

TINJAUAN PERUBAHAN DESAIN KEMASAN SIGARET KRETEK DI INDONESIA

Dewi Isma Aryani¹, Kristianus Satrio Budi Nugroho²

¹Program Diploma-III Seni Rupa dan Desain, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Univ. Kristen Maranatha
Jl. Prof. drg. Suria Sumantri no.65, Bandung, Indonesia

²Desainer Produk dan Peneliti Independen
Jl. Cucur Timur III A3 20 Bintaro Sektor 4, Tangerang Selatan, Indonesia

e-mail: dewi.ia@art.maranatha.edu¹, kristianus.satrio@gmail.com²

Received : July, 2021

Accepted : August, 2021

Published : October, 2021

Abstract

The development of cloves cigarettes and their packaging can be called a manifestation of physical culture according to Koentjaraningrat's description that an object is a physical product and the activities, deeds, and works of all humans are concrete. In addition, the development of the type of cloves cigarettes and their packaging fulfills the requirements for the stipulation of an object/intangible as a cultural heritage in accordance with Law Number 11 Year 2010 Chapter III Article 5. Therefore, the author attempts to explain the common thread from the history of Haji Djamhari's pioneering cloves cigarettes to changes in Indonesia's cigarettes packaging when it began to be marketed in a modern way by Nitisemito to its effect on packaging designs that exist and circulate in society today. Less recorded fact that the cigarettes industry existed and developed in 1870-1880 in Kudus, the historical development of cloves cigarettes and its packaging in Indonesia at that time, cigarettes industry declining due to the racial riots in 1918, and the emergence of the subscription system also influenced the philosophy of creating cigarette packaging in Indonesia. The method used is descriptive qualitative with the theory of design, packaging, and branding so that the changes in cigarette packaging that occur in Indonesia are caused by the influence of market leaders from each type that exists, the image element is no longer the main logo but is replaced by logotype and logofont elements on packaging.

Keywords: branding, cloves cigarette, packaging design

Abstrak

Perkembangan sigaret kretek dan kemasannya dapat disebut sebagai wujud dari kebudayaan fisik sesuai jabaran Koentjaraningrat bahwa suatu benda hasil fisik dan aktivitas, perbuatan, dan karya semua manusia bersifat konkret. Selain itu, perkembangan jenis sigaret kretek dan kemasannya memenuhi syarat ditetapkannya sebuah benda/takbenda menjadi warisan budaya sesuai dengan UU Nomor 11 Tahun 2010 Bab III Pasal 5. Oleh karena itu, Penulis berupaya memaparkan benang merah dari sejarah sigaret kretek rintisan Haji Djamhari terhadap perubahan kemasan sigaret kretek di Indonesia saat mulai dipasarkan secara modern oleh Nitisemito hingga pengaruhnya terhadap desain kemasan yang ada dan beredar di masyarakat saat ini. Kurang tercatatnya fakta bahwa industri kretek telah ada dan berkembang pada 1870-1880 di Kudus, perkembangan sejarah sigaret kretek dan kemasannya di Indonesia pada masa itu, hingga kemunduran industri kretek akibat kerusuhan rasial di 1918, serta munculnya sistem abonemen turut mempengaruhi filosofi penciptaan kemasan sigaret kretek di Indonesia. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan teori desain, kemasan, dan branding sehingga diperoleh perubahan kemasan sigaret yang terjadi di Indonesia diakibatkan oleh

adanya pengaruh market leader dari setiap jenis yang ada, unsur gambar tidak lagi menjadi logo utama melainkan digantikan oleh elemen logotype dan logofont pada kemasan.

Kata Kunci: desain kemasan, merek, sigaret kretek

1. PENDAHULUAN

Kepulauan Indonesia di awal abad ke-16 masih dikenal dengan nama Nusantara, telah menjadi magnet bagi kedatangan beberapa bangsa Eropa karena kekayaan rempah-rempahnya. Perintis bangsa Eropa yang tertarik untuk melakukan perjalanan laut dan akhirnya mendarat di Nusantara adalah Portugis, dengan membuat kemajuan penting penjelajahannya melalui rute laut ke arah Timur, berhasil mendarat ke Kepulauan Rempah di Hindia Timur yaitu Kepulauan Maluku [1].

Pada tahun 1512 saat Portugis datang ke Nusantara, Kepulauan Maluku yang dikenal sebagai gudang rempah terbagi menjadi tiga kepulauan utama yakni Kepulauan Tidore dan Ternate di utara, Kepulauan Ambon dan Seram di selatan, serta Kepulauan Banda di bagian ujung paling selatan [19]. Tujuan awal Portugis tidak hanya untuk perdagangan rempah-rempah, namun juga ekspansi dan penaklukan wilayah serta penyebaran agama Katolik yang kemudian dikenal dengan 3G: Gold (kekayaan), Glory (kejayaan), dan Gospel (penyebaran agama). Tujuan 3G yang dilakukan Portugis selama kurang lebih satu abad menduduki beberapa wilayah Nusantara mampu memberikan pengaruhnya, sosial dan budaya, hingga saat ini. Adapun tanaman rempah yang menjadi sasaran Portugis adalah cengkeh berupa pohon kecil yang memiliki daun seperti salam [1].

Cengkeh merupakan salah satu tumbuhan rempah khas daerah tropis dengan manfaat dari akar, batang, daun hingga bunganya karena mengandung minyak atsiri [18]. Cengkeh dapat ditemukan di beberapa wilayah Indonesia seperti Jawa Timur, Sulawesi Tenggara, Sulawesi Tengah, Sulawesi Utara, Sulawesi Selatan, dan Maluku [2]. Manfaat minyak atsiri pada cengkeh secara tidak sengaja dipraktikkan oleh Haji Djamhari dengan mengoleskannya ke bagian dada dan punggung sebagai terapi atas penyakit asmanya [25]. Walaupun penyakit asma yang dideritanya tidak sembuh 100%, namun Haji Djamhari merasakan napasnya lebih ringan dibandingkan

sebelumnya. Eksperimen Haji Djamhari berlanjut dengan mencoba mengunyah bunga cengkeh dan berangsur-angsur kondisi kesehatannya pun mulai membaik. Haji Djamhari kemudian mencoba meracik cengkeh menjadi halus dan mencampurnya dengan tembakau, kemudian dilinting menjadi sigaret yang dibuatnya sendiri. Haji Djamhari sendiri dikenal sebagai tokoh muslim terkemuka di Kudus pada sekitar akhir abad ke-19 [25]. Pada masa tersebut, Haji Djamhari merupakan salah satu tokoh sosial terpandang sehingga eksperimen yang dilakukannya pun tersebar luas ke masyarakat sehingga banyak menerima permintaan untuk dibuatkan sigaret cengkeh tersebut. Seiring berjalannya waktu, sigaret cengkeh disebut dengan kretek karena proses pembuatannya diiringi dengan bunyi kretek-kretek saat dilinting, dibakar, dan diisap. Berawal dari eksperimen Haji Djamhari menemukan sigaret kretek, kemudian diperkuat dan menjadi terkenal di dunia karena kebiasaan K.H. Agus Salim mengisap sigaret kretek, pada tahun 1953 menjabat sebagai diplomat Republik Indonesia saat menghadiri penobatan Ratu Elizabeth II di Istana Buckingham, Inggris [3].

Hingga pertengahan abad XIX masyarakat pribumi belum mengenal istilah rokok. Dalam naskah-naskah sastra Jawa yang berasal dari pertengahan abad XIX, perkataan rokok tidak dijumpai sebagai gantinya terdapat sebuah kata asli Jawa yakni "eses" atau "ses". Sebagaimana tertuang dalam naskah Centhini, naskah sastra Jawa yang disusun tahun 1814 atas perintah Sunan PakuBuwono V, membuktikan adanya sajian rokok dalam lingkungan keraton [10].

"Sira dheweng ladenana nyai lan anakmu dhenok ganten, eses, wedang-wedang, dhaharane mengko bagda ngisa wis sangrakit dhahar kang prayogi dhayoh muli nuhung", yang artinya: "Hai dinda, hendaknya engkau sendiri yang melayani bersama anakmu dengan sirih, rokok, minum dan makanan usai Isya nanti hendaknya engkau telah selesai menyiapkan makanan yang baik oleh karena tamumu orang yang mulia".

Istilah ini baru populer setelah berkembangnya industri rokok atau sigaret kretek menggunakan mesin giling (alat penggiling sederhana) dan “*pappier sigareten*” atau kertas pembungkus sigaret kretek pengganti rokok tradisional (*klembak, klobot, kawung*) di Kudus pada tahun 1928. Sigaret kretek berkembang dari yang awalnya dikonsumsi sendiri kemudian diperjualbelikan, dikemas, dan dijual per bungkus [10].

Pelopor industri sigaret kretek di Kudus adalah Nitisemito yang awalnya memproduksi *klobot* kretek dengan merek Bal Tiga di tahun 1906 dan mendaftarkan perusahaannya tahun 1908 sebagai NV (*Naamloze Vernootschap* atau *Limited Liability* atau Perseroan Terbatas) Bal Tiga Nitisemito. Pada saat itu Nitisemito telah memasarkan produknya dengan cara yang modern termasuk membuat kemasan dengan cetakan *full color* dan embos.

Sebagaimana penelitian yang dilakukan oleh Setyawan [4] tentang sigaret kretek sebagai model budaya mampu menunjukkan posisi dan peran pentingnya dalam keseharian masyarakat Indonesia. Hal tersebut diperkuat dengan pernyataan Hanusz:

“*Kretek is as ubiquitous as a rice around the archipelago to present kretek as cultural icon of Indonesian society may seem... one of the easiest ways to make friends around Indonesia is simply to offer a kretek*” [5].

Oleh karena itu, berdasarkan fakta-fakta *oral history* dan temuan tentang sigaret kretek di Indonesia tersebut di atas, maka akan dikaji lebih lanjut tentang faktor-faktor penyebab terjadinya perubahan kemasan sigaret kretek di Indonesia.

2. METODE PENELITIAN

Pembahasan mengenai perubahan kemasan sigaret kretek dalam artikel ini akan dianalisis dengan metode kualitatif melalui teori desain, kemasan, dan *branding*. Tahap penelusuran data dan atau peninggalan sejarah masa lampau yang dilakukan [6] diharapkan menghasilkan penelitian ilmiah yang obyektif, sistematis, dan logis. Salah satu teori terkait desain kemasan sigaret kretek adalah fakta bahwa seorang desainer dan pemasar produk konsumsi bertujuan untuk mengkomunikasikan manfaat produk yang terhubung dengan

kebutuhan pengguna yang mendasari pembelian perilaku. Elemen visual-spasial yang digambarkan oleh desain kemasan sangat penting dalam konteks ini [23].

Kemudian Penulis mencoba mengelompokkan desain kemasan sigaret kretek yang dipisahkan berdasarkan beberapa elemen desain dan warna serupa, sesuai dengan *target market* dan wilayah pemasaran [24]. Hasil penelitian tersebut menyarankan bahwa ketika mendesain ulang stimuli dalam praktik pemasaran, misalnya produk atau kemasan, akan terjadi *trade-off* antara: (a) atensi tinggi mendapatkan nilai untuk hal yang tidak tepat, atau (b) keberhasilan dalam mentransfer pengaruh positif produk eksisting ke produk baru berupa stimuli yang menyerupai produk atau kemasan dalam suatu kategori produk.

Sehingga dapat disimpulkan sementara bahwa sebuah produk ataupun kemasan dimasukkan dalam suatu kategori apabila produk ataupun suatu kemasan berbagi atau memiliki beberapa elemen desain yang sama. Dalam hal kemasan sigaret kretek, Penulis mengelompokkan berdasarkan warna, jenis *font*, dan desain logo. Asumsi dan respon kognitif konsumen dapat menjadi lanjutan dari penelitian ini dalam metode kualitatif sebagai suatu pembuktian.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Sejarah *Klobot*: Perintis Sigaret Kretek Indonesia

Perkembangan tradisi mengisap sigaret kretek di tanah Jawa tak lepas dari pengaruh wilayah jalur perdagangan pada abad ke-19 di Pantai Utara Jawa, terutama di Kabupaten Kudus [7]. Berawal dari ditemukannya tembakau dari ekspansi Bangsa Eropa ke Nusantara dan berlanjut pada tumbuhnya kebiasaan masyarakat untuk mengkonsumsinya, mengakibatkan pada lahirnya sigaret tradisional khas Nusantara yaitu sigaret *klobot*. Awal kemunculan sigaret *klobot* bermula dari Haji Djamhari yang membuat usaha sigaret kecil-kecilan tanpa label dengan metode *tingwe (linting dhewe)* atau meracik dan melinting sigaret sendiri sehingga memiliki wujud lancip di salah satu ujungnya [25]. Pembungkus yang digunakan adalah daun jagung kering atau *klobot* dan memiliki tingkat kesulitan cukup tinggi karena membutuhkan tangan terampil.

Dengan demikian, kebiasaan mengisap sigaret akhirnya menjadi sebuah budaya dalam masyarakat sejak dulu di Indonesia, bahkan setiap tanggal 3 Oktober diperingati sebagai Hari Kretek Nasional [8].

Klobot merupakan awal mula sejarah terciptanya sigaret kretek di Nusantara yang konon sudah mulai dibuat oleh Roro Mendut di era Kerajaan Mataram dalam Babad Tanah Jawi. Penjualan *klobot* pada masa itu sangat besar karena menjadi satu-satunya media pembungkus sigaret. Awalnya sigaret *klobot* hanya dikonsumsi oleh para nelayan dan orang-orang di daerah pegunungan karena daya tahannya yang tidak mudah padam meskipun terciprat air laut dan asap yang dihasilkan tebal sehingga diklaim bisa menghangatkan badan [8].



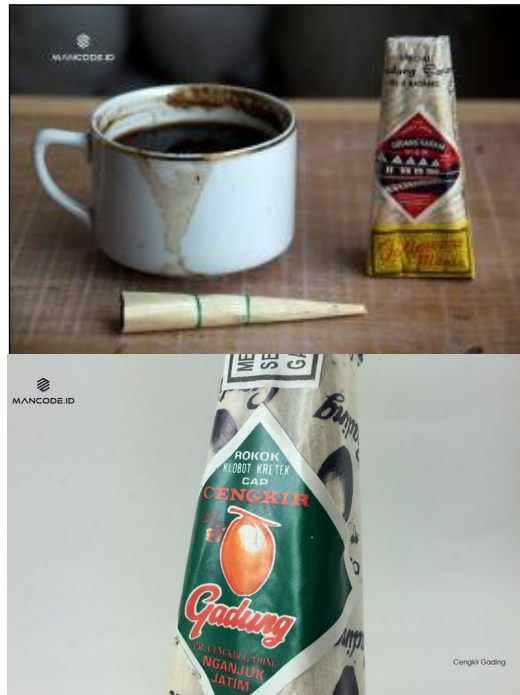
Gambar 1. Tembakau *klobot*

[Sumber: <https://mancode.id/berita/mengenal-klobot-cikal-rokok-legendaris-indonesia/>]



Gambar 2. Proses pembuatan tembakau *klobot*

[Sumber: <https://www.merdeka.com/uang/mengenal-klobot-rokok-kretek-dari-kulit-jagung-warisan-nenek-moyang-indonesia.html>]



Gambar 3. *Klobot* produksi Gudang Garam (atas); *Klobot* produksi Cengkir Gading (bawah)

[Sumber: <https://mancode.id/berita/mengenal-klobot-cikal-rokok-legendaris-indonesia/>]

Seiring berjalannya waktu, berdirilah pabrik sigaret pertama di Indonesia, Gudang Garam tahun 1953 yang memproduksi *klobot* dengan label Ing Hwie. Sigaret *klobot* Gudang Garam saat itu memiliki tampilan yang lebih mewah dengan kemasan khasnya dan laku terjual hingga tahun 1979. Namun seiring kemajuan teknologi di Indonesia, turut berpengaruh pada gaya hidup konsumen *klobot* yang mulai beralih ke jenis sigaret kretek. Hingga saat ini, tidak banyak pabrik sigaret yang masih memproduksi *klobot*. Salah satu pabrik sigaret yang masih memproduksi *klobot* adalah Cengkir Gading di Nganjuk, Jawa Timur yang berdiri tahun 1990, menurut Kantor Berita Antara mampu menghasilkan 40-50 batang *klobot* setiap harinya [8].

Proses pembuatan *klobot* membutuhkan ketelitian tinggi supaya kualitas sigaret yang dihasilkan berkualitas bagus. Pabrik sigaret Cengkir Gading memiliki standar sendiri dalam pembuatan *klobot* seperti: pemilihan tembakau yang dipakai hanya diambil dari daerah Bojonegoro dan Nganjuk saja, peramuan *klobot* ditambahkan pengharum khusus dan cengkeh, serta proses pembungkusan tembakau dengan *klobot* dilinting kecil-kecil. Distribusi *klobot* Cengkir Gading tersebar di pasar-pasar lokal

daerah Jawa Tengah dan Jawa Timur karena kemudahan akses serta transaksi jual beli. Selain Cengkir Gading, produsen *klobot* juga dijumpai di Kudus, Jawa Tengah yakni Perusahaan Rokok Sukun Kudus milik Wartono dan masih mempertahankan produksi *klobot* sampai sekarang [17]. Selanjutnya *klobot* inilah yang menjadi cikal bakal lahirnya sigaret kretek, sigaret filter, hingga sigaret elektrik (*vape*) yang sering dijumpai dewasa ini.

3.2 Sigaret Kretek Tangan dan Sigaret Kretek Mesin

Varian lain adalah sigaret kretek tangan yakni tembakau dibuat dengan proses linting tangan, materi olahan tembakau dibungkus dengan kertas papier. Sigaret ini dikerjakan dengan melakukan proses melinting dibantu dengan penggiling, semacam alat bantu dari kayu dengan kain di tengah sehingga sering disebut juga "*nggiling*", kemudian dibantu dirapikan oleh asisten penggiling yang disebut "*mbatil*".

Sigaret kretek tangan (SKT) ini dipelopori oleh Liem Seeng Tee di Surabaya 1913 yang awalnya menjual tembakau dengan beberapa pilihan campuran antara lain: pala, cengkeh, dan vanili sebagai bahan baku sigaret *ting-we* (*linting dewe*). Akibat popularitas bahan-bahannya tersebut, kemudian dia menjual sigaret yang sudah terlinting dalam kemasan dan menjadi cikal bakal merek Dji Sam Soe sekarang ini sangat laku di pasaran. Sampai dengan saat ini produksi SKT tetap mempertahankan proses manual *nggiling* dan *mbatil* sehingga pemerintah Indonesia melindungi kelas usaha ini karena menyerap tenaga kerja yang sangat banyak. Untuk menjadi seorang penggiling, biasanya diawali dengan *mbatil* dulu untuk beberapa saat hingga kemudian mencoba giling [9].

Sigaret Kretek Mesin (SKM) muncul di pasar pada tahun 1974 sejalan dengan naiknya perekonomian Indonesia juga industrialisasi proses produksi. Pembuatan sigaret kretek menjadi modern dengan menggunakan mesin dan menggunakan filter. Diinisiasi oleh PT. Bentoel dengan Bentoel Biru diikuti PT. Djarum dan PT. Gudang Garam, SKM menjadi sangat populer di Indonesia karena penampilan produknya yang terlihat lebih modern seperti merek Sigaret Putih Mesin (SPM/Sigaret Non Kretek) seperti Marlboro dari Philip Morris

ataupun Dunhill dari British American Tobacco. Bahkan sigaret kretek Indonesia pun menggunakan mesin yang sama seperti yang digunakan oleh sigaret internasional [9].

3.3 Peran Rokok dalam Tradisi Masyarakat Indonesia

Sebelum kebiasaan mengisap tembakau atau merokok dibawa oleh Bangsa Portugis masuk ke Nusantara sekitar abad ke-17, leluhur Bangsa Indonesia sudah jauh lebih dulu melakukan kebiasaan mengunyah pinang dengan daun sirih dan limau. Hal tersebut ditemukan dalam catatan Ma Huan, sekretaris dan juru bahasa misi muhibah Laksamana Cheng Ho, dalam *Yingya Shenglan* pada sekitar tahun 1416. Ma Huan mendokumentasikan beberapa kebiasaan masyarakat Jawa yang ditemuinya pada masa itu yakni kebiasaan menyirih atau mengunyah daun sirih (*nginang* dalam istilah Bahasa Jawa). Bahkan kebiasaan *nginang* tersebut sudah menjadi kegiatan yang umum dilakukan di waktu senggang dan semacam relaksasi serta media untuk bergaul atau bersosialisasi. Tiga komponen utama *nginang* yaitu daun sirih, buah pinang, dan kapur (*injet* dalam istilah Bahasa Jawa) seringkali digunakan pula dalam sesajen untuk arwah leluhur bagi masyarakat Jawa (Kejawen) [10].



Gambar 4. Satu set bahan menyirih atau *nginang* dalam tradisi masyarakat Jawa

[Sumber: <https://jogjaholic.com/nginang-tradisi-leluhur-yang-dipercaya-bikin-awet-muda/>]

Lambat laun, kebiasaan *nginang* tersebut ditinggalkan oleh masyarakat karena masuknya tembakau yang dibawa Bangsa Eropa dari Malabar, daerah pantai selatan India, ke Nusantara. Bangsa Portugis menyebut tembakau dengan *tobacco* atau *tumbacco* yang oleh masyarakat Jawa ditambahkan ke dalam

bahan *nginang* disebut sebagai *mbako susur*. Penambahan elemen tembakau dalam kebiasaan *nginang* membawa dua dampak yang bertolak belakang yakni: 1) sebagai pelengkap dan penambah kenikmatan saat *nginang*; 2) sebagai efek negatif karena menjadi cikal bakal lahirnya rokok [10]. Pada masa itu, belum dikenal istilah merokok dan istilah rokok berasal dari kata serapan Bahasa Belanda yaitu *ro'ken* yang berarti mengisap. Kebiasaan mengisap tembakau telah menggeser kebiasaan *nginang* karena terkesan lebih elit, serta dilakukan dan disebar oleh para bangsawan keraton di Jawa, konon kebiasaan merokok tertua di Jawa telah ditemukan pada tahun sekitar 1601-1602 [10].

Hingga akhir abad ke-19, kebiasaan merokok semakin menyingkirkan kebiasaan *nginang* seiring ditemukannya varian sigaret khas yakni kretek di Kudus. Komposisi sigaret kretek yang terdiri atas campuran tembakau, cengkeh, dan saus sebagai penguat rasa awalnya diproduksi sebagai industri rumahan dengan distribusi terbatas. Memasuki awal abad ke-20, permintaan sigaret kretek semakin meningkat dan persebarannya pun meluas hingga daerah-daerah di luar Kudus hingga ke Jawa Timur [11].

Berdasarkan beberapa varian sigaret kretek, sigaret putih filter merupakan jenis yang paling banyak ditemukan dan dijual di pasaran. Terdapat anggapan bahwa sigaret dengan *filter* dianggap lebih sehat dibandingkan sigaret tanpa *filter* karena memiliki kadar tar yang lebih rendah. Bagi masyarakat Indonesia, sigaret tidak hanya sekadar kebiasaan pengganti *nginang*, namun memiliki nilai konsumsi dan nilai budaya. Menurut data WHO, jumlah perokok aktif di Indonesia pada 2020 mencapai lebih dari 30% dari total populasi. Hal tersebut tidak lepas dari anggapan dan persepsi masyarakat bahwa "*mangan ora mangan sing penting kumpul*" bagi masyarakat Jawa yang artinya "makan atau tidak makan yang penting berkumpul/bersama". Sejalan dengan penelitian yang pernah dilakukan Aryani [12] kegiatan berkumpul bersama tersebut secara tidak langsung mempengaruhi psikologi manusia di dalamnya melalui *sensory branding* yang terbangun saat mengisap sigaret dengan melibatkan dua indera manusia yakni pengecap dan penciuman sekaligus. Dengan demikian,

aktivitas mengisap tembakau bersama-sama dianggap sebagai bentuk keakraban.

3.4 Perkembangan *Brand Identity* dan Kemasan Sigaret Kretek Dulu dan Sekarang

Berdasarkan teori desain, *branding*, dan kebiasaan mengisap tembakau yang ada di Indonesia, turut membawa pengaruh perkembangan desain kemasan sigaret itu sendiri. Pembahasan akan difokuskan pada kemasan sigaret kretek karena dianggap sebagai wujud rokok tradisional khas Nusantara yang berkembang dari *klobot*. Sesuai pemaparan pada subbab di atas, sigaret kretek adalah produk olahan tembakau yang dicampur dengan cengkeh. Nama kretek pun berasal dari suara yang dihasilkan saat cengkeh terbakar. Hingga saat ini, asal-usul sigaret kretek di Indonesia masih berdasarkan dua versi sejarah yakni versi penemuan Haji Djahhari [25] seperti yang telah dipaparkan sebelumnya dan versi lainnya dari pedagang tembakau bernama Mbok Nasilah.

Berdasarkan versi Mbok Nasilah, diceritakan bahwa Mbok Nasilah memiliki warung yang sering dijadikan tempat nongkrong para kusir delman di Kudus namun sering menemukan kotoran berupa sisa-sisa aktivitas *nginang* dari kusir-kusir tersebut. Untuk mengatasinya, Mbok Nasilah membuat campuran tembakau dan cengkeh, lalu dilinting dengan kulit jagung yang diikat dengan tali. Lintingan tembakau dan cengkeh tersebut ternyata disukai oleh para kusir dan akhirnya menyebar dikonsumsi oleh masyarakat sekitar Kudus. Pada tahun 1894, Mbok Nasilah menikah dengan Nitisemito, pengusaha dari Kudus. Nitisemito memasarkan sigaret kretek tanpa filter pada 1913 dengan merek *Kodok Mangan Ulo* yang artinya "kodok makan ular" dianggap aneh sehingga berganti nama menjadi Tjap Bal Tiga atau "bola tiga" pada 1916. Sigaret Tjap Bal Tiga mendapat respon positif oleh masyarakat dan berakibat pada perubahan merek menjadi Soempil, kemudian berganti menjadi Djeruk, dan akhirnya menjadi nama M. Niti Semito untuk sigaret kretek produksinya tersebut. Namun, perubahan yang terjadi hanya sebatas perubahan mereknya saja, sedangkan logo pada kemasan tetap menggunakan logo gambar Bal Tiga [13].

Pada akhir 1918, Nitisemito berkolaborasi dengan H.M. Muslich dengan memanfaatkan peluang dalam bidang perdagangan kretek di Kudus, sehingga menjadikan Kudus sebagai pelopor kebangkitan industri kretek Indonesia [15].



Gambar 5. Sigaret kretek pertama, Tjap Bal Tiga
[Sumber: <https://www.tobakonis.com/rokok/sejarah-rokok-dunia-indonesia/>]

Sejak tahun 1916, banyak perusahaan dan pabrik sigaret kretek bermunculan di Kudus, seperti: Jangkar, Goenoeng Kedoe, Tebu dan Tjengkeh, Sukun, Padi, Manggis, hingga Djarum yang resmi didirikan pada 1951. Pada saat itu di Kudus terdapat 12 pabrik sigaret besar, 16 pabrik menengah, dan 7 pabrik kecil. Beberapa merek sigaret dan pemilik pabrik tersohor tersebut di antaranya: M. Atmowidjojo (merek Goenoeng Kedoe), H.M. Muslich (merek Delima), H. Ali Asikin (merek Djanger), Tjoa Khang Hay (merek Trio), dan H. Sirin (merek Garbis dan Manggis) [9]. Sebagaimana penelitian yang dilakukan Rismantojo, et.al. [14] tentang peran *branding*, maka merek sigaret pabrik kecil dan menengah perlu mempertahankan eksistensi produknya dalam menghadapi persaingan pasar serta tekanan dari *market leader* sehingga unsur penggunaan nama produk dan kemasan merupakan elemen yang akan selalu dipertahankan oleh produsen sigaret. Selain itu faktor sosial budaya pun turut berpengaruh pada visual kemasan sigaret, terutama pemilihan warna dan ilustrasi yang digunakan [16].



Gambar 6. Merek kretek terkenal tempo dulu (1)
[Sumber: <https://property-kudus.blogspot.com/2017/04/merk-rokok-kudus-yang-melegenda-ditahun.html>]



Gambar 7. Merek kretek terkenal tempo dulu (2)
[Sumber: <https://property-kudus.blogspot.com/2017/04/merk-rokok-kudus-yang-melegenda-ditahun.html>]

Perkembangan sigaret kretek pun mengalami perubahan bentuk dan bahan kemasan dari tahun ke tahun. Bermula dari *klobot*, kulit jagung kering, sebagai pembungkus tembakau, kemudian beralih ke pembungkus kertas, hingga ditemukannya kretek dengan filter yang dibuat dengan mesin pertama kali oleh perusahaan Sampoerna.



Gambar 8. Variasi kemasan *klobot*
[Sumber: Dokumentasi Djarum, 2019]



Gambar 9. Beberapa kemasan sigaret kretek industri kecil menengah

[Sumber: <http://dgi.or.id/in-depth/history/desain-kemasan-rokok-indie-representasi-kreativitas-dan-estetika.html>]

Berdasarkan desain kemasan sigaret kretek tempo dulu (gambar 6-7) dan desain kemasan sigaret kretek industri rumahan, kecil, dan menengah (atau dikenal dengan rokok *indie*)

yang ditunjukkan gambar 9-10 memiliki beberapa kesamaan dalam tampilan elemen desain terangkum dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 1: Komparasi desain kemasan sigaret kretek tempo dulu dan kretek indie

[Sumber: Analisis Penulis, 2021]

No.	Nama perusahaan/ rokok	Elemen desain	Warna	Tipografi
1	M. Niti Semito (Bal Tiga)	Lingkaran dan garis lurus Bentuk kemasan kotak persegi panjang	3 warna: hijau pada 3 lingkaran; kuning kunyit; hitam	Gabungan jenis <i>font</i> serif dan sans-serif
2	M. Sirin (Garbis)	Lingkaran berisi logo gambar, garis lurus Bentuk kemasan kotak persegi panjang	2 warna: kuning dan biru	Gabungan jenis <i>font</i> serif dan sans-serif
3	Beras Tuton	Gambar 2 wanita, garis gelombang Bentuk kemasan kotak persegi panjang	2 warna: biru tua dan merah	Jenis <i>font</i> serif
4	Kantil Putih	Lingkaran berisi gambar bunga kantil Bentuk kemasan kotak persegi panjang	3 warna: biru muda, biru tosca, hitam	Jenis <i>font</i> sans-serif
5	Buah Manis	Gambar aneka buah Bentuk kemasan trapesium	3 warna: merah, kuning, hijau	Jenis <i>font</i> serif
6	Djolali	Gambar foto Bentuk kemasan trapesium	3 warna: merah, kuning, hijau, dan <i>grayscale</i> pada foto	Jenis <i>font</i> sans-serif

Tabel 1 di atas menunjukkan adanya beberapa kesamaan pada desain kemasan sigaret kretek tempo dulu dan kretek indie yakni penggunaan warna tidak lebih dari tiga macam serta gambar atau logo sebagai penunjuk identitas dan perusahaan pembuatnya, sebagaimana elemen dasar yang sekaligus menjadi ciri khas pada desain retro yang populer di era tahun 70-90an [21]. Sedangkan unsur tipografi masih terkesan campur-campur antara jenis serif dan sans-serif sehingga terkesan *overdesigned*. Penggunaan warna yang terbatas diasumsikan bahwa pada waktu itu teknologi percetakan masih belum mendukung untuk menghasilkan warna-warna terlalu banyak. Oleh karena itu, desain kemasan yang dibuat pun menyesuaikan dengan teknologi pada masa tersebut. Selain kesamaan dalam segi desain (warna, huruf, dan elemen gambar) kemasan, juga dalam segi fungsi kemasan yang dibuat sederhana. Kemasan sigaret kretek dikerjakan secara manual karena mengandalkan keterampilan tangan manusia, sehingga tidak memungkinkan dibuat rumit dengan kompleksitas tampilan kemasan yang dapat dibuka tutup.

Berdasarkan tabel 1 di atas pula, desain kemasan sigaret selalu dipengaruhi oleh beberapa hal yakni adanya elemen desain yang sama dan desain selalu mengacu kepada *market leadernya*. Pada zaman Nitisemito (Bal 3) ditemukan unsur desain kemasan berupa: logogram besar sebagai identitas merek, identitas produsen, dan warna-warna sederhana sebanyak 2-3 warna. Tujuannya adalah memberikan *statement* kepada konsumen akan sebuah produk yang berkualitas sama atau lebih baik dari *market leader*, sehingga konsumen tertarik untuk mencoba. Konsep desain seperti ini mampu bertahan dan masih digunakan hingga saat ini.

3.5 Desain Kemasan Sigaret Kretek Tangan (SKT)

Desain kemasan Sigaret Kretek Tangan (SKT) memiliki logo besar di tengah (nama pabrikan), penggunaan angka, warna pada merek SKT sangat jamak digunakan seperti pada Dji Sam Soe (234), Djarum 76, Sampoerna Hijau, Djarum Coklat, Djarum Kuning (Djarum Istimewa), Gudang Garam Merah. *Market leader* dari kategori ini adalah Dji Sam Soe dari Sampoerna dengan dominasi warna hijau, sehingga Sampoerna Hijau pun dibuat dengan

konsep yang sama. Selain unsur warna dan logo pada kemasan, juga terdapat tambahan berupa gambar peringatan bahaya merokok yang menjadi ketentuan Peraturan Menteri Kesehatan tahun 2014 dan aturannya diperbarui di tahun 2017 [20]. Pada Permenkes 2014 hanya berupa anjuran yang melarang untuk merokok, namun setelah diperbarui oleh Permenkes 2017 mengharuskan gambar-gambar yang bagi sebagian orang mampu menimbulkan perasaan takut, jijik, maupun reaksi emosional lain untuk mengurangi/menekan jumlah perokok aktif di Indonesia [22].



Gambar 10. Beberapa kemasan kretek masa kini [Sumber: <http://dgi.or.id/in-depth/history/desain-kemasan-rokok-indie-representasi-kreativitas-dan-estetika.html>]

Gambar 10 (bawah) menampilkan beberapa desain kemasan sigaret kretek yang ada pada masa kini. Sebagian kemasan tersebut terinspirasi dari beberapa kemasan sigaret terkemuka seperti Djarum atau Gudang Garam, bahkan di antaranya memasukkan unsur parodi berupa menirukan *logotype* dan *logogram*. Sedangkan dari unsur pemilihan warna cenderung menggunakan warna-warna yang lebih modern, cerah, dan *bold*. Selain itu, pada kemasan kretek masa kini sudah memodifikasi kemasan yang dapat dibuka tutup seperti kemasan rokok modern. SKT masih diasosiasikan sebagai sigaret tradisional berdasarkan dari penamaan yang digunakan serta dapat langsung diasosiasikan dengan *image rural*.



Gambar 11. Beberapa kemasan SKT [Sumber: Dokumentasi Djarum, 2019]

Pada gambar 11 kemasan SKT Kembang Tanjung, Kembang Pala, Pusaka, Gandum cenderung menggunakan warna-warna dengan *tone* cenderung *earthy*, hijau, kuning, cokelat. Selain itu terdapat elemen batik, wayang, ataupun angka.

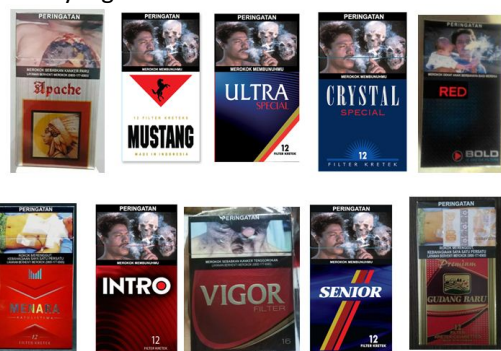
3.6 Desain Kemasan Sigaret Kretek Mesin (SKM) Reguler

Sigaret kretek SKM dibagi dua berdasarkan diameter batangnya yakni 8 dan 7 milimeter. Untuk SKM ukuran 8 milimeter disebut juga SKM reguler, seperti halnya merek-merek dari pabrik besar yang ada di Indonesia. Dengan diameter yang lebih besar, biasanya dengan tar 20 miligram dan nikotin 2 miligram, konsumen menyebutnya sebagai sigaret *full flavour*.



Gambar 12. Beberapa kemasan SKM dari pabrik besar [Sumber: Dokumentasi Djarum, 2019]

Gambar 12 menunjukkan kemasan SKM dari PT. Gudang Garam Tbk dengan Gudang Garam Surya (GG Surya), Gudang Garam International (GG Inter), Gudang Garam Signature; PT. Djarum dengan Djarum Super, Djarum Coklat Filter; PT. HM Sampoerna dengan Dji Sam Soe Filter. Dapat diperhatikan, desain kemasan sigaret kretek SKM Reguler masih sama dengan *logogram* dominan, nama pabrik pembuat dan cenderung menggunakan warna dominan merah, emas, hitam, biru (Bentoel Biru). Merek-merek ini disebut juga sigaret premium dan populer, karena merek dari pabrik besar biasanya mampu beriklan dan distribusinya pun secara nasional. Dari beberapa merek pabrik besar tersebut digunakan sebagai referensi desain dari pabrik-pabrik kecil dengan ciri warna yang sama.



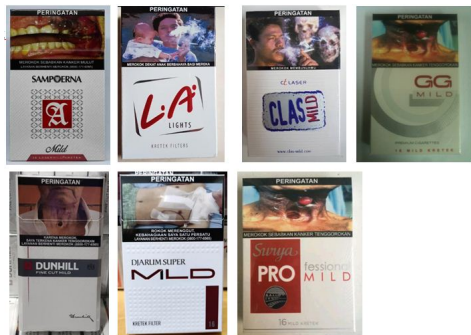
Gambar 13. Beberapa kemasan SKM dari pabrik kecil [Sumber: Dokumentasi Djarum, 2019]

Pabrik-pabrik kecil, seperti pada gambar 13 menunjukkan desain kemasan yang selalu mengikuti merek-merek populer. Untuk SKM reguler, warna merah, biru, emas menjadi patokan kualitas sehingga akan jarang ditemukan pada kategori rokok ini

menggunakan warna hijau, kuning, putih. Kembali ke konsep *statement* kepada konsumen, sebuah produk yang berkualitas sama atau lebih baik dari *market leader* sehingga konsumen tertarik dan mencoba mengkonsumsi.

3.7 Desain Kemasan Sigaret Kretek Mesin (SKM) Lights

Pada gambar 14 merupakan merek-merek rokok pabrikan besar dengan diameter batang 7 milimeter yang biasa disebut sigaret *lights*. Dapat disimpulkan bahwa warna yang digunakan dominan warna putih dengan *logoram* besar dan sedikit warna merah. Pencantuman nama pabrikan sebagai bagian dari merek juga dicantumkan, contoh Sampoerna A Mild, GG Surya Pro Mild, Djarum Super MLD.



Gambar 14. Beberapa kemasan SKM lights dari pabrik besar

[Sumber: Dokumentasi Djarum, 2019]

Seperti pada kategori SKMR, merek-merek ini disebut juga merek nasional dan premium berdasarkan distribusinya dan pemasarannya melalui TV ads, Print Ads, OOH, LED, dan sebagainya.



Gambar 15. Beberapa kemasan SKM lights dari pabrik kecil

[Sumber: Dokumentasi Djarum, 2019]

Pada gambar 15 terlihat merek-merek dari pabrikan kecil untuk kategori SKML, konsep desain kemasan tetap sama yakni dominasi warna putih, aksan merah, ataupun silver dengan nama-nama yang dicitrakan modern atau *urban*. Desain kemasan dibuat mengacu ke merek premium yang ditinggalkan pabrikan besar yaitu dengan gaya desain sama serta *brand* terkesan modern. Produk sigaret dari pabrikan kecil menengah ini menjadi alternatif bagi konsumen, sehingga apabila membeli sigaret kategori *medium-low* ini konsumen tidak merasa berbeda status sosialnya dengan konsumen sigaret kretek dari *brand premium*.

4. KESIMPULAN

Sigaret, terutama sigaret kretek, telah menjadi bagian dalam budaya masyarakat Indonesia. Walaupun seiring berkembangnya teknologi, sigaret konvensional telah bersanding dengan kehadiran sigaret elektrik (*vape*), namun sigaret kretek tetap akan mampu mengikuti perkembangan gaya hidup masyarakatnya. Sigaret kretek yang dulunya identik dengan orang berusia lanjut, mengalami pergeseran makna sebagai media pergaulan dalam bersosialisasi tanpa memandang umur maupun gender. Tradisi mengisap tembakau kretek telah berlangsung ratusan tahun di Indonesia, khususnya di daerah dengan banyak desa yang ada di Jawa Tengah, Jawa Timur, Jawa Barat, serta Banten dengan banyak sesaji dan upacara adatnya. Artinya dalam sesaji atau upacara adat tersebut akan selalu ditemukan sigaret kretek sebagai bagian pelengkap yang harus ada dalam sajian. Oleh karena itu, tradisi mengisap tembakau kretek tidak akan punah di dalam masyarakat Indonesia karena diwariskan dan akan terus terjaga dari generasi ke generasi.

Desain kemasan pada sigaret kretek pun tidak memiliki banyak variasi karena masih sangat kuat dipengaruhi oleh *market leader* di kelasnya. Desain kemasan sigaret kretek dibuat mengacu ke merek premium oleh produk sigaret dari pabrikan kecil menengah karena memberikan sensasi kepuasan serta kebanggaan serupa bagi konsumennya. Sehingga apabila membeli sigaret kategori *medium-low* ini, konsumen tidak merasa berbeda strata sosialnya dengan konsumen yang mengkonsumsi sigaret kretek dari *brand premium*.

Penggunaan warna-warna pada kemasan pun berdasarkan teori desain secara umum ditujukan untuk menampilkan kesan yang sesuai dengan target *market* yang dituju. Pada kemasan SKT didominasi warna-warna alam/natural sehingga merepresentasikan gaya klasik (*old school*), akrab, kesederhanaan, tidak terpengaruh perubahan zaman, dan kesan yang abadi. Pada kemasan SKM reguler didominasi warna gelap dan *bold* sehingga merepresentasikan cita rasa yang lebih "roso", penggunaan gradasi warna seolah menggambarkan sifat yang dinamis, dan mengikuti perkembangan zaman. Sedangkan kemasan SKM Lights didominasi warna putih dengan sedikit unsur warna lain merupakan *vice versa* dari SKM reguler yakni mengesankan sesuatu yang lebih ringan, desain minimalis, kekinian, dan sesuai dengan gaya hidup anak muda masa kini. Dengan demikian, desain kemasan pada SKT, SKM reguler, dan SKM Lights menjadi semacam rujukan semantika desain karena memiliki kemiripan elemen tertentu yakni penanda kategori suatu kelas dari produk sigaret kretek.

PERNYATAAN PENGHARGAAN

Tim peneliti sekaligus penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada PT. DJARUM atas bantuan data-data dan dokumen arsip kemasan; Ibu Lita Suryawijaya selaku Senior Manager Corporate Communication atas bantuan buku referensi tentang sejarah kretek, serta dukungan yang diberikan sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] G. Milton. *Pulau Run: Magnet Rempah-rempah Nusantara yang Ditukar dengan Manhattan (cetakan kedua)*. Jakarta: PT. Pustaka Alvabet, 2018.
- [2] Tanjung Pinang Pos. "6 Daerah Penghasil Cengkeh Terbesar di Indonesia". Internet: <https://www.tanjungpinangpos.co.id/2020/0/12/daerah-penghasil-cengkeh-terbesar-di.html>, 2020 [3 April 2021].
- [3] Kesbangpol Jateng. "Rokok Kretek sebagai Warisan dan Identitas Indonesia". Internet: <https://kesbangpol.jatengprov.go.id/rokok-kretek-sebagai-warisan-dan-identitas-indonesia/>, 2017 [8 Mei 2021].
- [4] A. Setyawan. "Kretek sebagai Budaya Asli Indonesia: Telaah Paradigmatik terhadap Pandangan Mark Hanusz Mengenai Kretek di Indonesia", *Muharrrik: Jurnal Dakwah dan Sosial*, Vol.1 No.1, pp.67-85. 2018.
- [5] M. Hanusz. *Kretek (The Culture and Heritage of Indonesia's Clove Cigarettes)*. Jakarta: Equinox Publishing (Asia), 2011.
- [6] L. Gottschalk. *Mengerti Sejarah*. Jakarta: UI Press, 1986.
- [7] L. Castle. *Tingkah Laku Agama, Politik dan Ekonomi di Jawa: Industri Rokok Kudus*. Jakarta: Sinar Harapan, 1982.
- [8] Inggil. "Mengenal Klobot Rokok Legendaris Indonesia". Internet: <https://mancode.id/berita/mengenal-klobot-cikal-rokok-legendaris-indonesia>, 2019 [19 Mei 2021].
- [9] K. S. B. Nugroho. (2019, November 30). *Scan Kemasan Sigaret Dokumentasi PT. DJARUM* [online]. Available email: k.s.budi.nugroho@djarum.com, Message: Network Talk.
- [10] A. Budiman & Onghokham. *Hikayat Kretek*. Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia, 2016.
- [11] F. A. Firdausi. "Sebelum Orang Jawa Isap Kretek, Mereka Punya Tradisi Menyirih". Internet: <https://tirto.id/sebelum-orang-jawa-isap-kretek-mereka-punya-tradisi-menyirih-elpu>, 2019 [19 Mei 2021].
- [12] D. I. Aryani. "Tinjauan Sensory Branding dan Psikologi Desain Kedai Kopi Kekinian Terhadap Perilaku Konsumen (Studi Kasus: Mojo Coffee)", *Waca Cipta Ruang: Jurnal Ilmiah Desain Interior*, Vol.5 No.1, pp.330-336. 2019.
- [13] T. Soenaryo. *Kretek Pusaka Nusantara*. Jakarta: Serikat Kerakyatan Indonesia (SAKTI), 2013.
- [14] S. Rismantojo, C. C. Lukman, & J. Valeska. "Peran Branding Bagi Penciptaan Image Batik 3 Negeri Solo Karya Keluarga Tjoa", *Jurnal Bahasa Rupa*, Vol.4 No.2, pp.204-214. 2021.
- [15] M. Y. Hana. "Dinamika Sosio-Ekonomi Pedagang Santri dalam Mengembangkan Industri Kretek di Kudus, 1912-1930", *JUSPI: Jurnal Sejarah Peradaban Islam*, Vol.2 No.1, pp.15-35. 2018.
- [16] K. L. Diana, N. Haswanto, A. Syarif. "Transformasi Pola Visual pada Kemasan Rokok Kretek Produksi PT. Nojorono Tobacco International Kudus", *WIMBA*:

- Jurnal Komunikasi Visual*, Vol.7 No.1, pp.55-67. 2015.
- [17] R. Indracahya, H. T. Atmaja, & I. Sodiq. "Sejarah Perkembangan Industri Rokok Sukun Kudus Tahun 1974-2011", *Journal of Indonesian History*, Vol.8 No.1, pp.72-79. 2019.
- [18] N. Nurdjannah. "Diversifikasi Penggunaan Cengkeh", *Perspektif*, Vol.3 No.2, pp.61-70. 2004.
- [19] S. Zuhdi. "Shipping Routes and Spice Trade in Southeast Sulawesi During the 17th and 18th Century", *Journal of Maritime Studies and National Integration*, Vol.2 No.1, pp.31-44. 2018.
- [20] R. N. Kurniawan. "Respon Masyarakat Terhadap Peringatan Bergambar Pada Kemasan Rokok di Kabupaten Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta", *Promotif*, Vol.7 No.1, pp.18-26. 2017.
- [21] F. Celhay, L. Magnier, & J. Schoormans. "Hip and Authentic. Defining Neo-Retro Style in Package Design", *International Journal of Design*, Vol.14 No.1, pp.35-49. 2020.
- [22] M. Mayasari, H. Sudarjat, & M. G. Sholih. "Pengaruh Peringatan Visual Iklan Kemasan Rokok: Pengukuran Tingkatan Perasaan Takut yang Dibedakan Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia", *Jurnal Politikom Indonesiana*, Vol.3 No.2, pp.196-201. 2018.
- [23] M. C. TeVaarwerk, T. J. L. Van Rompay, & V. S. Okken. "Under Cover and Close at Hand: Embodied Metaphor in Packaging Design", *International Journal of Design*, Vol.9 No.1, pp. 29-37. 2015.
- [24] J. P. L. Schoormans, H. S. J. Robben. "The Effect of New Package Design on Product Attention, Categorization and Evaluation", *Journal of Economic Psychology* Vol. 18, pp. 271 -287. 1997.
- [25] S. Margana, et. al. "Kretek Indonesia: Dari Nasionalisme Hingga Warisan Budaya". Yogyakarta: Kerjasama Jurusan Sejarah FIB UGM dengan Puskindo, 2014.
- D. Sasongko. "Mengenal Klobot, Rokok Kretek dari Kulit Jagung Warisan Nenek Moyang Indonesia". Internet: <https://www.merdeka.com/uang/mengenal-klobot-rokok-kretek-dari-kulit-jagung-warisan-nenek-moyang-indonesia.html>, 2019 [19 Mei 2021].
- S. Tinarbuko. "Desain Kemasan Rokok Indie: Representasi Kreativitas dan Estetika". Internet: <http://dgi.or.id/in-depth/history/desain-kemasan-rokok-indie-representasi-kreativitas-dan-estetika.html>, 2007 [20 Mei 2021].

Sumber gambar

- B. Seto. "Sejarah Rokok di Dunia dan Asal Usul Masuknya ke Indonesia". Internet: <https://www.tobakonis.com/rokok/sejarah-rokok-dunia-indonesia/>, 2020 [20 Mei 2021].