus yang besar sangat tidak efektif dan efisien, karena pada saat dikemas akan diberikan tambahan kertas koran bekas yang dirobek atau plastik-plastik agar produk tetap aman saat diletakkan di dalam kardus. Sehingga perancangan ini dilakukan untuk merancang kemasan untuk Wolio Snack dari segi tampilan sehingga tercipta kesatuan visual yang tetap mengutamakan pengemasan. Metode perancangan yang digunakan adalah metode kualitatif, dengan pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan berbagai sumber tertulis yang dapat membantu penelitian ini. Konsep perancangan nantinya akan dibuat kemasan yang menunjukkan karakteristik dan ciri khas dari kota Bau-bau. Maka dari itu, redesain kemasan yang baru akan dan harus menunjukkan citra dan *image* sebagai oleh-oleh yang khas dari kota Bau-bau.

Kata kunci: Kemasan, Pengemasan, Makanan Ringan, Kota Bau-bau, Sulawesi Tenggara.

Abstract

Title: *Redesigning Snacks Package "Wolio Snack" typically from Bau-bau, Southeast Sulawesi*

Bau-bau is one of Indonesian island which is located on Southeast Sulawesi. There is a famous souvenir shop, Toko Wolio, which becomes one of the tourists favorite's choice when they visit Bau-bau. But, although this store is always crowded by tourists, most of them are not satisfied because the visual packaging of the snacks are not attractive, and there is no visual similarity of packages among those Wolio Snacks. The objective of this design is to make a better visual design for Wolio Snack so there will be a visual similarity and unity on those Wolio Snacks package. Also, the packs are put in big package boxes which are not effective and efficient as it will need much torn up waste newspaper or plastic in order to remain safe when packed in a carton boxes. The methods being used is qualitative method, collecting data by interviews, observations, and many written resources which can help this research to be done. Later, the result of this design method will be packages which show the typical characteristics of Bau-bau. Therefore, the redesigned concept of the package will and have to show the image as identity of Bau-bau.

Keywords: *Package, Packaging, Snack, Bau-bau, Southeast Sulawesi.*

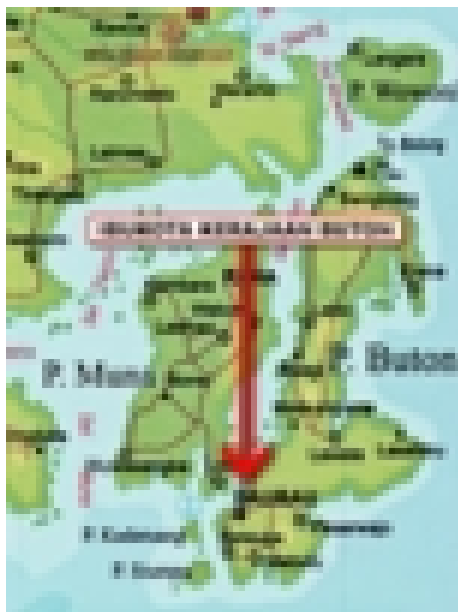
Pendahuluan

Latar Belakang Masalah

Banyak kota dan pulau di Indonesia yang sudah terkenal dikarenakan keindahan alam dan pantainya dan hal itu yang mengundang para wisatawan untuk datang. Salah satunya adalah pulau Buton atau yang lebih sering disebut dengan kota Bau-bau yang merupakan salah satu pulau yang ada di Indonesia

yang terletak di Sulawesi Tenggara. Bau-bau merupakan kota yang sedang berkembang dalam hal wisata, dan keindahan kota ini tidak kalah dari kota-kota wisata di Indonesia yang sudah terkenal. Ada banyak tempat wisata yang dapat dikunjungi di kota Bau-bau, mulai dari pantai dan juga tempat peninggalan-peninggalan bersejarah. Peninggalan bersejarah Bau-bau yang sudah dikenal banyak orang adalah benteng keraton, yang mendapatkan

penghargaan sebagai benteng terluas di dunia. Dengan menjadikan kota Bau-bau menjadi tempat wisata hal tersebut membuat banyaknya wisatawan yang datang dan hal tersebut menjadikan para wisatawan yang datang ingin membawa atau membeli oleh-oleh yang khas dari kota Bau-bau karena tidak lengkap rasanya jika berkunjung ke suatu tempat tanpa membeli oleh-oleh untuk dibawa pulang.



Sumber:

<http://beacbaubau.blogspot.com/2012/10/asal-mula-terjadinya-pulau-buton.html>

Gambar 1. Peta lokasi kota Bau-bau

Di Bau-bau terdapat toko oleh-oleh yang terkenal dan menjadi salah satu pilihan oleh para wisatawan yaitu toko Wolio. Di sini para wisatawan yang datang berkunjung ke Bau-bau selalu mencari dan membeli makanan ringan khas Bau-bau, ataupun berbagai pernak-pernik dari kerang yang dapat dijadikan sebagai oleh-oleh. Toko ini menawarkan bermacam-macam makanan ringan khas dan juga beberapa pernak-pernik yang berkaitan dengan Bau-bau, seperti: gantungan kunci, baju, aksesoris dari kerang, topi, tas, dan lain-lain. Produk makanan ringan yang ada di toko Wolio bermerek "Wolio Snack", di mana produksinya dilakukan oleh Usaha Kecil Menengah (UKM). Produk *snack* yang ditawarkan ada beberapa kategori, diantaranya kering, kerupuk, dan keripik. Untuk kategori kering yang sering dibeli dan dicari adalah kacang mete, kalo-kalo, snack ikan tuna, dan abon ikan. Kategori kerupuk terdapat kerupuk rumput laut dan stik rumput laut, sedangkan kategori keripik ada keripik pisang dan keripik sukun. Beberapa bahan pokok yang dipakai untuk memproduksi *snack-snack* tersebut merupakan bahan yang memang dibudidayakan dan hasil perikanan di kota Bau-bau, seperti: kacang mete, rumput laut, dan ikan tuna.



Gambar 2. Produk dari Wolio Snack

Meskipun tempat oleh-oleh ini ramai dikunjungi para wisatawan, tetapi masih banyak wisatawan yang kurang senang karena tampilan kemasan dari *snack* yang tidak menarik. Penjualan produk Wolio Snack tidak hanya di dalam kota saja, karena adanya penjualan yang bersifat *online* maka konsumen dari berbagai kota di Indonesia dapat memesan. Pemesanan melalui telepon ataupun jika konsumen membeli dalam jumlah yang banyak, maka akan dikemas pada kotak kardus polos dengan ukuran yang besar. Penggunaan ukuran kardus yang besar sangat tidak efektif dan efisien, karena pada saat dikemas akan diberikan tambahan kertas koran bekas yang dirobek atau plastik-plastik agar produk tetap aman saat diletakkan di dalam kardus.

Tidak adanya kesatuan visual pada tampilan produk dari Wolio Snack antara satu dengan yang lainnya, padahal dalam desain diperlukan suatu kesatuan yang bertujuan agar ketika dilihat akan membuat nyaman dipandang oleh mata. Menurut Hermawan Kartajaya, seorang pakar di bidang pemasaran mengatakan bahwa teknologi telah membuat *packaging* berubah fungsi, dulu orang bilang "*Packaging protects what it sells* (Kemasan melindungi apa yang dijual)." Sekarang, "*Packaging sells what it protects* (Kemasan menjual apa yang dilindungi)." Artinya sekarang ini kemasan tidak hanya sebagai pelindung atau wadah saja, melainkan juga harus dapat menjual produk yang dikemasnya (dalam Cenadi 95). Serta pentingnya faktor pengaman pada produk guna menjaga kualitas produk dari segala kerusakan baik dari pengaruh luar maupun dari dalam, seperti sinar ultra violet dan kelembaban agar kualitas produk tetap sama dari produsen hingga sampai ke tangan ataupun dikonsumsi para konsumen.

Harga produk dari Wolio Snack mulai dari Rp12.000,00/bungkus untuk abon dan semua jenis keripik, untuk produk yang paling mahal adalah mete mentah dengan harga Rp85.000/bungkus. Selain itu konsumen yang membeli Wolio Snack biasanya adalah para wisatawan dari luar kota Bau-bau yang mencari makanan khas Bau-bau. Para wisatawan yang ingin membeli oleh-oleh biasanya tidak segan untuk

mengeluarkan biaya lebih untuk membeli makanan ringan khas Bau-bau tersebut. Terkadang Wolio Snack juga dipesan khusus oleh pemerintah kota Bau-bau untuk menjadi salah satu *snack* yang hadir pada acara-acara pemerintahan. Dan untuk konsumen dari luar pulau yang ingin memesan tidak akan ragu untuk dikenakan biaya yang lebih demi terjaganya produk dari kerusakan.

Akibat dari kemasan yang tidak efektif dan efisien maka dapat mempengaruhi penjualan produk dan juga distribusi, karena pentingnya keadaan produk yang utuh hingga sampai ke tangan konsumen. Selain itu pentingnya kemasan yang baik juga memiliki faktor komunikasi, dimana dari kemasan dapat mencerminkan kualitas produk hingga citra merek. Karena kemasan yang ada di toko Wolio kurang menarik dan kurang menampilkan karakteristik dari produk tersebut, maka dari itu diperlukan perancangan untuk kemasan Wolio Snack

Dari permasalahan yang ada maka rumusan masalah adalah Bagaimana merancang kemasan untuk Wolio Snack dari segi tampilan sehingga tercipta kesatuan visual yang tetap mengutamakan pengamanan? Dan tujuan perancangan adalah merancang kemasan untuk Wolio Snack dari segi tampilan sehingga tercipta kesatuan visual yang tetap mengutamakan pengamanan.

Adanya pembatas ruang lingkup perancangan guna perancangan lebih fokus dan mudah dipahami, yaitu:

- Produk yang diangkat adalah produk “Wolio Snack” yang merupakan produk unggulan dan paling sering dibeli oleh konsumen, yaitu: abon ikan, kalo-kalo, kacang mete oven, dan snack ikan teri. Selain itu pemilihan kriteria produk dikarenakan hasil pengamatan yang telah dilakukan, bahwa tidak adanya kesatuan visual pada tampilan kemasan dari *snack*.
- Sasaran yang menjadi target *audience* dari perancangan ini adalah masyarakat golongan menengah dan menengah ke atas, khususnya para wisatawan yang berkunjung maupun bertujuan untuk liburan ke kota Bau-bau. Target *audience* adalah masyarakat yang lebih mementingkan kualitas, sehingga mereka tidak segan untuk mengeluarkan biaya lebih.

Segmentasi target *audience*:

- Geografis
 - Kota : Bau-bau
 - Provinsi : Sulawesi Tenggara
- Demografis
 - Umur : 20 - 47 tahun
 - Jenis Kelamin : Laki-laki dan Perempuan
 - Pendidikan : >SMA
 - Pekerjaan : Mahasiswa – Pekerja
 - Siklus Ekonomi :
 - Menengah – menengah ke atas

- Psikografis
 - Gaya hidup : Konsumtif
 - Kepribadian :
 - suka dan cinta produk buatan lokal, suka mencoba produk baru dan lebih memilih kualitas dibandingkan harga
- Behaviour
 - Sikap terhadap produk: Membeli produk untuk dikonsumsi sendiri atau dijadikan oleh-oleh untuk teman dan keluarga
 - Manfaat yang dicari : kualitas produk

Metode kualitatif digunakan pada penelitian ini. Metode pengumpulan data yaitu dengan cara mencari data primer dan sekunder. Metode pengumpulan data dilakukan dengan cara melakukan wawancara dan observasi, serta mencari informasi melalui berbagai sumber tertulis yang dapat membantu dan dimanfaatkan untuk penelitian ini. Selain metode kualitatif, metode analisis data lain yang digunakan untuk menganalisis data-data yang dapat menunjang dalam perancangan desain kemasan ini, yaitu berupa SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunities, Threats*) dan VIEW (*Visibility, Information, Emotional appeal, Workability*).

Analisis menggunakan metode VIEW, VIEW merupakan singkatan dari *Visibility, Information, Emotional appeal, dan Workability*. Dengan pengumpulan data tentang daya tarik (*visibility*), informasi produk (*information*), daya tarik untuk membeli (*emotion appeal*), kemudahan dalam pembuatan, penyimpanan (*workability*). Sehingga dapat dilakukan evaluasi faktor-faktor apa saja yang berperan dan dapat menyelesaikan masalah kemasan yang ada secara efisien dan efektif.

- Visibility*

Melalui hasil pengamatan dari beberapa konsumen yang datang untuk membeli oleh-oleh Wolio Snack, banyak yang mengatakan bahwa kemasan saat ini kurang menarik. Kurang menarik karena desain dan warna yang dipakai kurang *eye-catching* dan tidak adanya kesatuan visual, hal ini dikarenakan Wolio Snack menggunakan label pada semua produknya, dan warna pada label-label ini terlihat *blur* dan buram serta penggunaan *image* yang pecah. Selain itu beberapa kemasan yang dipakai tidak dapat di-*display* berdiri, sehingga konsumen susah untuk melihat produk apa yang dijual.
- Information*

Informasi dari produk yang terdapat pada desain label Wolio Snack ada identitas berupa *brand name* atau nama merek dengan ukuran yang tidak terlalu besar. Dan nama produk dijual dengan ukuran *font* yang lebih besar dibandingkan dengan nama merek serta informasi pendukung lainnya seperti: berat

bersih, masa kadaluarsa, alamat tempat Wolio Snack, nomor telepon yang bisa dihubungi untuk pemesanan, gizi, komposisi, nomor produk, dan sebagainya.

c) *Emotional appeal*

Keinginan konsumen untuk membeli Wolio Snack sangat tinggi, karena tempat yang menyediakan dan menawarkan oleh-oleh khas kota Bau-bau hanya sedikit. Tetapi untuk konsumen yang baru pertama kali datang berkunjung di toko Wolio akan langsung tidak tertarik untuk membeli karena melihat kemasan Wolio Snack yang tidak menarik. Sedangkan untuk konsumen yang telah mencoba dan menjadi langganan tetap dari Wolio Snack tetap akan memesan dan membeli Wolio Snack meskipun kemasan yang digunakan saat ini tidak menarik.

d) *Workability*

Kemasan sekarang ini yang menggunakan *aluminium foil* sangat melindungi produk, karena produk seperti abon, kacang mete, dan snack ikan teri sangat cocok dikemas dengan menggunakan bahan kemasan ini. Dengan menggunakan kemasan *aluminium foil*, produk yang ditawarkan dapat tahan lama karena kedap udara.

Data Produk

Wolio snack merupakan nama *snack* yang menawarkan berbagai macam *snack* khas dari kota Bau-bau. Usaha ini didirikan oleh Bapak Asdin pada tanggal 8 September 2008. Usaha kecil-kecilan ini merupakan usaha sampingan, dimana pekerjaan utama Pak Asdin adalah seorang pegawai kantor. Makanan ringan Wolio Snack diproduksi oleh Usaha Kecil Menengah (UKM) dan dibina oleh Dinas Pertanian dan Kehutanan Kota Bau-bau, Dinas Perkebunan dan Hortikultura Provinsi Sulawesi Tenggara.

Wolio Snack terletak di Jl. Hos Cokroaminoto No. 48, Kelurahan Lamangga – Kecamatan Murhum, Kota Bau-bau, Sulawesi Tenggara. Tempat berjualan dan produksi Wolio Snack berada pada tempat yang sama, dimana pada bangunan depan untuk berjualan dan bangunan bagian belakang untuk memproduksi dan melakukan pengemasan Wolio Snack. Nama “Wolio Snack” telah didaftarkan dan mendapat izin Depkes, dengan P-IRT Nomor 215747202025. Wolio Snack juga telah mendapatkan penghargaan pada lomba bidang pengolahan dan pemasaran hasil perikanan kategori Usaha Kecil Menengah (UKM) sebagai pengolahan terbaik tingkat Provinsi Sulawesi Tenggara pada tahun 2010. Dengan menangnya UKM Wolio Snack kota Bau-bau sebagai juara satu, maka Wolio Snack berhak mewakili Sulawesi Tenggara di tingkat nasional meski akhirnya hanya mendapatkan juara harapan II, tetapi olahan *snack* dari Wolio Snack telah diakui di tingkat nasional.



Gambar 3. Lokasi toko wolio



Gambar 4. Papan nama

Jenis produk yang ada di toko Wolio ada bermacam-macam. Makanan ringan buatan Wolio Snack sendiri, yaitu: abon ikan, kalo-kalo, kacang mete oven dan mentah, snack ikan teri, kerupuk dan stik rumput laut dan bawang goreng. Untuk saat ini, kerupuk dan stik rumput laut jarang diproduksi karena kurangnya peminat dari konsumen. Selain makanan ringan buatan Wolio Snack sendiri, terdapat juga titipan dari warga sekitar yang ingin menjual produknya di toko Wolio, seperti keripik pisang dan sukun, dan juga madu. Toko ini juga menawarkan beberapa pernik-pernik yang berkaitan dengan Bau-bau, seperti: gantungan kunci, baju, aksesoris dari kerang, topi, dan tas.

Wolio Snack merupakan nama merek snack yang ada di toko Wolio. Snack ini dibuat oleh Usaha Kecil Menengah (UKM). Merek Wolio Snack diambil dari kata “Wolio” dan “Snack”. Kata “Wolio” sendiri merupakan sebuah suku yang berdiam di kepulauan

Buton, Muna, dan Kabaena di propinsi Sulawesi Tenggara. Dengan bahasa sehari-hari yang digunakan adalah bahasa wolio. Sedangkan kata “*Snack*” yang berarti makanan ringan atau camilan. Penggunaan Wolio untuk Wolio Snack memberi arti bahwa *snack* tersebut merupakan khas dari Kota Bau-bau dan mewakili suku yang ada.

Spesifikasi produk Wolio Snack terdiri dari abon ikan, kalo-kalo, kacang mete oven dan mentah, snack ikan teri, kerupuk dan stik rumput laut dan bawang goreng. Diferensiasi merupakan salah satu cara dari Wolio Snack agar produknya berbeda dengan competitor yang telah ada. Hal ini ditunjukkan dengan tersedianya varian rasa yang lebih banyak pada olahan snack dari Wolio Snack. Contohnya pada olahan kacang mete oven yang tadinya hanya memiliki rasa asin dan manis, kemudian berinovasi dengan munculnya rasa baru yaitu madu. Selain itu pada snack ikan teri juga berinovasi dengan rasa *barbeque* dan pedas manis.

Unique Selling Proposition (USP) yang dimiliki oleh Wolio Snack adalah keunggulan dari hasil olahan snack yang tidak hanya dari rasanya yang enak, tetapi kandungan yang ada pada snack sangatlah baik untuk dikonsumsi karena sangat bergizi. Sehingga Wolio Snack memosisikan dirinya sebagai olahan snack yang bergizi serta bervariasi rasa dan khas dari kota Bau-bau.

Wilayah pemasaran Wolio Snack sendiri tidak hanya pada kota Bau-bau saja. Dengan adanya penerimaan pesanan melalui telepon menjadikan Wolio Snack memiliki banyak langganan tetap dari luar kota, seperti: Kendari, Surabaya, dan Jakarta. Dengan banyaknya pesanan dan peminat dari luar kota terutama kota Kendari yang juga berada di Sulawesi Tenggara, pemilik Wolio Snack mulai memasarkan produknya kepada distributor di kota Kendari. Pemasaran Wolio Snack di kota Bau-bau untuk saat ini hanya dari produsen atau pengelola yang kemudian *snack* dipasarkan pada sebuah *outlet* atau toko dan langsung dapat didatangi dan dibeli oleh konsumen. Untuk pembelian secara *online* ataupun melalui telepon akan langsung ditanggapi oleh produsen sendiri. Untuk pemasaran di kota Kendari, produsen kepada distributor lalu distributor akan menjualnya kembali pada *own retail outlet*. Untuk mendukung kerjasama yang lebih erat antara produsen dan distributor, dikembangkan pola *partnership* dalam sistem distribusi.

Data Visual Produk/Kemasan



Sumber: <http://paperbagmurah.net/blog/tas-kertas-wolio-snack-kota-bau-bau/>

Gambar 5 . Shopping bag Wolio Snack



Gambar 6. Kemasan kalo-kalo



Gambar 7. Kemasan kacang mete



Gambar 8. Kemasan kacang mete



Gambar 9. Kemasan snack ikan teri

Selain di toko Wolio yang menawarkan makanan ringan khas kota Bau-bau dengan merek Wolio Snack, terdapat toko lain yang juga menawarkan makanan ringan yang sama yaitu toko Sinar Buton. Dimana makanan ringan yang dijual di toko Sinar Buton adalah kacang mete dengan merek "BRAVO". Kacang mete "BRAVO" sudah ada terlebih dahulu dibandingkan dengan Wolio Snack dan telah lama ada di kota Bau-bau yaitu sejak tahun 1991. Letak tempat BRAVO sangat strategis, yaitu berada ditengah kota, dikelilingi oleh beberapa penginapan dan juga hotel, dan dekat dengan pelabuhan. Untuk produk yang ditawarkan BRAVO hanya berupa kacang mete saja mulai dari yang mentah hingga olahan manis dan asin, tetapi kacang mete paling terkenal di kota Bau-bau adalah merek BRAVO ini karena namanya yang sejak lama ada sebagai satu-satunya tempat yang menjual oleh-oleh dan makanan ringan khas Buton.

Beberapa alasan dipilihnya kacang mete "BRAVO" sebagai kompetitor adalah:

1. Sama-sama merupakan usaha makanan ringan usaha menengah ke atas yang memproduksi dan menjual makanan ringan khas Kota Bau-bau. Khususnya produk yang menjadi budaya utama Kota Bau-bau yaitu kacang mete.

2. Menjual produk dengan harga yang kurang lebih sama dengan harga dari Wolio Snack.
3. Perusahaan ini juga telah memiliki izin dari Departemen Kesehatan.

Dengan memposisikan Wolio Snack sebagai olahan *snack* yang paling terbaik dan khas dari kota Bau-bau. Maka tujuan dari *brand positioning* tersebut dapat membuat Wolio Snack lebih dikenal oleh banyak orang, dan pastinya penjualan dari Wolio Snack menjadi meningkat. Dan orang-orang menjadi yakin akan kualitas dari produk Wolio Snack, serta nama kota Bau-bau akan lebih dikenal dan tidak lagi asing ditelinga orang terutama masyarakat Indonesia sendiri, karena masih banyak masyarakat Indonesia yang tidak pernah mendengar dan mengetahui letak kota Bau-bau berada dimana.

Dalam dunia pemasaran dikenal istilah 4P, yaitu *Product* (produk), *Price* (harga), *Place* (tempat) dan *Promotion* (promosi). 4 elemen ini merupakan elemen yang sangat penting dalam strategi pemasaran. Konsep 4P berguna untuk membantu dalam membuat suatu perencanaan dalam dunia pemasaran agar dapat mempengaruhi target market yang dituju. Namun sekarang ini banyak pakar yang menganggap bahwa kemasan (*packaging*) merupakan P yang ke-5 dalam elemen strategi pemasaran. Maka dari itu, sekarang ini kemasan tidak hanya sebagai alat untuk mengemas sebuah produk saja, tetapi juga merupakan media untuk beriklan dan mempromosikan produk apa yang dijualnya.

Saat ini di kota Bau-bau hanya BRAVO dan Wolio Snack yang menjual oleh-oleh khas kota Bau-bau. Persaingan antara keduanya untuk merebut perhatian konsumen untuk lebih memilih produk yang dijual masing-masing menjadi sangat ketat, dimana Wolio Snack belum lama hadir.

Berikut adalah data pemasaran dari Wolio Snack terhadap produknya:

- a. *Product*:
 - Menjual *snack* dan pernak-pernik oleh-oleh khas kota Bau-bau
 - *Snack* yang ditawarkan ada berbagai macam jenis dan bervariasi rasa
 - Dapat memesan secara *online* dan via telepon
 - Pembuatan *snack* dilakukan oleh UKM dengan bahan *snack* yang dibudidayakan dan hasil perikanan di kota Bau-bau, seperti: rumput laut, kacang mete dan ikan tuna.
- b. *Price*:
 - Memberikan potongan harga kepada langganan tetap
 - Memberikan potongan harga untuk pembelian dalam jumlah banyak
- c. *Place*:
 - Memiliki toko sendiri
 - Memiliki langganan tetap

- d. *Promotion*:
- Promosi dengan meletakkan kartu nama pada kantor-kantor pemerintah, penginapan-penginapan, dan hotel-hotel
 - Mengiklankan produk melalui koran, brosur, dan televisi lokal

Melalui hasil pengamatan dan wawancara, diketahui bahwa Wolio Snack memiliki potensi yang kuat untuk dapat berkembang dalam masyarakat setempat dan juga untuk dikenal masyarakat luar kota Bau-bau atau wisatawan yang datang dan mencari oleh-oleh khas kota Bau-bau. Berikut beberapa potensi yang dapat mendukung perkembangan Wolio Snack, diantaranya adalah:

1. Wolio Snack dibuat dengan menggunakan bahan-bahan yang berkualitas dan bersih, serta dibudidayakan di kota Bau-bau sendiri sehingga pasokan bahan dasar yang tersedia ada banyak.
2. Pengelola Wolio Snack memiliki kemauan dan semangat kuat untuk terus dapat mengembangkan usahanya, antara lain dengan mengenalkan Wolio Snack kepada masyarakat sekitar dan juga para wisatawan dan mempertimbangkan bahan-bahan bergizi yang digunakan.
3. Hasil pengamatan juga mengatakan bahwa banyak masyarakat yang menyukai Wolio Snack. Terbukti dari banyaknya langganan tetap yang dimiliki oleh Wolio Snack yang berada diluar kota Bau-bau. Produksi makanan ringan Wolio Snack merupakan ciri khas dari kota Bau-bau dan beberapa produk tidak diproduksi di daerah lain, contohnya kalo-kalo. Hal ini merupakan keuntungan dalam membidik pasar di luar kota Bau-bau.

Konsep Perancangan

Perancangan redesain kemasan akan dibuat dengan merancang kemasan yang dapat menunjukkan karakteristik dan ciri khas dari kota Bau-bau. Maka dari itu, redesain kemasan yang baru akan dan harus menunjukkan citra dan *image* sebagai oleh-oleh yang khas dari kota Bau-bau. Dalam perancangan desain kemasan sekaligus bertujuan untuk mempromosikan makanan ringan khas kota Bau-bau kepada para wisatawan, sehingga mengangkat citra produk yang ada di toko Wolio.

Selain itu, akan dilakukan juga redesain kemasan dengan membuat kemasan yang akan terdiri dari kemasan dasar (*primary packaging*) yang merupakan bungkus langsung dari Wolio Snack, Kemasan tambahan (*secondary packaging*) berupa *shopping bag*, dan juga Kemasan pengiriman (*shipping packaging*) yang merupakan kemasan praktis dan aman untuk membawa *snack* dalam jumlah banyak sehingga memudahkan untuk dibawa sendiri ataupun melalui pengiriman. Beberapa dari jenis produk akan

dibuat kemasan khusus, yaitu kemasan yang *exclusive*.

Konsep Kreatif

Tujuan kreatif dari perancangan desain kemasan ini adalah merancang kemasan untuk Wolio Snack dari segi tampilan sehingga tercipta kesatuan visual yang tetap mengutamakan pengamanan. Dan tidak lupa juga menciptakan desain yang menarik, estetis, dapat meningkatkan nilai jual, dan dapat melindungi produk agar tidak hancur dan kedap udara. Selain itu, kemasan juga sebagai media promosi dari produk, karena sebagian besar konsumen membeli sebuah produk karena kemasannya yang bagus dan menarik. Dan juga untuk mengenalkan makanan ringan khas dari kota Bau-bau kepada masyarakat Indonesia, para wisatawan nusantara dan juga wisatawan asing.

Makanan ringan Wolio Snack mendapatkan penghargaan adibakti mina bahari di tingkat nasional pada tahun 2010. Dengan mendapatkan penghargaan tersebut Wolio Snack telah mendapat pengakuan di tingkat nasional, dan memperoleh sertifikat dan *tropy* yang diserahkan langsung oleh menteri kelautan dan perikanan Fadel Muhammad. Dengan keberhasilan Wolio Snack pada lomba bidang pengolahan dan pemasaran hasil perikanan kategori Usaha Kecil Menengah (UKM) pengolahan terbaik tingkat Provinsi Sulawesi Tenggara beberapa waktu lalu, UKM Wolio Snack Kota Bau-bau berhasil mendapatkan juara satu sekaligus berhak mewakili Sulawesi Tenggara di tingkat nasional. Sebagai produk lokal yang telah mendapatkan pengakuan di tingkat nasional, maka hal inilah yang akan ditonjolkan dalam kemasan Wolio Snack. Yaitu dengan memosisikan Wolio Snack sebagai olahan *snack* yang paling terbaik dan khas dari kota Bau-bau.

Untuk mendukung *brand positioning* produk, sebagai makanan ringan dengan olahan *snack* yang paling terbaik dan khas dari kota Bau-bau, maka dalam kemasan akan digunakan visualisasi dari ikon-ikon yang terkenal di kota Bau-bau. Hal ini juga untuk menyiratkan bahwa produk Wolio Snack ini merupakan produk khas dari kota Bau-bau.

Citra yang ingin dibangun dari kemasan Wolio Snack adalah membuat konsumen melihat produk sebagai hasil olahan makanan ringan dari kota Bau-bau yang terbaik dan paling khas yang telah mendapat pengakuan di tingkat nasional sebagai oleh-oleh dari kota Bau-bau. Hal ini sekaligus akan menjadikan Wolio Snack sebagai duta kota Bau-bau.

Strategi kreatif adalah dengan memperkenalkan Wolio Snack melalui kemasan baru yang unik dengan bahan dari kemasan yang dibuat juga disesuaikan dengan karakteristik dari makanan ringan yang dikemas. Identitas yang ingin ditonjolkan sebagai acuan untuk pembuatan desain kemasan untuk Wolio Snack adalah *modern* dan terlihat *exclusive*. Tidak

terkesan kuno dan murahan, dan dapat membedakan dengan kompetitor yang juga memproduksi jenis *snack* sejenis.

Kemasan yang akan dirancang terdiri dari kemasan dasar (*primary packaging*) yang merupakan bungkus langsung dari Wolio Snack, Kemasan tambahan (*secondary packaging*) berupa *shopping bag*, dan juga Kemasan pengiriman (*shipping packaging*) yang merupakan kemasan praktis dan aman untuk membawa *snack* dalam jumlah banyak sehingga memudahkan untuk dibawa sendiri ataupun melalui pengiriman.

Fungsi utama kemasan harus dapat melindungi produk yang ada didalamnya dan kedap udara, karena kategori *snack* dari Wolio Snack adalah kering, kerupuk, dan keripik. Sehingga produk didalamnya mudah rapuh, dan membutuhkan kemasan yang dapat melindungi hasil produksinya, dan juga kedap udara agar makanan tidak melempem. Dan untuk memudahkan pada saat *display* barang hasil produksi agar mudah ditata, baik di *outlet* maupun pada saat pengiriman hasil produksi ke tempat lain. Selain itu juga kemasan harus menarik, sehingga kemasan itu sendiri dapat mempromosikan apa yang dijual. Pada kemasan juga akan ada informasi atau keterangan tentang produk, seperti keterangan halal, berat netto, masa kadaluarsa dari *snack*, dan lain sebagainya.

Bahan atau material yang akan digunakan akan disesuaikan dengan kebutuhan dan kategori dari produk itu sendiri. Penggunaan jenis bahan dan material dasar kemasan ini didukung dengan hasil wawancara dan observasi secara langsung.

a. Kemasan dasar (*primary packaging*)

- Abon
Kemasan dasar abon akan menggunakan jenis kemasan *stand up pouch* dan digunakan untuk mengemas abon dengan berat bersih 150 gram. Untuk kemasan *exclusive* akan menggunakan tabung karton atau *composite can* yang dapat menyimpan abon dengan berat bersih 250 gram.
- Kalo-kalo
Kemasan untuk kalo-kalo hanya tersedia dalam bentuk kemasan *exclusive* saja. Hal ini dikarenakan kalo-kalo merupakan *snack* yang benar-benar khas dari kota Bau-bau. Kalo-kalo akan dikemas dengan menggunakan tabung karton atau *composite can* yang didalamnya terdapat kertas yang dapat menyerap minyak. Penggunaan tabung karton dikarenakan kalo-kalo itu sendiri dibuat dengan cara digoreng, sehingga mengandung minyak. Penggunaan plastik sangat dihindari untuk kalo-kalo karena adanya kandungan gula yang mudah meleleh apabila terkena sinar matahari atau cuaca panas. Kemasan yang digunakan untuk mengemas kalo-kalo dengan berat bersih 200 gram.

- Kacang Mete
Kacang mete akan dikemas dengan menggunakan bahan atau material bahan plastik dengan jenis kemasan *stand up pouch*. Dan kemasan berfungsi untuk menyimpan kacang mete dengan berat bersih 100 gram. Untuk kemasan *exclusive* akan menggunakan kemasan *composite can* dengan kapasitas berat bersih 150 gram.
 - Snack Ikan Teri
Untuk kemasan *snack* ikan teri akan menggunakan bahan bahan plastik. Jenis kemasan ini merupakan kemasan *stand up pouch*. Dengan berat bersih untuk ikan teri 150 gram.
- b. Kemasan tambahan (*secondary packaging*)
Kemasan tambahan berupa *shopping bag* yang terbuat dari bahan kardus gelombang 1 atau *single*.
 - c. Kemasan pengiriman (*shipping packaging*)
Kemasan pengiriman akan menggunakan bahan karton dengan 2 gelombang atau *double*.

Pendekatan gaya desain yang akan digunakan adalah gaya desain *modern*. Gaya ini dipilih karena gaya desain ini dapat menampilkan sisi *modern* yang ditampilkan melalui *layout* dan *font*.

Sistem buka tutup kemasan untuk kemasan plastik *stand up pouch*, akan diberi tanda untuk menggantung atau membuka *snack* lalu kemasan akan diberi *zipper*. *Zipper* merupakan resleting yang berguna untuk memudahkan konsumen untuk menutup dan membuka kemasan. Penggunaan *zipper* dikarenakan hasil observasi yang dilakukan bahwa pada saat mengkonsumsi *snack*, *snack* tidak langsung habis dalam sekali makan. Untuk kemasan *composite can* juga terdapat tutup yang dapat dibuka dan ditutup kembali dengan mudah.

Warna yang digunakan adalah mengikuti konsep utama yaitu *modern*, dengan menggunakan warna terang dengan kombinasi warna pastel. Warna terang dan pastel merupakan warna yang sesuai dan cocok untuk digunakan sebagai warna makanan dan menampilkan karakter yang moderen. Selain itu penggunaan warna-warna terang juga dikarenakan warna-warna tersebut ciri khas dari kain tenun Buton. Misalnya penggunaan warna kuning karena kuning merupakan salah satu warna istimewa karena warna kuning tampak terang dan memiliki keterlihatan yang tinggi. Selain itu, warna kuning juga sangat direkomendasikan pada kemasan makanan untuk menarik perhatian karena warnanya yang *eye-catching*. Penggunaan warna oranye pada kemasan makanan akan menimbulkan dan membangkitkan nafsu makan.

Warna yang nantinya akan digunakan pada kemasan adalah warna yang mewakili rasa dari snack itu sendiri. Contohnya untuk rasa madu akan digunakan warna oranye, dan rasa asin akan menggunakan warna biru. Ornamen atau pattern yang digunakan pada kemasan merupakan hasil kreasi dari ukiran buah nanas yang berada pada pintu gerbang masuk keraton dan juga beberapa atap toko atau rumah penduduk kota Bau-bau. Tanaman nanas pada masa lalu banyak tumbuh di sekitar perkampungan Wolio (Kelurahan Melai Kota Bau – Bau) yang saat itu sebagai ibu kota Kesultanan Buton. Simbol nanas dan naga bagi masyarakat kota Bau-bau melambangkan rezeki.

Referensi Visual



Sumber: <http://indohoy.com/keraton-wolio-fort-the-vastest-in-the-world/>

Gambar 10. Gerbang keraton

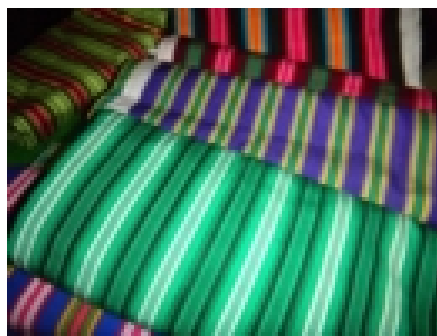


Sumber: <http://www.poenta.net/2013/11/benteng-keraton-buton-wisata-sejarah-di-sulawesi-tenggara.html>

Gambar 11. Benteng keraton



Gambar 12. Simbol pada mayoritas atap rumah/toko di Bau-bau



Sumber: www.travelplusindonesia.blogspot.com

Gambar 13. Kain tenun Buton



Sumber: http://3.bp.blogspot.com/-pZASPxfx-BA/U1oXAV6rf6I/AAAAAAAAACmc/VOen9SAyH4/s1600/IMG_8712.JPG

Gambar 14. Tulisan wolio

Konsep Visual

Warna yang nantinya akan digunakan pada kemasan adalah warna yang mewakili rasa dari *snack* itu sendiri. Contohnya untuk rasa madu akan digunakan warna oranye, dan rasa asin akan menggunakan warna biru. Ornamen atau *pattern* yang digunakan pada kemasan merupakan hasil kreasi dari ukiran buah nanas yang berada pada pintu gerbang masuk keraton dan juga beberapa atap toko atau rumah penduduk

kota Bau-bau. Tanaman nanas pada masa lalu banyak tumbuh di sekitar perkampungan Wolio (Kelurahan Melai Kota Bau-bau) yang pada saat itu merupakan ibu kota Kesultanan Buton. Simbol nanas dan naga bagi masyarakat kota Bau-bau melambangkan rezeki. Makna lebih rinci dari tumbuhan nanas pada bagian-bagiannya, yaitu:

1. Pada bagian atas mempunyai mahkota yang menggambarkan payung dan dianggap sebagai pimpinan yang senantiasa mengayomi rakyatnya
2. Pada bagian tubuh terdapat sisik yang sangat banyak sebagai rakyat umum dan mendiami 72 kadie (wilayah)
3. Daun yang berdiri adalah gambaran jiwa untuk mempertahankan diri dari segala gangguan keamanan dan ketertiban dari manapun datangnya
4. Buah yang manis adalah mencerminkan kebaikan dengan menempatkan prinsip kerendahan hati, sopan santun tutur kata dan tidak menyakiti orang lain
5. Pada bagian pangkal bawah buah nanas terdapat daun yang melebar adalah landasan berpijak seluruh masyarakat yaitu sara paranguna (empat prinsip hidup), yaitu:
 - Pomea maeka: saling menghargai sesama manusia
 - Popia piara: saling memelihara sesama manusia
 - Pomaa maasiaka: saling menyayangi sesama manusia
 - Poangka angkataka: saling menghargai sesama manusia

Proses Desain atau Visualisasi

Oleh karena itu symbol ini adalah makna hubungan antar manusia dengan mengedepankan prinsip keadilan, persatuan, dan kesatuan. Serta hubungan antara pemimpin dan masyarakat yang dipimpin.

Pada perancangan redesain kemasan Wolio Snack, dalam segi bentuk kemasan tidak berubah dengan bentuk kemasan yang terdahulu, yaitu dengan tetap menggunakan *stand up pouch* dan *composite can*. Alasan tetap menggunakan bentuk kemasan dan juga beberapa bahan yang sama, dikarenakan produsen sendiri telah memiliki alat pengemas untuk jenis kemasan yang lama. Sehingga produsen tidak perlu mengeluarkan biaya lagi untuk mengemas kemasan dan alat yang telah ada tetap dapat dipakai. Akan tetapi meski bentuk kemasan tetap, pada kemasan *stand up pouch* bahan yang digunakan berubah, yaitu dari *aluminium foil* menjadi bahan plastik dengan dilengkapi *zipper*.

Untuk kemasan kardus yang berfungsi sebagai kemasan tambahan dan kemasan pengiriman, akan dibuat sesuai dengan kebutuhan para konsumen. Dimana kemasan kardus yang terdahulu

penggunaannya tidak efektif dan efisien, karena ukuran kardus yang kebesaran sehingga memerlukan sobek-sobekan kertas ataupun plastik untuk memadatkan isi kardus. Maka dilakukan pengamatan dari kekurangan kemasan dan juga kebiasaan para konsumen ketika dan selesai membeli produk, untuk dapat membuat kemasan yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Dimana kemasan tambahan dan kemasan pengiriman bertujuan memudahkan konsumen dalam membawa, menyimpan kemasan, dan tidak khawatir produk didalam akan rusak.

Pendekatan berdasarkan konsep, maka desain untuk logo akan dibuat dengan karakteristik dari kota Bau-bau. Yang dimana huruf dari logo berkarakter gaya tulisan arab. Alasan membuat kreasi dengan gaya arab karena, tulisan asli atau tulisan dari bahasa daerah wolio sangat mirip dengan tulisan arab. Tetapi logo tetap akan dibuat *fun* karena logo adalah untuk makanan ringan.



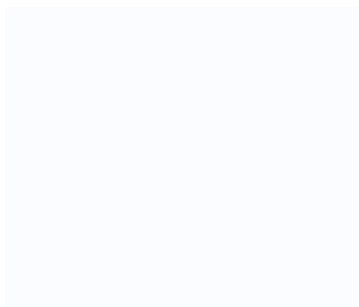
Gambar 15. Thumbnail logo



Gambar 16. Tight tissue logo 1



Gambar 17. Tight tissue logo 2



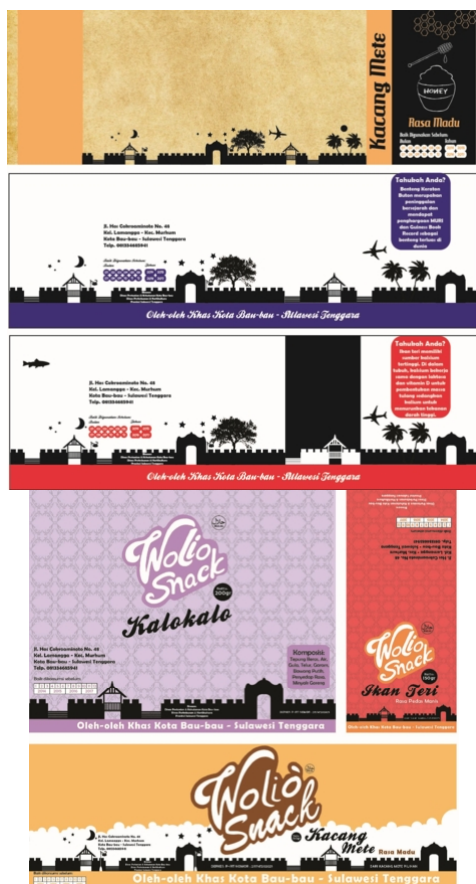
Gambar 18. Logo final



Gambar 20. Final stiker kemasan



Gambar 21. Desain Final



Gambar 19. Tight tissue kemasan



Gambar 22. Kemasan tambahan

Penutup

Kesimpulan dan saran

Sekarang ini kemasan tidak hanya sebagai pelindung atau wadah saja, melainkan kemasan harus dapat menarik perhatian konsumen. Serta pentingnya faktor pengaman pada produk guna menjaga kualitas produk dari segala kerusakan baik dari pengaruh luar maupun dari dalam, seperti sinar ultra violet dan kelembaban agar kualitas produk tetap sama dari produsen hingga

sampai ke tangan ataupun dikonsumsi para konsumen. Pentingnya kesatuan visual pada kemasan yang bertujuan agar ketika dilihat akan membuat nyaman dipandang oleh mata dan menjadi ciri khas tersendiri bagi sebuah kemasan. Karena persaingan produk semakin banyak dan ketat, maka banyak dari produk yang membuat kemasannya seunik mungkin, melakukan berbagai promosi, hingga mengadakan *event-event*. Oleh sebab itu, peran identitas pada sebuah kemasan sangatlah perlu diperhatikan dan sangat penting. Untuk mendukung itu semua diperlukan identitas yang kuat melalui *brand positioning*, *brand identity*, *brand image*, USP, dan juga diferensiasi produk.

Untuk perancangan kemasan ada beberapa hal yang perlu diperhatikan sebagai pertimbangan. Hal utama yang harus dipertimbangkan adalah kemampuan pengusaha, baik dari pengetahuan dan ekonomi. Sebab dari kemampuan pengusaha yang akan menjadi cara bagaimana untuk membuat kemasan nantinya. Sebagai contoh, untuk mendesain kemasan bagi pengusaha menengah atau UKM maka *budget* harga yang dikeluarkan untuk kemasan sebaiknya tidak terlalu mahal karena hal tersebut akan mengurangi keuntungan dari penjualan produk sendiri. Selain itu terkadang masih banyak pengusaha yang tidak terlalu mementingkan desain kemasan, maka dari itu terlebih dahulu pengusaha harus diberitahukan dan diyakinkan akan pentingnya desain pada sebuah kemasan untuk mendukung kemajuan usaha mereka.

Daftar Pustaka

- Buah Nanas Simbol Kesultanan Buton. Juni 24, 2014, from <http://orangbuton.wordpress.com/2009/08/22/buah-nanas-simbol-kesultanan-buton/>
- Cenadi, Christine Suharto. 1 (Januari 2000) "Peran Desain Kemasan Dalam Dunia Pemasaran". *NIRMANA* Vol. 2, No: 92 – 103.
- Darmawan, Yusran. (2008). Naga Hijau di Pulau Buton. 24 Juni 2014 from <http://www.timur-angin.com/2008/05/naga-hijau-di-pulau-buton.html>
- Juhrodin. (2013). Model-Model Teknik Analisis Data Penelitian Kualitatif. At Content. September, 2013, from <http://www.atcontent.com/Publication/869668844195999av.text/-/Model-Model-Teknik-Analisis-Data-Penelitian-Kualitatif>
- Kartajaya, Hermawan. 1996. *Marketing Plus 2000 Siasat Memenangkan Persaingan Global*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.